



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA:

Mitzy Shirley Carla Rimari Bernable

ASESORES:

Dr. Julio Samuel Zárate Suárez

Mg. Roque Juan Espinoza Casco

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

Lima – Perú

2018

# DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



## DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS N° 046 - 2018-II-UCV Lima Ate /EP-NN.II.-T

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCION DIRECTORAL N° 136 - 2018-II-UCV Lima Ate/EP-NN.II.-T de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales acuerdan:

### PRIMERO.-

Aprobar pase a publicación ( )  
Aprobar por unanimidad (X)  
Aprobar por mayoría ( )  
Desaprobar ( )

La tesis presentada por el (la) estudiante RIMARI BERNABLE, MITZY SHIRLEY CARLA, denominado:

**“VENTAJA COMPETITIVA Y LA EXPORTACIÓN DE CAMISETAS DE ALGODÓN HACIA ESTADOS UNIDOS ENTRE LOS AÑOS 2015 AL 2017”**

SEGUNDO.- Al culminar la sustentación, el (la) estudiante RIMARI BERNABLE, MITZY SHIRLEY CARLA, obtuvo el siguiente calificativo:

NUMERO	LETRAS	CONDICIÓN
16	DIECISEIS	Aprobado por Unanimidad

Presidente (a): Dr. ZÁRATE SUÁREZ, JULIO SAMUEL

Firma

Secretario: Mg. VILLANUEVA ORBEGOSO, VLADIMIR ELOY

Firma

Vocal: Mg. ESPINOZA CASCO, ROQUE JUAN

Firma

  
Dr. Julio Samuel Zárate Suárez  
Coordinador P.E Negocios Internacionales  
UCV – Lima Ate



C.c: Archivo  
Escuela Profesional, Interesados, Archivo

Somos la universidad de los  
que quieren salir adelante.

  
[ucv.edu.pe](http://ucv.edu.pe)

## DEDICATORIA

La realización de esta tesis se encuentra consagrada a mis padres; a mi madre, Beatriz, por brindarme su apoyo incondicional alentando a mi persona en ser perseverante para superarme cada día en los buenos y malos momentos; a mi padre, Urbano, por su fe y aliento en todo el amplio desarrollo formativo; a mi hermana, Abigail, por ser fuente de motivación para continuar con mis proyectos. También dedico este proyecto a mi querida abuela, Delia, ejemplo de sacrificio y superación quién ha estado junto a mí brindándome su amor constantemente en cada instante. A ellos dedico este proyecto, mis pilares fundamentales, que sin su contribución no hubiese podido lograr concluir mi meta en la vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad César Vallejo, mi alma mater por estos cinco años de estudios universitarios.

A mis asesores metodológico y temático, por brindarme sus conocimientos, ayudando en el desarrollo de mis tesis brindando la oportunidad de poder realizarme profesionalmente.

A los docentes que participaron en mi carrera formativa por su grata presencia en mi vida universitaria compartiendo su amplio conocimiento en los Negocios Internacionales.

A todas mis amistades que intervinieron directa o indirectamente en la formación de mi investigación, compartiendo momentos felices, tristes, de frustración, alegría; aquellas amistades, las aprecio mucho.

A las empresas exportadoras de camisetas de algodón del distrito La Victoria por su importante contribución en la información, brindándome un acceso fácil para el desarrollo eficiente de mi investigación.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo Mitzy Shirley Carla Rimari Bernable con DNI N° 72555851, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

**Lima, 05 de Diciembre del 2018**



---

Mitzy Shirley Carla Rimari Bernable  
DNI: 72555851

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

La presente investigación titulada “Ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017”, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos para obtener el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

La investigación tiene la finalidad de establecer la relación existente entre la ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón. La investigación tiene seis capítulos y son los siguientes:

En el capítulo I: Se encuentra la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas a las variables de estudio, la formulación del problema, la justificación del estudio, la formulación de las hipótesis y los objetivos.

En el capítulo II: Se justifica el diseño de la investigación utilizada, la operacionalización de variables, la población, muestra y muestreo. Además, la técnica e instrumento de recolección de datos junto a su validez y confiabilidad, el método de análisis y los aspectos éticos.

El capítulo III: Se aprecia los resultados de la investigación basados en la confiabilidad del instrumento y la comprobación de nuestra hipótesis general e hipótesis específicas.

El capítulo IV: Se explica la discusión del trabajo de investigación.

El capítulo V: Se observa las conclusiones que alcanzó la investigación.

En el capítulo VI: Se ofrecen las recomendaciones y finalmente, las referencias bibliográficas. Además en los anexos presentamos nuestro instrumento utilizado, nuestra matriz de consistencia y las validaciones por juicio de experto.

## ÍNDICE

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS .....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT .....	xiii
I. INTRODUCCIÓN .....	14
1.1 Realidad Problemática .....	15
1.2 Trabajos Previos .....	18
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	22
1.4 Formulación del Problema.....	38
1.5 Justificación del estudio.....	38
1.6 Hipótesis .....	39
1.7 Objetivos.....	39
II. MÉTODO .....	40
2.1 Diseño de investigación.....	41
2.2 Variables, Operacionalización .....	43
2.3 Población y Muestra .....	44
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	47
2.5 Método de análisis de datos .....	49
2.6 Aspectos éticos .....	50
III. RESULTADOS .....	51
3.1 Tablas, Gráficas de frecuencia.....	52
3.2 Análisis Inferencial .....	76
IV. DISCUSIÓN.....	80
V. CONCLUSIONES .....	83
VI. RECOMENDACIONES .....	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	87
ANEXOS .....	91
Anexo N°1: Cuestionario.....	91
Anexo N° 2: Validaciones por Juicio de Expertos .....	94

Anexo N° 3: Matriz de consistencia .....	106
Anexo N° 4: Acta de aprobación de originalidad .....	107
Anexo N° 5: Turnitin .....	108
Anexo N° 6: Acta de aprobación .....	109
Anexo N° 7: Autorización de la publicación .....	110
Anexo N° 8: Autorización de la versión final.....	111

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA 1.</b> <i>Clasificación arancelaria de las camisetas de algodón</i> .....	26
<b>TABLA 2.</b> <i>Principales competidores exportadores a Estados Unidos</i> .....	28
<b>TABLA 3.</b> <i>Porcentaje de producción de las empresas exportadoras</i> .....	32
<b>TABLA 4.</b> <i>Evolución de las exportaciones textiles peruanas</i> .....	35
<b>TABLA 5.</b> <i>Volumen de exportación en toneladas de camisetas de algodón</i> .....	37
<b>TABLA 6.</b> <i>Operacionalización de las variables</i> .....	43
<b>TABLA 7.</b> <i>Empresas exportadoras de camisetas de algodón en La Victoria</i> .....	44
<b>TABLA 8.</b> <i>Empresas exportadoras del distrito de La Victoria</i> .....	46
<b>TABLA 9.</b> <i>Interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach</i> .....	48
<b>TABLA 10.</b> <i>Resumen de procedimientos de casos</i> .....	49
<b>TABLA 11.</b> <i>Resultados de fiabilidad del Alfa de Cronbach</i> .....	49
<b>TABLA 12.</b> <i>Resultados de la prueba de normalidad</i> .....	49
<b>TABLA 13.</b> <i>Sello verde de acreditación Made in Green</i> .....	52
<b>TABLA 14.</b> <i>Cumplimiento de la norma Textile Exchange</i> .....	53
<b>TABLA 15.</b> <i>Políticas de calidad en la selección de insumos</i> .....	54
<b>TABLA 16.</b> <i>Certificado Global Organic Textile Standard</i> .....	55
<b>TABLA 17.</b> <i>Certificación White Cotton</i> .....	56
<b>TABLA 18.</b> <i>Exportadores de camisetas de algodón con diseño exclusivos</i> .....	57
<b>TABLA 19.</b> <i>Estándares de flamabilidad del tejido</i> .....	58
<b>TABLA 20.</b> <i>Características del algodón Pima en el mercado estadounidense</i> .....	59
<b>TABLA 21.</b> <i>Tratado de libre comercio facilita el ingreso del producto</i> .....	60
<b>TABLA 22.</b> <i>Acuerdo comercial con Estados Unidos genera mayor empleo</i> .....	61
<b>TABLA 23.</b> <i>Normas Textile Products Identification y Wool Products Labeling</i> .....	62
<b>TABLA 24.</b> <i>Las ferias internacionales incrementan las exportaciones</i> .....	63
<b>TABLA 25.</b> <i>Las normativas de etiquetado hacia el mercado estadounidense</i> .....	64
<b>TABLA 26.</b> <i>Estableciendo la norma ISO 9001 según el mercado americano</i> .....	65
<b>TABLA 27.</b> <i>La actual capacidad instalada permite atender volúmenes de camisetas</i> .....	66
<b>TABLA 28.</b> <i>La empresa invierte e innova en tecnología diferenciada</i> .....	67
<b>TABLA 29.</b> <i>El transporte marítimo por fletamento tiempo ayuda a las exportaciones</i> ....	68
<b>TABLA 30.</b> <i>Transporte marítimo bajo las restricciones del mercado estadounidense</i> .....	69
<b>TABLA 31.</b> <i>Transporte aéreo tiene menor índice de riesgos</i> .....	70

<b>TABLA 32.</b> <i>Requerimientos de entrega aérea hacia el mercado americano .....</i>	71
<b>TABLA 33.</b> <i>Estados Unidos es un mercado favorable desde un punto económico .....</i>	72
<b>TABLA 34.</b> <i>El precio de las camisetas de algodón por el método pricing .....</i>	73
<b>TABLA 35.</b> <i>Acude al Fondo de Garantía Empresarial para obtener capacitación .....</i>	74
<b>TABLA 36.</b> <i>Los grandes volúmenes de exportación reducen costos productivos .....</i>	75
<b>TABLA 37.</b> <i>Correlación general entre la Ventaja Competitiva y Exportación .....</i>	76
<b>TABLA 38.</b> <i>Correlación específica 1, Especialización en la industria y Exportación .....</i>	77
<b>TABLA 39.</b> <i>Correlación específica 2, Necesidades del mercado y Exportación .....</i>	78
<b>TABLA 40.</b> <i>Correlación específica 3, Oportunidades comerciales y Exportación .....</i>	79

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Fórmula para el cálculo de muestra.....	45
<i>Figura 2.</i> Cálculo de la muestra .....	46
<i>Figura 3.</i> Sello verde de Acreditación Made in Green.....	52
<i>Figura 4.</i> Cumplimiento de la norma Textile Exchange. ....	53
<i>Figura 5.</i> Políticas de calidad en la selección de insumos. ....	54
<i>Figura 6.</i> Certificado Global Organic Textile Standard.....	55
<i>Figura 7.</i> Certificado White Cotton .....	56
<i>Figura 8.</i> Exportadores de camisetas de algodón con diseños exclusivos. ....	57
<i>Figura 9.</i> Estándares de flamabilidad del tejido.....	58
<i>Figura 10.</i> Características del algodón pima en el mercado estadounidense.....	59
<i>Figura 11.</i> Tratado de libre comercio con Estados Unidos .....	60
<i>Figura 12.</i> Acuerdo comercial con Estados Unidos genera mayor empleo. ....	61
<i>Figura 13.</i> Normas Textile Products Identification y Wool Products Labeling. ....	62
<i>Figura 14.</i> Las ferias internacionales incrementan las exportaciones.....	63
<i>Figura 15.</i> Las normativas de etiquetado hacia el mercado estadounidense.....	64
<i>Figura 16.</i> Estableciendo la norma ISO 9001 según el mercado americano. ....	65
<i>Figura 17.</i> La actual capacidad instalada permite atender volúmenes de camisetas. ....	66
<i>Figura 18.</i> La empresa invierte e innova en tecnología diferenciada.....	67
<i>Figura 19.</i> El transporte marítimo por fletamento tiempo ayuda a las exportaciones. ....	68
<i>Figura 20.</i> Transporte marítimo bajo las restricciones del mercado estadounidense.....	69
<i>Figura 21.</i> Transporte aéreo tiene menor índice de riesgos a la camiseta de algodón.....	70
<i>Figura 22.</i> Requerimientos de entrega aéreo hacia el mercado americano.....	71
<i>Figura 23.</i> Estados Unidos es un mercado favorable desde un punto económico.....	72
<i>Figura 24.</i> El precio de las camisetas de algodón por el método pricing.....	73
<i>Figura 25.</i> Acude al Fondo de Garantía Empresarial para obtener capacitación.....	74
<i>Figura 26.</i> Los grandes volúmenes de exportación reducen costos productivos.....	75
<i>Figura 27.</i> Correlación general, Ventaja competitiva y la exportación. ....	76
<i>Figura 28.</i> Correlación general, Especialización en la industria y la exportación.....	77
<i>Figura 29.</i> Correlación general, Necesidades del mercado y la exportación.....	78
<i>Figura 30.</i> Correlación general, oportunidades comerciales y la exportación.....	79

## RESUMEN

Esta investigación titulada “Ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017” tiene como objetivo determinar la relación existente entre ambas variables. El diseño empleado es no experimental, de corte transversal y de tipo correlacional porque se está midiendo la relación entre dos variables. La técnica utilizada fue una encuesta y como instrumento un cuestionario escala Likert, aplicando a una muestra de 36 personas. La investigación tiene como objetivo general determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva y la exportación, aplicando la prueba Rho de Spearman da una correlación 0.411 que es positiva moderada y un nivel de significancia de 0,013 siendo menor a 0,05 significa que se acepta la hipótesis general, para la especialización en la industria y la exportación tiene un nivel de correlación 0,314 que significa que tiene una correlación positiva baja, la dimensión necesidades del mercado y la exportación con un nivel de correlación 0,111 que es positiva muy baja, y para las oportunidades comerciales y la exportación tiene una correlación de 0.366 que significa es una correlación positiva moderada.

Palabras claves: Ventaja Competitiva, Exportación, Industria.

## **ABSTRACT**

This research entitled "Competitive advantage and the export of cotton shirts to the United States between the years, 2015 to 2017" aims to determine the relationship between both variables. The design used is non-experimental, cross-sectional and correlational because the relationship between two variables is being measured. The technique used was a survey and as a tool a Likert scale questionnaire, applying to a sample of 36 people. The general objective of the research is to determine the relationship between competitive advantage and export, applying Spearman's Rho test gives a correlation 0.411 which is positive moderate and a level of significance of 0.013 being less than 0.05 means that it is accepted the general hypothesis, for the specialization in the industry and the export has a level of correlation 0.314 which means that it has a low positive correlation, the dimension needs of the market and the export with a level of correlation 0.111 which is positive very low, and for Trade opportunities and exports have a correlation of 0.366 which means it is a moderate positive correlation.

Keywords: Competitive Advantage, Export, Industry.

# **I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1 Realidad Problemática**

En un mundo globalizado no se encuentra ningún país que se considere autosuficiente, más bien bajo la necesidad busca el apoyo de otro país. Puesto que todos los países hasta los más desarrollados necesitan obtener recursos del cual carecen, y viceversa; por ello, a través de acuerdos internacionales se acelera el comercio internacional donde todos los sectores del mercado a nivel mundial buscan satisfacer sus necesidades o complementar sus carencias.

La ventaja competitiva en la actualidad ayuda a los diversos mercados en el ámbito empresarial, donde existe un constante enfrentamiento, a ser mejores que sus competidores aplicando ciertas estrategias con productos de valor agregado, cuya intención es obtener una rentabilidad positiva a largo plazo posicionándose en la mente del mercado objetivo.

La competitividad es una actividad importante en el mercado realizado a nivel mundial buscando establecer la rentabilidad a cada empresa de la industria textil nacional fortaleciendo su mercado con más exportaciones enfocados en la competencia con países desarrollados mejorando el nivel de productividad del trabajador peruano, garantizando la calidad de la materia prima y costos de producción más bajos.

El entorno empresarial vive una competencia cada vez más agresiva con la idea de posicionarse en un mercado. Las empresas someten a sus productos a grandes cambios, a través de una excesiva oferta y publicidad en todos los medios.

La industria textil abarca un gran mercado, incrementando la competencia, debido a la existencia de miles de empresas del rubro textil, quienes emplean distintas estrategias cada día para obtener una fuerte ventaja frente a sus amenazas, especialmente el mercado asiático, puesto que existen varios países con la habilidad de crear un producto similar a otro mercado más valor agregado.

El sector textil juega un papel importante en el desarrollo de la economía peruana generando ingresos y oportunidades comerciales con países desarrollados como Estados Unidos. En el mercado peruano, las camisetas de algodón son reconocidas principalmente por su calidad con grandes estándares de resistencia brindando frescura, suavidad y durabilidad.

Según International Trade Centre, indica al respecto:

[...] A nivel mundial la producción de camisetas de algodón está liderada por el país, ubicado al este de india, Bangladesh con 27.955.003 millones de US\$, China 5.235.797 millones de US\$, e India 3.977.066 millones de US\$. El nivel de exportaciones en el Perú a Estados Unidos alcanzó 113.527 US\$ durante el año 2015, registrando 102.934 mil US\$ en el año 2016 y 97.916 US\$ durante el año 2017. (2018, p. 1).

En los últimos años, la producción peruana de camisetas de algodón ha mostrado un preocupante retroceso en sus exportaciones. Principalmente, por la fuerte competencia que existe con otros países, como Bangladesh, quienes tienen fuertes factores competitivos como la mano de obra, precio y tecnología empleada exhaustivamente logrando incrementar su productividad.

La industria textil peruana resalta la obtención de su materia prima el algodón sudamericano, explotado por sus características, compitiendo directamente con el algodón chino y de la india. La competencia con las camisetas de algodón chino y de la india se basan en una ventaja de precios, puesto que el algodón chino e india es más barato y accesible, en comparación al algodón pima siendo de gran calidad con precios más altos por su textura.

Asimismo, las exportaciones al mercado estadounidense se encuentran en receso, puesto que los mercados se enfocaron en la comercialización del algodón chinos, debido a sus precios bajos y rápida capacidad de producción. Las empresas peruanas prefieren importar el algodón chino a menor precio, con el fin de disminuir los precios durante proceso de elaboración; dejando la producción del algodón pima peruano de mayor calidad afectando las exportaciones del sector textil.

Por lo tanto, existen varios factores que afectan la competencia en la industria textil, es decir enfocarse en ser competitivos basados en la mano de obra y el tipo de cambio. Esto no quiere decir que se debe dejar de exportar, por el contrario anima a las empresas exportadoras a ser más eficientes mejorando su plan de trabajo.

Asimismo, cabe destacar que la participación del Perú en ferias internacionales como la campaña “Marca País” es de suma importancia, puesto que contribuye en registrar tasas de crecimientos positivas a los despaches textiles. Ser participativo en ferias representa una herramienta importante que necesitamos aprovechar con rigurosidad.

Según International Trade Centre, indica lo siguiente:

[...] A nivel mundial, nuestro principal mercado de exportación de camisetas de algodón es Estados Unidos con una participación de 69,1%. Registrando en su producción textil peruana un 6,1% liderado por Brasil como segundo principal mercado, Alemania con 5,8% y Argentina junto a Hong Kong registran una participación del 2,2%. La industria textil representa el 11% de las exportaciones peruanas no tradicionales. (2018, p. 2).

Por otro lado, las empresas exportadoras de camisetas de algodón no están empleando correctas ventajas competitivas en el mercado internacional, generando que la exportación ingrese ineficientemente a los mercados destinados. Utilizando las adecuadas ventajas competitivas mejorará las condiciones e insumos de la industria textil mejorando la disposición competitiva de las empresas exportadoras de camisetas de algodón en el distrito La Victoria.

El objetivo de esta investigación se basa en reconocer las ventajas competitivas, saber cómo emplearlas correctamente por parte de las empresas peruanas del distrito La Victoria que exportan camisetas de algodón entre los años 2015 al 2017. Contribuyendo eficientemente con la expansión de las empresas comercializadoras de la industria textil, brindando información actualizada y real, con el fin de realizar un análisis de las mencionadas variables como influyen en su entorno. En ese contexto, el problema de la investigación se formuló mediante la siguiente interrogante ¿De qué manera se relacionan la ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017?

## 1.2 Trabajos Previos

### A nivel nacional:

Barandiaran (2017), en su tesis “Comercio internacional y competitividad de pelo fino de vicuña peruana 2012 – 2016”, realizado en la Universidad César Vallejo, para obtener el grado de licenciada en Negocios Internacionales, se indica que su objetivo analiza la relación existente entre el comercio internacional y la competitividad como también en la productividad y el costo unitario de producción de mantas de pelo fino de vicuña durante el periodo 2012 – 2016. Su hipótesis general indica que el comercio internacional y la competitividad de mantas de pelo fino de vicuña han sido favorables registrando un aumento del 5,6% cuya cifra no se compara con años anteriores, pero presentan un ingreso aceptable. La investigación concluye que el comercio internacional y la competitividad de mantas de pelo fino de vicuña si lo vemos desde el entorno de la Comunidad Andina de Naciones han sido favorable; impulsar e implementar un enfoque de innovación a las empresas enfocadas en la exportación de materia prima.

Becerra (2017), en su tesis “Estrategias del marketing en las Mypes exportadoras de textiles de la galería Santa Lucía en el emporio de Gamarra la Victoria, 2016”, realizado en la Universidad César Vallejo, para obtener el grado de licenciado en Negocios Internacionales. El objetivo principal de la investigación fue identificar las estrategias del marketing en las Mypes exportadoras de textiles de la galería Santa Lucía, indicando como hipótesis general la importancia de emplear las estrategias del marketing que contribuyen en la mejora de las Mypes exportadoras generando mayores ingresos al sector textil en el emporio de Gamarra. Se concluye que los encuestados de las Mypes exportadoras deben aplicar con urgencia en su totalidad las estrategias de marketing para mostrar una mejor rentabilidad.

Chuqui (2017), en su tesis “Ventaja Competitiva de diferenciación y el posicionamiento de mercado de la corporación textil Espain & Espinoza Chimbote – 2017”, realizada en la Universidad César Vallejo, para optar el grado de Licenciada en Administración. Sostuvieron que el objetivo de la investigación era determinar la relación entre la ventaja competitiva de diferenciación y el posicionamiento de mercado de la corporación textil, llegando a la conclusión que la ventaja competitiva de diferenciación influye significativamente en el posicionamiento de mercado de la corporación textil Espain & Espinoza Chimbote – 2017.

Reyes (2017), en su tesis “El posicionamiento y su relación con la imagen corporativa de la empresa fina estampa, Distrito Carmen de la legua – Reynoso, 2017”, realizado en la Universidad César Vallejo, para obtener el grado licenciado en Administración y Negocios Internacionales. El objetivo principal de la investigación es determinar la relación entre el posicionamiento en relación a la imagen corporativa de la empresa Fina Estampa en relación a su significancia. En conclusión se declara que si existe relación entre la ventaja competitiva y el posicionamiento, puesto que influyen directamente en la imagen de la empresa Fina Estampa definiendo un mercado meta como el Distrito Carmen de la legua donde el producto se resalte en su totalidad buscado la fidelidad de sus consumidores en el año 2017.

Zorrilla (2017), en su tesis “Estrategias competitivas y marketing mix internacional de las empresas exportadoras de prendas de vestir de tejidos planos de algodón, Lima 2016”, realizado en la Universidad César Vallejo, para obtener el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, se indica que su objetivo general era identificar las estrategias competitivas y el marketing mix internacional de las empresas exportadoras de prendas de vestir de algodón elevando las exportaciones de prendas de vestir en base a la calidad. En conclusión, la estrategia menos rentable del marketing mix internacional es la promoción internacional puesto que las empresas exportadoras de prendas de vestir de tejidos planos de algodón no han empleado de manera eficiente la estrategia mencionada en el distrito de Lima, analizando las estrategias en base a aspectos internos desarrollados comúnmente por diversas empresas exportadoras de prendas de vestir de tejidos planos de algodón enfocados principalmente hacia el producto, precio, distribución y promoción.

Fernández (2016), en su tesis “Estrategias competitivas y promoción internacional de polos producidos por la empresa Forcaps del distrito La Victoria Lima 2016”, realizado en la Universidad César Vallejo, para obtener el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, se propuso como objetivo general analizar la relación entre estrategias competitivas y promoción internacional de polos producidos por la empresa Forcaps del distrito La Victoria. En conclusión, se determina que la estrategia competitiva no se relaciona con la promoción internacional en la empresa Forcaps del distrito La Victoria Lima ni con los competidores potenciales ni los proveedores de la empresa Forcarps en el año 2016.

### **A nivel Internacional**

Castillo y Maldonado (2017), en su tesis “Análisis de los determinantes de la competitividad del sector textil del Ecuador: una comparación con Colombia y Perú durante el periodo 2006 - 2016”, realizado en la Universidad de Cuenca – Ecuador, para optar al título de Economista en Comercio Exterior, se plantea como objetivo general establecer cuáles son los determinantes de la competitividad del sector textil de Ecuador realizando una comparación con Perú y Colombia. En conclusión, se demuestra que existe una relación significativa y positiva entre la productividad laboral y la competitividad generado mayor comercio tanto a Colombia y Perú teniendo conocimiento de la situación de ambos países a través de las estadísticas de Comercio Exterior de mercancías de la Asociación Latinoamericana de Integración.

Duque y Camelo (2017), en su tesis “Estrategia de internacionalización para las pymes del sector textil y confección en Bogotá”, realizado en la Universidad de la Salle – Bogotá, con el fin de obtener el título Profesional en Finanzas y Comercio Internacional, se plantea como objetivo determinar el crecimiento de las economías del sector externo y competitividad bajo la diversificación de la oferta exportadora. En conclusión, la gestión de las Pymes colombianas en el sector textil enmarca la satisfacción de la demanda nacional con nuevas tendencias identificando la relación entre actores generadores de la oferta de bienes del sector empresarial.

