



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

**Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector
textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Génesis Yemina Machuca Pérez (ORCID: 0000-0002-7420-6189)

ASESORA:

Dra. Mary Hellen Mariela Michca Maguiña (ORCID: 0000-0001-7282-5595)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a mis padres quienes me ven avanzando cada día en mi carrera profesional y en especial al docente del curso, porque gracias a él pude adquirir más conocimientos para posteriormente aplicarlos en mi vida profesional.

Agradecimiento

Agradezco a. Dios por darme las fuerzas para seguir adelante día a día, a mis padres por el apoyo incondicional y a mi docente por darme la oportunidad de crecer cada día en la carrera profesional y apoyarme en los problemas presentados en la realización del trabajo de investigación.

Índice de contenido

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCION	1
Problema general	4
Problemas Específicos	4
Justificación	4
Hipótesis	5
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
II. MARCO TEÓRICO	7
Nacionales	7
Internacionales	9
Bases teóricas	11
III. METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y diseño de investigación	16
3.2. Variables y operacionalización	16
3.3. Población y muestra	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.5. Procedimientos	20
3.6. Método de análisis de datos	20
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN	31
VI. CONCLUSIONES	33
VII. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	36
ANEXOS	41

Índice de tablas

Tabla 1 Escala de niveles de confiabilidad.....	19
Tabla 2 Frecuencia de la variable Desempeño Exportador (agrupado)	21
Tabla 3 Frecuencia de la variable Competitividad Empresarial (agrupado)	22
Tabla 4 Dimensión Recursos empresariales	23
Tabla 5 Estrategia organizacional	24
Tabla 6 Ventajas Competitivas	25
Tabla 7 Prueba de Normalidad de las Variables	26
Tabla 8 Normalidad de las dimensiones	26
Tabla 9 Contrastación de la Hipótesis General	27
Tabla 10 Contrastación de la Hipótesis Específica 1	28
Tabla 11 Contrastación de la Hipótesis Específica 2	29
Tabla 12 Contrastación de la Hipótesis Específica 3	29

Índice de figuras

Figura 1	Porcentaje de Frecuencia de la variable Desempeño Exportador	21
Figura 2	Porcentaje de Frecuencia de la variable Competitividad Empresarial ..	22
Figura 3	Porcentaje de Frecuencia de la Dimensión recursos empresariales.....	23
Figura 4	Porcentaje de Frecuencia de la Dimensión Estrategia Organizacional .	24
Figura 5	Porcentaje de Frecuencia de la Dimensión Ventajas Competitivas	25

Resumen

El presente trabajo de investigación titulado Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020, la cual tuvo como objetivo general el determinar la relación entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020 .Se trabajó bajo una metodología de tipo aplicada, con diseño no experimental y de enfoque cuantitativo, considerando como muestra 40 representantes administrativos de la empresa con mayor tiempo laboral en diversos cargos y con mayor experiencia en ella, a los cuales se les aplico una encuesta por medios virtuales (Google Forms) compuesto de 24 preguntas para la recolección de la información. Encontrándose en los resultados que si existe una relación significativa entre las variables de estudio que son el desempeño exportador y la competitividad empresarial ya que se obtuvo el p-valor de ,000 resultado que es menor a ,005, se utilizó la regla estadística que señala que se acepta la hipótesis alterna planteada que dice: que existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020, representando un nivel de correlación de ,694. Concluyéndose que, si las empresas alcanzan buenos niveles de competitividad su desempeño exportador en base a diversos factores, podrá obtener beneficios principalmente en su rentabilidad. En el caso de la empresa de estudios se encuentra en un nivel bastante regular ya que sumando los porcentajes de regular y bueno alcanza a superar el 50%, lo que demuestra que la empresa está en un término regular en cuanto a su desempeño exportador y está en un desarrollo sostenible.

Palabras claves: desempeño exportador, gestión de calidad, innovación, competencia.

Abstract

The present research work entitled Exporting performance and business competitiveness of the textile sector to the United States - California, 2020, which had the general objective of determining the relationship between export performance and business competitiveness of the textile sector to the United States - California, 2020. We worked under an applied-type methodology, with a non-experimental design and a quantitative approach, considering as a sample 40 administrative representatives of the company with longer working time in various positions and with more experience in it, to whom a survey was applied by Virtual media (Google Forms) composed of 24 questions for the collection of information. Finding in the results that if there is a significant relationship between the study variables that are export performance and business competitiveness since the p-value of, 000 result was obtained that is less than, 005, the statistical rule that indicates that the alternative hypothesis proposed is accepted that says: that there is a significant relationship between the export performance and the business competitiveness of the textile sector to the United States - California, 2020, representing a correlation level of .694. Concluding that if companies achieve good levels of competitiveness their export performance based on various factors, they will be able to obtain benefits mainly in their profitability. In the case of the study company, it is at a fairly regular level since adding the percentages of fair and good reaches over 50%, which shows that the company is in a regular term in terms of its export performance and is in sustainable development.

Keywords: export performance, quality management, innovation, competition.

I. INTRODUCCION

En la actualidad a nivel internacional por lo general las empresas buscan la mejor manera de llegar a internacionalizarse en base a las actividades de exportación, convirtiéndose en un gran desafío bajo un contexto de alta competitividad en todos los rubros, más aun en el rubro textil donde la competencia como el caso de la industria textil china que comercializa productos de baja calidad pero a buen precio o relativamente bajo se están convirtiendo en un obstáculo para el mejor desarrollo del comercio textil para países como el Perú que comercializa prendas de vestir con alta calidad. Bajo este enfoque aquella empresa que incursiona en el rubro de exportación e internacionalización de sus productos debe de contar con un buen desempeño en dicha actividad enfocándose en los diversos factores que influyen en dicha actividad tanto interna como externa si desea mantenerse en el mercado al que atiende y ser una empresa competitiva. (Sarmiento, 2014). El problema que se presenta radica en que muy a pesar de que las actividades de exportación tienden a brindar numerosos beneficios económicos, sobre todo, muchas empresas no se sienten en la capacidad de poder incursionar en la internacionalización por diversos factores, como la falta de recursos, falta de conocimientos, falta de estrategias competitivas, y la competencia en general existente en los mercados, situaciones que hacen que el desempeño exportador no sea el más favorable. (Pinho & Martins 2010). Para Madsen (1998) hablar de un desempeño exportador es considerar un aspecto muy importante en la toma de las decisiones en las actividades dadas en el desarrollo de las actividades de comercio internacional y que en el concepto mismo están implicados dentro del resultado exportador la rentabilidad, las ventas y el desarrollo exportador que están relacionadas entre sí para ser más completo el éxito en las exportaciones. Por otro lado el mercado americano es muy amplio convirtiéndose en una buena oportunidad comercial, de donde se calcula que 50,78% de sus habitantes son de sexo femenino, existiendo una gran variedad de comportamientos, variando las tendencias de estado a estado, y siendo bastante exigentes en cuestiones de calidad y de precio para lo cual se debe de asegurar que las prendas comercializadas se adapten al mercado continuamente haciendo que la experiencia de compra sea más positiva y favorable para el cliente final. California se caracteriza por tener una mayor demanda en prendas de vestir femeninas siendo los pantalones el producto más solicitado en

un porcentaje calculado de 64 millones de dólares en el año 2017 y en segundo puesto de demanda los polos o sudaderas con un aproximado de 50,6 mil millones de ventas. (Proyecto INTER-TEX 2018). A nivel nacional se aprecia que la industria textil se convierte en una gran oportunidad en la actualidad y gracias a diversos tratados de libre comercio (TLC) se encuentran mayores facilidades para este mercado dentro de la internacionalización de las empresas, para lo cual es necesario planificar e idear estrategias para dicho fin y que se cuente con las capacidades y recursos para mantenerse en dicha actividad, situación que no se evidencia de la manera correcta ya que se aprecia que muchas empresas incursionan en el rubro de exportación pero que no cuentan con los requerimientos necesarios y no logran mantenerse en el tiempo. Mansilla (2005). De manera general según el INEI (2016) desde el 2011 al 2015 se pudo observar que la facturación producto de las exportaciones presentaba una disminución significativa de \$ 38.5 millones de dólares registrados en el año 2014 de las exportaciones en relación al año 2015, siendo el sector textil el más afectado y situación que se mantiene hasta la actualidad con tendencia a la baja existiendo una variación porcentual en promedio del 23.5% debido a diversos factores como la implementación por parte del gobierno de sobrerregulaciones y de costos elevados dados a la cadena exportadora dentro del rubro textil así como de las nuevas medidas antidumpin las que quedaron sin efecto debido a la importación desmedida de productos venidos de China, así como la poca demanda de manera internacional de mercados como el de Estados Unidos, creando grandes desventajas competitivas en el mercado nacional, sumado a que más actualmente las exportaciones textiles estaban proyectadas a un aumento durante el año 2020 en cálculos de \$/, 1,430 millones de dólares con un porcentaje de incremento superior al 5% pero que no se dio por la situación actual motivada por la pandemia del Covid 19 que hace que estos mercados tiendan a presentar menor demanda para el 2021 la situación es similar ya que gracias a la segunda ola la situación no tiende a presentar mejoras siendo un problema para las empresas exportadoras del rubro textil nacional. En el Perú se da que la industria textil a nivel local se enfrenta a una gran competencia ya que existen muchas empresas dedicadas a este rubro, situación que hace que algunas de ellas vean con buenos ojos el internacionalizarse y dar a conocer su marca a otros países, teniendo como ventaja

competitiva la obtención de su materia prima que es el algodón de alta calidad, y que es apreciado a nivel mundial, pero que por lo general se encuentra compitiendo directamente con el algodón chino y de la india, las cuales 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, pero que es el primer gran escollo para las exportaciones textiles peruanas. Departamento de Estudios Económicos de Scotiabank (2020). En general el sector industrial textil de nuestro país es muy diversificado en lo cual se tiene como mayor y más destacable característica la calidad de sus confecciones y telas, la cual se refleja en que las exportaciones durante el 2019 alcanzaron una alza en un porcentaje de 11,4% sobre todo en la exportación de prendas de algodón a diversos mercados, siendo una gran oportunidad para crear empleo en nuestro país y crecimiento económico, debido sobre todo a que el Perú posee las mejores condiciones climáticas en donde se da el mejor cultivo de nuestro algodón y de otras fibras que serán útiles para crear productos de calidad. Asociación de Exportaciones de Perú (ADEX 2019). Según Estrella, Jiménez y Sánchez (2012) las empresas nacionales en general enfrentan diversos desafíos en la actividad de exportación, a razón de que la competencia o la competitividad son dos características necesarias de tener en visión a la hora de incursionar en mercados internacionales para lo cual será necesario una diversidad de capacidades que le permitan mantenerse y poder abastecer al mercado internacional. Los resultados de la exportación son hoy una prioridad para las empresas, en el competir en el entorno económico es un factor determinante e indispensable para el crecimiento económico del país. En particular, se busca establecer si el desempeño exportador se viene desarrollando de manera eficiente en la empresa de estudio, con relación a diversas características como son la competitividad, innovación, mercado, ventas, exportaciones, etc. Por otro lado la identificación de los elementos que afectan significativamente los resultados de exportación debe facilitar el diseño de políticas para mejorar el rendimiento y el crecimiento económico en última instancia general. A nivel local podemos tomar en consideración a una empresa textil Hilandería de Algodón Peruano dedicada al rubro de confección textil para la exportación en un 75% de sus ingresos y el restante 25% para el mercado nacional, siendo una empresa con gran experiencia en el mercado con más de 40 años de experiencia

y atención a mercados de Estados Unidos y Europa, se convierte en una de las siete mejores empresas de exportación textil peruana, debido al correcto manejo u desempeño en esta actividad, para lo cual tomaremos en este estudio como es que alcanzo o maneja hasta la actualidad dichas actividades para poder mantenerse en este mercado tan competitivo. Actualmente la empresa se encuentra disminuida en sus actividades de exportación debido a la ya comentada situación actual de la pandemia a nivel mundial, pero que a pesar de ello ya presentaba antes de esta, una disminución de rentabilidad debido a algunos factores y que en algunos casos no se cumplía con la debida entrega de pedidos de órdenes de compra al mercado americano, por muchas veces exceso de pedidos y poca disponibilidad de recursos como mano de obra, proveedores que suministren los insumos para la confección, entre otros, lo que ya deja ante el cliente una mala imagen que debe de mantenerse si se desea ser más competitivo ya que por ejemplo se presentó un pedido de 20,000 polos de algodón para el mercado de Estados Unidos el cual debía entregarse en junio del 2019 y que se entregó recién en agosto siendo una desventaja competitiva ante otras empresas que si cumplen con sus pedidos a la fecha establecida situación que puede hacer que el cliente busque a la competencia creando mayores problemas a la rentabilidad o crecimiento de la empresa Así mismo la investigación tiene como problema general: ¿Cuál es la relación entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020?; como problemas específicos: PE1 ¿Cuál es la relación entre el Desempeño exportador y los recursos del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020?; PE2 ¿Cuál es la relación entre el Desempeño exportador y la estrategia organizacional del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020?; PE3 ¿Cuál es la relación entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020?. El estudio se justifica según Bernal (2010) de una manera teórica desde el punto de vista de encontrar una mayor reflexión y un debate de tipo académico en base a un conocimiento que ya existe con la utilización teórica de otras experiencias poder contrastar sus resultados, o cuando se pretende encontrarle solución a un fenómeno estudiado. Bajo este enfoque el presente estudio tiene el propósito de aportar ideas al existente conocimiento del cumplimiento del principio de causalidad en relación de poder encontrar una mejor

rentabilidad en la empresa de estudio, donde los resultados que podamos encontrar se podrán plasmar como una propuesta de mejora que podrá ser tomada en cuenta por la empresa u otras personas que tengan acceso a la presente investigación. Se justifica de manera práctica ya que se busca dar una sugerencia de solución del problema observado en primera instancia dentro de la empresa, siendo una propuesta dentro del control contable de la empresa y que busque, las debidas conclusiones del estudio y que estas nos den alguna información que será útil para comprender en alguna medida las implicancias que tiene la correcta utilización del principio de causalidad para mejorar la rentabilidad de la empresa, y para poder comprender los diversos factores que motivan el buscar sus beneficios. Para el caso de estudio se justifica de una manera metodológica en que se busca conocer cómo se puede llegar a un buen desempeño exportador desde un aspecto básico como es la competitividad en la empresa analizada, donde se pretende dejar una recomendación adecuada de cómo manejar su problema desde una manera logística en el aspecto de tomar en consideración de la gran importancia de buscar alternativas más viables que brinden un mejor y mayor crecimiento en las actividades de exportación de la empresa, sobre todo en el aspecto de planificación y financiero que será tomado como una herramienta dentro de la gestión contable que busca alcanzar los resultados sobre todo en beneficio económico dentro de los gastos internos y externos, al realizar estas actividades sobre una metodología que se ajuste al modo de estudio y a la recolección de los datos para su respectivo análisis general. Las hipótesis de investigación dejan como hipótesis general: Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020; como hipótesis específicas: HE1 Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y los recursos empresariales del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020; HE2 Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la estrategia organizacional del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020; HE3 Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020. Finalmente como objetivos se tiene como objetivo general: Determinar la relación entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020; como

objetivos específicos: OE1 Determinar la relación entre el Desempeño exportador y los recursos empresariales del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020; OE2 Determinar la relación entre el Desempeño exportador y la estrategia organizacional del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020; OE3 Determinar la relación significativa entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Esta investigación considera los siguientes antecedentes a nivel nacional: Ríos (2018) en su tesis titulada “Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017”, realizado en Perú, tuvo como objetivo general el conocer el nivel de la competitividad en el sector textil artesanal de la ciudad de estudio, aplicándose una metodología de tipo descriptivo y de enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, tomándose como población a 47 empresarios artesanales del centro poblado elegido, y se consideró como muestra a toda la población por ser reducida, a los que se les realizó una encuesta por medio de un cuestionario estructurado como técnica de recolección de datos. Concluyéndose que para los empresarios consultados existen muchas dificultades en el momento de realizar exportaciones relacionadas con el conocimiento respectivo de políticas de comercialización internacional, calidad de sus productos, falta de estrategias, lo que denota un nivel bajo en su competitividad, para lo cual será necesario la creación y aplicación de estrategias que busquen realzar sula competitividad en las debidas asociaciones de estos empresarios, donde se debe de primar en primera instancia en la calidad de sus productos y las alianzas estratégicas que podrían realizar entre ellos, y tener mayores capacitaciones sobre las vigentes regulaciones del sector textil. Farfán, Palomino y Ruiz (2018) en su estudio titulado “Análisis de los factores que inciden en la exportación de las MYPES del sector textil confecciones”. Casos de estudio: Corporación Stealth, Nevih Plus Size y Pijamas Rozzé Latina del Emporio Comercial de Gamarra”. Realizada en el Perú, teniendo como objetivo el conocer aquellos factores tanto externos como internos que tienen incidencia en las empresas dedicadas a la exportación textil. Con una metodología de tipo aplicada de enfoque cualitativa con un diseño de estudio de caso, teniendo como sujetos de estudio por muestreo por conveniencia a 3 expertos de cada una de las tres empresas exportadoras de Gamarra. Concluyéndose en base a los resultados de que las empresas analizadas se han visto afectadas por los mismos factores dentro de su desempeño y son la demanda, la saturación y los diversos programas dados por el gobierno para fomentar la exportación, siendo otro punto a destacar la experiencia que deben de tener los directivos para poder incursionar en el mercado exportador, y todo sumado al factor de innovación en sus procesos que se debe de

contar en estas actividades son de mucha importancia y que algunas de ellas tercerizan algunas actividades a otras empresas creando un problema que puede afectar su desarrollo exportador. Díaz, Torres, y Chacón (2018) en su investigación titulada “Análisis de los principales factores internos y externos que influyeron en el desempeño positivo de las exportaciones de las Born Global Firms peruanas para la partida 6109.10.00.31 pese al decrecimiento del sector textil peruano; realizado en Lima Perú”, tuvo como objetivo el identificar a los principales factores tanto internos como externos que influyen en el desempeño de tipo positivo de las exportaciones de las empresas seleccionadas en el análisis de las variables políticas públicas relacionadas con el comercio exterior por medio de los tratados comerciales y los diversos programas de promoción de comercio exterior en el rubro de confección textil, trabajando con una metodología de tipo exploratoria de enfoque cualitativo, y tomándose como muestra a un grupo de empresas textiles que componen el Born Global Firms. Concluyéndose que las empresas pertenecientes al Born por lo general presentan buenas relaciones con sus proveedores y sus clientes lo que hace que tengan un buen desempeño exportador en base a sus ventajas competitivas ya que por ello cuentan con el abastecimiento de manera oportuna en lo que se refiere a sus materias primas, también disponen del aprovechamiento oportuno de los TLC que influyen en el beneficio comercial exportador debido a que las preferencias arancelarias son apropiadas para su proyección frente a la competencia, y que con las capacitaciones constantes harán que las empresas alcancen mayores y mejores experiencias para su actividades de internacionalización. Hinojosa y Toledo (2019) en su tesis titulada “La capacidad exportadora y su relación con la internacionalización de la empresa de confecciones textiles P&P Arequipa, 2018”. Tuvo como objetivo el determinar la relación positiva entre las variables capacidad exportadora y la internacionalización en la empresa de estudio, aplicándose una metodología de tipo descriptiva correlacional, de enfoque cuantitativo, de corte transversal, con una población de 30 trabajadores de la empresa y tomándose como muestra a toda la población para la aplicación de la encuesta como instrumento de recolección de datos. Concluyéndose que si existe una relación entre la capacidad exportadora y la internacionalización en la empresa ya que alcanzo un p valor de 0.873 resultado positivo con una significancia menor a ,005, valores que determinaron la significancia de la relación entre las variables

dadas por los investigadores. Mendoza y Giraldo (2016), en su tesis titulada “La internacionalización y su relación con la competitividad de las pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana”, que tuvo como objetivo el determinar cuál es la influencia de la internacionalización dentro de la competitividad en las empresas exportadoras del rubro textil de Lima, aplicándose una metodología de tipo descriptiva correlacional, de diseño no experimental, de enfoque cuantitativo, donde se consideró una población de 44 empresarios de algunas empresas del rubro textil, tomándose como muestra final a 38 de ellos para aplicarles la técnica de la encuesta para la recolección de datos. Concluyéndose que existen algunos factores que incentivan a que una empresa alcance niveles positivos de competitividad como son la innovación, usada para alcanzar más y mejores mercados, así como la ventaja competitiva que debe de ser planificada de manera sostenida para obtener una diferenciación con la competencia, y finalmente otro factor no menos importante es la formación empresarial que es la base para realizar un buen proceso de internacionalización. Esta investigación considera los siguientes antecedentes a nivel internacional: González, et al. (2019) en su artículo de investigación titulado “Estrategias de internacionalización de las Mipymes en el sector Textil; realizada en Ecuador, teniendo como objetivo el resaltar la importancia de la internacionalización de las empresas (Mipymes) tanto local como internacionalmente en los aspectos externos e internos de su actividad, aplicando como metodología de estudio exploratorio y de revisión bibliográfica, encontrando en sus resultados obtenidos de una entrevista a especialistas del rubro exportador que la actividad con mucho potencial para las empresas y para la economía de los países, la que también deja muchos puestos de trabajo. Concluyéndose que a pesar que muchas empresas suelen estimular la internacionalización de sus productos no todas logran alcanzar beneficios sobre todo por la falta de recursos estratégicos así como de recursos económicos y financieros, teniendo mucha competencia desleal en los productos asiáticos que son un escollo al que deben de enfrentar ya que hace que la industria textil decaiga en Ecuador siendo una constante lucha el poder permanecer dentro del mercado.