Guandique, Ramírez y Vásquez (2016), en su tesis “Plan de exportación para la introducción en Guatemala de ropa juvenil exclusiva creada en El Salvador”, realizado en la Universidad de El Salvador, para optar por el título de Licenciada en Mercado Internacional, se plantea como objetivo general determinar los componentes del plan de exportación de ropa juvenil en base a la predilección de los clientes del entorno exportador del mercado meta por medio de los gustos y preferencias del consumidor. En conclusión la investigación de campo es idónea y su publicidad en la exportación es como una estrategia viable expandiendo diseños de moda en el extranjero con la idea de aumentar la curiosidad de compradores de ropa juvenil con valor agregado buscando lograr un enfoque más competitivo incrementando con exigencia los volúmenes de producción basados en los requerimientos del mercado objetivo.

Huancapaza (2016), en su tesis “Plan de negocios para una empresa de comercialización de ropa corporativa”, desarrollada en la Universidad Santiago de Chile, para optar el grado de Magíster en Gestión y Dirección de empresas, se plantea como objetivo general establecer el diseño de un plan de negocios rentable y sustentable para una empresa del rubro textil como estrategia para la búsqueda competitiva en la dinámica productiva de la empresa que pretende posicionarse como empresa comercializadora emprendedora de ropa corporativa, un mercado con gran demanda. En conclusión, se confirma que si existe relación entre sus variables, afirmando que implementar un proyecto de negocio en la ciudad de Santiago es viable puesto que ayuda en el emprendimiento de alianzas con proveedores en la cadena de valor determinando una relación positiva entre competidores y la expansión de productos estandarizados en Santiago de Chile.

Salgado y Suarez (2016), en su tesis “Análisis de la competitividad de las empresas del sector textil en Colombia desde un enfoque sistémico (2008 – 2013)”, realizado en la Universidad de la Salle – Bogotá, estudio que le permitió optar al título de Profesional en Finanzas y Comercio Internacional, plantea como objetivo general determinar cómo afectan los factores de la competitividad en el sector textil, presentando una dinámica para el crecimiento económico y desarrollo del país. En conclusión, el análisis comercial del sector y sus comportamientos competitivos tienen una relación significativa, analiza detalladamente cada ventaja a utilizar para generar productividad en el sector textil de Colombia bajo un enfoque económico y de producción total del sector textil.

Botitano (2014), en su tesis “Análisis de estrategias competitivas: Un estudio de las empresas del sector textil y de confecciones de La Paz periodo 2002 - 2012”, realizado en la Universidad Mayor de San Andrés - Bolivia, para optar el título de Economista en Negocios Internacionales, se plantea como objetivo general establecer el impacto de la competitividad bajo una ventaja de costo en el mercado meta. En conclusión, la estrategia busca la competitividad con la idea de lograr mejorar la microeconomía en la dinámica productiva de las empresas, identificando la participación de la producción del sector textil y de confecciones de La Paz que refleje un nivel de estrategia más competitivo, considerando que el sector confecciones ha tenido un receso durante este periodo en la Paz, generando grandes factores viables a considerar como el comportamiento del consumidor, la capacidad de trabajadores, y la oferta de precios.

## **1.3 Teorías relacionadas al tema**

### **1.3.1 Ventaja competitiva**

#### **Teoría de la Ventaja competitiva**

Según Michael Porter (como se citó en Orozco, 2015, p. 46), indica lo siguiente:

La ventaja competitiva es la habilidad que una empresa obtiene a través de productos diferentes a los competidores. Su posicionamiento es determinado por los consumidores, a través de productos diferentes a los competidores estableciendo una correcta la línea de producto, producción y distribución.

Según Michael Porter (como se citó en Bueno, 2015, p. 63), cita:

La ventaja competitiva nace básicamente en la capacidad de crear un valor significativo de las empresas para sus compradores, analizando el excedente del costo por crearlo [...] La competencia determina el éxito o fracaso de las industrias. La competencia define la las actividades de una empresa bajo una cultura cohesiva o buena implementación que pueden contribuir a su desempeño, como las innovaciones.

#### **1.3.1.1 Especialización en la industria**

Según el Instituto de Estudios Económicos Sociales, “La industria es un grupo de procedimientos materiales para efectuar la transformación, transporte u obtención de uno o más productos naturales”. (2017, párr. 2).

Para la definición de esta dimensión, el Instituto de Estudios Económicos Sociales, indica lo siguiente:

La industria textil sigue un proceso productivo que engloba una cadena de funciones que continúa el procedimiento de fibras artificiales o naturales para la fabricación de hilos, manteniendo el seguimiento de elaboración y acabado de telas, acabando en la ejecución y producción de prendas de vestir (2017, párr. 4).

Por su parte la Cámara de Comercio de Lima sostiene lo siguiente:

Tras la crisis financiera en el año 2009; las exportaciones continuaron cayendo registrando participaciones inestables. A lo largo de los años añadiendo la tecnología logró incrementar el precio del algodón peruano en el año 2017 ingresó el valor exportado de 6% a US\$1.272 millones de exportaciones logrando para el año 2018 que el sector económica peruano represente el 9%. (2018, párr. 1).

Según Michael Porter (como se citó en Orozco, 2015, p. 21), “La estructura de la industria contribuye de manera decisiva a determinar las reglas competitivas y las distintas capacidades como estrategias de la empresa que decidirán el éxito o fracaso”.

#### **1.3.1.1.1 Recepción de insumos**

Según Michael Porter (como se citó en Bueno, 2015, p. 70-71), “la adquisición de insumos es la función de comprar los factores productivos que se emplearán en la cadena de valor, verificando la calidad de la materia prima, suministro y otros componentes que participan en el producto final”.

#### **Proceso de la materia prima como insumo**

Según la opinión de Hermenegildo Cortez manifiesta:

- La planta de algodón: Se plantan semillas de algodón durante la estación de lluvias esperando que salgan flores blancas, rosas o amarillas en unos meses. Una vez la flor cae, germina una cápsula verde que se espera madure lo suficiente y salga el algodón.
- La recolección: La recolección del algodón en Perú es cuidadoso, los agricultores sacan la fibra con la mano; en Estados Unidos implementan máquinas modernas.
- Desgranado: Analizando la flor del algodón en su totalidad comprende un 60% de granos y un 40% de fibras. Por ello, solo se utilizan las fibras y se retiran los granos.
- Cardado: Convierte en fibras finas el algodón en bruto obteniendo grosores iguales siendo capaz de ser procesada utilizando una rueca por donde pasa el algodón.
- Peinado: Para obtener un hilado deseado se debe desenredar, filtrando las fibras cortas utilizando peines de rollo con púas, especiales para quitar las impurezas a los hilos.
- Hilandería: Listo el hilo, se inspecciona que el material sea enrollado en bobinas cilíndricas enviándolo al área de tejeduría para que no se contamine con otro material.
- Teñido de hilado: Las bobinas cilíndricas son lavadas con detergente y teñidas usando diferentes colorantes para conseguir un color uniforme de la camiseta.
- Tejeduría: Se enlaza los hilos de la urdimbre, eliminando las pelusas bajo un proceso de quemado limpiando la tela, y estirando del hilado para darle resistencia.
- Teñido, Lavado y acabado: La tela tejida se blanquea para remover el color de algunas fibras eliminando el colorante. Prolonga la fijación de los tintes con agua. (2015, p. 24).

## **Certificado Textile Exchange**

Textile Exchange es una organización internacional que fomenta mantener los códigos de buenas prácticas relacionadas a las políticas responsables para reducir el impacto del producto en relación al procedimiento, la trazabilidad y el final de la vida útil.

Para obtener el certificado Textile Exchange se consta de tres estándares: El sistema de monitoreo, el sistema de ajuste estándar, el sistema de garantía; y el sistema de evaluación. Todas las empresas del rubro textil deben tener este certificado para exportar a Estados Unidos, trabajando con la secretaría de la organización Textile Exchange.

### **1.3.1.1.2 Proveedores**

Un grupo reducido de proveedores influye en definir los precios, el plazo de entrega y forma de pago para aumentar la cartera de proveedores estableciendo alianzas en la búsqueda de proveedores. Si el producto no es diferenciado será irrelevante la participación del proveedor cambiando a otro sin correr ningún riesgo.

Según Michael Porter (como se citó en Orozco, 2015, p. 121) se manifestó:

En una perspectiva estratégica y considerando el primer factor, conviene comprarles a los proveedores que mantenga o mejoren la posición competitiva en sus productos. Asimismo, se reducen al mínimo los costos de cambiar de proveedores cuando se escogen a los que conserven la capacidad de atender las necesidades propias.

## **Políticas del proveedor**

Todos los proveedores respetan sus propias políticas establecida en su contratación de compra bajo condiciones generales.

- Principios de actuación

El proveedor fomenta un negocio responsable desarrollando eficientes actividades comerciales, asegurando la confianza con los clientes interesados para demostrar su capacidad en los requerimientos que el cliente desea solicitar de manera concisa.

- Política de responsabilidad en la cadena de suministro

Los proveedores de insumos en el sector textil fomentan y establecen exigencias elevadas de responsabilidad promoviendo estándares sociales, éticos, de calidad y medioambientales en la cadena de suministros.

- Canal de Negocio Responsable

Los clientes pueden realizar preguntas a los proveedores a través de este canal en confidencialidad, planteando cuestiones que buscan el cumplimiento del Negocio responsable que abastecen los proveedores.

- Política de control de calidad

Las políticas de calidad en la selección de insumos deben ser eficientes y considerables para influir de manera positiva en la gestión y suministro del cliente.

### **1.3.1.2 Necesidades del mercado**

El mercado está conformado por personas y empresas que realizan una actividad comercial participando en la compra y venta de bienes en una zona determinada.

Según Michael Porter (como se citó en Orozco, 2015, p. 76) indica:

El mercado es un ambiente donde armoniza e interactúan las pasiones individuales y sociales manteniendo la libertad de cambio. Las señales del mercado tienen funciones que pueden ser indicaciones confiables de metas o simulaciones, los motivos del competidor.

#### **1.3.1.2.1 Producto a exportar**

El algodón pima obtiene condiciones favorables naturales convirtiéndolo en uno de los mejores por su calidad. En el Perú existen cinco variedades de algodón: el supima, pima, Del Cerro y tangüis.

La posición del algodón peruano pima es internacional, siendo buscado con intensidad por su resistencia, mejorando la fabricación de prendas a mayor duración con mejor calidad, considerado una gran ventaja comercial. El color del algodón es destacado, porque al ser blanco, puede ser pintado o teñido bajo cualquier tono, siendo atractivo como materia prima para los comerciantes. (Marca Perú, 2018, párr. 2).

Según Michael Porter (como se citó en Orozco, 2015, p. 108):

En la industria los clientes o consumidores también difieren en sus necesidades de compra. Los diversos niveles que demanda el servicio al cliente, calidad o durabilidad del producto, basados en la información de ventas. Las distintas necesidades explican el poder estructural de negociación diferido.

**TABLA 1.** *Clasificación arancelaria de las camisetas de algodón*

<b>País objetivo</b>	Estados Unidos
<b>Sección</b>	Sección XI: Materias textiles y sus manufacturas
<b>Capítulo</b>	Capítulo 61: Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto.
<b>Partida arancelaria</b>	6109.10.00.39
<b>Descripción arancelaria</b>	Los demás T-Shirts y camisetas de algodón, para hombres o mujeres.

Fuente: SUNAT

Elaboración propia

### **Camisetas y T-shirts de algodón**

La camiseta, también llamada “T-shirt” es una prenda ligera muy comercial a nivel internacional; siendo una prenda clásica cambiado muy poco en su diseño más que presentación desde su primera aparición en el siglo XVII.

La camiseta fue una prenda muy popular desde los años 60s debido a la práctica manera de usarlos. A través de los años, la camiseta añadió diversos modelos de camisetas con cuellos personalidades por ejemplo, cuello camisero, cuello en v y cuello redondo con altos estándares de resistencia brindando frescura y suavidad.

### **Certificado Global Organic Textile Standard**

El certificado GOTS inspecciona a los fabricantes y comercializadores que se rige en dos principios generales que el mercado estadounidense exige a las empresas exportadoras: Las fibras de algodón deben ser netamente naturales, o provenir de cultivos orgánicos sin la intervención de químicos; y el proceso de producción deben seguir los pasos regidos bajo los criterios especificados.

Las certificadoras aprobadas en el Perú deben ser evaluadas por la entidad aprobada por la GOTS “Control Union Certifications b.y” para lograr su certificación. Esta entidad acredita las siguientes certificaciones: Certificación de operaciones de procesamiento y fabricación textil; certificación de operaciones de procesamiento húmedo y acabado; y la certificación de comercializadores y sus productos.

## **Certificado White Cotton**

White Cotton se inició como un proyecto, convirtiéndose en un certificado relevante por su impacto en los agricultores del Perú, con la idea de expandir los cultivos de algodón orgánico entre otras actividades.

Ecotton controla el proyecto White Cotton en 413 hectáreas en los valles. La calidad de los productos de camisetas de algodón es primordial para ingresar al mercado americano obteniendo el certificado White Cotton con productos textiles de calidad netamente sostenibles con algodón 100% orgánico.

### **1.3.1.2.2 Mercado meta**

Es importante tener conocimiento sobre la cultura, preferencia o necesidades del mercado estadounidense al cual estamos exportando, puesto que el producto a comercializar debe ser rentable en el país destino.

Según Fonseca, R. (2015). El conocimiento de mercado logra un gran esfuerzo por adjuntar información verídica que proporcione una preciosa materia prima bajo una estrategia de desarrollo que la empresa puede direccionar. Adquirir información debería ser una tarea permanente, de todos los días, igual que producir o vender (p.184).

## **Ley de Telas inflamables**

La Ley de Telas Inflamables prohíbe a los fabricantes ofrecer, vender o transportar alguna tela a los Estados Unidos que no cumpla las normas de inflamabilidad especificada en el Título 15, Código de América, Capítulo 25, Secciones 1191-1204.

La norma 16 CFR 1610 Norma para la Inflamabilidad de Textiles de Prendas de Vestir propone un sistema para probar la inflamabilidad de los textiles y prendas de vestir con la idea de clasificar el uso de las prendas en clases de inflamabilidad.

### **1.3.1.2.2 Rivalidad de competidores**

La industria textil en el Perú compite en su subsector textil con fuertes economías como China, pero principalmente se encuentra Honduras que concentra sus exportaciones al mercado estadounidense siendo más competitivos que el mercado peruano, bajo una clara competencia tecnológica y costos.

**TABLA 2.** *Principales competidores exportadores a Estados Unidos*

N°	Países exportadores	Porcentaje de exportaciones en 2015	Porcentaje de exportaciones en 2016	Porcentaje de exportaciones en 2017
1	Honduras	12,8	14,1	13,7
2	Nicaragua	7,9	8,2	9,8
3	El Salvador	9,2	9,5	9,4
4	China	9,8	9,3	9
5	República Dominicana	6,4	7,9	7,6
6	México	8	7,5	7,4
7	Haití	8,6	7,7	6,8
8	Vietnam	5,9	5,4	5,9
9	India	5,7	5,3	5,5
10	Bangladesh	5	4,6	4,9
11	Perú	3,5	4,1	4,4

Fuente: Trademap  
Elaboración propia

En la tabla 2 se expone a los principales países exportadores de camisetas de algodón al mercado estadounidense correspondiente a los últimos 3 años; siendo el principal mercado exportador y nuestro esencial competidor, Honduras. Se puede observar que Perú se encuentra en la posición número 11, manteniendo sus exportaciones en el mismo nivel con una tasa alta de 4.4%.

La gran resistencia y durabilidad del algodón pima convierte a las empresas peruanas exportadoras más competitivas en comparación a sus competidores. Las fibras del algodón miden entre 20 a 32 mm convirtiendo al producto en hipo alérgico, ideal para pieles sensibles.

Según Michael Porter (como se citó en Orozco, 2015, p. 15), se manifiesta que:

La industria competitiva trabaja de manera constante por disminuir los niveles competitivos sobre el capital invertido bajo la tasa de rendimiento, obteniendo una industria cuya competitividad fuera perfecta para los economistas.

Según Fonseca, al analizar las características del producto se considera que:

La innovación consiste en un tercio de inspiración y dos tercios de trabajo duro; en otras palabras, privilegia el método. Según su clasificación, la innovación parte del análisis metódico de siete áreas de oportunidad, unas internas y otras externas a la empresa. Las internas son: cosas inesperadas, incongruencias de varias clases, necesidades de procesos, cambios en la industria o en el mercado (2015, p. 337).

### **1.3.1.3 Oportunidades comerciales**

Satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores frente a la competencia en diferentes aspectos, se convierte en la fórmula que las empresas realizan para obtener el éxito, en este caso, las oportunidades comerciales que permite un acceso fácil del intercambio comercial, acentuando el aspecto global del consumidor basados en su satisfacción. (Garnica y Maubert, 2016, p.8).

#### **1.3.1.3.1 Tratado de Libre Comercio**

El tratado de libre comercio entre Perú y Estados Unidos es un contrato que influye en el intercambio comercial eliminando los obstáculos entre los países que lo firman, facilitando el acceso de las camisetas de algodón al mercado estadounidense.

El acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos garantiza el acceso preferencial de las exportaciones peruanas a Estados Unidos estableciendo reglas para la comercialización de camisetas de algodón generando empleo en el país exportador protegiendo los intereses comerciales peruanos en Estados Unidos.

Según Michael Porter (como se citó en Bueno, 2015, p. 54-55) que indica:

La situación de entrada en una industria depende del precio disuasor, como estructura de precios que equilibra los incentivos potenciales de ingreso superando las barreras de entrada. Si los niveles del precio actual es más alto que el precio disuasor, la empresa amateur pronosticará superiores utilidades al ingreso promedio en la industria.

#### **1.3.1.3.2 Regulaciones internacionales**

##### **Textile Products Identification**

La Ley de Identificación de Productos de Fibras Textiles, también conocida como la "Regla de Etiquetado de Textiles", requiere que las marcas adhieran una etiqueta a los productos textiles cubiertos que contengan los porcentajes en peso de cada fibra y nombres genéricos del producto, el nombre bajo el cual el fabricante u otro.

Esta entidad se encarga de modificar la disposición que trata los nombres de fibra genéricos para que la referencia a la norma internacional para fibras fabricadas refleje la norma actualizada. Aclarar las disposiciones relativas a los productos textiles que contienen material elástico, abordando el uso de múltiples idiomas para hacer las revelaciones requeridas; aclarar los requisitos de divulgación aplicables a la publicidad escrita, incluida la publicidad en Internet.

### **Norma Wool Products Labeling**

Wool Products Labeling es la norma de etiquetado de productos textiles exigido por las empresas estadounidenses para garantizar productos textiles de gran calidad y con responsabilidad social que los fabricantes deben colocar en los productos como las camisetas de algodón, especificando con precisión el contenido y origen de la fibra.

Incluye a las fibras especiales provenientes del vellón de la oveja, alpaca, el pelo de la cabra, también incluye las fibras de plantas como el algodón, donde se debe especificar las características que tienen cada producto como las camisetas de algodón, que están hechos 100% de algodón.

La norma Wool Products Labeling garantiza más viabilidad a las empresas que la obtengan para la exportación de camisetas de algodón al mercado estadounidense, puesto que garantiza la responsabilidad de la empresa de manera comercial y social en todos los aspectos, explotando las características de las fibras de algodón que conserven una buena calidad como producto exportador.

#### **1.3.1.3.3 Ferias internacionales**

Las ferias internacionales sirven como herramienta de marketing, por su importancia en la relación comercial con empresas extranjeras que buscan mercados nuevos y eficientes. Sin olvidar, las ferias se basan en una estrategia de ventas, ya que por medio de este evento muchas empresas presentan sus productos con el objetivo de adquirir un impresionante número de clientes potenciales en periodo y tiempo prolongado.

## **Feria Expotextil**

La XII Feria Internacional de Proveedores de la Industria Textil y Confecciones se considera el evento más importante realizado en el Perú. Es un escenario donde se presentan los proveedores con las mejores ofertas a cadenas textiles y confecciones, destacando el implemento de máquinas y equipos tecnológicos que aceleran el proceso de conversión de materias primas, telas e insumos orgánicos.

La feria internacional Expotextil se realiza por 4 días hábiles, donde se exhiben 250 expositores de la industria textil con más 26 mil visitantes provenientes de diferentes países. Sin contar, sus aliados estratégicos que contribuyen en la realización de ferias internacionales como Perú top, Xalca Perú y Aktiva.

## **Feria Perú Moda**

Perú Moda es una feria internacional peruana que promueve la industria textil en búsqueda de alianzas entre empresas. Perú Moda es la vitrina más grande de la industria peruana de moda, puesto que promueve la relación directa entre las principales compañías importadoras frente a las empresas de la industria de confecciones.

Su posicionamiento como feria o evento internacional presenta las posibilidades de pactar un acuerdo conociendo las oportunidades que ofrece la producción nacional.

### **1.3.2 Exportación**

#### **Teoría del Comercio internacional**

En profundización sobre esta teoría, Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013), “El medio más común que contribuye para que las compañías expandan sus actividades internacionales es la exportación. Las empresas introducen la exportación en toda su actividad comercial incrementando sus ingresos de ventas [...]”. (p. 82).

Haciendo referencia al concepto de importación, Daniels, Radebaugh y Sullivan sostienen:

Las organizaciones empresariales obtienen beneficios de la exportación como una vía habitual que benefician un extenso proceso de internacionalización. Por ello, las organizaciones empresariales comienzan sus actividades exportadoras para generar diversas sedes como fin de venta [...] (2013, p. 716).

### 1.3.2.1 Producción

El volumen de producción de la industria textil ha tenido un receso en los últimos 4 años. El sector manufactura ha incrementado su producción en un 5.1%, un porcentaje bastante favorable que se espera ayude a elevar los ingresos de este sector al mercado peruano.

Cuando la oferta de producto a las demandas locales logra adaptarse, la empresa expande el valor del producto en el mercado nacional. La producción es una actividad dirigida a la fabricación, elaboración de bienes u obtención de servicios. En tanto el proceso de producción requiere factores variados que pueden segmentarse en tres grupos: la tierra, el capital y el trabajo. La producción es la capacidad de la empresa para reducir costos con la idea de satisfacer las necesidades del mercado potencial (Hill, 2014, p. 409).

**TABLA 3.** *Porcentaje de producción de las empresas exportadoras*

<b>EMPRESAS EXPORTADORAS</b>	<b>% Var 2017 - 2016</b>	<b>% Part. 2017</b>
Topy Top S A	31%	21%
Cotton Knit S.A.C.	5%	14%
Hilandería de algodón peruano S.A.	51%	14%
Textiles Camones S.A.	-16%	9%
Textil Only Star S.A.C.	11%	9%
Devanlay Peru S.A.C.	-14%	4%
Industria Textil del Pacífico S.A.	-27%	3%
Confecciones Textimax S A	-53%	3%
Lives S.A.C	-47%	2%

Fuente: SUNAT

Elaboración propia

En la tabla 3, se expone la participación potencial de las principales empresas exportadoras del Perú con la partida 6109.10.00.39 conocido como T-shirt y camisetas de fibra de algodón. Estas empresas tienen como clientes grandes marcas con valores exportables de altos ingresos. La empresa más grande de exportación de camisetas de algodón es Topy top S.A. con un total del 21% de participación en el año 2017; y 31% en valor de exportación entre los años 2016 – 2017.

### **1.3.2.1.1 Cadena productiva**

Para definir este indicador Parkin y Loría nos expresan:

La calidad de un producto se define bajo los atributos físicos que lo distinguen de otros productos. La calidad incluye la confiabilidad, el servicio y diseño proporcionado al comprador logrando facilitar el acceso del comprador hacia el producto. Por ello, la calidad se mide en una escala de rangos que van de alta a baja. (2015, p. 324).

Según Orozco, J. (2015), “Es importante dentro de la cadena productiva, el nivel de calidad del producto que debe tener características atractivas respecto a materias primas cumplimiento las tolerancias y especificaciones del mercado”. (p.126).

### **1.3.2.1.2 Tecnología**

La tecnología se desarrolla como una actividad de valor que convierte una empresa más eficiente frente a sus competidores, obteniendo mayor ventaja competitividad frente al mercado bajo la toma de decisiones independientes.

Según Fonseca, R. (2015). La competitividad relacionada a la tecnología procede un producto como ventaja competitiva en un mercado; o mejor aún, cuando crean un mercado propio, de la invención de máquinas y herramientas precisas a gran capacidad y calidad, mejorando el producto o tributo completo, marcando la diferencia en relación a las herramientas o máquinas de los competidores (p.354).

### **1.3.2.2 Medios de transporte**

Los medios de transporte desarrollan un sistema organizacional y tecnológico con la idea de trasladar mercancías de un lugar a otro balanceando un desfase espacial o temporal entre la unidad de oferta y demanda transportada o trasladada hacia un punto fijo. Las funciones del transporte establece un espacio aéreo controlado, red de autopistas y reglas viales que esquivan accidentes o conflictos (Ruíz, 2017, p.125)

#### **1.3.2.2.1 Marítimo**

Según Maubert, “El comprador o vendedor necesita emplear el medio de transporte marítimo para determinar la línea que presta el servicio, busca un agente consignatario responsable de la agencia naviera, equilibrando los intereses como función” (2013, p.72).

Existen dos modalidades, el fletamento por tiempo que consiste en contratar el buque por un tiempo determinado donde el transportista asume la responsabilidad en la carga y descarga del viaje; y el fletamento por viaje que contrata un buque en uno o varios viajes donde el transportista asume la responsabilidad.

El conocimiento de embarque (Ocean Bill of lading) es el documento de un contrato de transporte marítimo cuya función estipula las condiciones de prestación de servicios.

Los datos que debe contener la guía marítima, es lo siguiente:

- Nombre del embarcador
- Nombre y dirección del consignatario
- Puerto de carga y descarga
- Matrícula y nombre del barco
- Cantidad, marcas, medidas y peso de la mercancía
- Valor del flete, pagado en el puerto destino
- Condición y estado de la mercancía
- Fecha de emisión
- Mencionar la mercancía ubicada a bordo del barco
- Número de documentos copias y originales
- Descripción de las mercancías

Los servicios regulares: Estos servicios se definen como prestadores de líneas regulares de navegación, más conocido como características que orienta la operación bajo rutas e itinerarios fijos, lo cual establece significativamente las fechas tanto de salida como de llegada, aceptando embarques de menor escala transportando carga general como carga heterogénea especial. (Maubert, 2013, p.71).