Mayorga, & Bernal (2019) en su artículo titulado “Evolución de las exportaciones del sector textil con Estados Unidos desde la entrada en vigencia del TLC hasta el año 2017. Caso: Pymes en Bogotá”. Colombia, que tuvo como objetivo

el conocer la evolución de las actividades de exportaciones del sector textil en la ciudad de Bogotá desde el enfoque de las TLC (Tratados de libre comercio); se trabajó bajo una metodología de estudio de caso de enfoque cuantitativo, donde se tomó información de siete pymes del sector textil de la ciudad a sus representantes y expertos en la materia quienes por medio de entrevistas dejaron los datos sobre su debido comportamiento en las exportaciones de sus productos al mercado norteamericano y a otros países, para dejar como conclusiones que en general dentro del contexto actual de las empresas colombianas se manejan aprovechando las ventajas que dan los TLC firmados por su país con otras naciones pero para lo cual disponen de el mayor esfuerzo y uso de sus capacidades y herramientas para aprovechar dichos convenios y hacer que se dé impulso a sus marcas en otros mercados para así poder buscar el posicionarse dentro de la gran globalización existente en los mercados de diversos rubros y ser cada vez más competitivos. Valencia (2018) en su tesis titulada “Potencial exportador de las empresas Confetex de Colombia, Crisalltex e Incoco pertenecientes al sector textil-confección ubicadas en la ciudad de Pereira para participar en la Alianza del Pacífico”; realizada en Colombia, tuvo como objetivo el determinar el requerido potencial exportador de las empresas de confección seleccionadas para el estudio para participar en la Alianza del Pacífico. Se trabajó bajo una metodología de tipo aplicada exploratoria con un estudio de caso, teniendo como muestra a algunos expertos de las empresas analizadas por medio de una encuesta como medio de recolección de datos, concluyéndose que las empresas no presentan interés en integrarse a ningún tipo de alianzas comerciales ya que no cuentan con un potencial exportador adecuado para poder hacerlo, además a pesar de ser empresas grandes y que contribuyen al desarrollo del país por intermedio de la creación de mayores puestos de trabajo hace falta mayores incentivos que busquen mejorar sus dimensiones internas, financieras de crecimiento y aprendizaje así como de clientes y actividades de exportación. Cifuentes (2017) en su estudio titulado “Principales factores de competitividad para el acceso de las Pymes colombianas del sector textil-confección a mercados internacionales”, realizada en Colombia, y teniendo como objetivo el determinar cuáles son los factores de competitividad en las Pymes Colombianas para poder acceder a mercados internacionales. Aplicándose una metodología de estudio de caso, de enfoque cuantitativo, el cual se desarrolló ante

una población y muestra conformada por dos empresas textiles de Colombia, y realizando una entrevista a sus representantes administrativos. Concluyéndose que desde la revisión de los conceptos analizados de la competitividad y de la internacionalización y apreciar si tenían relación entre ambas y que en base a ello existen factores que se centran en problemas en la organización interna, compras, calidad de sus productos etc. Y todo ello lleva a deducir que estos factores son indispensables para realizar actividades de internacionalización y que se pueden tomar como un valor agregado en los procesos de exportación de productos textiles. Nájera (2015) en su artículo científico titulado “Modelo de competitividad para la industria textil del vestido en México”; cuyo objetivo fue el determinar en qué medida factores de productividad, calidad e innovación, enfocados en los debidos recursos y capacidades de la empresa, inciden dentro de la competitividad de esta industria. Con una metodología de tipo de estudio de caso, y revisión de literatura científica, encontrando en sus resultados de que los factores analizados cuando son aplicados a los recursos y a las capacidades propias relacionado con la competitividad de tipo empresarial sobre todo en el rubro textil las empresas alcanzaran un mayor beneficio en la actividad de exportación. Concluyéndose que los factores que deben de intervenir dentro de la actividad exportadora si una empresa quiere llegar a ser competitiva en el rubro dentro de su etapa de internacionalización son la productividad, la calidad y la innovación que se relacionan de manera directa y de forma positiva con la durabilidad y sostenimiento de dicha actividad dentro de la industria textil en el mercado mexicano. Para la fundamentación teórica de la presente investigación se consideran las siguientes teorías: Para la variable desempeño exportador se considera la teoría de Madsen (1987) que a comparación de otros autores más actuales tienen mucha coincidencia en sus apreciaciones y afirman que en relación al proceso de exportación es aquella capacidad dada en una actividad productiva dentro de una economía u organización que tiene la finalidad principal de comercializar afuera de sus fronteras y así satisfacer los requerimientos interpuestos en la actividad comercial. Del estudio de este autor Madsen (1987) se tomaron las dimensiones más resaltantes: Estrategias de la empresa, estructura de la organización y estructura del entorno; donde las estrategias de la empresa se basan en los recursos y en las competencias expresadas como el conjunto de capacidades que

deben tener una empresa con lo cual podrá disponer de activos de tipo tangibles e intangibles para la mejora de sus actividades de exportación. (p. 89), en cuanto a la dimensión estructura de la organización, basado en el desempeño exportador afirmo que existen diversos factores que deben estar sujetos a que la organización pueda disponer de ellos para su real desempeño abstenga beneficios en sus actividades y entre ellos esta los recursos que posee la empresa, la tecnología la planificación, el marketing, entre otras. Finalmente, la estructura del entorno se refiere al mercado propiamente dicho, donde la organización o empresa debe de conocer el mercado al que va incursionar y donde se podrá utilizarse el marketing y algunas relaciones comerciales como una de las herramientas para obtener mayores beneficios para la firma o marca. (p. 90). Por otro lado Paredes (2017) nos señala que la actividad de exportación es la salida de manera legal de productos o mercancías de un país hacia otra nación, o también puede ser un servicio que es requerido de otros mercado para su consumo exterior y que debe de cumplirse con los diversos requisitos inmersos en un proceso de exportación. Munarriz (2017) nos señala que la capacidad exportadora debe ser considerada como aquel atributo presente dentro de una organización empresarial para lo cual debe de potenciar sus habilidades y fortalezas para así pueda tener mejores y mayores oportunidades de éxito disminuyendo sus debilidades y posibles amenazas con lo que se busca principalmente el obtener mayores beneficios económicos. Así mismo Porter (1993) nos señala que el desempeño exportador es la capacidad o nivel que posee un país o una empresa para que pueda producir productos bienes o servicios para ser comercializados fuera de su territorio natural en las condiciones de libre mercado en el cual deben estar preparados para lidiar con la competencia tanto interna como externa para lo cual deberá tener procesos de mejora continuos y sostenibles para poder obtener mayores ingresos económicos dependiendo mucho de diversos aspectos como son la productividad y la cultura exportadora.

Según la Revista Venezolana de Gerencia (2020) se manifiesta que no existe una fórmula adecuada para que se alcance el éxito en el correspondiente desempeño exportador, ya que es necesario el uso de diversos factores como es la mayor comprensión del contexto global tanto externo como interno de las empresas exportadoras, los que deben de estar relacionados con experiencias anteriores donde se halla dado algún éxito en el mercado internacional. Bajo este

enfoque otros autores centraron sus estudios en el desempeño exportador como sinónimo de potencial exportador en el cual deben de existir algunas condiciones de tipo favorables para alcanzar un mejor posicionamiento en las empresas dentro de sus actividades comerciales por medio de las exportaciones. Según Escandón y Hurtado (2014) es necesario que las Pymes tanto las pequeñas y mediana empresas posean una buena experiencia laboral de sus directivos y propietarios siendo una de las variables más destacadas dentro de la búsqueda de resultados favorables en procesos de exportación a mercados internacionales lo que dará generalmente una mayor madurez a nivel global dentro de su estructura organizacional lo que dará mayores beneficios y permitirá mayor éxito es esta actividad y donde se tendrá que asumir riesgos y sobre todo hacer uso de una variable necesaria dentro de este enfoque que es la innovación para ser más competitivos superando a la competencia. Para Smith & Watts. (1992). los factores a considerar para alcanzar un mayor éxito son los determinantes de tipo ambientales, gerenciales y organizacionales que sean estratégicos y sean tomados como factores más relevantes dentro del desempeño exportador. Así mismo Correia et al (2009) afirman que el factor más importante es la calidad de los productos en relación al mejor desempeño de las actividades de exportación. El desempeño exportador o potencial exportador dentro de una empresa se relaciona con el crecimiento sostenido de sus exportaciones bajo el contexto de un buen desarrollo y aprovechamiento de sus fortalezas, y oportunidades que brinda el mercado internacional. Obschatko y Blaió (2003). Para la variable competitividad empresarial se tomó la teoría de Malaver (1999) quien afirma que se trata del nivel o del grado que presenta una empresa u organización para producir bienes y servicios que podrá comercializar de manera internacional satisfaciendo las necesidades del mercado obteniendo mayor rentabilidad económica.

Se tomó del estudio de Malaver (1999) las dimensiones: Recursos empresariales, estrategia organizacional y las estrategias competitivas. Donde los recursos empresariales son aquellos tipos de factores dentro de un sistema productivo de una empresa que pueden tener un control efectivo de manera independiente y que pueden ser tangibles e intangibles considerando entre los factores intangibles a los medios físicos, económicos, recursos humanos, etc. En tanto los intangibles están direccionados al conocimiento, tecnología y recursos

comerciales de manera que sean activos con un valor en el mercado, así como aquellos conocimientos explícitos etc. La dimensión estrategia organizacional es definida como el conjunto de medios por el cual una empresa podrá guiar sus actividades de exportación desde factores como la innovación, recursos mejoras continuas, estrategias de ventas etc. dentro del término competitividad, donde se puede darla combinación de ellos desde una manera estratégica para alcanzar mejores resultados, finalmente la dimensión ventajas competitivas se pueden considerar también como estrategias competitivas las que establecerán el éxito o fracaso de una empresa desde la habilidad o la destreza necesaria para ser más competitivos relacionado con la capacidad del uso de estas habilidades para mantenerse dentro de una actividad midiendo la capacidad que presenta para poder ser más competente en un mercado frente a sus competidores. Por otro lado, Contreras, Tamayo y Trujillo (2013) consideran que la competitividad empresarial se basa en un aspecto económico en estructuras de costos de la producción de una empresa en base a un análisis competitivo de los mercados internacionales dentro de los procesos de exportación. Para Botero (2013) hablar de dos conceptos como la competitividad y su relación con la internacionalización o actividades de exportación es hablar del nivel de rentabilidad y de la debida sostenibilidad de las empresas con el paso del tiempo dentro de su entorno que exige de todos los medios necesarios para generar dinámicas de transformación y sobre todo de adaptación que le dejara actuar de manera exitosa aprovechando sus oportunidades y buscando alcanzar un mayor crecimiento sostenido. Según Porter (2007) se puede hablar de una ventaja competitiva en base al respectivo valor que el cliente potencial está dispuesto a pagar y en ello el liderazgo en la estructura de costos se da en una economía de escala, y que se puede considerar al marketing como la planificación que dará a futuro la garantía del éxito para una empresa en base a la demanda dada en el mercado al que se atiende haciendo que las empresas tengan la capacidad de adaptación a los posibles cambios que se den en el mercado. Por otro lado para Ramírez (2018) si una empresa quiere alcanzar un nivel de éxito debe centrarse entre una de sus características al trabajo de equipo con el cual deberá cumplir con los requisitos que trae consigo el ser un equipo de participación altamente capacitado y efectivo lo que dará un aspecto de diferenciación aprovechando la disminución en los costos de las operaciones de

exportación y obteniendo mayores ingresos siendo destacada su participación dentro de la cadena de valor de la empresa. (p. 107). En general si las empresas alcanzan ser competitivas podrán mantenerse y ser más exitosas, siendo más que indispensable el factor económico relacionado a la competencia y a sus niveles de producción en base a sus recursos propios si es que desea dar un enfoque positivo a su competitividad, y debe tener en cuenta que no se puede abarcar más allá de los recursos con los que cuenta ya que de darse este escenario la empresa se puede ver e problemas que la llevan a el cierre de operaciones con pérdidas económicas. (Cabrera, López y Ramírez 2011). Para Rodríguez y Rodríguez (2017) en tanto a los cambios de tipo continuo a los que se enfrentan las empresas dependen de las estrategias más efectivas para así poder mantenerse en el mercado al que se atiende dependiendo de sus ventajas competitivas para así poder llevarle al cliente sus productos y servicios con la más alta calidad. En síntesis, la competitividad empresarial no es solo un problema de tipo tecnológico y económico, sino que también debe enfocarse en otros factores como son el territorio de operaciones, aspectos sociales tanto ambientales y políticos, entre otros no menos importantes, donde se debe de realizar una integración de ellas para poder alcanzar un equilibrio en la rentabilidad en base al uso de sus recursos y cumplimiento de sus objetivos organizacionales.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo

El tipo del estudio utilizado en la investigación fue aplicada ya que según:

Llanos (2011) se trata de una investigación un tanto más formal en la que por lo general no es de un interés directo por parte del investigador más bien busca sus aplicaciones o las posibles consecuencias que se pueden generar, cuyo límite es el describir alguna situación dentro del desarrollo de la parte teórica.

El nivel de la investigación es correlacional ya que para tienen como finalidad el evaluar la posible relación existente entre dos o más variables dentro de un contexto en particular, para luego expresar las correlaciones en las hipótesis que son sometidas a pruebas. (Hernández, et al 2010)

3.1.2. Diseño

El diseño del estudio es no experimental, de corte transversal, y es no experimental porque no existe ningún tipo de manipulación sobre las variables, y siendo transversal ya que el instrumento se dio en un tiempo determinado.

Según Hernández, et al (2010) un diseño no experimental será el que tenga por característica la no manipulación de las variables mas solo se da la observación de los posibles fenómenos dados en un periodo de tiempo natural y posteriormente poder analizarlo. (p. 184)

3.2. Variables y operacionalización

Según Mejía (2005) se puede definir a una variable desde sus propias características como de sus propiedades de acuerdo a su grado de abstracción que se utilizan para poder dar una aproximación a los hechos o fenómenos de un conocimiento dado en la realidad, siendo una pieza muy destacada en una investigación para realizar la contrastación de las hipótesis. Por consiguiente, las variables que se utilizaron en el presente estudio son: variable 1 Desempeño Exportador y la variable 2 Competitividad empresarial expresadas de la siguiente manera:

Variable Independiente: Desempeño Exportador

Definición Conceptual:

Madsen (1987) afirma que el desempeño exportador o la performance es el conjunto de medidas que se utilizan para poder medir su desarrollo en la actividad de exportación en una empresa, y que cada empresa debe poder manejar de manera interna y externa sus procesos en base a los objetivos trazados.

Definición operacional:

Por medio de las dimensiones estrategia de la empresa, estructura de la organización y estructura del entorno con ellas se pudo medir el nivel actual de la empresa en relación a sus actividades en base a su desempeño exportador de comercialización prendas de vestir al mercado americano desde la perspectiva de sus trabajadores

Variable Dependiente: Competitividad Empresarial

Definición Conceptual:

Tomando como autor base a Malaver (1999) quien la define como aquella necesidad que tienen las organizaciones para poder mantenerse, consolidarse y perdurar en el mercado al que atienden en lo cual podrá utilizar como indicadores sus bienes y servicios desde una concepción sistemática con elementos de tipo económicos, organizacionales, políticos y hasta socio culturales.

Definición operacional:

Siguiendo con Malaver (1999) por medio de las dimensiones: Recursos, estrategia organizacional y las ventajas competitivas se pudo medir el nivel actual de la empresa en relación a su competitividad en el mercado de comercialización de prendas de vestir al mercado americano.

3.3. Población y muestra**3.3.1. Población**

Para Tamayo (2004) la población es la totalidad del fenómeno de estudio, el cual se debe de cuantificar especialmente a un determinado conjunto de elementos, o de sujetos.

La población está dada por los trabajadores administrativos de una empresa textil, la cual está conformada por 40 trabajadores.

- **Criterios de inclusión:** trabajadores de la empresa que se desenvuelven de una manera administrativa.
- **Criterios de exclusión:** Personas que no pertenezcan a la empresa, trabajadores operativos.

3.3.2. Muestra:

Hernández et al (2010) señala que la muestra es una parte o un subconjunto tomado de la población con las mismas características siendo de mucho interés para poder encontrar los resultados en un estudio.

Para nuestro estudio por facilidad se eligió la muestra por el método del método de conveniencia con el tipo censal, que considera a toda la población 40 trabajadores administrativos de la empresa para realizar las encuestas a sus administradores y encargados de la parte logística y económica.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

Tejada (1997) expresa que la recolección de datos es una de las fases más importantes dentro de un proceso de investigación de tipo científica.

Por este motivo se dispuso de la técnica de la encuesta oral que a través preguntas dirigidas, por medios digitales (Google Form) por el contexto actual de la pandemia por el Covid 19, que no permitió el realizar las encuestas de modo presencial, siendo el medio que nos dio la oportunidad de obtener la información de hechos específicos.

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos

El estudio conto como instrumento para la recolección de datos un cuestionario que para:

García (2014) un cuestionario se basa en un número determinado de ítems o de preguntas de manera sistemática para la consulta sobre los hechos o los aspectos de interés para el investigador. (p. 2)

El debido cuestionario fue conformado por 24 preguntas con escala de Likert, dividido en 12 preguntas por variable y quedando sujeto a los indicadores

establecidos que pudieron medir las variables que dejaron los resultados respectivos para dejar las conclusiones finales del tema. El link de la encuesta virtual se encuentra en el (Anexo 7)

3.4.3. Validez y confiabilidad

A. Validez

Según Hurtado (2012) para hallar la debida validez se debe de referenciar a la verdadera capacidad de dicho instrumento, para realizar un análisis respectivo de tipo cuantitativo de manera más significativa. Para la respectiva medición los instrumentos fueron validados por el juicio de expertos de la Universidad Cesar Vallejo, quienes brindaran su calificación y aprobación respectivas como se describe en el anexo 2

B. Confiabilidad del instrumento

Hernández, et, al (2010) se utiliza para medir el grado de confianza dada al propio instrumento para que su efectiva aplicación, donde los resultados deben mostrar una consistencia adecuada.

Para poder definir si el Instrumento utilizado tuvo confiabilidad se utilizó la prueba estadística no paramétrica de Alfa de Crombach aplicada a la variable agrupada en sus ítems respectivos, cuyo resultado nos dio luz verde para la aplicación de dicho instrumento analizado previamente con resultados como se muestra de acuerdo al nivel de escala de confiabilidad vista en la tabla 2.

Tabla 1

Escala de niveles de confiabilidad

Valor	Nivel
-1 a 0	No es confiable
0,01 a 0,20	Muy baja confiabilidad
0,21 a 0,40	Baja confiabilidad
0,41 a 0,60	Moderada confiabilidad
0,61 a 0,80	Alta confiabilidad
0,81 a 1	Muy alta confiabilidad

Fuente: Ruiz A. (2006)

Al aplicar la prueba al instrumento con el apoyo del programa estadístico SPSS se obtuvo los valores de confiabilidad (ver anexo 2)

3.5. Procedimientos

El primer paso para realizar el estudio consistió en la revisión de información de estudios de tipo científico de diversas fuentes, con lo cual se fue formando y considerando las variables y dimensiones respectivas, para en base a los autores principales y sus teorías realizar el instrumento aplicado luego de solicitar los permisos respectivos y recaudar al personal al que se le haría llegar la encuesta por medios digitales para finalmente realizar el análisis estadístico correspondiente y sacar las conclusiones y recomendaciones.

3.6. Método de análisis de datos

Se realizó un análisis descriptivo de los datos recolectados utilizando tablas de frecuencias, y porcentajes en tablas y gráficos de barras. También se realizó el análisis inferencial respectivo de datos aplicando pruebas de hipótesis no paramétricas para determinar el coeficiente de correlación de Rho Spearman, por ser las variables de nivel de medición ordinales. Se utilizó el paquete estadístico SPSS 25

3.7. Aspectos éticos

El estudio se manejará bajo los siguientes criterios éticos y en base a los lineamientos establecidos por la Universidad Cesar Vallejo:

Honestidad: se realizará a investigación con la fiabilidad que los datos son reales y que no existe ningún tipo de adulteración de la información recolectada.

Respeto: se mantendrán estándares de calidad en el trato a los encuestados al momento de la aplicación del cuestionario.

Justicia: Todos los datos y resultados que guarden información personal serán resguardados para su mayor seguridad y confidencialidad y serán utilizados solo para el trabajo de la investigación.

Para efectos de la investigación se recurrió a solicitar los permisos respectivos de los encargados de la empresa de estudio.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo de las variables

Variable 1: Desempeño Exportador

Tabla 2

Frecuencia de la variable Desempeño Exportador (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Valido	Bajo	20	50,0	50,0
	Regular	7	17,5	67,5
	Bueno	13	32,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente. Elaboración propia

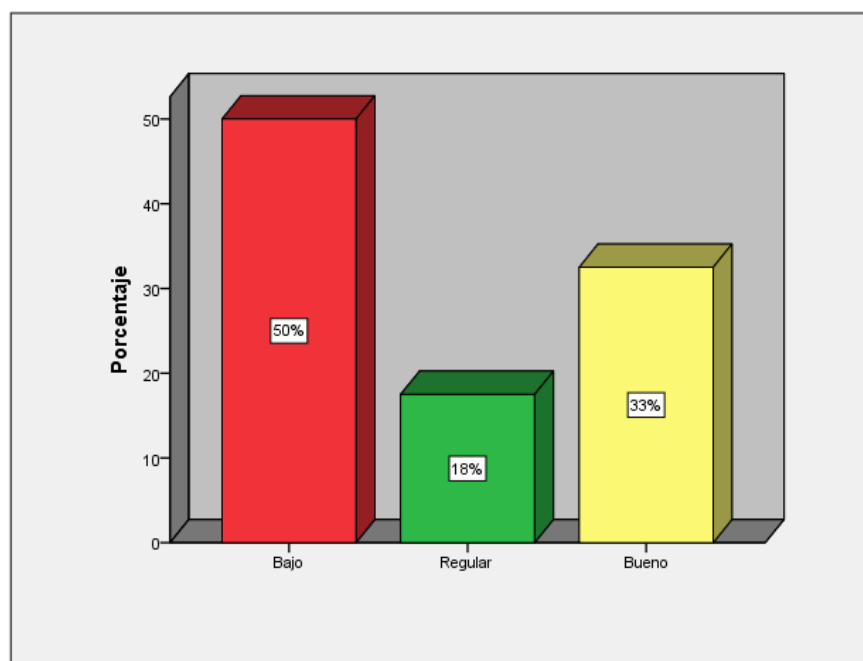


Figura 1 Porcentaje de Frecuencia de la variable Desempeño Exportador

Interpretación

En la tabla 2 y figura 1 se evidencia en la variable Desempeño Exportador con sus dimensiones agrupadas presenta como porcentajes de un 50% en nivel bajo, un 18% regular, y un 33% bueno, lo que demuestra finalmente que la mayoría de encuestados manifiesta que en la empresa en la que trabajan hace falta el mejorar su desempeño exportador el cual está mejorando con la experiencia.

Variable 2: Competitividad Empresarial

Tabla 3

Frecuencia de la variable Competitividad Empresarial (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Valido	Bajo	16	40,0	40,0
	Regular	11	27,5	67,5
	Bueno	13	32,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente. Elaboración propia

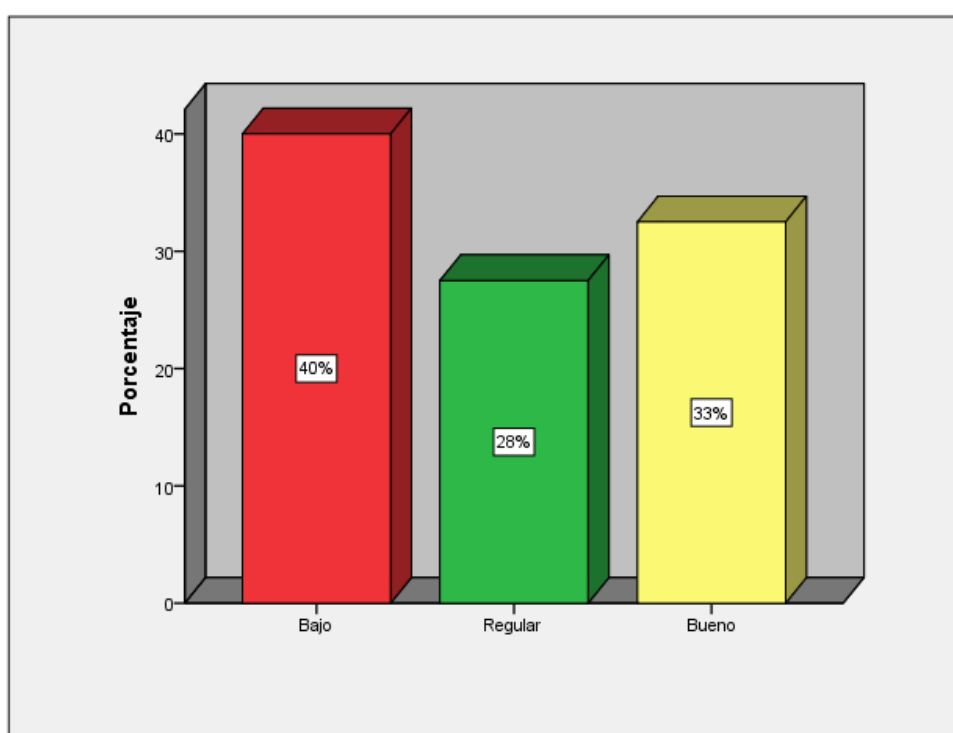


Figura 2 Porcentaje de Frecuencia de la variable Competitividad Empresarial

Interpretación

En la tabla 3 y figura 2 se evidencia en la variable Competitividad Empresarial con sus dimensiones agrupadas porcentajes de un 40% bajo, un 28% regular, y un 33% bueno, lo que demuestra finalmente que la mayoría de encuestados manifiesta que en la empresa en la que trabajan es competitiva en sus actividades de exportación entre regular y buen nivel, pero que aún pueden mejorar porque cuentan con los mecanismos necesarios para ello.