#### **1.3.2.2.2 Aéreo**

La guía aérea, también llamada Air Way Bill of Lading, es un contrato entre el embarcador y la línea aérea en donde se especifican las obligaciones de la compañía y recepción de mercancías.

Según Maubert, C. (2013) la tarifa aérea es el monto que el transportista cobra por el traslado de la unidad de mercancías. Las tarifas internacionales aéreas son únicamente en dólares estadounidenses; además, dependiendo de la información proporcionada por el embarcador en su lista de empaque, la base tarifaria es el kilogramo o la libra. (p.81).

Los datos que debe contener la guía aérea por lo general:

- Nombre del embarcador
- Nombre y dirección del consignatario
- Punto de carga y descarga
- Marcas, cantidad, peso y medidas de la mercancía
- Valor pagado o no del flete
- Fecha de emisión
- Número emitidos de documentos originales y copias
- Descripciones de las mercancías.

### 1.3.2.3 Oferta y demanda exportable

Según Michael Porter (como se citó en Orozco, 2015, p. 296):

La integración vertical garantiza a la compañía recibirá los suministros disponibles en épocas de poca demanda. La oferta del bien o servicio es la cantidad que el vendedor dispone a la venta, y la demanda de un bien o servicio es la cantidad que la gente desea adquirir; su interacción fija los precios y las cantidades de bienes y servicios que se van a producir. La integración garantiza que la demanda de la unidad hacia abajo se encuentre en condiciones de absorber la producción de la unidad hacia arriba.

#### 1.3.2.3.1 Valor de exportación

El Valor en Aduana de Exportación será aplicado en relación a la operación de comercio exterior definida, siempre dispuesto a cumplir las condiciones óptimas establecidas por los países importadores.

Según el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idexcam) de la Cámara de Comercio de Lima observó que el sector textil alcanzó el máximo valor exportado, con un total general de US\$1.272 millones y con un volumen exportado de 85.000 toneladas.

**TABLA 4.** *Evolución de las exportaciones textiles peruanas*

<b>VALOR DE EXPORTACIONES</b>	<b>VALOR MILLONES US\$</b>	<b>PESO NETO MILES TON.</b>
2015	1.001	77
2016	1.196	79
2017	1.272	85
2018- Abril	203	12

Fuente: Idexcam  
Elaboración propia

En la tabla 4 se observa los indicadores de exportadores textiles que han venido sosteniendo una situación difícil. Sin embargo, se identificó productos como exportaciones de polos y camisas con un crecimiento moderado en Estados Unidos.

### **1.3.2.3.2 Precio de exportación**

Según MINCETUR (2016), “El precio se define como el valor realmente pagado o por pagar por el producto considerado vendido para su exportación”.

Determinar el precio de exportación, analizando dos variables: primero una situación contractual del mercado, segundo los diversos costos de producción bajo comercialización. Algunas empresas que desean exportar suponen que para fijar su precio basta con calcular la comercialización y costos de producción. (Maubert, 2013, p.121).

### **Método Pricing**

Según Kent Monroe “el método pricing es como la ciencia en fusión al arte analizando la actitud de los clientes dispuestos a pagar por cualquier producto” (2016, p. 25).

- Precio competitivo: La empresa determina su ventaja para ofrecer el precio más accesible, de acuerdo a los fijos precios establecidos por la competencia.
- Precio por penetración: Ofrecen los precios más bajos para ir aumentando. Si bien atrae nuevos clientes también corre el riesgo de incrementar el producto.
- Skimming pricing: Se coloca como un precio elevado en comparación a nuestros competidores, ofrece ganancias elevadas influenciadas por el producto innovador.

### **Fondo Garantía Empresarial**

El Decreto de Urgencia N° 024-2009 creó el Fondo de Garantía Empresarial - FOGEM para garantizar los créditos del Sistema Financiero Nacional otorgadas a las micro y pequeña empresa productiva de comercio dentro de las cadenas de exportación no tradicional garantizando su viabilidad con pólizas de seguros.

El Fondo de Garantía Empresarial garantiza los Préstamos que las IFIS otorguen a los Prestatarios Elegibles, en las condiciones y modo que se establecen en el presente Reglamento Operativo. Además, que orienta a los empresarios a tener una idea de cómo trabajar la administración de su empresa con el tipo de cambio del país remitido.

### 1.3.2.3.3 Volumen de exportación

El Banco Central de Reserva del Perú (2016) sustenta que el volumen de exportación es el valor de las exportaciones expresadas en una medida física, por ejemplo, toneladas. El comercio exterior peruano aumentó en noviembre del 2017 en un 17,4%.

**TABLA 5.** *Volumen de exportación en toneladas de camisetas de algodón*

T-shirts y camisetas, punto de algodón	Perú exporta hacia Estados Unidos de América					
	Cantidad en 2015	Unidad	Cantidad en 2016	Unidad	Cantidad en 2017	Unidad
	5.719	Toneladas	6.838	Toneladas	7.178	Toneladas
	Estados Unidos importa desde el mundo					
	Cantidad en 2015	Unidad	Cantidad en 2016	Unidad	Cantidad en 2017	Unidad
	497.948	Toneladas	513.311	Toneladas	497.991	Toneladas
	Perú exporta hacia el mundo					
Cantidad en 2015	Unidad	Cantidad en 2016	Unidad	Cantidad en 2017	Unidad	
8.383	Toneladas	9.084	Toneladas	9.712	Toneladas	

Fuente: Trademap  
Elaboración propia

En la tabla 5 se observa los volúmenes de exportación en toneladas con respecto a los t-shirts y camisetas de algodón para hombre y mujeres. Perú exportó a Estados Unidos como máximo ingreso el 2017 un total de 7.178 mil toneladas, y como bajo ingreso de toneladas fue en el año 2015 con 5.719 mil toneladas.

Finalmente, se aprecia que el mercado peruano ha exportado a todo el mundo en el año 2015 un total de 8.383 mil toneladas, una participación accesible. En el año 2016 obtuvo 9.084 mil toneladas de camisetas y t-shirts de algodón incrementando su participación en el comercio exterior y en el año 2017 se obtuvo 9.712 mil toneladas de exportaciones a nivel mundial.

## **1.4 Formulación del Problema**

### **1.4.1 Problema General**

¿Existe relación entre la ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017?

### **1.4.2 Problemas Específicos**

- ¿Existe relación entre la especialización en la industria y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017?
- ¿Existe relación entre las necesidades del mercado y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017?
- ¿Existe relación entre las oportunidades comerciales y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017?

## **1.5 Justificación del estudio**

### **1.5.1 Justificación Científica**

La consideración científica de este trabajo analiza la importancia de las variables: Ventaja competitiva y la exportación, brindando información que se ha trabajado con libros y tesis en base a la teoría de Michael Porter, y la teoría de Daniels, Radebaugh & Sullivan, logrando en un futuro ser tomado como referencia para estudiantes.

### **1.5.2 Justificación Comercial**

La significación comercial de la presente investigación sirve para que las empresas exportadoras del sector textil tengan una dirección precisa, empleando un servicio eficiente con productos de calidad obteniendo la atención de los consumidores con el fin incrementando las ventas empleando ventajas que interesen a los empresarios brindando información a los mercados dentro de la industria textil problemática.

### **1.5.3 Justificación Social**

La importancia social del trabajo realizado sirve para que las empresas exportadoras tengan conocimiento de cómo emplear las ventajas competitivas correctas en el rubro textil; es decir, que al emplear las correctas ventajas se logrará llegar al objetivo que es obtener rentabilidad a largo plazo hacia un enfoque productivo y rentable.

## **1.6 Hipótesis**

### **1.6.1 Hipótesis General**

Existe relación positiva y directa entre la ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.

### **1.6.2 Hipótesis Específicas**

- Existe relación positiva y directa entre la especialización en la industria y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.
- Existe relación positiva y directa entre las necesidades del mercado y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.
- Existe relación positiva y directa entre las oportunidades comerciales y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo General**

Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.

### **1.7.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la relación que existe entre la especialización en la industria y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.
- Determinar la relación que existe entre las necesidades del mercado y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.
- Determinar la relación que existe entre las oportunidades comerciales y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.

## **II. MÉTODO**

## **2.1 Diseño de investigación**

Según Hernández, Fernández y Baptista: “El Diseño es una estrategia que se desarrolla con la finalidad de obtener información que requiere una investigación” (2014, p. 120).

### **2.1.1 Tipo y nivel de conocimiento**

#### **Investigación Descriptiva**

“Buscar especificar características, rasgos importantes y propiedades de cualquier fenómeno analizado. Describe las distintas tendencias de una población” (Hernández et al., 2014, p. 80).

La investigación es descriptiva porque busca sustentar bajo teorías relevantes planteadas por otros autores, si existe alguna relación entre las variables investigadas.

### **2.1.2 Tipo de diseño metodológico**

#### **No experimental**

Según Hernández, Fernández y Baptista opinan lo siguiente:

[...] se relacionan los estudios sin la manipulación deliberada de variables realizando una exuberante observación de los fenómenos en su ambiente natural. Es decir, no existe la intención de modificar o cambiar de forma intencional las variables independientes para observar su consecuencia sobre otras variables [...] (2014, p. 149).

La investigación realizada es no experimental dado que el investigador no manipula en ningún momento las variables propuestas, solo se dedica a observar cómo se desarrollan en su ambiente natural, que en este caso son las empresas exportadoras de camisetas.

#### **Diseño Correlacional**

Para Hernández, Fernández y Baptista manifiestan:

[...] la finalidad del diseño correlacional reconoce la relación directa o grado de asociación o relación existente entre más conceptos, categorías o variables describiendo la relación existente entre un contexto en particular que asocia las variables mediante un patrón predecible para un grupo o población específico [...] (2014, p. 81).

La investigación emplea un diseño correlacional que tiene como objetivo principal demostrar si existe un posible nexo entre las variables estudiadas, ventaja competitiva y exportación.

## **Corte longitudinal**

En relación al diseño de corte longitudinal realizada, Hernández, Fernández y Baptista aportando el siguiente criterio:

[...] el corte con un estudio longitudinal tiene como propósito describir en que consiste cada variable de la investigación a estudiar recolectando, estudiando y evaluando a las mismas personas que participaron en la recolección de datos por un período prolongado de tiempo con información ya encontrada. (2014, p. 121).

El trabajo de investigación realizado se maneja con un diseño de corte longitudinal que busca reunir los datos necesarios sobre las variables del estudio en un tiempo prolongado, en nuestro caso del año 2015 al 2017.

## **Método hipotético – deductivo**

La idea de emplear el método hipotético – deductivo sobre la investigación nos dice lo siguiente: “La hipótesis aceptable o admisible forma parte de consecuencias bajo argumentos e inferencias de un grupo de datos empíricos en relación a diversas leyes generales” (Sánchez y Reyes, 2015, p.59).

Nuestra investigación utiliza el método hipotético – deductivo con el fin de analizar y comprender si se cumplen las hipótesis aceptando los argumentos o teorías de las variables estudiadas, demostrando una posible relación admisible.

## **Enfoque cuantitativo**

El enfoque de la presenta investigación: “La recolección de datos se utiliza para probar la hipótesis, basados en la medición numérica con análisis estadístico, estableciendo patrones de comportamiento y probando teorías” (Hernández et al., 2014, p.14).

La presente investigación desarrollo un enfoque cuantitativo, puesto que se recolectará información para determinar la posible relación entre las variables, probando la hipótesis a través de una base numérica agregando con análisis estadístico que explique el enfoque de la investigación.

## 2.2 Variables, Operacionalización

Ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.

**TABLA 6.** Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE VALORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
VENTAJA COMPETITIVA	Porter sostiene lo siguiente: La ventaja competitiva nace fundamentalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, que exceda el costo de esa empresa por crearlo. (2015, p. 63).	La presente investigación realizará una guía de observaciones donde se evaluará y medirá las tres dimensiones, con siete indicadores, a la vez contiene 12 ítems, a través de éstos se recogerá la información mediante una encuesta y un cuestionario en escala Likert.	Especialización en la industria	Recepción de insumos	01, 02,	Ordinal	Encuesta	Cuestionario
				Proveedores	03,			
			Necesidades del mercado	Producto a exportar	04, 05,			
				Mercado meta	06, 07,			
				Rivalidad de competidores	08,			
			Oportunidades Comerciales	Tratado de Libre Comercio	09, 10,			
Regulaciones a nivel internacional	11, 12,							
EXPORTACIÓN	Daniels, Radebaugh y Sullivan sostienen: La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas (2013, p. 714).	La presente investigación se estructura mediante tres dimensiones, con siete indicadores, a su vez implica 12 ítems, a través de los cuales se recogerá la información mediante una encuesta y un cuestionario en escala Likert.	Producción	Cadena productiva	13, 14,	Ordinal	Encuesta	Cuestionario
				Tecnología	15, 16,			
			Medios de Transporte	Marítimo	17, 18,			
				Aéreo	19, 20,			
			Oferta y demanda Exportable	Valor de exportación	21,			
				Precio de exportación	22, 23,			
Volumen de exportación	24							

Fuente: Elaboración propia

## 2.3 Población y Muestra

### 2.3.1 Población

“La población engloba un grupo general de todos los casos explayados con determinados especificaciones”. (Hernández et al., 2014, p.174).

**TABLA 7.** *Empresas exportadoras de camisetas de algodón en La Victoria*

N°	EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAMISETAS DE ALGODÓN	
1	20600439457	Aecg export S.A.C.
2	20601778000	Aksar S.A.C.
3	20544286260	Confecciones farymoda E.I.R.L.
4	20543162672	Marcaben export import
5	20536679961	Coorporacion JPL SAC
6	20517950832	Corporacion & nibbana S.A.C.
7	20523768400	Corporacion & D'nina SAC
8	20557900781	Corporacion stealth S.A.C.
9	20601172896	Cotexblue S.A.C.
10	20601426626	Daysuki S.A.C.
11	20602492711	Export H&L S.A.C.
12	20600745434	Exportadores J & P S.A.C.
13	20601892490	Export luwytex S.A.C.
14	20522150569	Fina colors E.I.R.L.
15	20601063469	Grupo mijin S.A.C.
16	20602520031	Kalyani S.A.C.
17	20543162672	Marcaben export import S .A.C.
18	20518143124	Peruvian textil A & C S.R.L.
19	20600655681	Textiles izumi S.A.C
20	20549514180	Tayta cotton corporacion S.A.C.

Fuente: Sunat

Elaboración propia

En la tabla 7 de la investigación se identifica una población conformada por 40 individuos de las empresas exportadoras de camisetas de algodón ubicadas en el distrito de La Victoria, en las cuales se va a encuestar a dos personas por empresa del área de comercio exterior o áreas relacionadas al tema, obteniendo como población a 40 personas para esta investigación.

### 2.3.2 Muestra

En relación al tema de investigación, la muestra se define como: “Un subgrupo de la población con interés recolectando datos representando con precisión, una característica población” (Hernández et al., 2014, p. 173).

El tamaño de la muestra de la investigación se toma en cuenta el resultado que arroja la fórmula para poblaciones finita en el cual, da como resultado a 36. Eso quiere decir que son 18 empresas peruanas exportadoras de camisetas de algodón hacia Estados Unidos ubicado en La Victoria, a quiénes se encuesta para esta investigación, según el área de comercio exterior y áreas relacionadas.

La investigación tiene una población finita aplicando la fórmula de muestra que se va a utilizar:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{E^2 (N - 1) + (Z^2 \times p \times q)}$$

Figura 1. Fórmula para el cálculo de muestra

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Valor asociado al nivel de confianza

E= Error de la estimación

N = Tamaño de la población

p = Proporción de éxito

q = 1 – p

\*Cuando no se conoce **p**, se considera como 0.50

$$n = \frac{40 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2(40 - 1) + (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{40 \times 3.8416 \times 0.25}{0.0025(39) + (3.8416 \times 0.25)}$$

$$n = \frac{38.416}{0.098 + 0.9604}$$

$$n = \frac{38.416}{1.0579}$$

$$n = 36$$

Figura 2. Cálculo de la muestra

**TABLA 8.** Empresas exportadoras del distrito de La Victoria.

N°	EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAMISETAS DE ALGODÓN	
1	20600439457	Aecg export S.A.C
2	20601778000	Aksar S.A.C.
3	20544286260	Confecciones farymoda E.I.R.L.
4	20543162672	Marcaben export import
5	20536679961	Coorporacion JPL SAC
6	20517950832	Corporacion D & L Nibbana S.A.C.
7	20523768400	Corporacion R & G D'nina SAC
8	20557900781	Corporacion stealth S.A.C.
9	20601172896	Cotexblue S.A.C.
10	20601426626	Daysuki S.A.C.
11	20602492711	Export H&L S.A.C.
12	20600745434	Exportadores J & P S.A.C.
13	20601063469	Grupo mijin S.A.C.
14	20602520031	Kalyani S.A.C.
15	20543162672	Marcaben export import S.A.C.
16	20518143124	Peruvian textil A & C S.R.L.
17	20600655681	Textiles izumi S.A.C
18	20549514180	Tayta cotton corporacion S.A.C.

Fuente: Sunat

Elaboración propia

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

### **2.4.1 Técnica**

El presente estudio de investigación recolecta la información de las variables: Ventaja competitiva y la exportación, donde se utilizó la técnica de la encuesta, que permite recaudar la información general de un grupo de personas con diferentes puntos de observación.

“Los procedimientos y herramientas son técnicas de investigación que logran recolectar los datos e información más relevantes. La observación y encuesta son importantes instrumentos respectivos” (Ñaupas, et al., 2014, p.172).

### **2.4.2 Instrumento**

El instrumento permitirá evaluar las variables a través de un cuestionario de evaluación sobre la ventaja competitiva, dicho instrumento se encuentra constituido por 12 ítems y para evaluar la exportación tiene una escala de estimación de 12 ítems que fue tomado en ambos casos por las empresas peruanas exportadoras de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017. **(Ver Anexo N° 1)**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “El recurso habitual que utiliza el investigador es el instrumento de medición con la idea de registrar información sobre las variables con datos que tiene en mente” (p.200).

“Un cuestionario tal vez sea el instrumento más utilizado para recolectar los datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Hernández et al., 2014, p.217).

### **2.4.3 Validez**

“El objetivo de un instrumento se basa en el grado admisible o permeable a la influencia de los sesgos y tendencias que administran, califican e interpretan los investigadores” (Hernández et al., 2014, p. 207).

“La validez explica una jerarquía en el grado de un instrumento cualquiera efectivamente midiendo la variable que se busca medir para obtener los resultados requeridos” (Hernández et al., 2014, p.201).

El cuestionario empleado en el desarrollo de nuestra investigación antes de ser aplicado es analizado de manera profunda, tras diversos criterios que cada uno de los tres expertos especializados en la carrera de Negocios Internacionales logren aprobar brindando observaciones sobre las variables, los cuales mencionaremos a continuación:

- Dr. Julio Samuel Zárate Suárez
- Mg. Roque Juan Espinoza Casco
- Mg. Vladimir Eloy Villanueva Orbegoso

Los formatos presentados para cada una de las validaciones por juicio de experto serán presentados más adelante. **(Ver Anexo N° 2)**

#### 2.4.4 Confiabilidad

“El escalamiento Likert es un conjunto de ítems que representa en formas un conjunto de afirmaciones para medir la consecuencia del sujeto en tres o siete categorías” (Hernández et al., 2014, p.245).

La confiabilidad se ha realizado utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach en el instrumento, siendo este mayor a 0,7 para que sea aceptable, debido a que el instrumento se plantea bajo un cuestionario con opciones regidas bajo la escala del Tipo Likert.

**TABLA 9.** Interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach

RESULTADOS	NIVEL DE CONFIABILIDAD
Coeficiente alfa > 0.9	Es excelente
Coeficiente alfa > 0.8	Es bueno
Coeficiente alfa > 0.7	Es aceptable
Coeficiente alfa > 0.6	Es cuestionable
Coeficiente alfa > 0.5	Es pobre
Coeficiente alfa < 0.5	Es inaceptable

Fuente: Elaboración propia.

Para obtener la respuesta del Alfa de Cronbach, aplicamos la prueba sobre 36 personas del área de comercio exterior, instrumentos rellenos del total de encuestas a realizar. Obteniendo estos resultados:

**TABLA 10.** *Resumen de procedimientos de casos*

		N	%
Casos	Válido	36	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	36	100,0

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

Elaboración propia

**TABLA 11.** *Resultados de fiabilidad del Alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,791	24

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

Elaboración propia

En función de los resultados observados en la tabla 11, se aprecia que nuestro instrumento utilizado ha obtenido por el **Alfa de Cronbach** un 0.791 esto quiere decir que los resultados tienen una confiabilidad aceptable, es por ello que se puede decir que las 24 preguntas encuestadas a 36 personas del área de comercio exterior son aceptables.

## 2.5 Método de análisis de datos

El análisis se basa en una cantidad de datos limitados tiene la idea de determinar la aceptabilidad o rechazo según los parámetros del programa SPSS Statistics versión 23.0 en relación a la Prueba de Normalidad.

**TABLA 12.** *Resultados de la prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Ventaja competitiva	,355	36	,000	,731	36	,000
Exportación	,465	36	,000	,540	36	,000

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

Elaboración propia

Al realizar la prueba de normalidad, se observa en la tabla 12 que la hipótesis estadística a utilizar es **Rho de Spearman** porque nuestra variables tienen un grado de significancia de 0,000 siendo menor que 0.05, indicando que es una prueba no paramétrica y cuantitativa, trabajando en base a la significancia del **Shapiro-Wilk**, ya que la muestra de la presente investigación es de 36 individuos, siendo menor que 50 individuos.

## **2.6 Aspectos éticos**

Los aspectos éticos son fundamentos que se trabajaron en relación con las empresas peruanas exportadoras a través de información recolectada elaborada con ética y total honestidad. La redacción de la investigación se realizó bajo el manual APA, respetando las citas de los autores, su autoría y las referencias bibliográficas como respeto a la propiedad intelectual.

# **III. RESULTADOS**

### 3.1 Tablas, Gráficas de frecuencia

**TABLA 13.** Sello verde de acreditación *Made in Green*

1. El algodón Pima como insumo cuenta con el sello verde de acreditación “Made in Green” creado por la Asociación de Investigación de la Industria Textil.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas veces	4	11,1	11,1	11,1
	Algunas veces	4	11,1	11,1	22,2
	Casi siempre	12	33,3	33,3	55,6
	Siempre	16	44,4	44,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

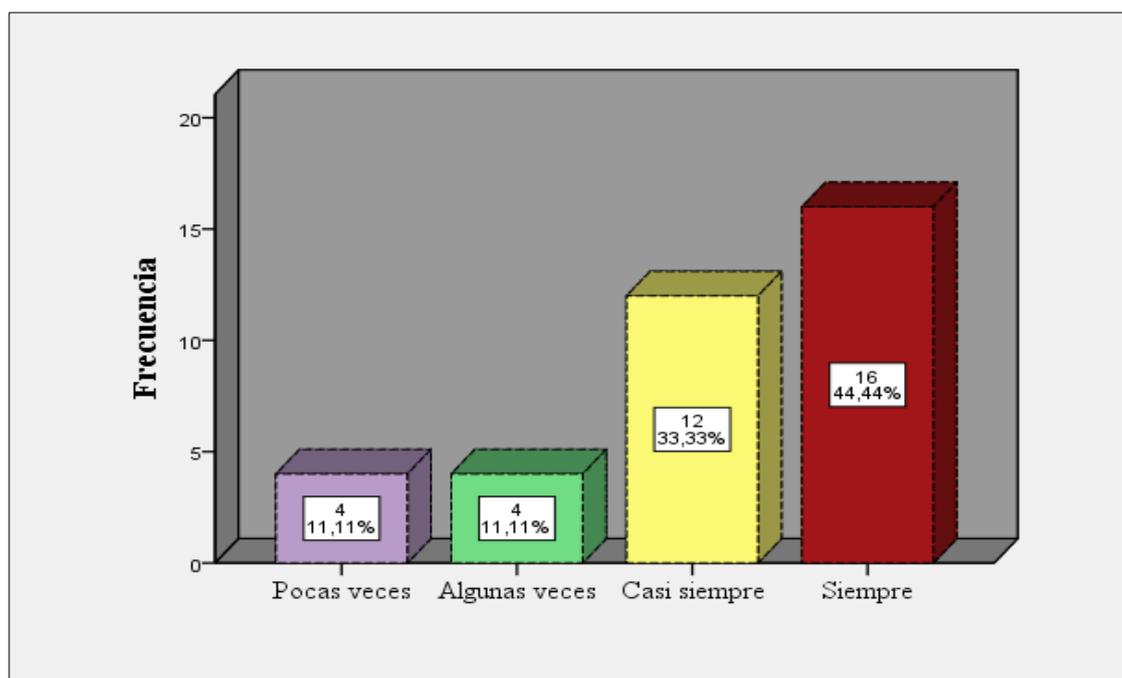


Figura 3. Sello verde de Acreditación *Made in Green*.

**Interpretación:** En la figura 3 se aprecia que un total de 16 personas del área de comercio exterior equivalente al 44.44% quienes respondieron que siempre cuentan con el sello verde de acreditación “Made in Green”, el 33.33% equivalente a 12 personas casi siempre cuentan con el sello, el 11.11% equivalente a 4 personas algunas veces cuentan con la acreditación “Made in Green”, y por último un 11.11% equivalente a 4 personas pocas veces cuentan con la acreditación porque lo consideran irrelevante para su exportación.

**TABLA 14.** Cumplimiento de la norma Textile Exchange

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	16	44,4	44,4	44,4
	Siempre	20	55,6	55,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistcs 23

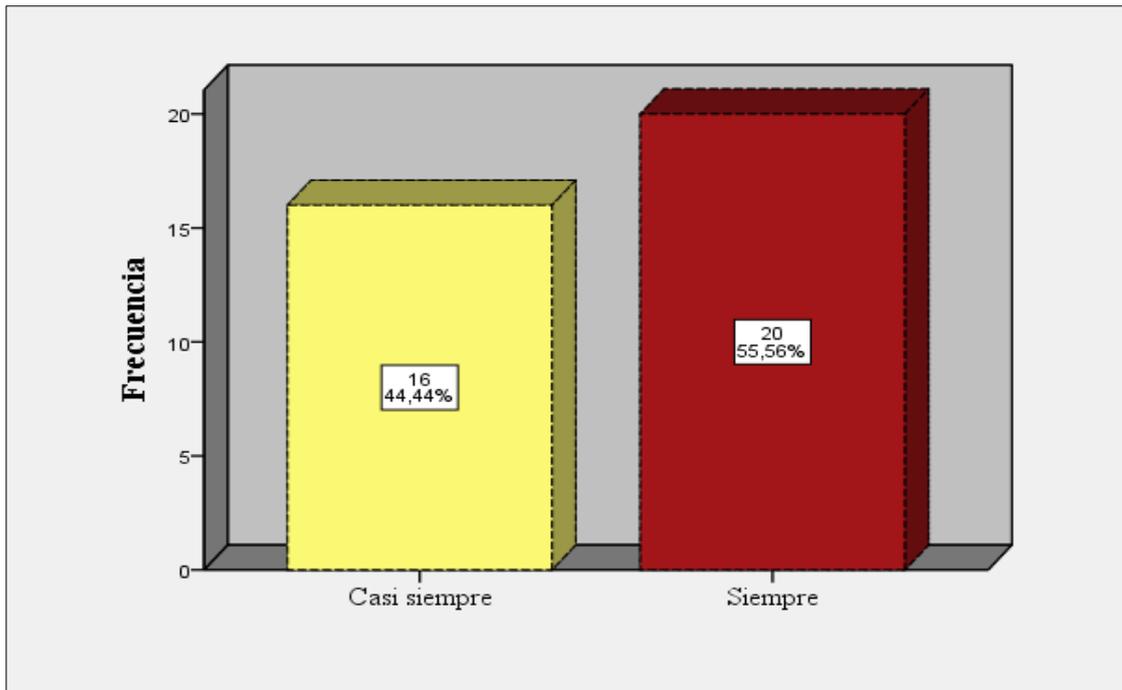


Figura 4. Cumplimiento de la norma Textile Exchange.

**Interpretación:** En la figura 4 se aprecia que un total de 20 personas encuestadas equivalente al 55.56% siempre cuentan con la norma Textile Exchange en la compra y selección de sus insumos hacia el mercado estadounidense. Además, un 44.44% equivalente a 16 personas respondieron que casi siempre aplican la norma Textile Exchange debido a la gran exigente del mercado americano con las empresas exportadoras de camisetas de algodón ante la aplicación de esta norma durante el proceso de compra y selección de insumos, debido a que asegura la viabilidad responsable del producto en la comercialización ante el mercado estadounidense.

**TABLA 15.** Políticas de calidad en la selección de insumos

3. Las políticas de calidad en la selección del insumo establecidas por los proveedores influyen de manera adecuada para el mercado americano.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	10	27,8	27,8	27,8
	Siempre	26	72,2	72,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

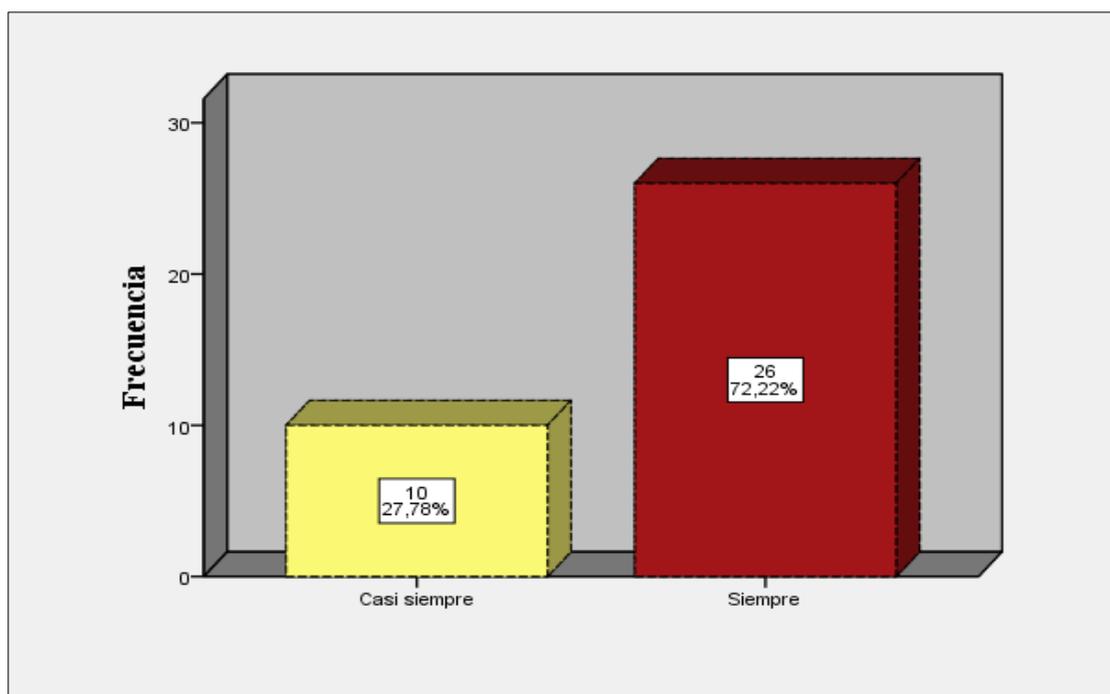


Figura 5. Políticas de calidad en la selección de insumos.

**Interpretación:** En la figura 5 se aprecia que un total de 26 personas encuestadas, del área de Comercio exterior, equivalente al 72.22% respondieron que siempre las políticas de calidad correctamente ejecutadas durante el proceso de selección del insumo influyen de manera positiva en el ingreso hacia el mercado de Estados Unidos, puesto que los proveedores son los encargados de determinar todos los requerimientos siendo de vital importancia elaborar especificaciones concretas para la obtención del insumo adecuado, y por último un 27.78% equivalente a 10 personas respondieron que casi siempre las políticas de calidad en la selección del insumo establecidas por los proveedores influyen de manera adecuada para el mercado americano.

**TABLA 16.** *Certificado Global Organic Textile Standard*

4. Las camisetas de algodón pima cuentan con el certificado Global Organic Textile Standard (GOTS).					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	36	100,0	100,0	100,0

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

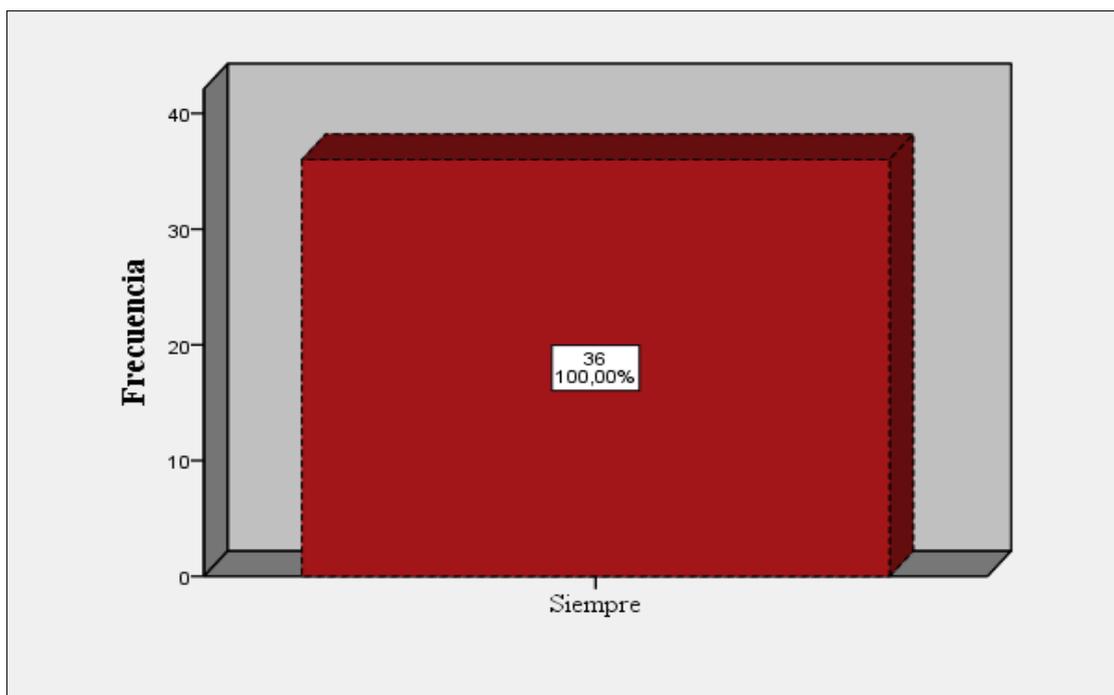


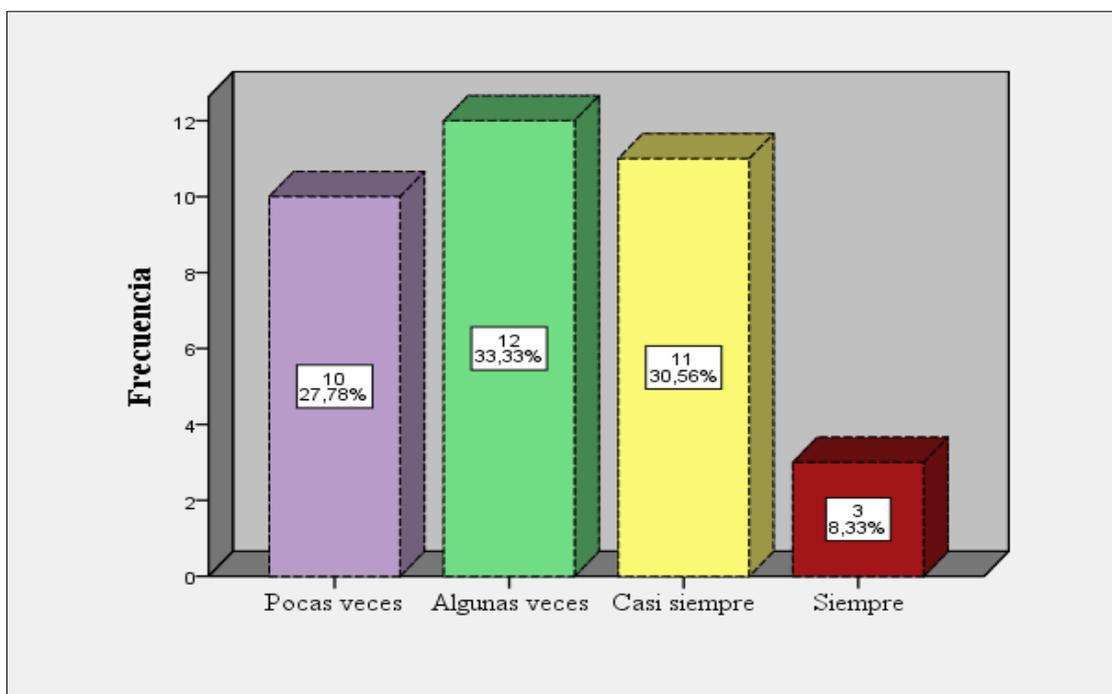
Figura 6. Certificado Global Organic Textile Standard

**Interpretación:** En la figura 6 se aprecia un total de 36 personas encuestadas equivalente al 100% de individuos quienes respondieron que siempre las camisetas de algodón pima cuentan con el certificado Global Organic Textile Standard debido a la gran exigencia del mercado americano sobre la industria textil. El certificado Global Organic Textile Standard es un requisito esencial en la actividad exportadora de camisetas de algodón. El mercado americano tiene como exigencia primordial que todas las exportaciones del sector textil deben contar con el certificado GOTS, porque dicho certificado valida el proceso de producción, verifica la calidad y responsabilidad social tanto del producto como de la empresa, confirmando que la empresa sea legal en la actividad exportadora de camisetas de algodón hacia el país destino.

**TABLA 17.** *Certificación White Cotton*

5. La certificación White Cotton garantiza la calidad del producto.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas veces	10	27,8	27,8	27,8
	Algunas veces	12	33,3	33,3	61,1
	Casi siempre	11	30,6	30,6	91,7
	Siempre	3	8,3	8,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23



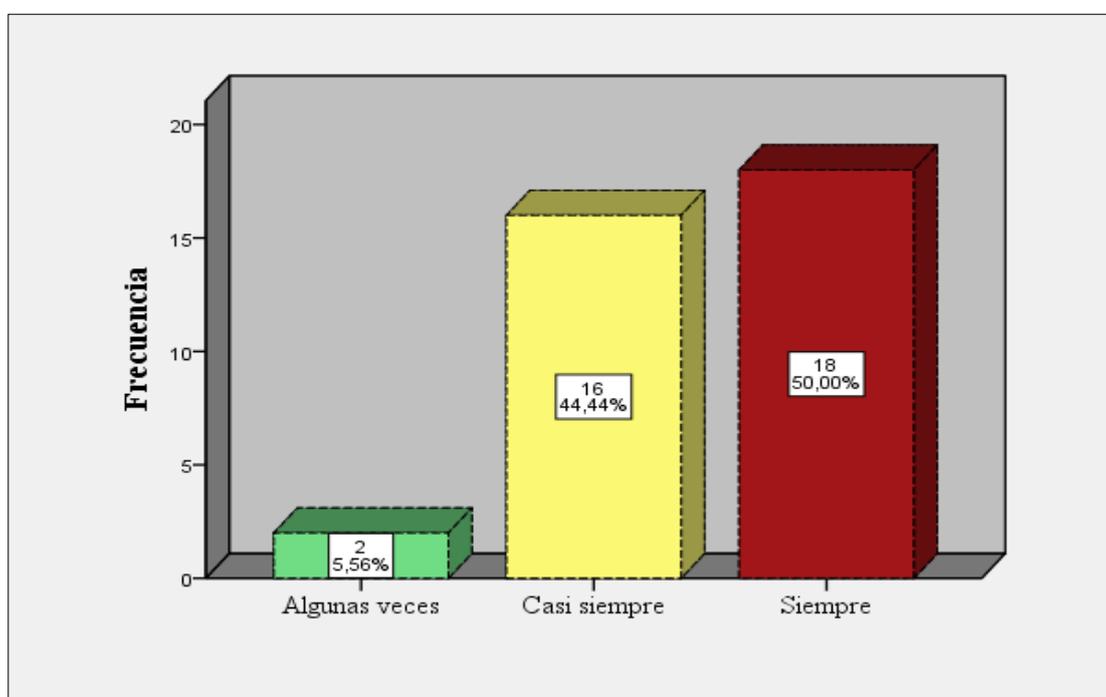
*Figura 7.* Certificado White Cotton

**Interpretación:** En la figura 7 se observa que un total de 3 personas encuestadas equivalente al 8.33% respondieron que siempre cuentan con la certificación White Cotton, el 30.56% equivalente a 11 personas respondieron que casi siempre cuentan con esta certificación, el 33.33% equivalente a 12 personas respondieron que casi siempre cuentan con la certificación White Cotton puesto que no muy exigente por el mercado estadounidense es opcional emplear esta certificación, y por ultimo solo el 27.78% equivalente a 10 personas comentan que pocas veces se encuentran interesados en aplicar dicha certificación, dado que la idea de emplear la certificación White Cotton en un futuro cercano ayuda a incrementar la demanda de camisetas de algodón.

**TABLA 18.** Exportadores de camisetas de algodón con diseño exclusivos

6. Los exportadores de camisetas de algodón pima ofrecen marcas con diseños exclusivos dirigidos a nichos de mercado en el mercado estadounidense.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	2	5,6	5,6	5,6
	Casi siempre	16	44,4	44,4	50,0
	Siempre	18	50,0	50,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23



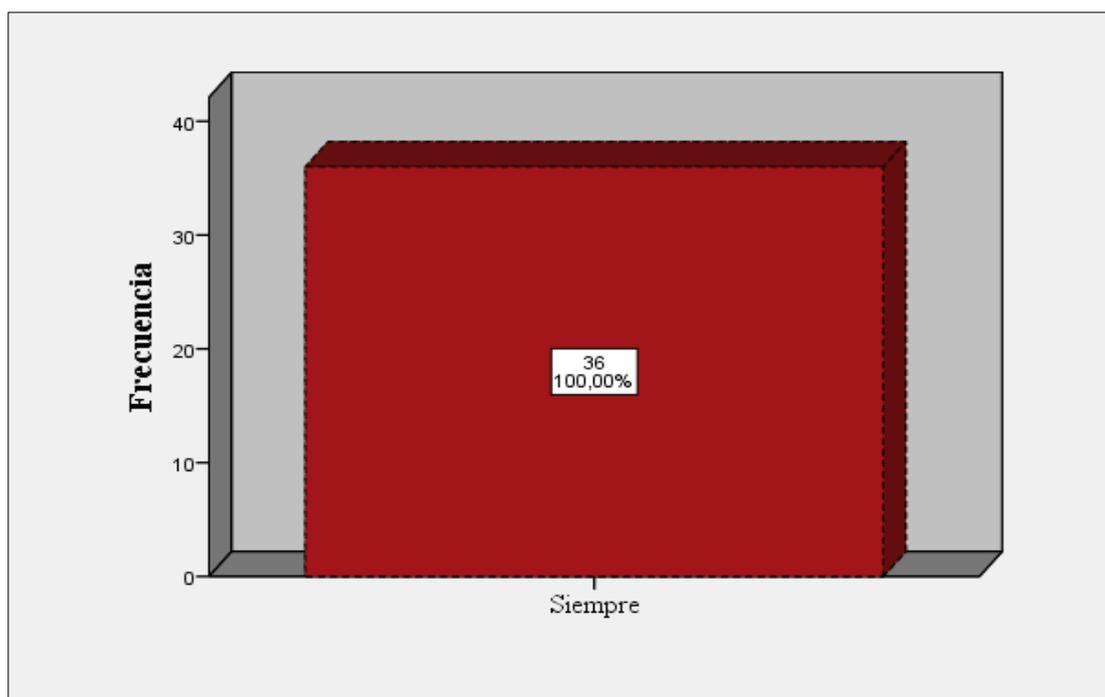
*Figura 8.* Exportadores de camisetas de algodón ofrecen marcas con diseño exclusivos.

**Interpretación:** En la figura 8 se observa que un total de 18 personas encuestadas equivalente al 50.00% respondieron que siempre los exportadores de camisetas de algodón pima con diseño exclusivos dirigidos a nichos de mercado en el mercado estadounidense, el 44.44% equivalente a 16 personas respondieron que casi siempre se ofrecen marcas de diseños exclusivos para estar al día con las necesidades del consumidor, y por último solo el 5.56% equivalente a 2 personas respondieron que algunas veces innovan en los diseños de camisetas de algodón para expandir las opciones que los consumidores logran observar.

**TABLA 19.** *Estándares de flamabilidad del tejido*

7. Las camisetas de algodón cumplen con los estándares de flamabilidad del tejido según la Asociación americana de químicos y coloristas textiles del mercado estadounidense elaborado por Promperú.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	36	100,0	100,0	100,0

Fuente: IBM SPSS Statistics 23



*Figura 9.* Estándares de flamabilidad del tejido.

**Interpretación:** En la figura 9 se observa que un total de 36 personas encuestadas equivalente al 100% respondieron que siempre las empresas exportadoras de camisetas de algodón deben cumplir con los estándares de flamabilidad del tejido según la asociación americana de químicos y coloristas textiles del mercado estadounidense elaborado por la Comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo, estos estándares sirven como garantía para asegurar que las camisetas de algodón no tengan ninguna procedencia peligrosa o no causen ningún inconveniente estableciendo la seguridad ante los consumidores americanos durante su uso, puesto que existe productos textiles arden fácilmente bajo la acción de una fuente de energía.

**TABLA 20.** Características del algodón Pima en el mercado estadounidense

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	2,8	2,8	2,8
	Casi siempre	15	41,7	41,7	44,4
	Siempre	20	55,6	55,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

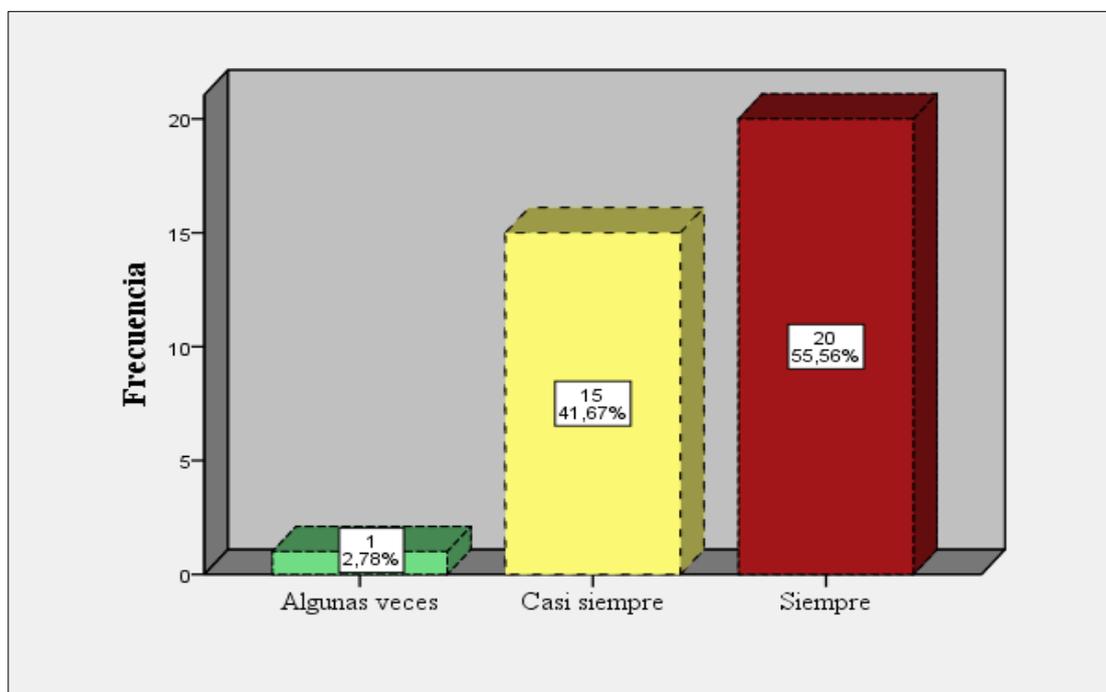


Figura 10. Características del algodón pima en el mercado estadounidense.

**Interpretación:** En la figura 10 se observa que un total de 20 personas equivalente a 55.56% respondieron que siempre las características del algodón pima tienen mayor demanda en el mercado estadounidense por la calidad de sus fibras textiles, el 41.67% equivalente a 15 personas declararon que casi siempre las características del algodón peruano resaltan en el mercado estadounidense, y por último solo el 2.78% equivalente a 1 persona declara que algunas veces resalta las características del algodón pima, puesto que declara que no solo depende de las características del producto, sino también del precio establecido frente a los competidores y la procedencia de producto.

**TABLA 21.** *Tratado de libre comercio facilita el ingreso del producto*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	3	8,3	8,3	8,3
	Casi siempre	18	50,0	50,0	58,3
	Siempre	15	41,7	41,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

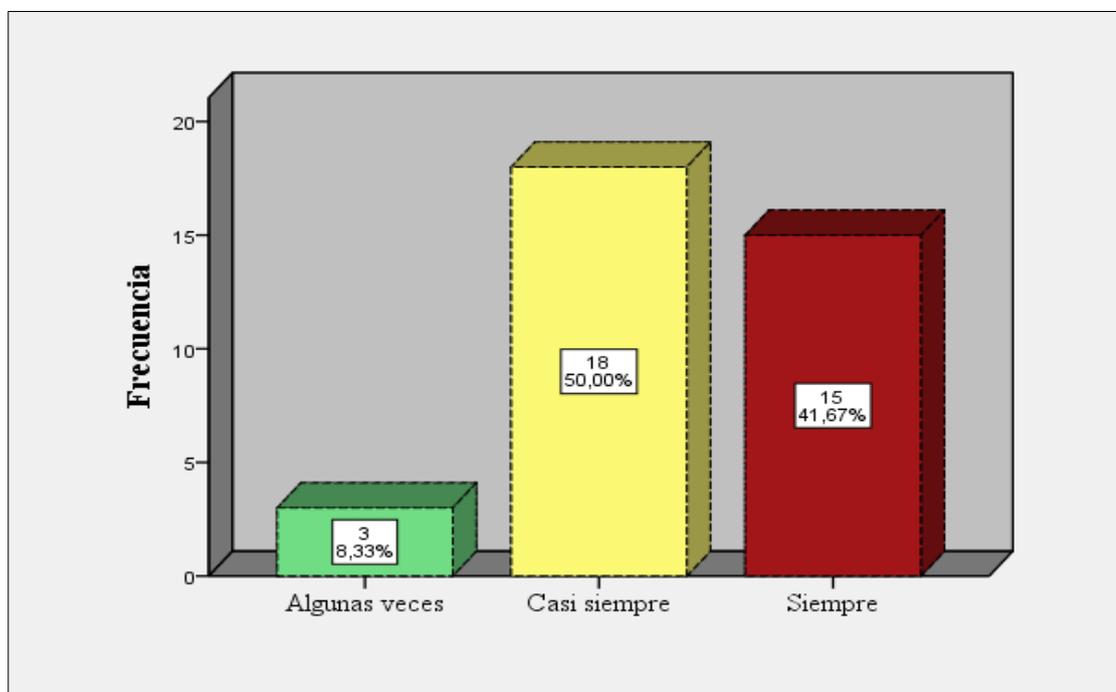


Figura 11. Tratado de libre comercio con Estados Unidos facilita el ingreso del producto.