4.2. Análisis descriptivo de las Dimensiones

Dimensión Recursos empresariales

Tabla 4

Dimensión Recursos empresariales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Valido	Bajo	15	37,5	37,5
	Regular	13	32,5	70,0
	Bueno	12	30,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente. Elaboración propia

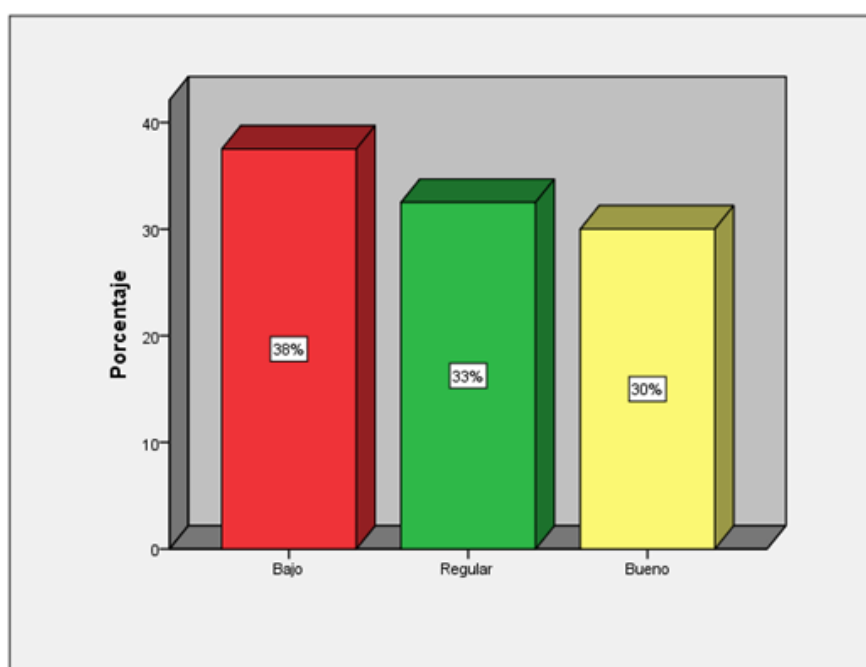


Figura 3 Porcentaje de Frecuencia de la Dimensión recursos empresariales

Interpretación

En la tabla 4 y figura 3 se evidencia en la dimensión Recursos Empresariales porcentajes de un 38% bajo, un 33% regular, y un 30% bueno, lo que demuestra finalmente que la mayoría de encuestados manifiesta que en la empresa hace falta de mayores recursos para sus actividades de exportación siendo una de ellas mejorar e aumentar la producción de prendas ante pedidos voluminosos.

Dimensión Estrategia Organizacional

Tabla 5

Estrategia organizacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Valido	Bajo	16	40,0	40,0
	Regular	17	42,5	82,5
	Bueno	7	17,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente. Elaboración propia

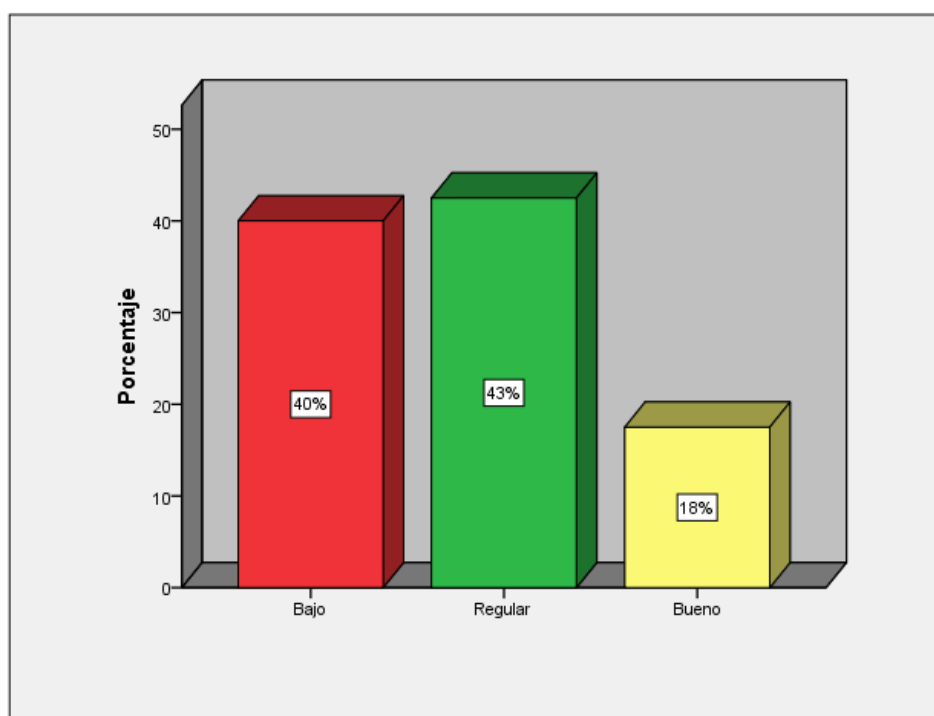


Figura 4 Porcentaje de Frecuencia de la Dimensión Estrategia Organizacional

Interpretación

En la tabla 5 y figura 4 se evidencia en la dimensión Estrategia Organizacional porcentajes de un 40% bajo, un 43% regular, y un 18% bueno, lo que demuestra finalmente que la mayoría de encuestados manifiesta que en la empresa hace falta tomar mejores estrategias organizacionales para poder cumplir con los objetivos planteados.

Dimensión Ventajas Competitivas

Tabla 6

Ventajas Competitivas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Valido	Bajo	21	52,5	52,5
	Regular	9	22,5	75,0
	Bueno	10	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente. Elaboración propia

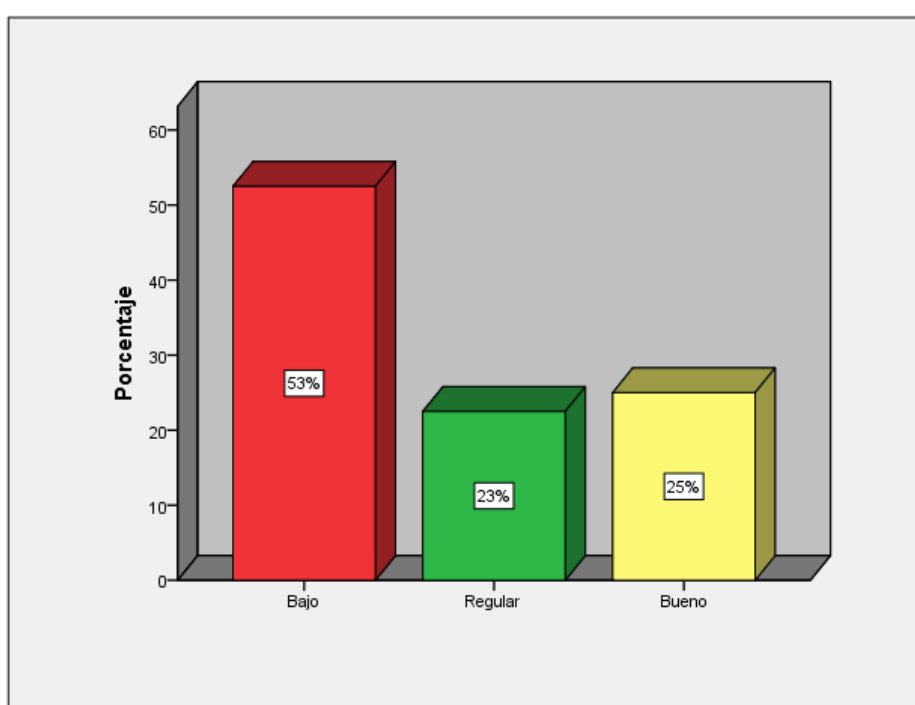


Figura 5 Porcentaje de Frecuencia de la Dimensión Ventajas Competitivas

Interpretación

En la tabla 6 y figura 5 se evidencia en la dimensión Ventajas Competitivas porcentajes de un 53% bajo, un 23% regular, y un 20% bueno, lo que demuestra finalmente que la mayoría de encuestados manifiesta que en la empresa hace falta de aprovechar mayores ventajas competitivas para mejorar en su actividad de exportación que mejoraran con el tiempo ya que están por buen camino.

4.3. Análisis Inferencial

4.3.1. Prueba de normalidad

Droppelmann (2018) señala que la importancia de la normalidad de un instrumento se basa en brindar un mayor acercamiento y de una manera más positiva al estudio para así poder determinar que prueba estadística se podrá utilizar para realizar el contrastaste respectivo de las hipótesis en caso de que la distribución sea normal o no. (p. 40)

Kolmogorv Smirnov: Muestras grandes (\geq a 50 elementos)

Shapiro Wilk : Muestras pequeñas ($<$ a 50 elementos)

Criterio de normalidad

P-valor $>$ α aceptar H_0 = los datos son normales

P-valor $<$ α aceptar H_1 = los datos No son normales

Tabla 7

Prueba de Normalidad de las Variables

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadística	df	Sig.	Estadística	df	Sig.
Desempeño Exportador	,320	40	,000	,726	40	,000
Competitividad Empresarial	,259	40	,000	,775	40	,000

a. Corrección de Significancia de Lilliefors

El resultado mostro que el valor de significancia es menor a ,005 y que por regla estadística se señala que no provienen de una distribución normal, lo que nos dejó claro que se debe de realizar la prueba no paramétrica de Rho Spearman, para la contrastación de hipótesis en la parte inferencial. De igual manera se hizo la prueba de normalidad a las dimensiones de la investigación en la tabla14

Tabla 8

Normalidad de las dimensiones

Dimensiones	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadística	df	Sig.	Estadística	df	Sig.
Estrategias de empresa	,285	40	,000	,772	40	,000
Estructura de la Organización	,247	40	,000	,800	40	,000
Estructura del entorno	,389	40	,000	,662	40	,000
Recursos empresariales	,243	40	,000	,790	40	,000
Estrategia Organizacional	,255	40	,000	,793	40	,000
Ventajas Competitivas	,329	40	,000	,734	40	,000
Estrategias de empresa	,285	40	,000	,772	40	,000

a. Corrección de Significancia de Lilliefors

Obteniendo como resultado que el valor de significancia también es menor a ,005 en todas las dimensiones y que por regla estadística se señala que no provienen de una distribución normal, lo que nos dejó claro que se debe de realizar la prueba no paramétrica de Rho Spearman, para la contratación de las hipótesis específicas.

4.3.2. Prueba de hipótesis General

Ha: Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020

Ho: No Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020

Tabla 9

Contrastación de la Hipótesis General

			Desempeño Exportador	Competitividad Empresarial
Rho Spearman's	Desempeño Exportador	Coeficiente de correlación de Spearman	1,000	,694
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	40	40
Competitividad Empresarial	Competitividad Empresarial	Coeficiente de correlación de Spearman	,694	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	40	40

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Como el p-valor obtenido fue ,000 resultado que es menor a ,005, se utilizó la regla estadística que señala que se acepta la hipótesis alterna planteada que dice: que existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020, representando un nivel de correlación de ,694.

4.3.3. Prueba de Hipótesis Especifica 1

Ha: Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y los recursos empresariales del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020

Ho: No existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y los recursos empresariales del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020

Tabla 10

Contrastación de la Hipótesis Especifica 1

			Desempeño Exportador	Recursos Empresariales
Rho Spearman's	Desempeño Exportador	Coefficiente de correlación de Spearman Sig. (2-tailed)	1,000	,593
	Recursos Empresariales	Coefficiente de correlación de Spearman Sig. (2-tailed)	,593	1,000
		N	40	40

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Como el p-valor obtenido fue ,000 resultado que es menor a ,005, se utilizó la regla estadística que señala que se acepta la hipótesis alterna planteada que dice: que existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y los recursos empresariales del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020, representando un nivel de correlación de ,593.

4.3.4. Prueba de Hipótesis Especifica 2

Ha: Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la estrategia organizacional del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020

Ho: No existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la estrategia organizacional del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020

Tabla 11

Contrastación de la Hipótesis Específica 2

			Desempeño Exportador	Estrategia Orgnaiza.
Rho	Desempeño Exportador	Coeficiente de correlación de Spearman	1,000	,613
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	40	40
Spearman's	Estrategia Organizacional	Coeficiente de correlación de Spearman	,613	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	40	40

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Como el p-valor obtenido fue ,000 resultado que es menor a ,005, se utilizó la regla estadística que señala que se acepta la hipótesis alterna planteada que dice: que existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la estrategia organizacional del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020, representando una correlación de ,613.

4.3.5. Prueba de Hipótesis Específica 3

Ha: Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020;

Ho: No Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020;

Tabla 12

Contrastación de la Hipótesis Específica 3

			Desempeño Exportador	Ventajas competitivas
Rho	Desempeño Exportador	Coeficiente de correlación de Spearman	1,000	,673
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	40	40
Spearman's	Ventajas competitivas	Coeficiente de correlación de Spearman	,673	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	40	40

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Como el p-valor obtenido fue ,000 resultado que es menor a ,005, se utilizó la regla estadística que señala que se acepta la hipótesis alterna planteada que dice: que existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020; representando un nivel de correlación de ,673.

V. DISCUSIÓN

En base al objetivo general podemos dar por confirmado que existe una relación significativa entre las variables desempeño Exportador y Competitividad empresarial, del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020, ya que según la muestra encuestada un 50% presento que la empresa estaba en un nivel bajo, 18% regular, y un 33% en nivel bueno, por otro lado según la prueba de hipótesis se señala que el resultado fue ,000 que es menor a ,005, se utilizó la regla estadística que señala que se acepta la hipótesis alterna planteada que dice: que existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020, representando un nivel de correlación de ,694, lo que demuestra que la empresa está en un término regular en cuanto a su desempeño exportador pero que también nos señalaron de que la empresa está en un desarrollo sostenible y que los resultados se verán con el paso del tiempo y con la experiencia que van a ir obteniendo día a día, y que en general nos señala que ante mayor desempeño exportador mayor será el nivel de competitividad. Se puede observar que hay una semejanza con los resultados de Ríos (2018) en su tesis titulada “Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017”, quien también concluye que son variables que sí se relacionan de buena manera, pueden dejar resultados positivos, ya que existen muchas dificultades en las actividades de exportación si no se cuenta por ejemplo con el conocimiento respectivo de políticas de comercialización internacional, calidad de sus productos, falta de estrategias, lo que dejara como resultado un nivel bajo en su competitividad, para lo cual será necesario la creación y aplicación de estrategias que busquen realzar su competitividad en primera instancia en la calidad de sus productos y las alianzas estratégicas que podrían realizar entre ellos, y tener mayores capacitaciones sobre las vigentes regulaciones del sector textil.

Respecto al objetivo específico 1 se afirma que si existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y los recursos empresariales del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020; ya que para que la empresa alcance mayores niveles de desempeño exportador requiere de tener y contar con recursos

necesarios para sus actividades de exportación expresado en que en la encuesta se apreció sumando los valores regular y bueno un 66% en nivel positivo, lo que demuestra finalmente que la mayoría de encuestados manifiesta que en la empresa hace falta de mayores recursos para sus actividades de exportación siendo una de ellas mejorar e aumentar la producción de prendas ante pedidos voluminosos.

En tanto en el objetivo específico 2 y la hipótesis específica 2 nos determinaron que existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la estrategia organizacional del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020 ya que en la encuesta se obtuvo porcentajes de un 43% regular, y un 18% que sumados pasan el 50% pero no es malo pero se manifiesta que en la empresa hace falta tomar mejores estrategias organizacionales para poder cumplir con los objetivos planteados.

Finalmente en el objetivo específico 3 y la hipótesis específica 3 nos determinaron que existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020 ya que en la encuesta se obtuvo porcentajes de un 23% regular, y un 20% que sumados no alcanzan ni el 50% haciendo falta y evidenciando de que la empresa no aprovecha las ventajas competitivas que se le presentan para mejorar en su actividad de exportación y que mejoraran con el tiempo ya que están por buen camino.

En base a los objetivos específicos, se comparte similitudes con los resultados de Cifuentes (2017) en su estudio titulado “Principales factores de competitividad para el acceso de las Pymes colombianas del sector textil-confección a mercados internacionales, quien concluye también que la competitividad y la internacionalización si tiene relación entre ambas y que en base a ello existen factores que se centran en problemas en la estrategia organizacional desde la organización interna, compras, calidad de sus productos etc. Y todo ello lleva a deducir que estos factores son indispensables para realizar actividades de internacionalización y que se pueden tomar como un valor agregado en los procesos de exportación de productos textiles.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluye según la tabla 2 y figura 1, que en los resultados de la encuesta un 50% presento que la empresa estaba en un nivel bajo, 18% regular, y un 33% en nivel bueno cumpliéndose con el objetivo general ya que se determinó la relación entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos, ya que se muestra que si las empresas alcanzan buenos niveles de competitividad su desempeño exportador será el más apropiado y podrá obtener beneficios principalmente en su rentabilidad. En el caso de la empresa de estudios se encuentra en un nivel bastante regular ya que sumando los porcentajes de regular y bueno alcanza a superar el 50%, según lo mostrado en la lo que demuestra que está en un término regular.
2. Se concluye según la tabla 4 y figura 3, que en los resultados de la encuesta un 38% bajo, un 33% regular, y un 30% bueno, cumpliéndose con el objetivo específico 1, ya que se determinó la relación entre el Desempeño exportador y los recursos empresariales del sector textil al mercado de Estados Unidos, lo que muestra que si la empresa no cuenta con los recursos para sus actividades exportadoras, como mano de obra, maquinarias, capital, entre otras, no podrá alcanzar mayores niveles de desempeño para lo que requiere contar con recursos necesarios para sus actividades de exportación.
3. Se concluye según la tabla 5 y figura 4, que en los resultados de la encuesta un 43% regular, y un 18% bueno, cumpliéndose con el objetivo específico 2, ya que se determinó la relación entre el Desempeño exportador y la estrategia organizacional del sector textil al mercado de Estados Unidos, lo que señala que también una de las piezas importantes para que una empresa tenga un mayor desempeño es que los directivos planteen buenas estrategias organizacionales ya que se obtuvo en la encuesta porcentajes que sumados pasan el 50%
4. Finalmente se concluye según la tabla 6 y figura 5, que en los resultados de la encuesta un 53% bajo, un 23% regular, y un 20% bueno, cumpliéndose con el objetivo específico 3, ya que se determinó la relación entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados

Unidos, lo que señala que es un elemento importante para alcanzar un mayor desempeño el aprovechar las ventajas competitivas, pero como en el caso de la empresa se alcanzó porcentajes menores al 50% lo que hace evidente que la empresa no aprovecha las ventajas competitivas que se le presentan para mejorar en su actividad de exportación y que mejoraran con el tiempo ya que están por buen camino.

VII. RECOMENDACIONES

1. Es recomendable que las empresas del rubro textil busquen un asesoramiento en temas de exportación o que realicen mayores estudios de mercado para así aprender de otras experiencias y que no fallen en el intento de internacionalización de sus productos, para no caer en los problemas que puedan comprometer a su competitividad empresarial.
2. Contar siempre con los requerimientos interpuestos en las políticas de exportación y en lo posible no abarcar más de lo que pueden cumplir, esto quiere decir que su producción está supeditada a cubrir un requerimiento en un 100% en base a sus propios recursos y no sobrepasarse como por ejemplo en cubrir mayores solicitudes en tiempo reducido pues esto puede influir en la baja de su calidad o que no cumplan con las solicitudes del mercado internacional.
3. Se recomienda que toda empresa que desee incursionar en el mercado internacional realice primero buenos estudios de mercado y que en base a la demanda busque cubrir con los requerimientos que pueda cumplir para que así se pueda mantener en el rubro, además deben de hacer uso de mayores estrategias de marketing para hacer conocer su marca y la calidad de sus productos a nivel internacional.
4. Buscar ampliar más el tema que resulta muy importante dentro del mundo de los negocios internacionales y será de mucha utilidad para el desarrollo de nuestra carrera como profesionales a futuro.

REFERENCIAS

- Asociación de Exportadores (ADEX) (2016) Las exportaciones de Perú, en caída libre. Dirigentes Digital. Disponible en:
<http://www.dirigentesdigital.com/articulo/mercados/latam/231537/caen/exportaciones/peru/cuarto/ano/seguido.html>)
- Bernal Torres, C. A. (2010). Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales. (O. Fernández Palma, Ed.) (3ra. ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf
- Botero, L.D. (2013). La internacionalización más allá de la exportación: Necesidad de instrumentos de evaluación y gestión internacional en la empresa. Revista Ciencias Estratégicas, 21(29), 7-11. Disponible en:
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=3614779&pid=S0718-0764201700040000900013&lng=es
- Cabrera, M., López, L. Ramírez, M. (2011) La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio / Alejandra María Cabrera Martínez, editorial Rivera Penagos. -- Bogotá : Ediciones Universidad Central, 2011. -- (Documentos de investigación. Administración de Empresas ; n°. 4) 56 p. ; 28 cm. Disponible en:
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2016597
- Contreras, Tamayo, Trujillo (2013) *Análisis de la Competitividad de la cadena de algodón, fibras, textiles y confecciones*. [En línea] Recuperado 07 de junio de, 2017.
<http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/204/Analisis%20cadena%20algodon.pdf?sequence=2>
- Cifuentes, C. (2017) "Principales factores de competitividad para el acceso de las Pymes colombianas del sector textil-confección a mercados internacionales", Universidad Nacional de Colombia, Disponible en:
<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/60884>

- Cornejo, M., Trujillo F (2018) Multilatinas: Inicio del proceso de internacionalización para las empresas peruanas; Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; Lima Perú disponible en:
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623516/Trujillo_FM.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Correiam P., Giuseppe, A, Wagner; F. Madruga, L. Menezes, P; Pinheiro R, (2012) gestión de calidad del servicio de alimentos y bebidas. La importancia del manipulador de alimentos en la calidad del servicio hotelero de la ciudad de João Pessoa, Brasil Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 21, núm. 3, 2012, pp. 763-777 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina: Disponible en: Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180724044012>
- Díaz, X., Torres, L., & Chacón, R. (2018). *Análisis de los principales factores internos y externos que influyeron en el desempeño positivo de las exportaciones de las Born Global Firms peruanas para la partida 6109.10.00.31 pese al decrecimiento del sector textil peruano*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. <https://doi.org/10.19083/tesis/623996>. Disponible en:
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623996/Torres_SL.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Escandón Barbosa, D. M., & Hurtado Ayala, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. Estudios Gerenciales, 30(131), 172–183. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.006>
- Estrella Ramón, Antonia M^a; Jiménez Castillo, David; Ruiz Real, José Luis; Sánchez Pérez, Manuel ¿cómo compiten las pymes en los mercados internacionales? Análisis de un clúster local con vocación exportadora Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 18, núm. 1, enero-abril, 2012, pp. 87-99 Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa Vigo, España Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274122831005>
- Farfán, C. Palomino, V. Ruiz, M. (2018) Análisis de los factores que inciden en la exportación de las MYPES del sector textil confecciones. Casos de estudio: Corporación Stealth, Nevih Plus Size y Pijamas Rozzé Latina del Emporio

Comercial de Gamarra. Pontificia Universidad Católica de Lima – Perú:
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13097/Farf%C3%A1n_Cucho_Palomino%20de%20la%20Cruz_Ruiz%20Montoya_An%C3%A1lisis_factores_inciden1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

González, M., Alcívar, V., Briones, N. Pareja, A. (2019): “Estrategias de internacionalización de las MiPymes en el sector textil”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana En línea; Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/internacionalizacion-mipymes.html>

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. México DF: Mac Graw-Hill.