**Interpretación:** En la figura 11 se observa que un total de 15 personas equivalente a 41.67% respondieron que siempre el tratado de libre comercio con Estados Unidos facilita el ingreso de las camisetas de algodón sin barreras arancelarias, el 50.00% equivalente a 18 personas declararon que casi siempre el tratado de libre comercio entre Perú - Estados Unidos beneficia al mercado peruano por las pocas restricciones que el mercado estadounidense emplea, y por último solo el 8.33% equivalente a 3 personas sustenta que algunas veces Estados Unidos facilita con el acuerdo firmado el ingreso de las camisetas de algodón pima hacia su mercado.

**TABLA 22.** Acuerdo comercial con Estados Unidos genera mayor empleo

10. Tener un acuerdo comercial con Estados Unidos genera mayor empleo en el sector textil de camisetas de algodón.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	16	44,4	44,4	44,4
	Siempre	20	55,6	55,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

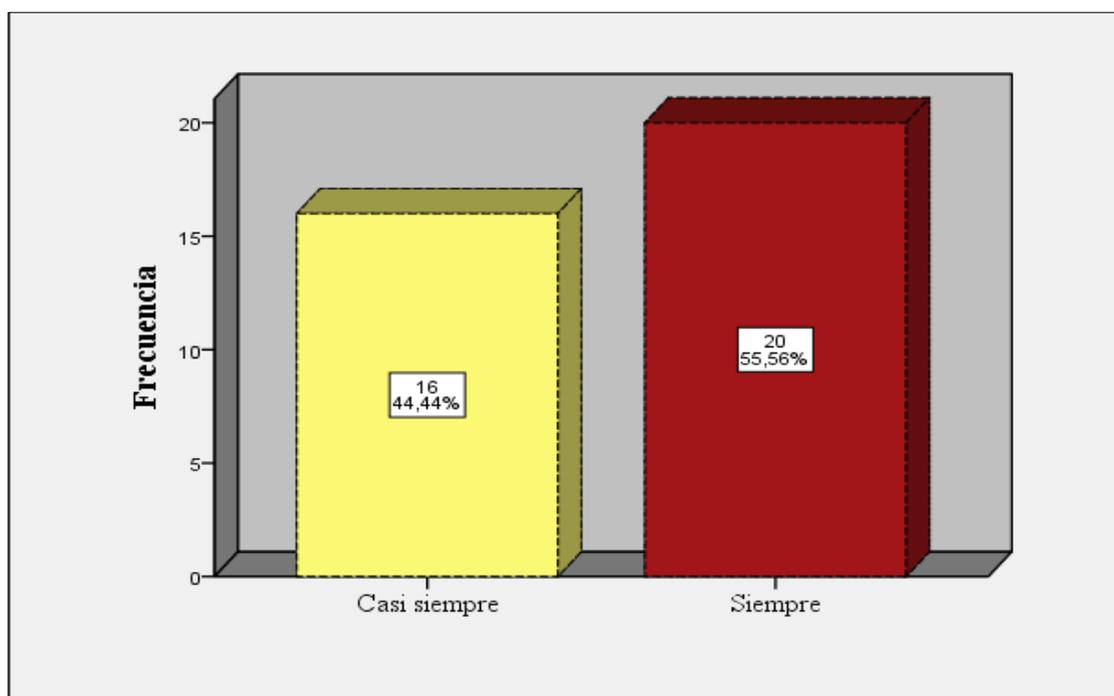


Figura 12. Acuerdo comercial con Estados Unidos genera mayor empleo.

**Interpretación:** En la figura 12 se observa que un total de 20 personas equivalente a 55.56% respondieron que siempre el acuerdo comercial entre Perú y Estados Unidos genera mayor empleo en el sector textil de camisetas de algodón con grandes cantidades de exportación hacia Estados Unidos y el personal laboral no es suficiente para abastecer la demanda, por ello siempre se necesita personal capacitado que logre ser eficiente durante el proceso de producción y exportación; por último solo el 44.44% equivalente a 16 personas declaran que casi siempre tener un acuerdo comercial con Estados Unidos genera mayor empleo en el sector textil de camisetas de algodón, siendo la industria textil uno de los sectores más productivos que incrementa nuevas oportunidades.

**TABLA 23.** Normas Textile Products Identification y Wool Products Labeling

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	10	27,8	27,8	27,8
	Casi siempre	15	41,7	41,7	69,4
	Siempre	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

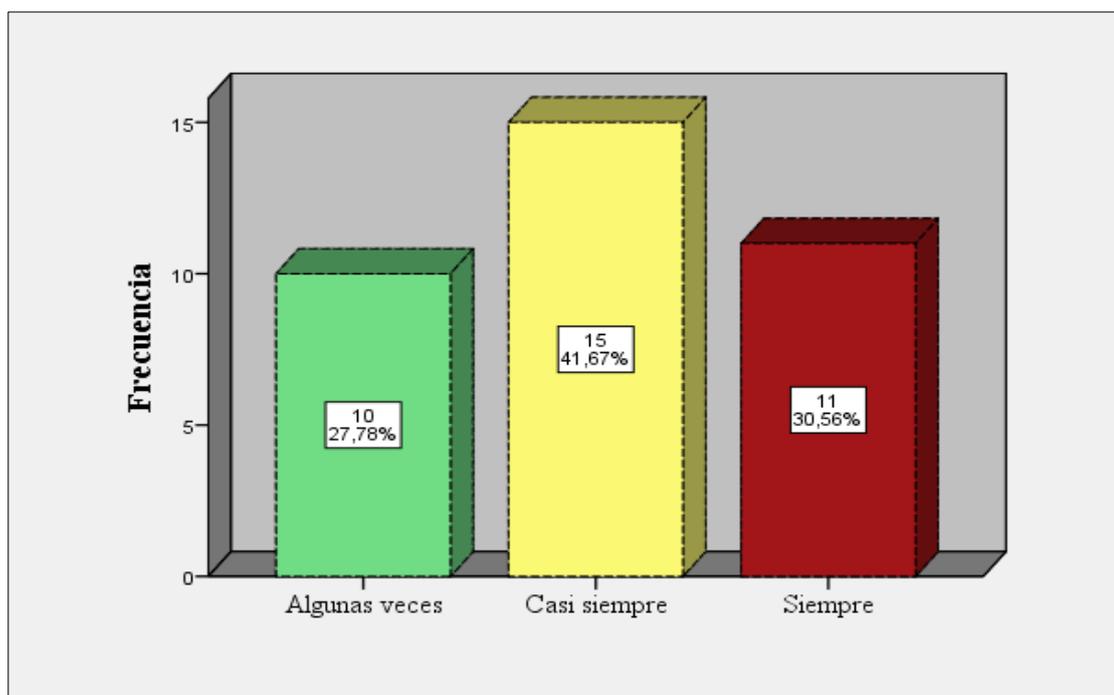


Figura 13. Normas Textile Products Identification y Wool Products Labeling.

**Interpretación:** En la figura 13 se observa que un total de 11 personas equivalente a 30.56% siempre cuentan con las normas Textile Products Identification y Wool Products Labeling para el mercado estadounidense, el 41.67% equivalente a 15 personas declararon que casi siempre las empresas cuentan con las normas Textile Products Identification y Wool Products Labeling como requisito indispensables del mercado americano, y solo el 27.78% equivalente a 10 personas declaran que algunas veces cumplen con las auténticas normas establecidas por Estados Unidos.

**TABLA 24.** Las ferias internacionales incrementan las exportaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas veces	1	2,8	2,8	2,8
	Algunas veces	6	16,7	16,7	19,4
	Casi siempre	9	25,0	25,0	44,4
	Siempre	20	55,6	55,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

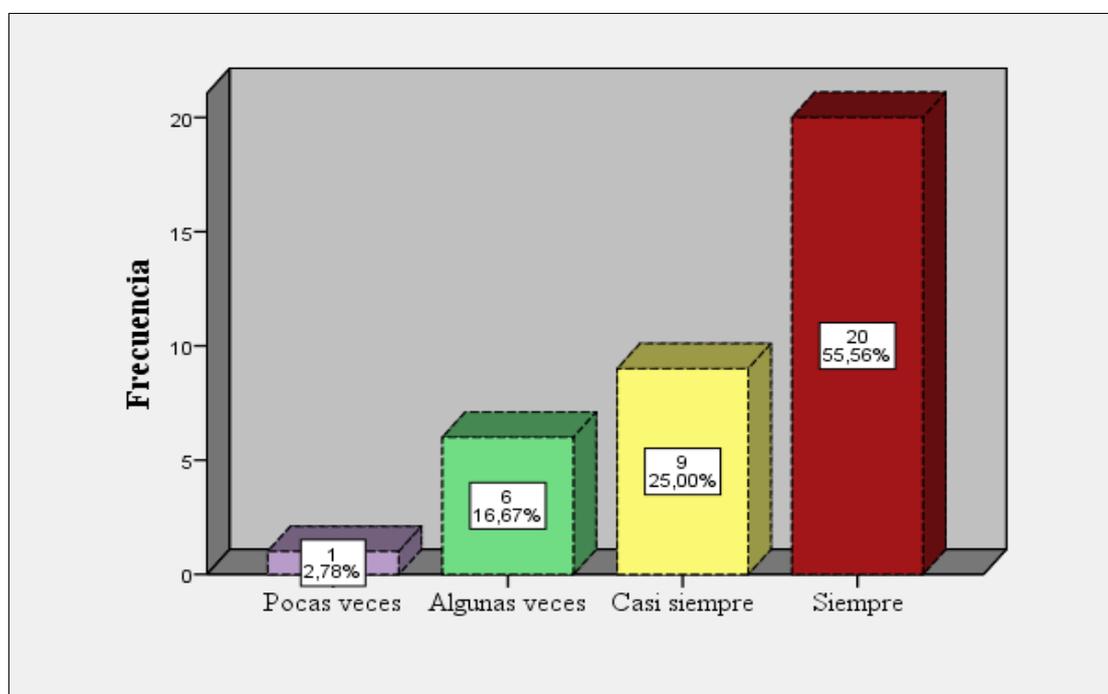


Figura 14. Las ferias internacionales incrementan la participación de las exportaciones.

**Interpretación:** En la figura 14 se observa que un total de 20 personas equivalente a 55.56% consideran que siempre las ferias internacionales como Expotextil y Perú Moda incrementan las exportaciones de las camisetas de algodón en el mercado estadounidense, el 25.00% equivalente a 9 personas determina que casi siempre asisten a ferias internacionales, el 16.67% equivalente a 6 personas declaran que algunas veces las ferias internacionales tienen gran impacto, y por último solo el 2.78% equivalente a 1 persona determina que pocas veces asisten a las ferias internacionales de gran impacto.

**TABLA 25.** Las normativas de etiquetado hacia el mercado estadounidense

13. Las camisetas de algodón cumplen con las tres normativas de etiquetado: de marca, de composición y de cuidado escritas en inglés para su exportación al mercado estadounidense.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	36	100,0	100,0	100,0

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

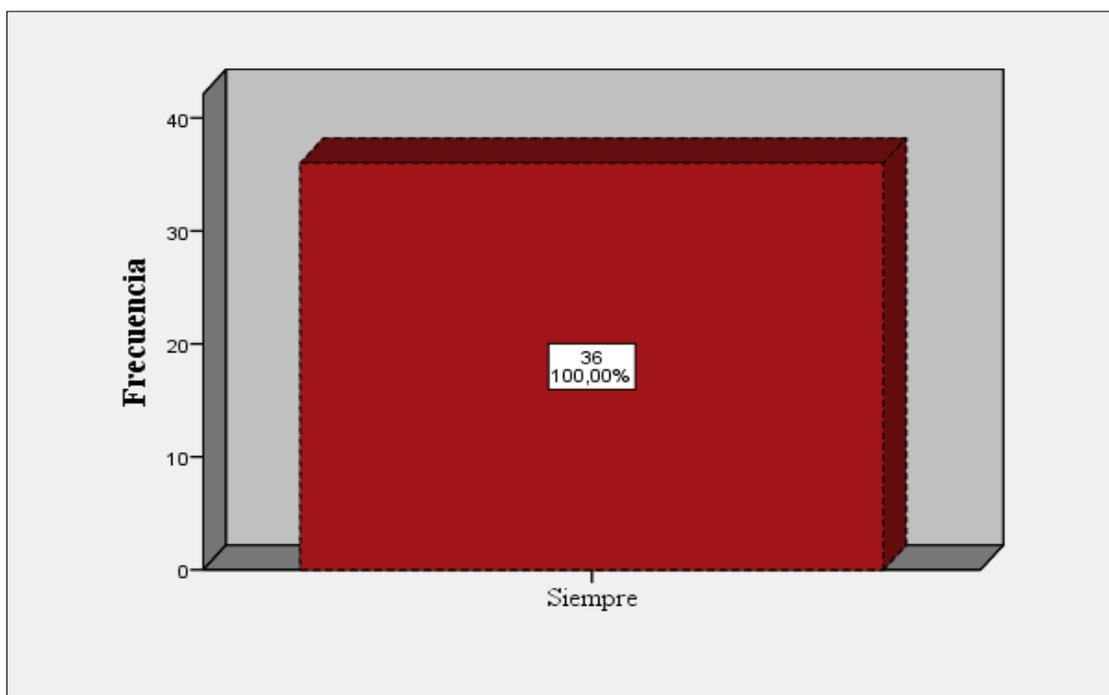


Figura 15. Las normativas de etiquetado hacia el mercado estadounidense.

**Interpretación:** En la figura 15 se observa que un total de 36 personas equivalente a 100% siempre cumplen con las tres normativas de etiquetado: de marca, de composición y de cuidado escritas en inglés para la exportación de camisetas de algodón al mercado estadounidense, toda actividad exportadora siempre tiene que realizar obligatoriamente un etiquetado correcto del producto donde se logre apreciar la composición del artículo textil indicando denominaciones y los contenidos de fibras correctamente, si existe una errónea declaración de la composición no se permitirá su ingreso al mercado estadounidense quedando restringido declarar la información correcta. Además, las indicaciones que debe tener el etiquetado son obligatorias apareciendo claramente con caracteres visibles que puedan ser entendibles y legibles para el consumidor.

**TABLA 26.** Estableciendo la norma ISO 9001 según el mercado americano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	14	38,9	38,9	38,9
	Siempre	22	61,1	61,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

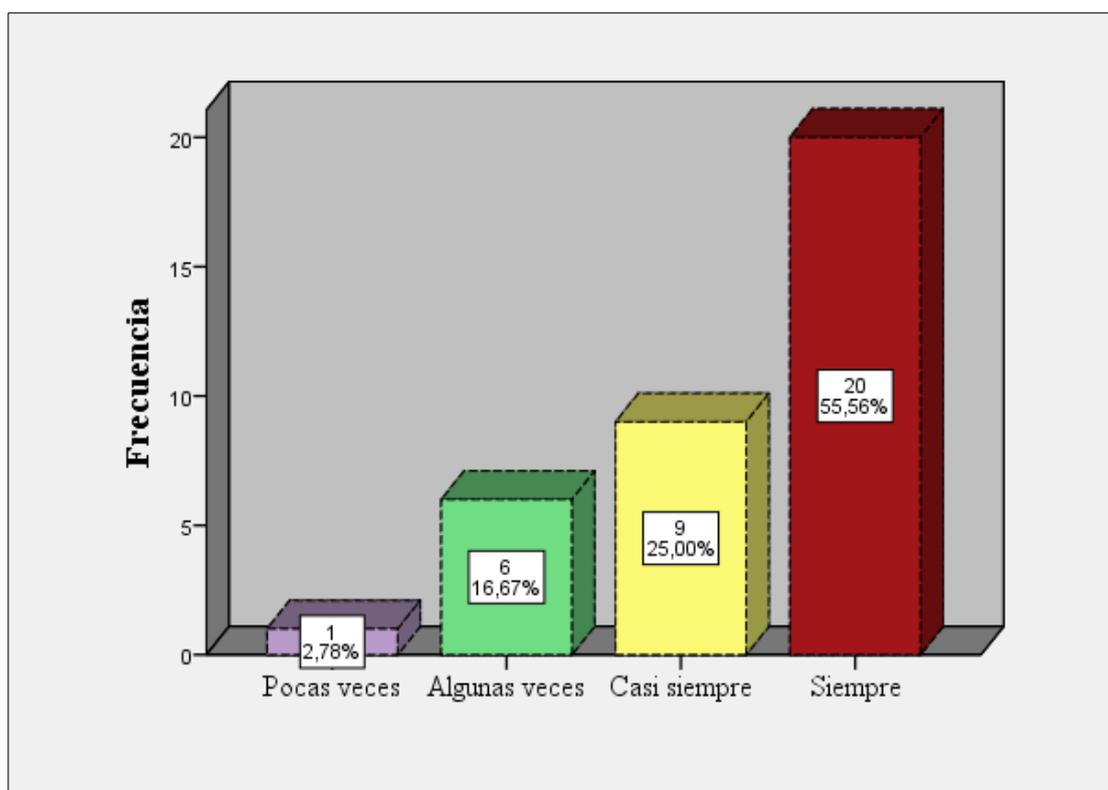


Figura 16. Estableciendo la norma ISO 9001 según el mercado americano.

**Interpretación:** En la figura 16 se observa que un total de 20 personas equivalente a 55.56% siempre cumplen con que el área de control de calidad supervisa el proceso productivo estableciendo la norma ISO 9001 según requerimientos del mercado americano, solo el 25.00% equivalente a 9 personas casi siempre supervisa el correcto proceso de producción según el área de control de calidad, el 16.67% equivalente a 6 personas establecen una correcta norma ISO 9001, el 2.78% equivalente a una personas pocas veces supervisa el proceso producto según la norma ISO 9001 para los requerimientos del mercado estadounidense.

**TABLA 27.** La actual capacidad instalada permite atender volúmenes de camisetas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	5	13,9	13,9	13,9
	Casi siempre	22	61,1	61,1	75,0
	Siempre	9	25,0	25,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

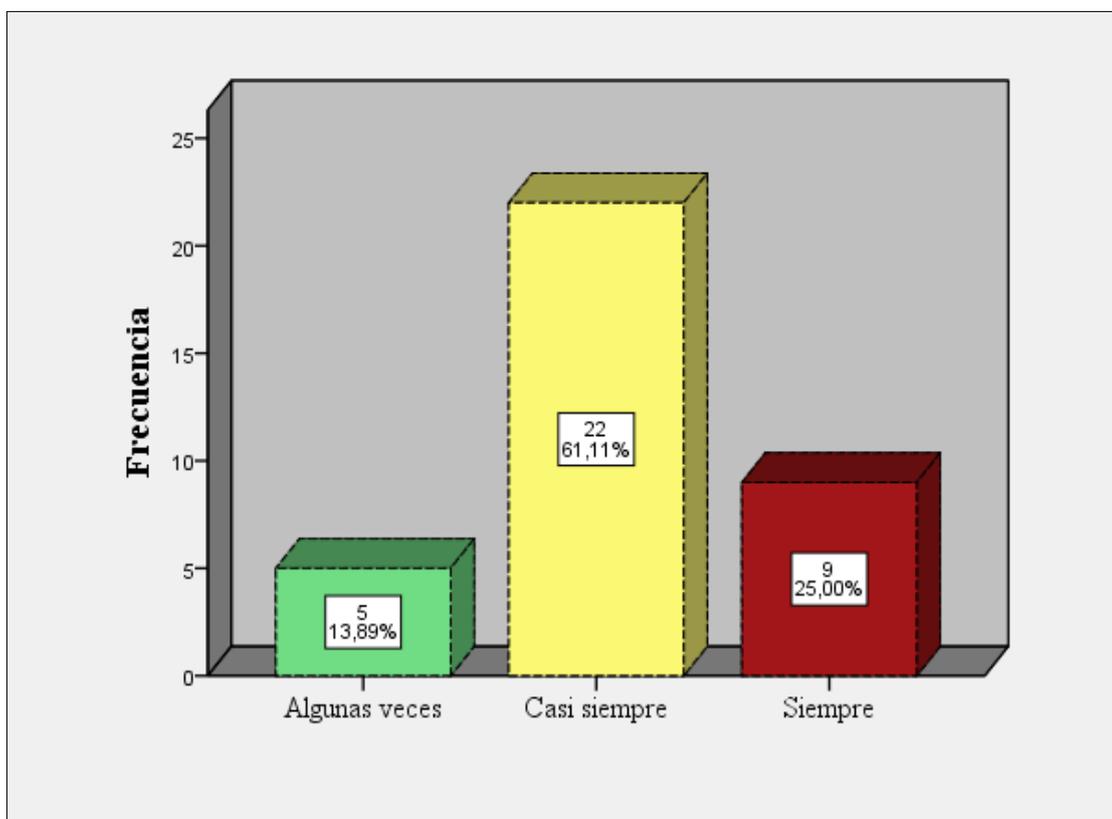


Figura 17. La actual capacidad instalada permite atender volúmenes de camisetas.

**Interpretación:** En la figura 17 se observa que un total de 9 personas equivalente a 25.00% siempre cuenta con una actual capacidad instalada que permite atender volúmenes de camisetas de algodón por el mercado americano, el 61.11% equivalente a 22 personas encuestadas atiende los volúmenes de camisetas de algodón para Estados Unidos, y por último solo el 13.89% equivalente en 5 personas algunas veces cuentan con una eficiente capacidad instalada con el fin de atender grandes columnas de exportación.

**TABLA 28.** La empresa invierte e innova en tecnología diferenciada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	9	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	12	33,3	33,3	58,3
	Siempre	15	41,7	41,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

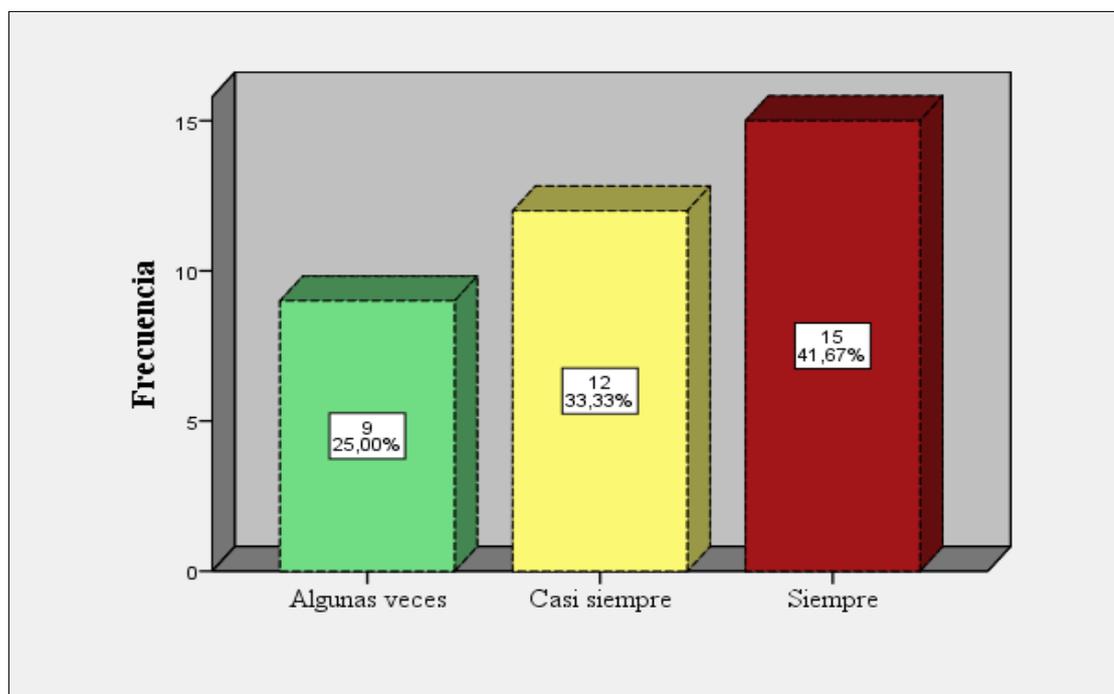


Figura 18. La empresa invierte e innova en tecnología diferenciada.

**Interpretación:** En la figura 18 se observa que un total de 15 personas equivalente a 41.67% siempre invierte e innova en tecnología diferenciada que influye en el proceso de producción de camisetas de algodón según exigencias del mercado exportador, solo el 33.33% equivalente a 12 personas casi siempre invierten en tecnología diferenciada, y por último solo el 25.00% equivalente a 9 personas algunas veces como empresas exportadoras invierten en la innovación de tecnología diferenciada para agilizar el proceso de producción y obtener la demanda del mercado americano a tiempo según sus exigencias.