Hinojosa, A. y Toledo, H. (2019) “La capacidad exportadora y su relación con la internacionalización de la empresa de confecciones textiles P&P Arequipa, 2018” Carrera de Administración de Negocios Internacionales, UTP Perú; Disponible en: <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/UTP/2178>

Madsen, TK (1987). Estudios empíricos de desempeño de exportaciones: una revisión de conceptualizaciones y hallazgos . *Advances in International Marketing*, 2 , 177-198.

Mayorga, P. & Bernal S. (2019). *Evolución de las exportaciones del sector textil con Estados Unidos desde la entrada en vigencia del TLC hasta el año 2017. Caso: Pymes en Bogotá.* Retrieved from; Disponible en: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/2166

Morán, O. (2019) *Clúster textil en la galería San Pedro – Gamarra, con fines de exportación a Costa Rica, 2019*; Universidad Cesar Vallejo Lima – Perú http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43661/Moran_OJE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mendoza, Z y Giraldo, P. (2016), “La internacionalización y su relación con la competitividad de las pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana USIL. Disponible en:

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2681/1/2017_Mendoza_La%20internacionalizacion-y-su-relacion-con-la-competitividad.pdf

Mejía Mejía, Elías (2005). Metodología de la Investigación Científica. Lima: Centro Editorial e Imprenta, UNMSM.

- Munarriz, R. (2017). Capacidad Exportadora. Sub Dirección de Desarrollo Exportador, 45.
- Nájera, O., (2015) *Modelo de competitividad para la industria textil del vestido en México* Universidad & Empresa, vol. 17, núm. 28, enero-junio, 2015, pp. 37-68 Universidad del Rosario Bogotá, Colombia Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187243060003>
- Obschatko, E., y Blaio, M., (2003) El perfil exportador del sector agroalimentario argentino. Las profucciones de alto valor. Estudio 1. EG.33.7. Ministerio de Economía de Argentina; Disponible en:
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=3614779&pid=S0718-0764201700040000900013&lng=es
- Paredes, (2017). *Análisis de la competitividad empresarial y su incidencia en el mercado internacional del consorcio textil Titicaca Puno, período 2014 – 2015*. [En línea] Recuperado el 08 de julio de ,2017
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4248/browse?value=Paredes+Zapana%2C+Benda+Grace&type=author>
- Porter, M. (2007) La ventaja competitiva de las naciones por Michael Porter, con comentarios de José Machinea Recuperado de,
<http://es.calameo.com/read/00472423715ecda3a215b>
- Porter, M. (1993). La ventaja competitiva de las naciones. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.
- Pinho, C. & Martins, C. (2010) Exporting barriers: Insights from Portuguese small- and medium-sized exporters and non-exporters; *Entrepreneurship* 8(3):254-272 DOI: 10.1007/s10843-010-0046-x Portugal; Disponible en:
<https://www.researchgate.net/institution/University-of-Minho>
- PROYECTO INTER-TEX. (2018) “Estudio de mercado El sector de la moda en Estados Unidos”. {Sitio Web}. Cataluña ES. Sec. 31 marzo de 2018 {9 noviembre de 2019} disponible en: http://www.intertext-sudoe.eu/wp-content/uploads/2017/02/Informe_Estudio-modaUSA_INTERTEX.pdf
- Mansilla N. (2005) Impacto del ATPDEA en el sector textil y confecciones peruano, caso TSC. UNMSM. Lima Perú

- Miranda Alva, J. T. (2016). Análisis de la ventaja competitiva en el sector textil peruano y los factores que influyen en ella. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Retrieved from <http://hdl.handle.net/10757/621316>
- Ríos, L. (2018) “Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017”, UPN Lima Perú, Disponible en:
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12919>
- Sarmiento, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 1, p. 111-138.
- Smith, C. W. & Watts, R. (1992). The Investment Opportunity Set and Corporate Financing, Divided, and Compensation Policies, 32, 263-292. Journal of Financial Economics. Suiza: Elsevier Science SA.
- Tamayo y Tamayo, M (2009). El Proceso de Investigación Científica. México: Noriega.
- Torres, I. (2015) exportación discontinua en las Pymes chilenas proveedoras de tecnología (Chilean TIS): hacia la construcción de un modelo emergente. *Pensam. gest.* [online]. n.39, pp.1-29.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762015000200002&script=sci_arttext&tIng=pt
- Valencia, C. (2018) *Potencial exportador de las empresas Confetex de Colombia, Crisalltex e Incoco pertenecientes al sector textil-confección ubicadas en la ciudad de Pereira para participar en la Alianza del Pacífico* Universidad Católica de Pereira Colombia. Disponible en:
<https://repositorio.ucp.edu.co/handle/10785/5604>

ANEXOS

ANEXO N° 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos por variable	
Desempeño exportador	El desempeño exportador o la performance es el conjunto de medidas que se utilizan para poder medir su desarrollo en la actividad de exportación en una empresa, y que cada empresa debe poder manejar de manera interna y externa sus procesos en base a los objetivos trazados Madsen (1987)	Las variables y las dimensiones fueron medidas aplicando la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento de recolección de datos	Estrategia de la empresa	Visión y misión	1 - 4	Escala de Likert Ordinal	Buena Regular Baja Ordinal	
				Planificación				
				Marketing				
				Competencia				
			Estructura de la organización	Experiencia en exportaciones	5 - 8			Nunca (1) Casi Nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
				Dirección				
				Estructura interna				
				Procesos productivos				
			Estructura del entorno	Estudio de mercado	9 - 12			
				Exigencias				
				Rentabilidad				
				TLC				
Competitividad Empresarial	Aquella necesidad que tienen las organizaciones para poder mantenerse, consolidarse y perdurar en el mercado al que atienden en lo cual podrá utilizar como indicadores sus bienes y servicios desde una concepción	Las variables y las dimensiones fueron medidas aplicando la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento de recolección de datos	Recursos empresariales	Mercado americano	13 - 16			
				Tecnología				
				Mano de obra				
				Relaciones estratégicas				
				Precios	17 - 20			
				Capacitación				

	sistemática con elementos de tipo económicos, organizacionales, políticos y hasta socio culturales. Malaver (1999)		Estrategia organizacional	Cultura organizacional	21 – 24	
			Ventajas competitivas	Eficiencia		
				Compromiso		
				Capital		
				Satisfacción de los clientes		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 2

VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Validador: Michca Magulfa, Mary Hellen Mariela
- I.2. Especialidad del Validador: _Dra. Administración de la educación
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del Instrumento: Génesis Yemina Machuca Pérez

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					85%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los Instrumentos de Investigación?

Se sugiere revisar definiciones y literatura la variable a trabajar. Si cumple con la valoración requerida.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Lima, 17 de enero del 2021

.....
Dra. Mary Hellen Mariela Michca Magulfa

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Desempeño Exportador

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

Variable 2: Competitividad

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

Lima, 17 de enero del 2021



Dra. Mary Hellen Mariela Michca Maguilla

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Validador: Pacheco Infante Danny
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad César Vallejo
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del Instrumento: Génesis Yemina Machuca Pérez

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Está adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					85%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los Instrumentos de Investigación?

Se sugiere revisar definiciones y literatura la variable a trabajar. Si cumple con la valoración requerida.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Lima, 17 de enero del 2021



Dr. Pacheco Infante Danny

DNI: 10300838

Teléfono: 959175315

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Desempeño Exportador

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

Variable 2: Competitividad

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

Lima, 17 de enero del 2021



Dr. Pacheco Infante Danny

DNI: 10300838

Teléfono: 959-175315



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Validador: Márquez Caro, Fernando Luis
- I.2. Especialidad del Validador: Dr.
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Censo
- I.5. Autor del Instrumento: Génesis Yemina Machuca Pérez

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					82%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

Se sugiere revisar definiciones y literatura la variable a trabajar. Si cumple con la valoración requerida.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

82%

Lima, 17 de enero del 2021

Dr. Márquez Caro, Fernando Luis

DNI: 08724589

Teléfono: 964891490

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Desempeño exportador

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

Variable 2: Competitividad

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

Lima, 17 de enero del 2021



Dr. Márquez Caro, Fernando Luis

DNI: 08724589

Teléfono: 964891490

ANEXO N° 3
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ENCUESTA

Instrucciones

Se le solicita su colaboración para realizar esta investigación con fines académicos, por favor responder con una (X) donde corresponda el nivel de su respuesta asignada con los números como se señala en la siguiente tabla:

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

VARIABLE: DESEMPEÑO EXPORTADOR						
N°	ITEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: ESTRATEGIA DE LA EMPRESA						
1	La empresa tiene bien definida su visión y misión empresarial					
2	En la empresa se utiliza la planificación constante en sus operaciones de exportación					
3	La empresa utiliza estrategias de marketing internacional					
4	En cuanto a la competencia utiliza una diferenciación definida					
DIMENSIÓN: ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN						
5	La empresa cuenta con experiencia en actividades de exportación.					
6	La directiva maneja de buena manera las actividades de exportación de la empresa.					
7	La empresa cuenta con la estructura adecuada para su producción.					
8	La empresa utiliza la tecnología adecuada para sus procesos de producción.					
DIMENSIÓN: ESTRUCTURA DEL ENTORNO						
9	La empresa realiza estudios de mercado constantemente					
10	Conoce las exigencias del mercado de Estados Unidos.					
11	Ha percibido rentabilidad en la empresa debido a sus actividades de exportación.					
12	La empresa hace buen uso de las ventajas que dejan los TLC					

VARIABLE: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL						
N°	ITEMS	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: RECURSOS EMPRESARIALES						
13	La empresa dispone de los recursos apropiados para atender el mercado americano.					

14	En base a la tecnología que posee la empresa cree que es suficiente para alcanzar un mayor resultado de sus actividades de exportación.					
15	La empresa cuenta con el personal ideal para sus actividades de exportación.					
16	La empresa cuenta con relaciones estratégicas con sus intermediarios extranjeros.					
DIMENSIÓN: ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL						
17	Las estrategias utilizadas en precios son competitivas para el mercado americano.					
18	Suele capacitarse al personal en nuevas estrategias productivas para mejorar sus características de exportación.					
19	La empresa pregona en su personal el desarrollo de una buena cultura organizacional					
20	Cree que la gestión de la empresa es eficiente					
DIMENSIÓN: VENTAJAS COMPETITIVAS						
21	Existe un buen compromiso por parte de los directivos de la empresa en el desarrollo de su competitividad.					
22	La empresa cuenta con un capital adecuado para sus actividades de exportación.					
23	El la empresa utilizan el termino innovación en sus actividades comerciales.					
24	Ha percibido la satisfacción de los clientes americanos con la entrega de la producción que la empresa exporta.					

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 4
TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
2	1	4	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	5	1	2	2	2	2	2	2
2	5	5	3	4	4	3	2	2	1	1	4	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1
5	5	5	3	4	4	2	5	3	2	2	5	2	4	4	5	5	3	4	4	2	2	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	5	3	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4
2	4	4	2	2	4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2
2	4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	4	2	2	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2
5	5	5	3	4	4	2	4	4	4	2	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3
5	5	5	3	5	5	3	5	5	4	2	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2
4	4	4	3	4	5	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4
5	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
2	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2	2	3	4	4	5	2	2	2	2	2	2
2	3	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2
4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	2	4	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	2
2	4	4	2	3	4	4	3	1	1	1	4	1	2	3	4	2	4	1	2	2	2	2	2
2	3	3	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1
3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	2	5	3	3	3	5	5	3	2	4	4	3	4	4
1	3	4	2	4	4	4	4	1	2	2	4	2	2	4	4	4	3	1	2	3	3	3	3
2	3	5	2	2	5	3	5	1	2	1	5	2	3	4	1	4	3	2	3	3	3	3	3
1	1	3	1	1	1	5	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	5	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	3	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4	3	5	2	2	2	5	2	3	2	5	5	3	3	3	3	4	4	4
2	1	4	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	5	1	2	2	2	2	2	2
2	5	5	3	4	4	3	2	2	1	1	4	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1
5	5	5	3	4	4	2	5	3	2	2	5	2	4	4	5	5	3	4	4	2	2	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	5	3	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4
2	4	4	2	2	4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2
2	4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	4	2	2	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2
2	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2	2	3	4	4	5	2	2	2	2	2	2
2	3	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2
4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	2	4	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	2
2	4	4	2	3	4	4	3	1	1	1	4	1	2	3	4	2	4	1	2	2	2	2	2
2	3	3	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1
3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	2	5	3	3	3	5	5	3	2	4	4	3	4	4
1	3	4	2	4	4	4	4	1	2	2	4	2	2	4	4	4	3	1	2	3	3	3	3
2	3	5	2	2	5	3	5	1	2	1	5	2	3	4	1	4	3	2	3	3	3	3	3
1	1	3	1	1	1	5	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	5	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	3	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1

ANEXO N° 5 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California de la empresa HIALPESA, 2020”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020; como objetivos específicos:</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y la competitividad empresarial del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020;</p>	<p><u>VARIABLE 1:</u></p> <p>Desempeño Exportador</p> <p><u>DIMENSIONES:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia de la empresa - Estructura de la organización - Estructura del entorno 	<p><u>TIPO:</u> Aplicada</p> <p><u>NIVEL:</u></p> <p>Correlacional</p> <p><u>DISEÑO:</u></p> <p>No experimental</p> <p><u>ENFOQUE</u></p> <p>Cuantitativo</p>	<p><u>POBLACIÓN:</u></p> <p>La población es de 40 trabajadores de 40 empresas del rubro de confección de ropa</p> <p><u>MUESTRA:</u></p> <p>Es un tipo de muestra censal igual que la población por ser muy reducida 40 trabajadores de las empresas de confección de ropa</p>	<p><u>TECNICAS:</u></p> <p>La encuesta</p> <p><u>INSTRUMENTOS:</u></p> <p>Cuestionario</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>PE1 ¿Cuál es la relación entre el Desempeño exportador y los recursos del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020?;</p> <p>PE2 ¿Cuál es la relación entre el Desempeño exportador y la estrategia organizacional del sector</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>OE1 Determinar la relación entre el Desempeño exportador y los recursos empresariales del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020;</p> <p>OE2 Determinar la relación entre el Desempeño exportador y</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>HE1 Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y los recursos empresariales del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020;</p> <p>HE2 Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador</p>	<p><u>VARIABLE 2:</u></p> <p>Competitividad Empresarial</p> <p><u>DIMENSIONES:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos empresariales - Estrategia organizacional - Ventajas competitivas 			

<p>textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020?;</p> <p>PE3 ¿Cuál es la relación entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020?;</p>	<p>la estrategia organizacional del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020;</p> <p>OE3 Determinar la relación significativa entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020;</p>	<p>y la estrategia organizacional del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020;</p> <p>HE3 Existe una relación significativa entre el Desempeño exportador y las ventajas competitivas del sector textil al mercado de Estados Unidos – California, 2020;</p>				
---	---	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 6
CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Análisis de confiabilidad de la Variable Desempeño exportador

Fiabilidad de la Variable Desempeño exportador

Alfa de Crombach	N of Ítems
,875	12

Interpretación:

Según la prueba de Alfa de Cronbach se obtuvo en la variable Desempeño exportador un coeficiente de ,875, valor que señala una muy alta confiabilidad.

Análisis de confiabilidad de la Variable R

Fiabilidad de la Variable Competitividad Empresarial

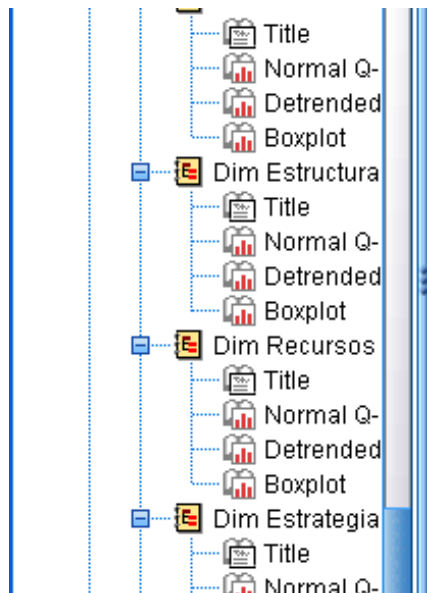
Alfa de Crombach	N of Ítems
,886	12

Interpretación:

Según la prueba de Alfa de Cronbach se obtuvo en la Variable Competitividad Empresarial un coeficiente de ,886, valor que señala una muy alta confiabilidad.

ANEXO N° 7

CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS (SPSS)



Case Processing Summary

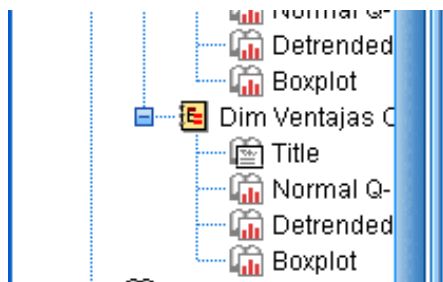
		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,875	12

Variable Desempeño Exportador



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,886	12

Variable Competitividad Empresarial

ANEXO N° 8

PANTALLAZO DE LA BASE DE DATOS EN SPSS

Base de datos desempeño exportador y competitividad.sav [Conjunto_de_datos19] IBM SPSS Statistics Editor de datos

Nom...	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol		
1	P1	N Numérico	6	0	La empresa tiene bien definida su visión y misión em...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
2	P2	N Numérico	6	0	En la empresa se utiliza la planificación constante en...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
3	P3	N Numérico	6	0	La empresa utiliza estrategias de marketing internaci...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
4	P4	N Numérico	6	0	En cuanto a la competencia utiliza una diferenciación...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
5	P5	N Numérico	6	0	La empresa cuenta con experiencia en actividades de...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
6	P6	N Numérico	6	0	La directiva maneja de buena manera las actividades ...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
7	P7	N Numérico	6	0	La empresa cuenta con la estructura adecuada para ...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
8	P8	N Numérico	6	0	La empresa utiliza la tecnología adecuada para sus p...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
9	P9	N Numérico	6	0	La empresa realiza estudios de mercado constantem...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
10	P10	N Numérico	6	0	Conoce las exigencias del mercado de Estados Unid...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
11	P11	N Numérico	6	0	Ha percibido rentabilidad en la empresa debido a sus ...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
12	P12	N Numérico	6	0	La empresa hace buen uso de las ventajas que dejan...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
13	P13	N Numérico	6	0	La empresa dispone de los recursos apropiados para ...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
14	P14	N Numérico	6	0	En base a la tecnología que posee la empresa cree q...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
15	P15	N Numérico	6	0	La empresa cuenta con el personal ideal para sus act...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
16	P16	N Numérico	6	0	La empresa cuanta con relaciones estratégicas con s...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
17	P17	N Numérico	6	0	Las estrategias utilizadas en precios son competitiva...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
18	P18	N Numérico	6	0	Suele capacitarse al personal en nuevas estrategias ...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Nominal	Entrada	
19	P19	N Numérico	6	0	La empresa pregona en su personal el desarrollo de u...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada	
20	P20	N Numérico	6	0	Cree que la gestión de la empresa es eficiente	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada	
21	P21	N Numérico	6	0	Existe un buen compromiso por parte de los directivo...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada	
22	P22	N Numérico	6	0	La empresa cuenta con un capital adecuado para sus...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada	
23	P23	N Numérico	6	0	El la empresa utilizan el termino innovación en sus a...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada	
24	P24	N Numérico	6	0	Ha percibido la satisfacción de los clientes american...	(1, Nunca)...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal	Entrada	
25	Sum...	N Numérico	6	0			Ninguna	Ninguna	30	Derecha	Escala	Entrada

Vista de datos Vista de variables

Vista de Variables

Base de datos desempeño exportador y competitividad.sav [Conjunto_de_datos19] IBM SPSS Statistics Editor de datos

	1	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	Suma_Estrategias_de_empresa	
7	2	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	22	
8	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	20	
9	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	20	
10	2	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	23	
11	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	19	
12	5	5	2	4	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	21	
13	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	19	
14	2	4	2	2	3	4	4	5	2	2	2	2	2	2	14	
15	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	13	
16	2	4	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	2	19	
17	1	4	1	2	3	4	2	4	1	2	2	2	2	2	15	
18	1	4	1	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1	10	
19	2	5	3	3	3	5	5	3	2	4	4	3	4	4	18	
20	2	4	2	2	4	4	4	3	1	2	3	3	3	3	14	
21	1	5	2	3	4	1	4	3	2	3	3	3	3	3	14	
22	1	3	1	1	3	1	1	5	1	1	1	1	1	1	7	
23	2	3	3	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1	10	
24	2	5	2	3	2	5	5	3	3	3	3	4	4	4	20	
25	4	2	2	2	2	2	5	1	2	2	2	2	2	2	11	
26	1	4	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	19	
27	2	5	2	4	4	5	5	3	4	4	2	2	3	3	22	
28	2	5	3	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4	20	
29	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	14	

Vista de datos Vista de variables

Vista de Datos

ANEXO N° 9

PANTALLAZO ENCUESTA DADA EN GOOGLE FORM

Enlace:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdzMF_CpldgAowvFyEDXtXaOMCrslCI-X3oE5dAeyOJ9Auw/viewform?usp=sf_link

Encuesta para medir el desempeño exportador y su relación con la competitividad

Trabajo Académico de la Universidad Cesar Vallejo

Desempeño exportador



1. La empresa tiene bien definida su visión y misión empresarial

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, MACHUCA PEREZ GENESIS YEMINA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "DESEMPEÑO EXPORTADOR Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DEL SECTOR TEXTIL AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS – CALIFORNIA, 2020.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
MACHUCA PEREZ GENESIS YEMINA DNI: 74580663 ORCID 0000-0002-7420-6189	Firmado digitalmente por: GMACHUCAP el 13-03- 2021 00:43:00

Código documento Trilce: INV - 0094649