**TABLA 29.** El transporte marítimo por fletamento tiempo ayuda a las exportaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas veces	2	5,6	5,6	5,6
	Algunas veces	5	13,9	13,9	19,4
	Casi siempre	20	55,6	55,6	75,0
	Siempre	9	25,0	25,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

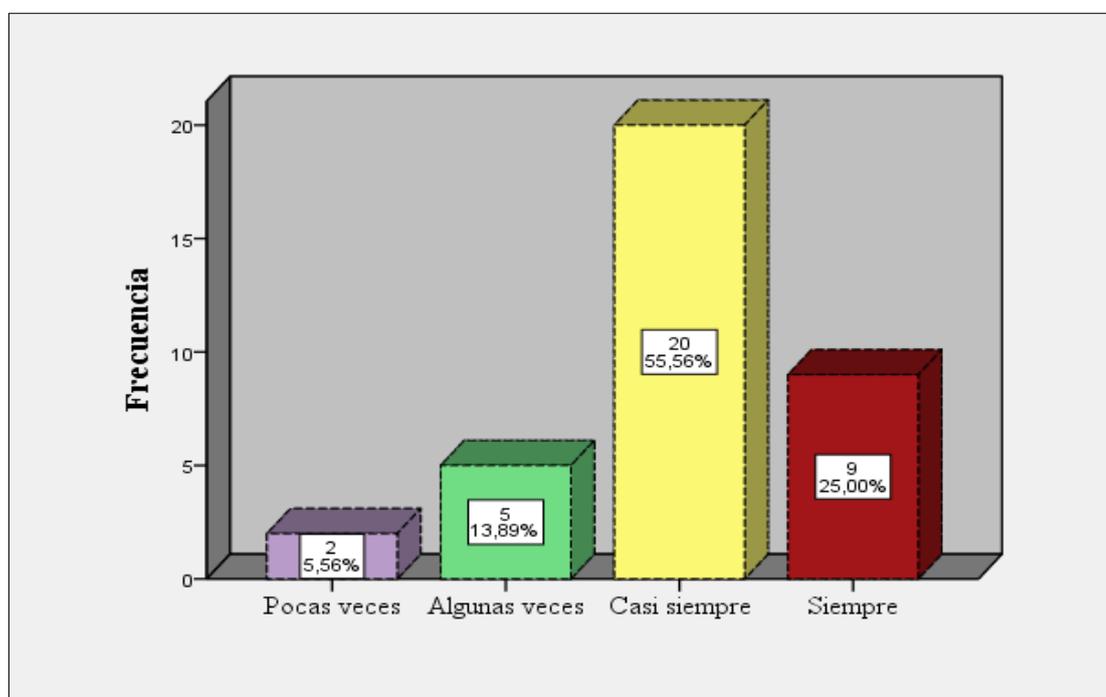


Figura 19. El transporte marítimo por fletamento tiempo ayuda a las exportaciones.

**Interpretación:** En la figura 19 se observa que un total de 9 personas equivalente a 25.00% siempre utilizan el transporte marítimo por fletamento tiempo y viaje porque ayuda a un acceso más rápido y económico de las camisetas de algodón al mercado estadounidense, el 55.56% equivalente a 20 personas casi siempre utilizan el transporte marítimo, el 13.89% equivalente a 5 personas algunas veces consideran oportuno utilizar el transporte marítimo por fletamento tiempo – viaje, y por último el 5.56% equivalente a 2 personas pocas veces consideran esencial utilizar el transporte marítimo por fletamento tiempo y viaje, puesto que consideran tiene un tiempo de demora prolongado.

**TABLA 30.** *Transporte marítimo bajo las restricciones del mercado estadounidense*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	2,8	2,8	2,8
	Casi siempre	20	55,6	55,6	58,3
	Siempre	15	41,7	41,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

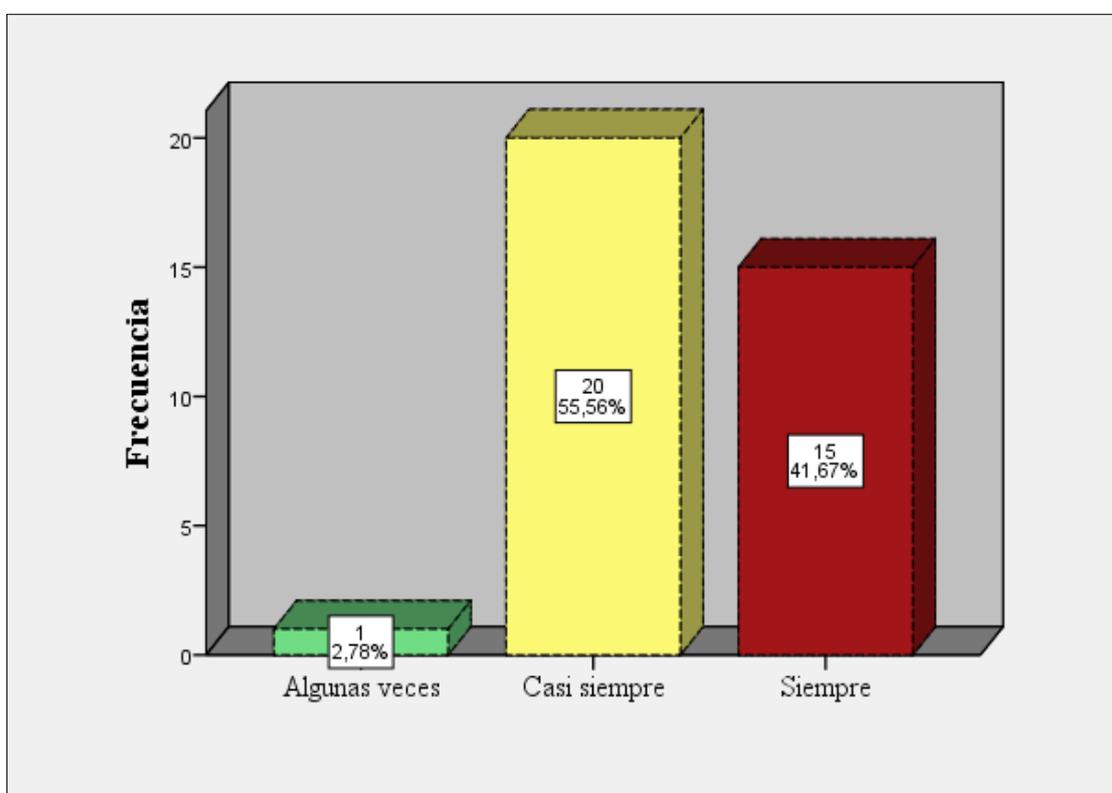


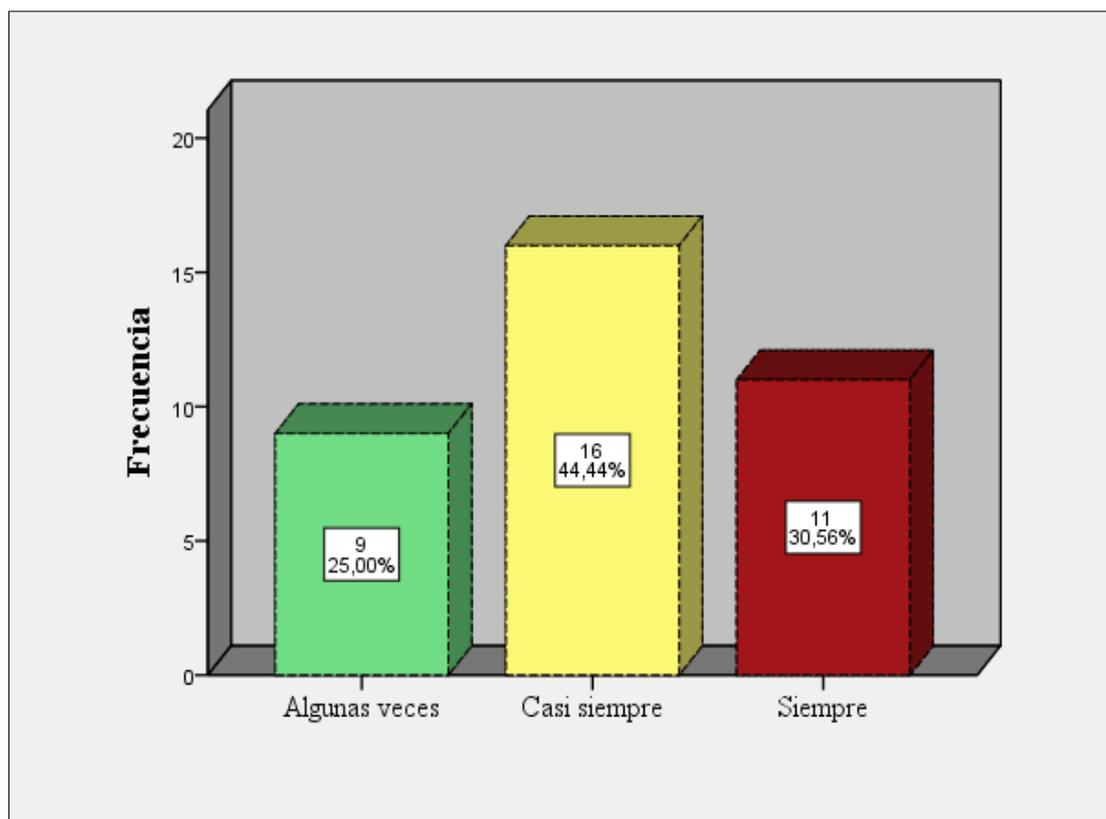
Figura 20. Transporte marítimo bajo las restricciones del mercado estadounidense.

**Interpretación:** En la figura 20 se observa que un total de 15 personas equivalente a 41.67% siempre utilizan el transporte marítimo como transporte más económico en la exportación de camisetas de algodón en volúmenes grandes, el 55.56% equivalente a 20 personas casi siempre utilizan el transporte marítimo puesto que lo consideran más oportuno y comercial durante la negociación exportadora, y por último el 2.78% equivalente a 1 persona algunas veces utilizan en volúmenes grandes de camisetas de algodón el transporte marítimo como más eficiente.

**TABLA 31.** *Transporte aéreo tiene menor índice de riesgos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	9	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	16	44,4	44,4	69,4
	Siempre	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23



*Figura 21.* Transporte aéreo tiene menor índice de riesgos a la camiseta de algodón.

**Interpretación:** En la figura 21 se observa un total de 11 personas equivalente a 30.56% siempre utilizan el transporte aéreo con un menor índice de riesgos en daños a la camiseta de algodón para el mercado americano, el 44.44% equivalente a 16 personas casi siempre prefieren el transporte aéreo puesto que es más eficiente, y por último solo 25.00% equivalente a 9 personas algunas veces considera importante el uso del transporte aéreo, donde existe menos riesgo de robo sobre la mercancía o alguna estafa frente al mercado americano.

**TABLA 32.** *Requerimientos de entrega aérea hacia el mercado americano*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	18	50,0	50,0	50,0
	Siempre	18	50,0	50,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

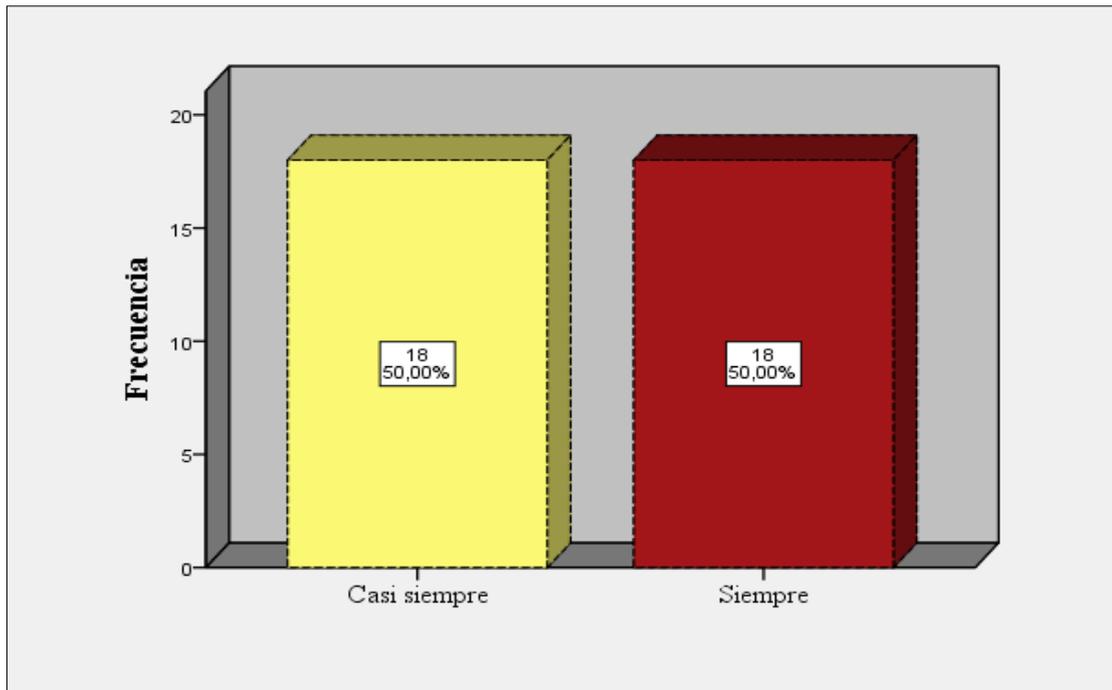


Figura 22. Requerimientos de entrega del transporte aéreo hacia el mercado americano.

**Interpretación:** En la figura 22 se observa que un total de 18 personas equivalente a 50.00% siempre escogen el transporte aéreo de las camisetas de algodón en base a los requerimientos y términos de entrega del mercado americano, el 50.00% equivalente a 18 personas casi siempre prefieren escoger el transporte aéreo como requerimiento del mercado americano. Las empresas exportadoras de las camisetas de algodón deben seguir los requerimientos del país exportar para que el producto pueda ingresar al mercado sin ninguna restricción, estableciendo los términos que más favorezcan al mercado americano, puesto que todo país desea tener accesibilidad en la llegada de su producto a comercializar.

**TABLA 33.** Estados Unidos es un mercado favorable desde un punto económico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	16,7	16,7	16,7
	Casi siempre	9	25,0	25,0	41,7
	Siempre	21	58,3	58,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

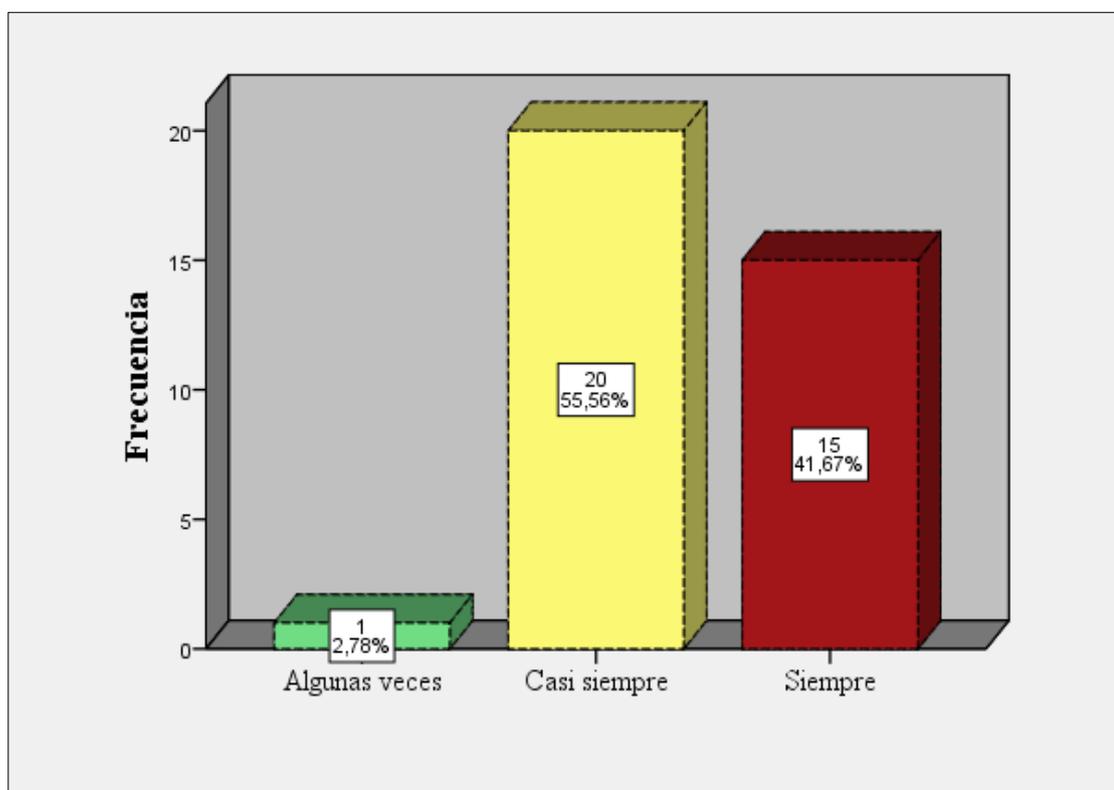


Figura 23. Estados Unidos es un mercado favorable desde un punto económico.

**Interpretación:** En la figura 23 se observa que un total de 15 personas equivalente a 41.67% siempre considera a Estados Unidos como un mercado favorable desde un punto económico en base a la gran demanda exportable de camisetas de algodón pima, el 55.56% equivalente a 20 personas casi siempre considera a Estados Unidos como un mercado favorable, y por último solo el 2.78% equivalente a 1 persona algunas veces en base a la gran demanda exportable de camisetas de algodón pima escoge el transporte aéreo para la exportación de las camisetas de algodón.

**TABLA 34.** El precio de las camisetas de algodón por el método pricing

22. El precio de las camisetas de algodón pima se determinan por el método pricing.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas veces	3	8,3	8,3
	Algunas veces	10	27,8	36,1
	Casi siempre	16	44,4	80,6
	Siempre	7	19,4	100,0
	Total	36	100,0	100,0

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

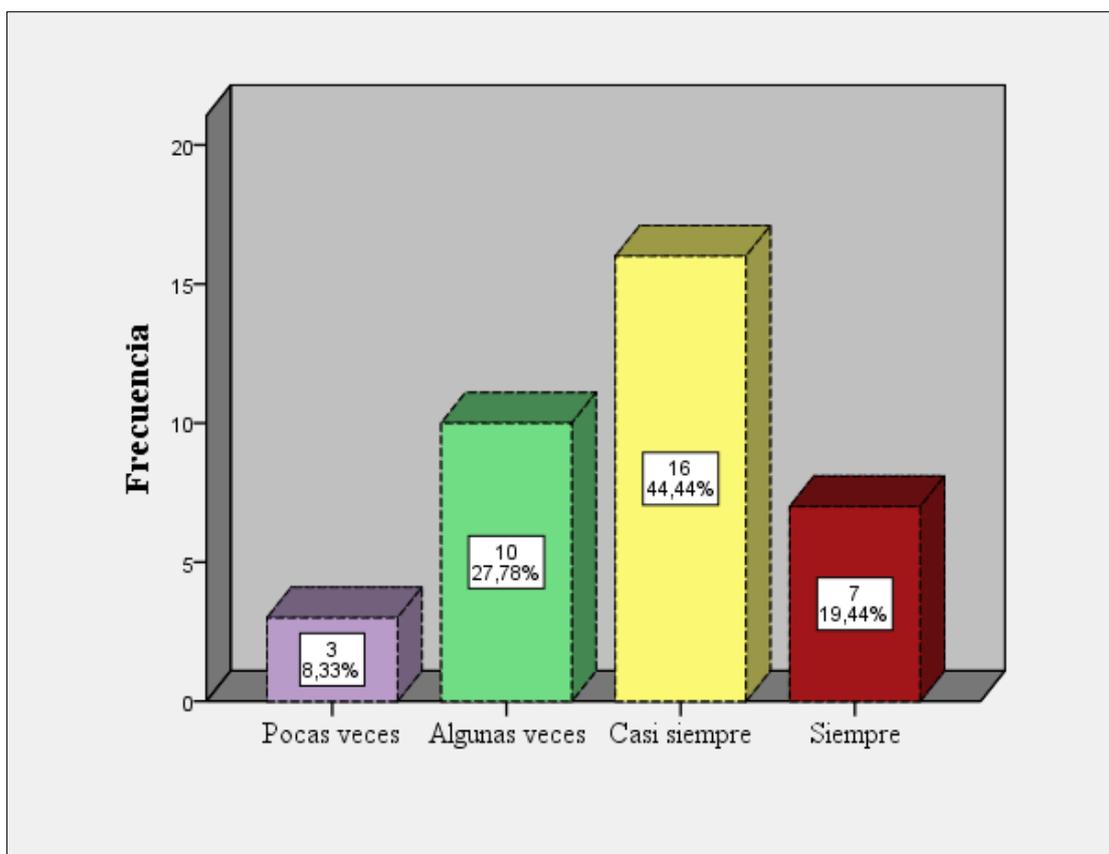


Figura 24. El precio de las camisetas de algodón se determina por el método pricing.

**Interpretación:** En la figura 24 se observa que un total de 7 personas equivalente a 19.44% siempre determinan el precio de las camisetas de algodón pima bajo el método pricing, el 44.44% equivalente a 16 personas casi siempre utilizan el método pricing, el 27.78% equivalente a 10 personas algunas veces determinan el precio de las camisetas de algodón, y por último solo el 8.33% equivalente a 3 personas analizan el precio impuesto por la competencia en la comercialización y exportación de las camisetas de algodón.

**TABLA 35.** Acude al Fondo de Garantía Empresarial para obtener capacitación

23. Acude al Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) o MINCETUR para obtener información sobre precios internacionales para la exportación de camisetas de algodón, según las divisas del mercado estadounidense.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas veces	6	16,7	16,7
	Algunas veces	12	33,3	50,0
	Casi siempre	8	22,2	72,2
	Siempre	10	27,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

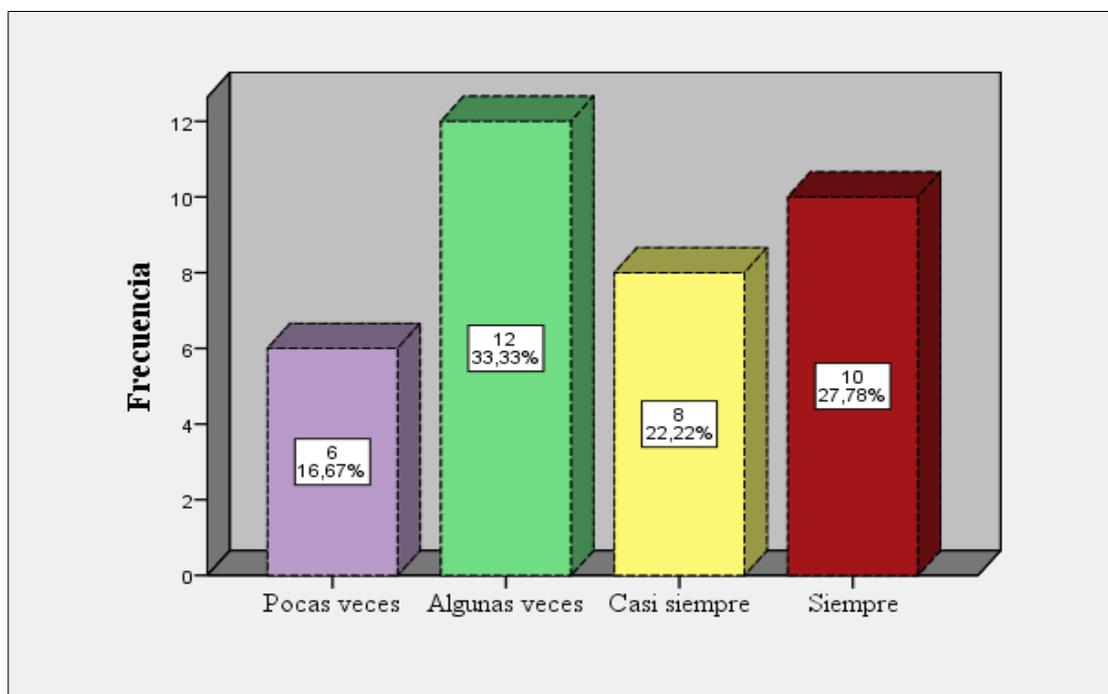


Figura 25. Acude al Fondo de Garantía Empresarial para obtener capacitación.

**Interpretación:** En la figura 25 se observa que un total de 10 personas equivalente a 27.78% siempre acuden al Fondo de Garantía Empresarial o MINCETUR para obtener información sobre precios internacionales, el 22.22% equivalente a 8 personas casi siempre reciben información de los precios, el 33.33% equivalente a 12 personas algunas veces asisten a programas de orientación, y por último solo el 16.67% equivalente a 6 personas poca veces acuden al Fondo de Garantía Empresarial para recibir información de factor importante sobre los precios internacionales.

**TABLA 36.** *Los grandes volúmenes de exportación reducen costos productivos*

24. Los grandes volúmenes de exportación de camisetas de algodón reducen costos productivos incrementando su oferta exportable en el mercado americano.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	15	41,7	41,7
	Siempre	21	58,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

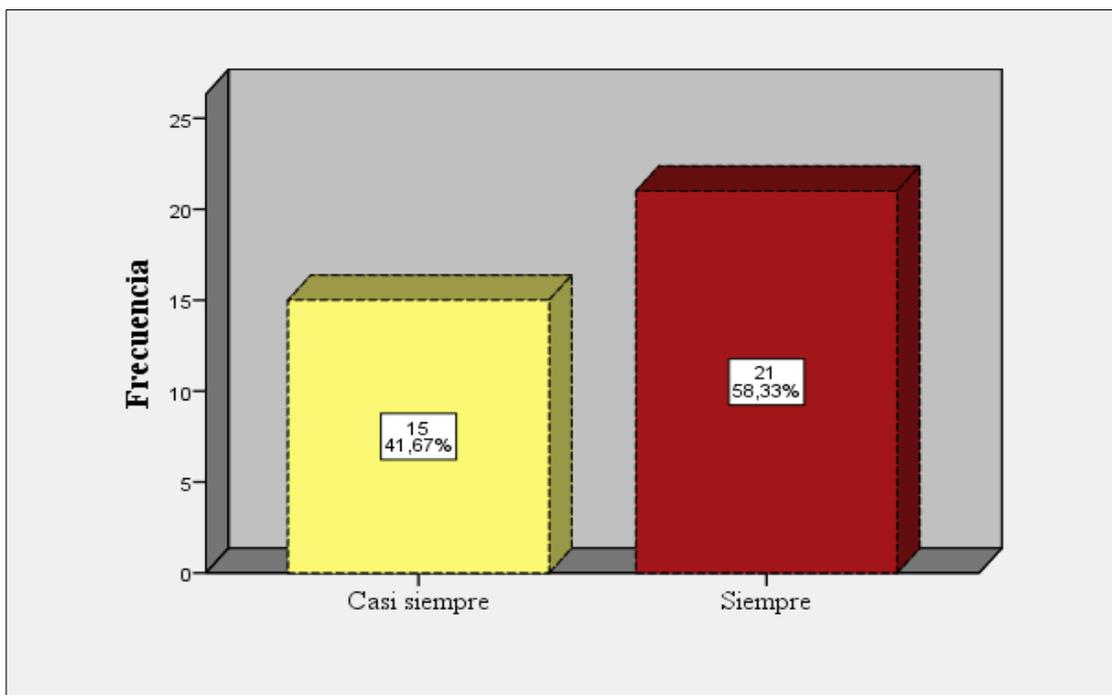


Figura 26. Los grandes volúmenes de exportación reducen costos productivos.

**Interpretación:** En la figura 26 se observa que un total de 21 personas equivalente a 58.33% siempre reducen costos productivos incrementando su oferta exportable en el mercado americano en base a los grandes volúmenes de exportación de camisetas de algodón reducen, y por último el 41.67% equivalente a 15 personas casi siempre disminuyen los costos de producción sobre la exportación de camisetas de algodón incrementando los volúmenes de exportación para obtener más ganancias sin realizar ninguna pérdida durante el proceso de producción para asegurar que existe un reducción de costos favoreciendo al mercado peruano frente al americano.

## 3.2 Análisis Inferencial

### 3.1.1 Hipótesis general

**TABLA 37.** *Correlación general entre la Ventaja competitiva y Exportación*

			Ventaja competitiva (agrupado)	Exportación (agrupado)
Rho de Spearman	Ventaja competitiva (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,411*
		Sig. (bilateral)	.	,013
		N	36	36
	Exportación (agrupado)	Coefficiente de correlación	,411*	1,000
		Sig. (bilateral)	,013	.
		N	36	36

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

Elaboración propia

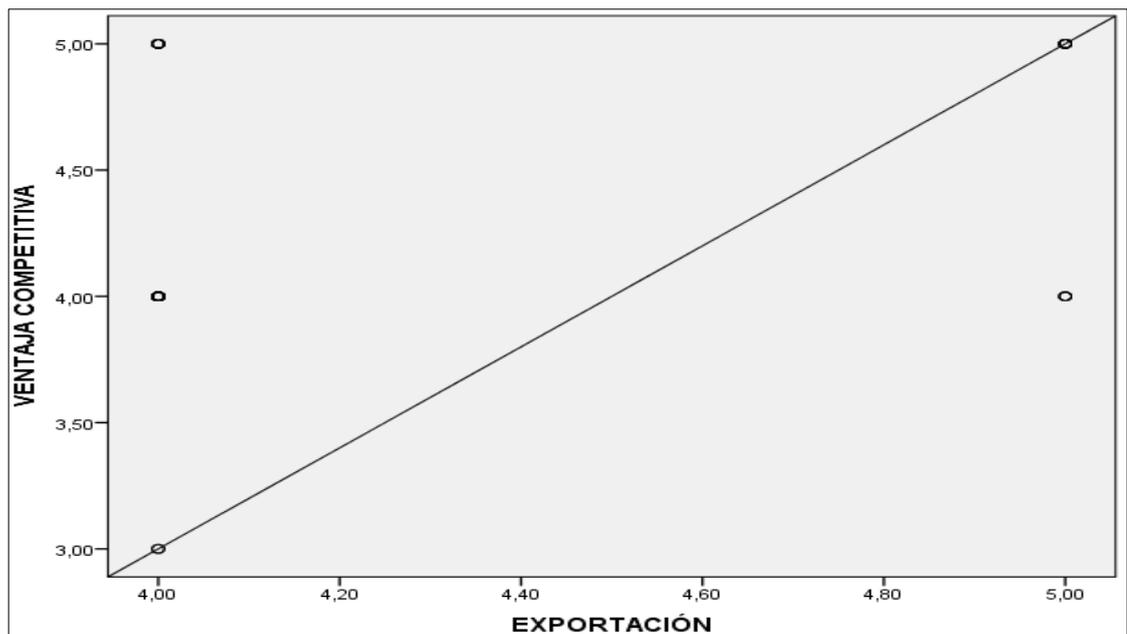


Figura 27. Correlación general, Ventaja competitiva y la exportación.

El resultado de la Rho de Spearman es **0,411** siendo una correlación positiva moderada entre las variables, el nivel de significancia es **0,013** siendo menor a **0,05** se afirma que sí existe una relación significativa entre las variables, entonces se aprueba nuestra hipótesis general. En conclusión, sí existe relación positiva entre la ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos en el año 2015 al 2017.

### 3.1.2 Hipótesis específicas

#### Prueba de hipótesis específica 1

**TABLA 38.** *Correlación específica 1, Especialización en la industria y Exportación*

		Especialización en la industria (agrupado)	Exportación (agrupado)
Rho de Spearman	Especialización en la industria (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	36
	Exportación (agrupado)	Coefficiente de correlación	,314
		Sig. (bilateral)	,062
		N	36

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

Elaboración propia

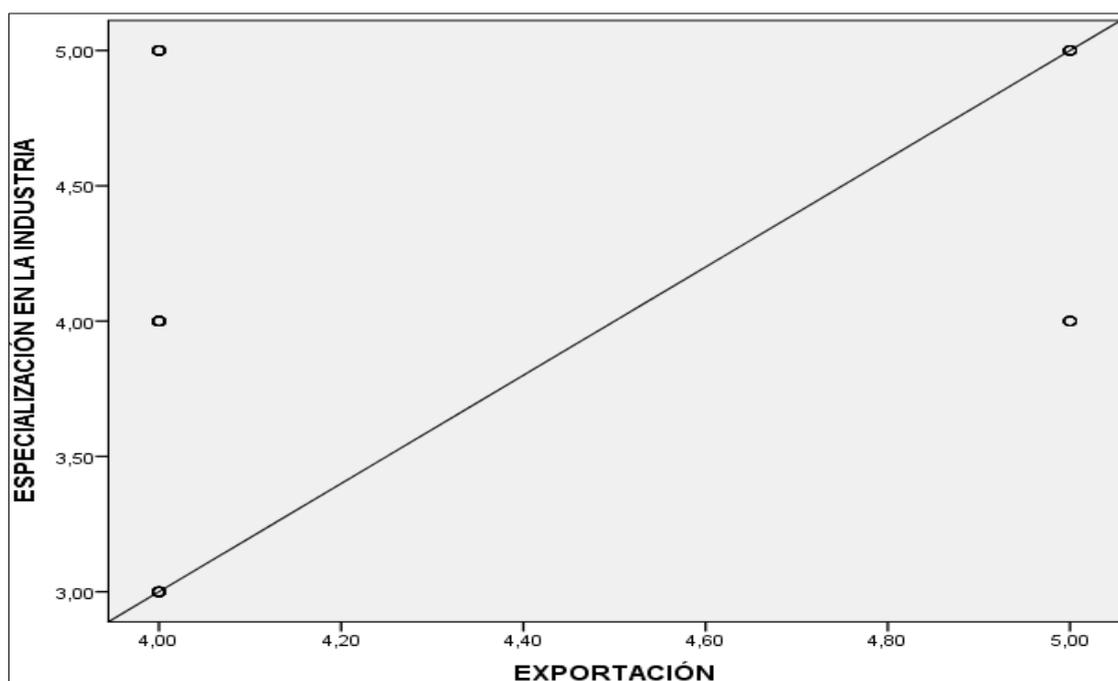


Figura 28. Correlación general, Especialización en la industria y la exportación.

Podemos apreciar que el grado de correlación con Rho de Spearman es 0,314 siendo un grado de correlación positiva baja. Asimismo, el nivel de significancia (**0,062**) es mayor a 0.05; entonces decimos que **no hay relación entre la especialización en la industria y la exportación**, en otras palabras se rechaza nuestra primera hipótesis específica.

## Prueba de hipótesis específica 2

**TABLA 39.** *Correlación específica 2, Necesidades del mercado y Exportación*

			Necesidades del mercado (agrupado)	Exportación (agrupado)
Rho de Spearman	Necesidades del mercado (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,111
		Sig. (bilateral)	.	,519
		N	36	36
	Exportación (agrupado)	Coefficiente de correlación	,111	1,000
		Sig. (bilateral)	,519	.
		N	36	36

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

Elaboración propia

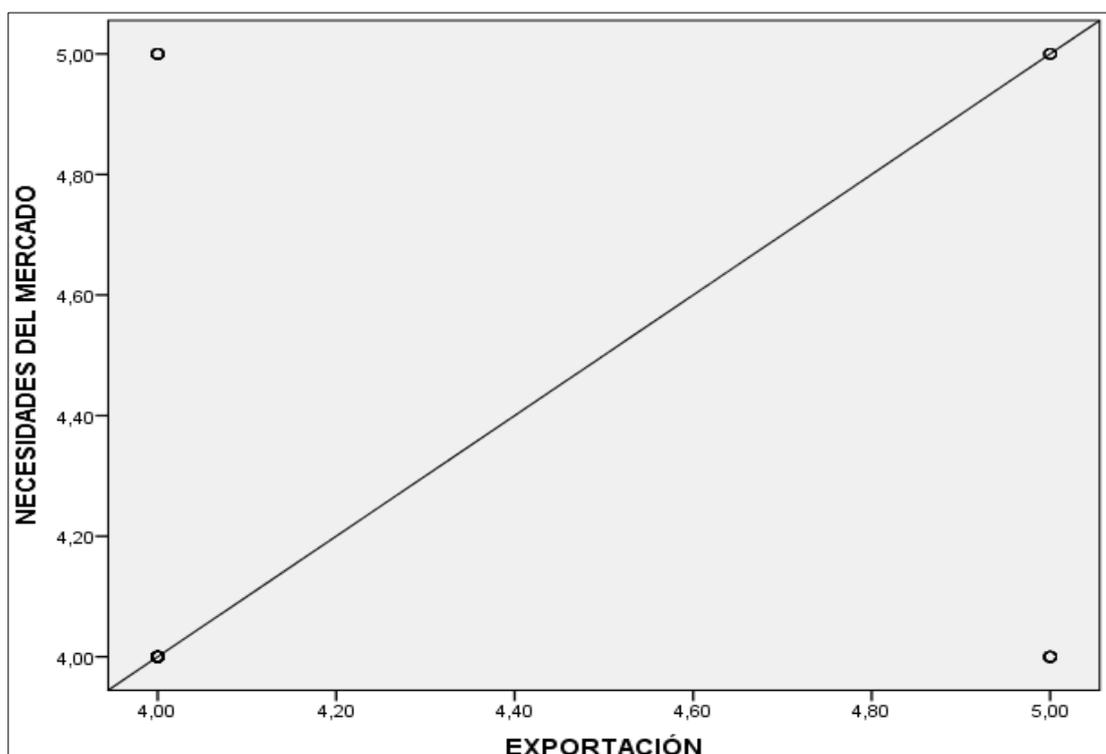


Figura 29. Correlación general, Necesidades del mercado y la exportación.

Podemos apreciar que el grado de correlación con Rho de Spearman es 0,111 siendo un grado de correlación positiva muy baja. Asimismo, el nivel de significancia (**0,519**) es mayor a 0.05 entonces decimos que **no hay relación entre las necesidades del mercado y la exportación**, en otras palabras se rechaza nuestra primera hipótesis específica.

### Prueba de hipótesis específica 3

**TABLA 40.** *Correlación específica 3, Oportunidades comerciales y Exportación*

		Oportunidades comerciales (agrupado)	Exportación (agrupado)
Rho de Spearman	Oportunidades comerciales (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	36
	Exportación (agrupado)	Coefficiente de correlación	,366*
		Sig. (bilateral)	,028
		N	36

Fuente: IBM SPSS Statistics 23

Elaboración propia

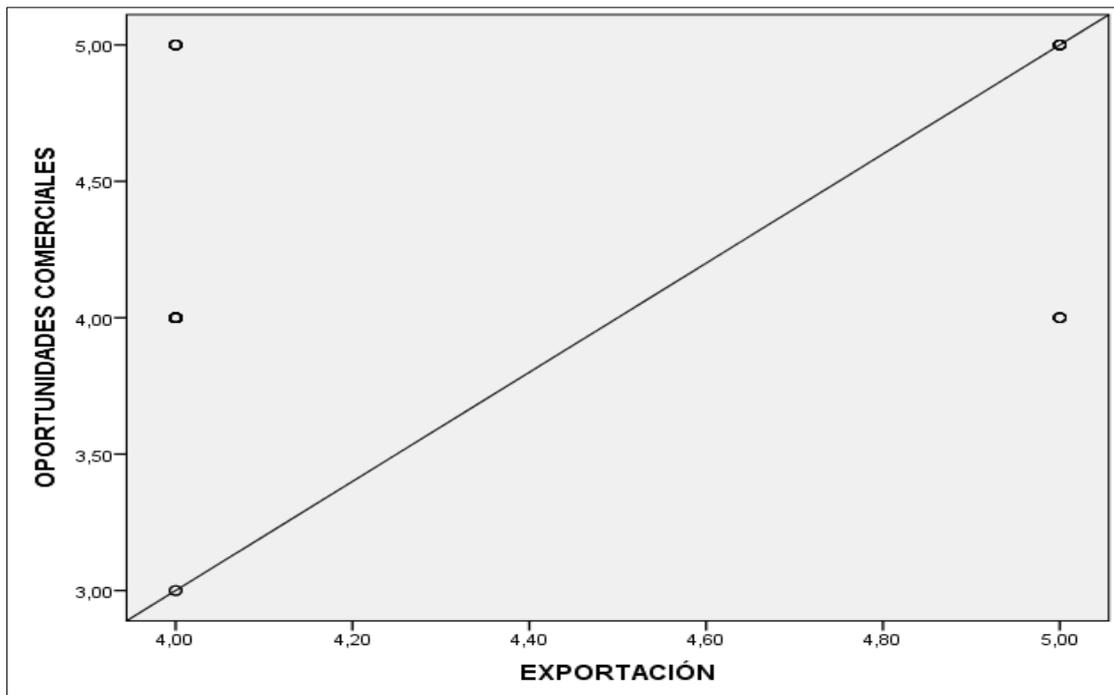


Figura 30. Correlación general, oportunidades comerciales y la exportación.

Podemos apreciar que el grado de correlación con Rho de Spearman es 0,366 podemos expresar que las variables tienen una correlación positiva baja. Asimismo, el nivel de significancia de **0,028** es menor a 0.05 entonces decimos que **si hay relación entre las oportunidades comerciales y la exportación**, lo que nos permite afirmar nuestra tercera hipótesis específica.

## **IV. DISCUSIÓN**

4.1 El resultado de la presente investigación obtuvo con la Rho de Spearman un grado de correlación de 0,411 siendo una correlación positiva moderada entre las variables ventaja competitiva y la exportación con un nivel de significancia de 0,013 siendo menor a 0.05 aprobando la hipótesis general. Esto se debe a que las empresas exportadoras de la industria textil buscan obtener una rentabilidad empleando la ventaja competitiva en la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos; según Reyes (2017), obtuvieron como resultado final que sí existe relación significativa entre las ventajas competitivas y la imagen corporativa, debido a la gran influencia de las ventajas competitivas como la relación significativa entre el posicionamiento e imagen corporativa; por ello, la industria textil se adapta a las necesidades del nuevo mercado, convirtiendo en la actualidad su producto o proceso de la empresa en una actividad ambientalista, por lo que se está de acuerdo con los resultados de la investigación realizada afirma que posiciona una imagen corporativa confiable de las empresas peruanas al mercado exterior es importante para incrementar las exportaciones hacia Estados Unidos.

4.2 Respecto a la relación que existe entre la especialización en la industria y la exportación, se obtuvo el grado de correlación con la Rho de Spearman de 0,314 con un nivel de significancia de 0,062 siendo mayor a 0.05 rechazando la relación positiva entre la especialización en la industria y la exportación, ya que no todas las empresas exportadoras consideran de factor importante especializarse en su totalidad sobre la industria textil, debido a las limitaciones económicas que existe entre las empresas al adquirir materias primas. Según Huancapaza (2016), nos indica que emplear un plan de negocios es rentable siempre y cuando se desempeñe con éxito los factores claves como la entrega del producto en base a correctos estándares de calidad y una agresiva pero efectiva estrategia de promoción. Por lo que se está de acuerdo en que las empresas exportadoras deben tener mayor conocimiento y emplear más tecnología, ya que depende de ello para encontrarse mejor capacitados en la obtención de bienes de calidad, principalmente en el área de producción donde se debe verificar que las materias primas obtenidas generen mayores incentivos en el sector textil para obtener un crecimiento continuo en las exportaciones de camisetas de algodón hacia Estados Unidos.

4.3 Respecto a la relación que existe entre las necesidades del mercado y la exportación, se obtuvo el grado de correlación con Rho de Spearman de 0,111 expresando que las variables tienen una correlación positiva moderada con un nivel de significancia de 0,519 siendo mayor a 0.05 rechazando alguna relación entre las oportunidades comerciales y la exportación, ya que las empresas exportadoras de camisetas de algodón consideran que no influye mucho tener conocimiento sobre las necesidades del mercado americano, puesto que siempre habrá demanda de gran o poca magnitud en la exportación debido a los insumos netamente nacionales. Según Chuqui (2017), sí hay relación entre las ventajas competitivas de diferenciación y el posicionamiento de mercado de la corporación textil con un nivel de significancia de 0.000, menor que 0.05 afirmando una relación positiva entre ambas variables, debido a que la calidad eleva los niveles de satisfacción de los clientes del mercado americano, variando en la presentación del producto para incrementar su producción. Por lo que se está de acuerdo, con Chuqui que las necesidades del mercado en cuanto a calidad e innovación de camisetas de algodón es importante porque el mercado objetivo siempre varía en sus preferencias siendo importante analizar bien las necesidades a satisfacer. Por ello, las empresas encuestadas consideran que el algodón pima resalta por sus características, porque brilla en su individualidad.

4.4 Respecto a la relación que existe entre las oportunidades comerciales y la exportación con un nivel de significancia de 0,028 y un Rho de Spearman de 0,366 se afirma que sí existe relación entre ambas variables, bajo una correlación positiva moderada afirmando que las oportunidades comerciales facilitan el ingreso de las camisetas de algodón al mercado americano incrementando las exportaciones reduciendo costos. Según Becerra (2017), se determinó que si existe relación entre la dimensión precio y el marketing con un 60.7% y relación positiva entre la dimensión promoción y el marketing con un 75%, concluyendo que las Mypes exportadoras deben aplicar con urgencia las estrategias de marketing, puesto que el 42.9%, indica que no aplican las estrategias con regularidad. Por ello se está de acuerdo que las empresas exportadoras de camisetas de algodón encuestadas siempre participan en las ferias internacionales como expotextil y Perú Moda con la finalidad para promocionar su marca hacia Estados Unidos o nuevos mercados, con la finalidad de crear un acuerdo beneficioso.

# **V. CONCLUSIONES**

- 5.1 Respecto al objetivo general, se logró demostrar que si existe relación positiva entre la ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017 con un nivel de correlación positivo moderado. Se afirma esta interpretación luego de observar el resultado proporcionado por la prueba Rho de Spearman equivalente a 0,411 con un nivel de significancia alcanzado de 0,013 siendo un resultado menor a 0,05 permitiendo afirmar la relación entre las variables de la hipótesis general.
- 5.2 En relación al objetivo específico 1; se obtuvo un nivel de significancia de 0,062 siendo mayor a 0,05, afirmando que no existe relación positiva entre la especialización en la industria y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017. Esto implica a que no todas las empresas exportadoras consideran de factor importante especializarse en su totalidad sobre la industria textil, debido a las limitaciones económicas que existe entre las empresas al adquirir materias primas o insumos.
- 5.3 En relación al objetivo específico 2; se obtuvo un nivel de significancia de 0,519 siendo mayor a 0,05 rechazando cualquier relación entre las necesidades del mercado y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017. Las empresas exportadoras de camisetas de algodón consideran que no influye mucho tener conocimiento sobre las especificaciones o necesidades del mercado americano al momento de exportar, puesto que siempre habrá demanda de gran o poca magnitud por parte de las empresas del distrito de La Victoria que utilizan netamente insumos nacionales.
- 5.4 En relación al objetivo específico 3, con un nivel de significancia de 0,028 y un Rho de Spearman de 0,366 se afirma que sí existe relación entre las oportunidades comerciales y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017 bajo una correlación positiva moderada afirmando que las oportunidades comerciales facilitan el ingreso de las camisetas de algodón al mercado americano incrementando las exportaciones reduciendo costos.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 6.1 La mejor sugerencia para las empresas exportadoras de camisetas de algodón ubicadas en el distrito de La Victoria es buscar la participación del Ministerio de comercio exterior y turismo debe impulsar que las empresas exportadoras que desarrolle una estrategia para incentivar las competencia en precios con la finalidad de lograr generar más empleo y realizar más exportaciones, puesto que MINCETUR cuenta con varios programas de capacitación e información que no logra llegar en su totalidad a los empresarios exportadores para que obtengan una ventajosa facilidad de realizar negocios para poder sobresalir de la mala situación financiera en que aún se encuentran las exportaciones de camisetas de algodón para su exportación.
- 6.2 En relación a la especialización en la industria, las empresas exportadoras deben seguir obteniendo insumos como el algodón de gran calidad, sin afectar las áreas verdes en el Perú, principalmente del algodón Pima, ubicado en el valle de Piura. Las empresas exportadoras deben tener mayor conocimiento y emplear más tecnología para encontrarse mejor capacitados en la obtención de bienes de calidad. Por ello, el área de producción debe verificar que las materias primas obtenidas generen mayores incentivos en el sector textil.
- 6.3 Respecto a las necesidades del mercado, la cámara de comercio de Lima realiza fundamentales asesorías para que las empresas exportadoras se enfoquen en conocer más a los consumidores a profundidad con la finalidad de lograr una aceptación rápida del mercado objetivo, logrando que las empresas exportadoras ubicadas en el distrito de La Victoria posicionen la imagen sobre la calidad indiscutible de las camisetas de algodón peruano en los mercados internacionales, logrando una mayor penetración.
- 6.4 Para finalizar abordaremos el bajo crecimiento de las empresas exportadoras; el gobierno o entidades relacionadas al comercio exterior deben desarrollar programas que capaciten a los exportadores y productores de camisetas de algodón a ser más competitivos. Con la idea de obtener más oportunidades comerciales para las empresas exportadoras del sector textil, dado que contribuye en los gastos de exportación y reducción de costos; disminuyendo las complicaciones que existe en el proceso de exportación expandiendo a las mismas empresas al mercado estadounidense y nuevos mercados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almache, P., Calderón, F. y Díaz, C. (2013). Investigación y análisis del sector textil ecuatoriano y su impacto económico y social con las medidas de protección implementadas por el gobierno a las prendas de vestir desde el año 2008 hasta 2012 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17459/1/TESIS%20TEXTIL.pdf>
- Babativa, A., Celis, C. y Duque, D. (2013). Factores y estrategias del sector textil-confección-diseño y moda de Antioquia para aprovechar competitivamente las oportunidades comerciales que ofrece el TLC con los estados unidos (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/139/Facto=1>
- Barandiaran, K. (2017). Comercio internacional y competitividad de pelo fino de vicuña peruana 2012 – 2016 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13128/Barandiaran\\_AKM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13128/Barandiaran_AKM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Becerra, F. (2017). Estrategias del marketing en las Mypes exportadoras de textiles de la galería Santa Lucía en el emporio de Gamarra la Victoria, 2016 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8965/Becerra\\_LFH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8965/Becerra_LFH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Botitano, A. (2014). Análisis de estrategias competitivas: Un estudio de las empresas del sector textil y de confecciones de La Paz periodo 2002 – 2012 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/4343/T-1499.pdf?sequence=1>
- Cámara de Comercio de Lima (2018). Reporte mensual de comercio exterior. Recuperado de [https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/reporte10/reporte%20mensual%202018%20\(ene-oct\).pdf](https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/reporte10/reporte%20mensual%202018%20(ene-oct).pdf)
- Castillo, J. y Maldonado, A. (2017). Análisis de los determinantes de la competitividad del sector textil del Ecuador: una comparación con Colombia y Perú durante el periodo 2006 – 2016 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29609/1/TITULACI%C%20.pdf>

- Chuqui, J. (2017). Ventaja Competitiva de diferenciación y el posicionamiento de mercado de la corporación textil espain & espinosa chimbote – 2017 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12088/chuqui\\_mj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12088/chuqui_mj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Dávila, L. y Azabache, R. (2013). Propuesta de un plan de negocios para la exportación de productos de la empresa textil confecciones SAGUI SAC al mercado venezolano (Tesis de Título Profesional). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/1365/Yolanda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones*. (14<sup>a</sup> ed.). México: Pearson Educación.
- Duque, L. y Camelo, P. (2017). Estrategia de internacionalización para las pymes del sector textil y confección en Bogotá (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21561/63121087\\_2017\\_P1.pdf?sequence=1](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21561/63121087_2017_P1.pdf?sequence=1)
- Fernández, A. (2016). Estrategias competitivas y promoción internacional de polos producidos por la empresa forcaps del distrito de la victoria lima 2016 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14658/Fernandez\\_RAW.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14658/Fernandez_RAW.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fonseca, R. (2015). *Competitividad: La clave del éxito empresarial*. (1<sup>o</sup> ed.). Colombia: Alfaomega.
- Garnica, C., y Maubert, C. (2016). Fundamentos del Marketing. (14.<sup>a</sup> ed.). México: Pearson education.
- Guandique, A., Ramírez, A. y Vásquez, K. (2016). Plan de exportación para la introducción en Guatemala de ropa juvenil exclusiva creada en El Salvador (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/10241/1/TESIS%20FINALIZADA.pdf>
- Gudiel, Y. (2015). Exportación de prendas de vestir de algodón (Tesis de licenciatura). Recuperado de [https://issuu.com/yndirasofia/docs/proyecto\\_de\\_exportacion\\_de\\_polos\\_y\\_](https://issuu.com/yndirasofia/docs/proyecto_de_exportacion_de_polos_y_)

- Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. (5.<sup>a</sup>ed.). México: McGrawHill.
- Hill, C. (2014). *Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global*. (8.<sup>a</sup> ed.). México: Prentice Hall
- Huancapaza, D. (2016). Plan de negocios para una empresa de comercialización de ropa corporativa (Tesis de Magíster). Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/138427/Plan-de-negocios-para-una-empresa-de-comercializacion-de-ropa.pdf;sequence=1>
- Instituto de Estudios Económicos Sociales (2017). Centro de investigación que forma parte en la Sociedad Nacional de Industrias. Recuperado de <http://www2.sni.org.pe/servicios/iees/>
- Londoño, C. (2013). Competitividad del clúster textil/ confección, diseño y moda en Medellín (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1397/completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Maubert, C. (2013). *Comercio Internacional: Aspectos operáticos, administrativos y financieros*. (2.<sup>a</sup> ed.). México: Editorial Trillas.
- Mercado, S. (2012). *Comercio Internacional II: Incluye tratados de Libre comercio*. (7.<sup>a</sup> ed.). México: Limusa.
- Miranda, J. (2016). Análisis de la ventaja competitiva en el sector textil peruano y los factores que influyen en ella (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621316/MIRANDA\\_AJ.pdf;jsessionid=7F199119248A22A859A18DC970A384A1?sequence=2](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621316/MIRANDA_AJ.pdf;jsessionid=7F199119248A22A859A18DC970A384A1?sequence=2)
- Ñaupas, et al. (2014). *Metodología de la investigación: Cuantitativa – cualitativa y redacción de tesis*. (4.<sup>a</sup> ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Porter, M. (2015). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. (1.<sup>a</sup> ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de las empresas y sus competidores*. (2<sup>o</sup>ed). Madrid: Ediciones Pirámide.

- Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. (2°ed). México: Editorial Patria.
- Reyes, R. (2017). El posicionamiento y su relación con la imagen corporativa de la empresa fina estampa, Distrito Carmen de la legua – Reynoso, 2017 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de file:///C:/Users/usuario/Downloads/Reyes\_LRV.pdf
- Rios, I. (2018). Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de porcón alto – Cajamarca en el año 2017 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12919/Tesis%20Ivi%20Samanta.pdf?sequence=1>
- Ruiz, S. (2017). *Tratado práctico de los transportes en México*. (2.ª ed.). México: Editorial Pirámides.
- Salgado, S. y Suarez, J. (2016). Análisis de la competitividad de las empresas del sector textil en Colombia desde un enfoque sistémico 2008 – 2013 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/18745/63102068\\_2016.pdf?sequence=1](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/18745/63102068_2016.pdf?sequence=1)
- Velásquez, C. (2016). Estrategias competitivas para las pymes exportadoras de ropa deportiva de lima en 2015 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9944/Velasquez\\_MCM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9944/Velasquez_MCM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Zorrilla, J. (2017). Estrategias competitivas y marketing mix internacional de las empresas exportadoras de prendas de vestir de tejidos planos de algodón, Lima 2016 (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2014/Zorrilla\\_CJG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2014/Zorrilla_CJG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo N°1: Cuestionario

#### CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, la alumna RIMARI BERNABLE MITZY SHIRLEY CARLA, con código de matrícula Nro. 6500032201, aspirante al grado de Bachiller en la Universidad Cesar Vallejo campus Ate con mención en negocios Internacionales. La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación titulado: “**Ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017**”, el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva. Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente.

Variable Independiente: Ventaja competitiva

Variable Dependiente: Exportación

#### ESCALA AUTOVALORATIVA DE LA VENTAJA COMPETITIVA

Siempre	(S)	= 5
Casi siempre	(CS)	= 4
Algunas veces	(AV)	= 3
Pocas veces	(PV)	= 2
Nunca	(N)	= 1

#### Variable Independiente: Ventaja Competitiva

Ítems / Preguntas		5	4	3	2	1
Variable 1: VENTAJA COMPETITIVA		S	CS	AV	PV	N
D1: Especialización en la industria						
01	El algodón pima como insumo cuenta con el sello verde de acreditación “Made in Green” creado por la Asociación de Investigación de la Industria Textil.					

02	La compra y selección de sus insumos cumple con la norma Textile Exchange como especificación del mercado estadounidense.					
03	Las políticas de calidad en la selección del insumo establecidas por los proveedores influyen de manera adecuada para el mercado americano.					
<b>D2: Necesidades del mercado</b>						
04	Las camisetas de algodón pima cuentan con el certificado Global Organic Textile Standard (GOTS).					
05	La certificación WHITE COTTON garantiza la calidad del producto.					
06	Los exportadores de camisetas de algodón pima ofrecen marcas con diseños exclusivos dirigidos a nichos de mercado en el mercado estadounidense.					
07	Las camisetas de algodón cumplen con los estándares de inflamabilidad del tejido según la Asociación Americana de Químicos Y Coloristas Textiles del mercado estadounidense elaborado por Promperú.					
08	Las características del algodón pima tienen mayor demanda en el mercado estadounidense.					
<b>D3: Oportunidades comerciales</b>						
09	El tratado de libre comercio con Estados Unidos facilita el ingreso de las camisetas de algodón sin barreras arancelarias.					
10	Tener un acuerdo comercial con Estados Unidos genera mayor empleo en el sector textil de camisetas de algodón.					
11	La empresa peruana exportadora de camisetas de algodón cuenta con las normas: Textile Products Identification y Wool Products Labeling para el mercado estadounidense.					
12	Las ferias internacionales como Expotextil y Perú Moda incrementan la participación de las exportaciones de las camisetas de algodón en el mercado estadounidense.					

### Variable Dependiente: Exportación

Ítems / Preguntas		5	4	3	2	1
<b>Variable 2: EXPORTACIÓN</b>		<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>AV</b>	<b>PV</b>	<b>N</b>
<b>D1: Producción</b>						
13	Las camisetas de algodón cumplen con las tres normativas de etiquetado: de marca, de composición y de cuidado escritas en inglés para su exportación al mercado estadounidense.					

14	El área de control de calidad supervisa el proceso productivo estableciendo la norma ISO 9001 según requerimientos del mercado americano.					
15	La actual capacidad instalada, le permite atender volúmenes de camisetas de algodón por el mercado americano.					
16	La empresa invierte e innova en tecnología diferenciada que influye en el proceso de producción de camisetas de algodón según exigencias del mercado exportador.					
<b>D2: Medios de transporte</b>						
17	El transporte marítimo por fletamento tiempo y viaje ayuda al acceso de las camisetas de algodón al comercio estadounidense.					
18	El transporte marítimo bajo las restricciones del mercado estadounidense es el más económico en el traslado de camisetas de algodón, cuando se trata de volúmenes grandes.					
19	El transporte aéreo tiene menor índice de riesgos en daños a la camiseta de algodón para el mercado americano.					
20	El transporte aéreo de las camisetas de algodón son escogidos en base a los requerimientos y términos de entrega del mercado americano.					
<b>D3: Oferta y demanda exportable</b>						
21	Estados Unidos es un mercado favorable desde un punto económico en base a la gran demanda exportable de camisetas de algodón pima.					
22	El precio de las camisetas de algodón pima se determinan por el método pricing.					
23	Acude al Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) o MINCETUR para obtener información sobre precios internacionales para la exportación de camisetas de algodón, según las divisas del mercado estadounidense.					
24	Los grandes volúmenes de exportación de camisetas de algodón reducen costos productivos incrementando su oferta exportable en el mercado americano.					

**RESPONSABLE: MSCRB**

Anexo N° 2: Validaciones por Juicio de Expertos

Dr. Julio Samuel Zárate Suárez



*La política de calidad en la selección del insumo establecidas por la empresa  
 La política de calidad de la empresa en la selección de Proveedores, cuyos insumos se proveen  
 incluye de manera adecuada para el mercado Americano.*

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Ventaja competitiva

N°	Dimensiones / items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: Especialización en la industria</b>								
1	El algodón Pima como insumo cuenta con el sello verde de acreditación "Made in Green" creado por la Asociación de Investigación de la Industria Textil.	✓		✓		✓		
2	La compra y selección de sus insumos cumple con la norma Textile Exchange como especificación del mercado estadounidense.	✓		✓		✓		
3	Las políticas de calidad en la selección del insumo establecidas por los proveedores influyen de manera adecuada para el mercado americano.		✓		✓		✓	Mejorar Redacción
<b>D2: Necesidades del mercado</b>								
4	Las camisetas de algodón Pima cuentan con el certificado Global Organic Textile Standard (GOTS).	✓		✓		✓		
5	La certificación WHITE COTTON garantiza la calidad del producto.	✓		✓		✓		
6	Los exportadores de camisetas de algodón Pima ofrecen marcas con diseño exclusivos dirigidos a nichos de mercado en el mercado estadounidense.	✓		✓		✓		
7	Las camisetas de algodón cumplen con los estándares de flamabilidad del tejido según la Asociación Americana de Químicos Y Coloristas Textiles del mercado estadounidense elaborado por Promperú.	✓		✓		✓		
8	Las características del algodón pima tienen mayor demanda en el mercado estadounidense.	✓		✓		✓		
<b>D3: Oportunidades comerciales</b>								
9	El tratado de libre comercio con Estados Unidos facilita el ingreso de las camisetas de algodón sin barreras arancelarias.	✓		✓		✓		
10	Tener un acuerdo comercial con Estados Unidos genera mayor empleo en el sector textil de camisetas de algodón.	✓		✓		✓		
11	La empresa peruana exportadora de camisetas de algodón cuenta con las normas: Textile Products Identification y Wool Products Labeling para el mercado estadounidense.	✓		✓		✓		
12	Las ferias internacionales como Expotextil y Perú Moda incrementan la participación de las exportaciones de las camisetas de algodón en el mercado estadounidense.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Corregir la pregunta N° 3 en su Redacción

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: José Samuel Zarate Suarez    DNI: 10868448

Especialidad del validador: Lic. ADM. de Negocios Internacionales, Doctor en Gestión

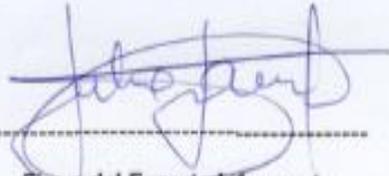
Lima, 27 de Septiembre del 2018

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.

**Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportación**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>D1: Producción</b>								
1	Las camisetas de algodón cumplen con las tres normativas de etiquetado: de marca, de composición y de cuidado escritas en inglés para su exportación al mercado estadounidense.	✓		✓		✓		
2	El área de control de calidad supervisa el proceso productivo estableciendo la norma ISO 9001 según requerimientos del mercado americano.	✓		✓		✓		
3	La actual capacidad instalada, le permite atender volúmenes de camisetas de algodón por el mercado americano.	✓		✓		✓		
4	La empresa invierte e innova en tecnología diferenciada que influye en el proceso de producción de camisetas de algodón según exigencias del mercado exportador.	✓		✓		✓		
<b>D2: Medios de transporte</b>								
5	El transporte marítimo por fletamento tiempo y viaje ayuda al acceso de las camisetas de algodón al comercio estadounidense.	✓		✓		✓		
6	El transporte marítimo bajo las restricciones del mercado estadounidense es el más económico en el traslado de camisetas de algodón, cuando se trata de volúmenes grandes.	✓		✓		✓		
7	El transporte aéreo tiene menor índice de riesgos en daños a la camiseta de algodón para el mercado americano.	✓		✓		✓		
8	El transporte aéreo de las camisetas de algodón son escogidos en base a los requerimientos y términos de entrega del mercado americano.	✓		✓		✓		
<b>D3: Oferta y demanda exportable</b>								
9	Estados Unidos es un mercado favorable desde un punto económico en base a la gran demanda exportable de camisetas de algodón Pima.	✓		✓		✓		
10	El precio de las camisetas de algodón Pima se determinan por el método pricing.	✓		✓		✓		
11	Acude al Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) o MINCETUR para obtener información sobre precios internacionales para la exportación de camisetas de algodón, según las divisas del mercado estadounidense.	✓		✓		✓		

12	Los grandes volúmenes de exportación de camisetas de algodón reducen costos productivos incrementando su oferta exportable en el mercado americano.	✓		✓	✓	✓					
----	---	---	--	---	---	---	--	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ni hay suficiencia.

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable       Aplicable después de corregir       No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. <sup>Dr</sup> Mg: Zarate Suarez Julio Samuel      DNI: 10868448

Especialidad del validador: lic. Adm. Negocios Internacionales, Doctor en Gestión.

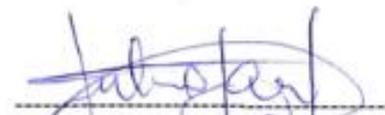
Lima 27 de Septiembre del 2018

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.



Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Ventaja competitiva

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: Especialización en la industria</b>								
1	El algodón Pima como insumo cuenta con el sello verde de acreditación "Made in Green" creado por la Asociación de Investigación de la Industria Textil.	X		X		X		
2	La compra y selección de sus insumos cumple con la norma Textile Exchange como especificación del mercado estadounidense.	X		X		X		
3	Las políticas de calidad en la selección del insumo establecidas por los proveedores influyen de manera adecuada para el mercado americano.	X		X		X		
<b>D2: Necesidades del mercado</b>								
4	Las camisetas de algodón Pima cuentan con el certificado Global Organic Textile Standard (GOTS).	X		X		X		
5	La certificación WHITE COTTON garantiza la calidad del producto.	X		X		X		
6	Los exportadores de camisetas de algodón Pima ofrecen marcas con diseño exclusivos dirigidos a nichos de mercado en el mercado estadounidense.	X		X		X		
7	Las camisetas de algodón cumplen con los estándares de flamabilidad del tejido según la Asociación Americana de Químicos Y Coloristas Textiles del mercado estadounidense elaborado por Promperú.	X		X		X		
8	Las características del algodón pima tienen mayor demanda en el mercado estadounidense.	X		X		X		
<b>D3: Oportunidades comerciales</b>								
9	El tratado de libre comercio con Estados Unidos facilita el ingreso de las camisetas de algodón sin barreras arancelarias.	X		X		X		
10	Tener un acuerdo comercial con Estados Unidos genera mayor empleo en el sector textil de camisetas de algodón.	X		X		X		
11	La empresa peruana exportadora de camisetas de algodón cuenta con las normas: Textile Products Identification y Wool Products Labeling para el mercado estadounidense.	X		X		X		
12	Las ferias internacionales como Expotextil y Perú Moda incrementan la participación de las exportaciones de las camisetas de algodón en el mercado estadounidense.	X		X		X		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): Suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. (Mg): ESANOZA COSA, JOAQUIN JUAN    DNI: 07466626

Especialidad del validador: Negocios Internacionales

Lima 26 de Setiembre del 2018

- <sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
  - <sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
  - <sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.

**Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportación**

Nº	Dimensiones / Ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>D1: Producción</b>								
1	Las camisetas de algodón cumplen con las tres normativas de etiquetado: de marca, de composición y de cuidado escritas en inglés para su exportación al mercado estadounidense.	X		X		X		
2	El área de control de calidad supervisa el proceso productivo estableciendo la norma ISO 9001 según requerimientos del mercado americano.	X		X		X		
3	La actual capacidad instalada, le permite atender volúmenes de camisetas de algodón por el mercado americano.	X		X		X		
4	La empresa invierte e innova en tecnología diferenciada que influye en el proceso de producción de camisetas de algodón según exigencias del mercado exportador.	X		X		X		
<b>D2: Medios de transporte</b>								
5	El transporte marítimo por fletamento tiempo y viaje ayuda al acceso de las camisetas de algodón al comercio estadounidense.	X		X		X		
6	El transporte marítimo bajo las restricciones del mercado estadounidense es el más económico en el traslado de camisetas de algodón, cuando se trata de volúmenes grandes.	X		X		X		
7	El transporte aéreo tiene menor índice de riesgos en daños a la camiseta de algodón para el mercado americano.	X		X		X		
8	El transporte aéreo de las camisetas de algodón son escogidos en base a los requerimientos y términos de entrega del mercado americano.	X		X		X		
<b>D3: Oferta y demanda exportable</b>								
9	Estados Unidos es un mercado favorable desde un punto económico en base a la gran demanda exportable de camisetas de algodón Pima.	X		X		X		
10	El precio de las camisetas de algodón Pima se determinan por el método pricing.	X		X		X		
11	Acude al Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) o MINCETUR para obtener información sobre precios internacionales para la exportación de camisetas de algodón, según las divisas del mercado estadounidense.	X		X		X		





Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Ventaja competitiva

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: Especialización en la industria</b>								
1	El algodón Pima como insumo cuenta con el sello verde de acreditación "Made in Green" creado por la Asociación de Investigación de la Industria Textil.	✓		✓		✓		
2	La compra y selección de sus insumos cumple con la norma Textile Exchange como especificación del mercado estadounidense.	✓		✓		✓		
3	Las políticas de calidad en la selección del insumo establecidas por los proveedores influyen de manera adecuada para el mercado americano.	✓		✓		✓		
<b>D2: Necesidades del mercado</b>								
4	Las camisetitas de algodón Pima cuentan con el certificado Global Organic Textile Standard (GOTS).	✓		✓		✓		
5	La certificación WHITE COTTON garantiza la calidad del producto.	✓		✓		✓		
6	Los exportadores de camisetitas de algodón Pima ofrecen marcas con diseño exclusivos dirigidos a nichos de mercado en el mercado estadounidense.	✓		✓		✓		
7	Las camisetitas de algodón cumplen con los estándares de flammabilidad del tejido según la Asociación Americana de Químicos Y Coloristas Textiles del mercado estadounidense elaborado por Promperú.	✓		✓		✓		
8	Las características del algodón pima tienen mayor demanda en el mercado estadounidense.	✓		✓			✓	<i>Precisar</i>
<b>D3: Oportunidades comerciales</b>								
9	El tratado de libre comercio con Estados Unidos facilita el ingreso de las camisetitas de algodón sin barreras arancelarias.	✓		✓		✓		
10	Tener un acuerdo comercial con Estados Unidos genera mayor empleo en el sector textil de camisetitas de algodón.	✓		✓		✓		
11	La empresa peruana exportadora de camisetitas de algodón cuenta con las normas: Textile Products Identification y Wool Products Labeling para el mercado estadounidense.	✓		✓		✓		
12	Las ferias internacionales como Expotextil y Perú Moda incrementan la participación de las exportaciones de las camisetitas de algodón en el mercado estadounidense.	✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ ]    Aplicable después de corregir     No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Vladimir Villanueva Ortega ..... DNI: 29685615 .....

Especialidad del validador: Finanzas y Proyectos de inversión .....

Lima 27 de Sep ..... del 2018

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
.....  
Firma del Experto Informante.

**Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportación**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>D1: Producción</b>								
1	Las camisetas de algodón cumplen con las tres normativas de etiquetado: de marca, de composición y de cuidado escritas en inglés para su exportación al mercado estadounidense.	✓		✓		✓		
2	El área de control de calidad supervisa el proceso productivo estableciendo la norma ISO 9001 según requerimientos del mercado americano.	✓		✓		✓		
3	La actual capacidad instalada, le permite atender volúmenes de camisetas de algodón por el mercado americano.	✓		✓		✓		
4	La empresa invierte e innova en tecnología diferenciada que influye en el proceso de producción de camisetas de algodón según exigencias del mercado exportador.	✓		✓		✓		
<b>D2: Medios de transporte</b>								
		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
5	El transporte marítimo por fletamento tiempo y viaje ayuda al acceso de las camisetas de algodón al comercio estadounidense.	✓		✓		✓		
6	El transporte marítimo bajo las restricciones del mercado estadounidense es el más económico en el traslado de camisetas de algodón, cuando se trata de volúmenes grandes.	✓		✓		✓		
7	El transporte aéreo tiene menor índice de riesgos en daños a la camiseta de algodón para el mercado americano.	✓		✓		✓		
8	El transporte aéreo de las camisetas de algodón son escogidos en base a los requerimientos y términos de entrega del mercado americano.	✓		✓		✓		
<b>D3: Oferta y demanda exportable</b>								
		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
9	Estados Unidos es un mercado favorable desde un punto económico en base a la gran demanda exportable de camisetas de algodón Pima.	✓		✓		✓		
10	El precio de las camisetas de algodón Pima se determinan por el método pricing.	✓		✓		✓		
11	Acude al Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) o MINCETUR para obtener información sobre precios internacionales para la exportación de camisetas de algodón, según las divisas del mercado estadounidense.	✓		✓		✓		

12	Los grandes volúmenes de exportación de camisetas de algodón reducen costos productivos incrementando su oferta exportable en el mercado americano.	✓		✓		✓		
----	---	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Vladimir Villanueva Obregón ..... DNI: 29685615 .....

Especialidad del validador: Finanzas y Proyectos de inversión .....

Lima 27 de Sep ..... del 2018

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
-----  
Firma del Experto Informante.

**Anexo N° 3: Matriz de consistencia**

**Título:” Ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017”**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
<p><b>Problema general:</b> ¿Existe relación entre la ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> 1) ¿Existe relación entre la especialización en la industria y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017? 2) ¿Existe relación entre las necesidades del mercado y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017? 3) ¿Existe relación entre las oportunidades comerciales y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar la relación que existe entre la ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> 1) Determinar la relación entre la especialización en la industria y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017. 2) Determinar la relación entre las necesidades del mercado y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017. 3) Determinar la relación entre las oportunidades comerciales y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> Existe relación positiva y directa entre la ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b> 1) Existe relación positiva y directa entre la especialización en la industria y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017. 2) Existe relación positiva y directa entre las necesidades del mercado y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017. 3) Existe relación positiva y directa entre las oportunidades comerciales y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017.</p>	<b>Variable 1: Ventaja competitiva</b>			
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Rango</b>
			D1: Especialización en la industria	- Recepción de insumos - Proveedores	01, 02, 03,	Escala de Likert: (1) Nunca (N) (2) Pocas veces (PV) (3) Algunas veces(AV) (4)Casi siempre (CS) (5)Siempre (S)
			D2: Necesidades del mercado	- Producto a exportar - Mercado meta - Rivalidad de competidores	04, 05, 06, 07, 08,	
			D3: Oportunidades comerciales	- Tratado de Libre Comercio - Regulaciones a nivel internacional	09, 10, 11, 12,	
			<b>Variable 2: Exportación</b>			
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Rango</b>
			D1: Producción	- Cadena productiva - Tecnología	13, 14, 15, 16,	Escala de Likert: (1) Nunca (N) (2) Pocas veces (PV) (3)Algunas veces(AV) (4)Casi siempre (CS) (5)Siempre (S)
			D2: Medios de transporte	- Marítimo - Aéreo	17, 18, 19, 20,	
			D3: Oferta y demanda exportable	- Valor de exportación - Precio de exportación - Volumen de exportación	21, 22, 23, 24	

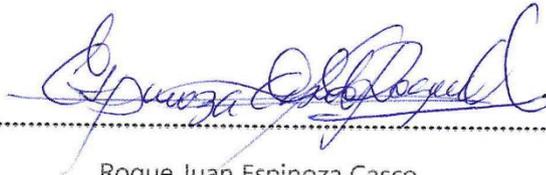
Anexo N° 4: Acta de aprobación de originalidad

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 2
--	--	---

Yo, Roque Juan Espinoza Casco, docente de la Facultad de Ciencias empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo sede ATE, revisor de la tesis titulada "VENTAJA COMPETITIVA Y LA EXPORTACIÓN DE CAMISETAS DE ALGODÓN HACIA ESTADOS UNIDOS ENTRE LOS AÑOS 2015 AL 2017", de la estudiante Mitzzy Shirley Carla Rimari Bernable, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Ate, 20 de diciembre del 2018



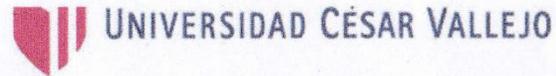
Roque Juan Espinoza Casco

DNI: 07766626



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

Anexo N° 5: Turnitin



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ventaja competitiva y la exportación de camisetas de algodón hacia Estados Unidos entre los años 2015 al 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA:

Mitzy Shirley Carla Rimari Bernable

ASESORES:

Dr. Julio Samuel Zárate Suárez

Mg. Roque Juan Espinoza Casco

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional



Resumen de coincidencias

23 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

- |   |   |      |
|---|---|------|
| 1 | Entregado a Universida...<br>Trabajo del estudiante | 7 %  |
| 2 | repositorio.ucv.edu.pe<br>Fuente de Internet        | 7 %  |
| 3 | repositorio.unheval.edu...<br>Fuente de Internet    | 2 %  |
| 4 | www.virtual.sepi.upiics...<br>Fuente de Internet    | 1 %  |
| 5 | Entregado a CONACYT<br>Trabajo del estudiante       | <1 % |
| 6 | Entregado a Universida...<br>Trabajo del estudiante | <1 % |

Anexo N° 6: Acta de aprobación

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña Mitzy Shirley Carla Rimari Bernable, cuyo título es: "VENTAJA COMPETITIVA Y LA EXPORTACIÓN DE CAMISETAS DE ALGODÓN HACIA ESTADOS UNIDOS ENTRE LOS AÑOS 2015 AL 2017".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (dieciséis).

Ate, 05 de diciembre del 2018

  
.....  
**PRESIDENTE**

  
.....  
**SECRETARIO**

  
.....  
**VOCAL**



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

Anexo N° 7: Autorización de la publicación

	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

Yo Mitzy Shirley Carla Rimari Bernable, identificado con DNI N° 72555851, egresado de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo ( X ), No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "VENTAJA COMPETITIVA Y LA EXPORTACIÓN DE CAMISETAS DE ALGODÓN HACIA ESTADOS UNIDOS ENTRE LOS AÑOS 2015 AL 2017"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

FIRMA

DNI: 72555851

FECHA: 20 de diciembre del 2018

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

Anexo N° 8: Autorización de la versión final



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Programa de estudios de Negocios Internacionales

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Mitzy Shirley Carla Rimari Bernable

---

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

VENTAJA COMPETITIVA Y LA EXPORTACIÓN DE CAMISETAS DE ALGODÓN HACIA ESTADOS UNIDOS ENTRE LOS AÑOS 2015 AL 2017.

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

---

SUSTENTADO EN FECHA: 05 de diciembre del 2018

NOTA O MENCIÓN: 16

Roque Juan Espinoza Casco

