



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

“Factores determinantes de exportación y la sostenibilidad de las
MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria - Lima -
2021”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Negocios Internacionales

AUTOR:

Mezarina Lara, Jhonny Axcel (orcid.org/0000-0001-6978-7807)

ASESOR:

MG. Dios Zarate, Luis Enrique (orcid.org/0000-0003-0176-0047)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CALLAO – PERÚ
2021**

DEDICATORIA

Con profundo amor y gratitud, dedico mi tesis a mi querida madre, Luisa Victoria Lara Ferrique. Su constante bendición a lo largo de mi vida ha sido mi protección y guía hacia el camino del bien.

También a mis hijos Luisa Elena Mezarina Montealegre y Kylian Alessio Mezarina, ya que son la principal razón para seguir creciendo como persona y profesional

También a mi pareja Claudia Montealegre quien fue la que me motivo y ayudo a terminar mi tesis y así poder seguir avanzando en el largo camino de mi educación profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios por la bendición de tener y disfrutar de una familia. Me gustaría agradecer a mi familia por su continuo apoyo en cada elección y proyecto que hago. También quiero agradecer a la vida por mostrarme cada día la belleza y la justicia que puede ofrecer. Agradezco especialmente a mi familia por brindarme la oportunidad de destacar en la realización de esta tesis. Su confianza en mí no tiene precio. Además, doy gracias a Dios por permitirme vivir y apreciar cada día de mi existencia.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	12
3.1. <i>Tipo y diseño de investigación</i>	12
3.2. <i>Variable y operacionalización</i>	13
3.2.1. Variables.....	13
3.2.2. Operacionalización de variables	14
3.3. <i>Población, muestra y muestreo</i>	14
3.4. <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i>	16
3.4.1. Técnica	16
3.4.2. Instrumento de recolección de datos	16
3.4.3. Validez del instrumento	16
3.4.4. Confiabilidad del instrumento	16
3.5. <i>Procedimiento</i>	17
3.6. <i>Método de análisis de datos</i>	17
3.7. <i>Aspectos éticos</i>	18
IV. RESULTADOS.....	19
4.1. <i>Análisis de datos</i>	19
4.2. <i>Contrastación de hipótesis</i>	27
V. DISCUSIÓN	37
VI. CONCLUSIONES.....	38
VII. RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS.....	41
ANEXOS	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Frecuencia y proporción estadística de la Variable Factores determinantes de exportación.....	20
Tabla 2.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión calidad productiva y logística de la variable factores determinantes de exportación.....	21
Tabla 3.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión capacidad de innovación.....	22
Tabla 4.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión estrategias de mercadotecnia.....	23
Tabla 5.	Frecuencia y proporción estadística de la Variable Sostenibilidad	24
Tabla 6.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión sostenibilidad económica de la variable sostenibilidad.....	25
Tabla 7.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión sostenibilidad administrativa.....	26
Tabla 8.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión desarrollo ambiental sustentable de la Variable desarrollo local.....	27
Tabla 9.	Factores determinantes * sostenibilidad.....	29
Tabla 10.	Calidad productiva y logística * sostenibilidad	31
Tabla 11.	Capacidad de innovación * sostenibilidad.....	33
Tabla 12.	Estrategias de mercadotecnia * sostenibilidad.....	35
Tabla 13.	Oportunidad de negocios internacionales * sostenibilidad.....	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Frecuencia y proporción estadística de la Variable Factores determinantes de exportación.....	20
Figura 2.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión calidad productiva y logística de la variable factores determinantes de exportación.....	21
Figura 3.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión capacidad de innovación.....	22
Figura 4.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión estrategias de mercadotecnia.....	23
Figura 5.	Frecuencia y proporción estadística de la Variable Sostenibilidad.....	24
Figura 6.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión sostenibilidad económica de la variable sostenibilidad.....	25
Figura 7.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión sostenibilidad administrativa.....	26
Figura 8.	Frecuencia y proporción estadística de la dimensión desarrollo ambiental sustentable de la Variable desarrollo local.....	27

RESUMEN

El estudio se centra en entender las dinámicas comerciales y las condiciones que afectan la sostenibilidad de las MYPES en el contexto de un mercado globalizado, cuyo objetivo es establecer cómo los factores determinantes de la exportación mejoran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021, estudio descriptivo correlacional cuantitativo con una muestra de 97 empresas exportadoras del Centro Comercial Gamarra, como resultado de esta investigación, se puede afirmar que la exportación se ve influenciada principalmente por la competitividad, el desarrollo de habilidades directivas, las tácticas de marketing y las oportunidades comerciales. Además, la incursión en mercados internacionales ha permitido identificar los elementos esenciales que deben considerarse para alcanzar este objetivo y cómo es necesario realizar mejoras en las empresas para asegurar su sostenibilidad en un mercado tan competitivo.

Palabras clave: Factores, exportación, sostenibilidad, calidad, innovación, mercadotecnia.

ABSTRACT

The study focuses on understanding the business dynamics and conditions that impact the sustainability of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in the context of a globalized market. Its goal is to establish how export determinants enhance the sustainability of textile SMEs in the Gamarra Emporium - La Victoria District - Lima, 2021. This is a quantitative correlational descriptive study with a sample of 97 exporting companies from the Gamarra Commercial Center. As a result of this research, it can be affirmed that exportation is primarily influenced by competitiveness, the development of managerial skills, marketing tactics, and business opportunities. Furthermore, the foray into international markets has allowed the identification of essential elements that must be considered to achieve this objective and how it is necessary to make improvements in companies to ensure their sustainability in such a competitive market.

Keywords: Factors, export, sustainability, quality, innovation, marketing.

I. INTRODUCCIÓN

La forma en que gestionamos y hacemos crecer el intercambio internacional hoy en día se observa las normas y la praxis que utilizan las organizaciones de todo el mundo. La práctica más común de adquirir productos internacionalmente como una entidad.

De esta forma, se puede determinar que la exportación es la única vía para que el desarrollo industrial y tecnológico obtenga divisas, mejore la competitividad internacional y obtenga recursos. Y obtenga equipos y maquinaria que no sean de producción. (Sierralta, 2017, p. 69)

Por consiguiente, conforme la información brindada por la SUNAT (2017), se destaca que, en los dos años anteriores, las exportaciones de Perú experimentaron un incremento del 7.84% en 2016 y del 21.83% en 2017. Estos números demuestran la salud y la constante revitalización del mercado peruano.

Basándonos en los indicadores favorables de exportación, es posible concluir que los productos no convencionales representan la categoría más sólida en términos de exportaciones. En febrero, los productos no tradicionales experimentaron un aumento del 19.9%, según los datos proporcionados por el INEI para el período 2018. Dentro de las diversas combinaciones de productos en la industria de la confección, esta se destaca como una de las que muestra el mayor crecimiento en la demanda. Desde 2017, las exportaciones han mantenido un incremento constante del 10.8% (SUNAT, 2017).

Sin embargo, según ComexPerú, en el lapso comprendido entre 2016 y 2017, las pequeñas y microempresas representaron únicamente el 1.8% del total de las exportaciones peruanas, mientras que las empresas grandes y medianas representaron el 98.2%. Dentro de este contexto, las exportaciones generadas por las pequeñas y medianas empresas apenas llegaron al 15%, destacándose especialmente en el sector de la confección durante ese año (Sánchez y Saviezo, 2018).

Las pequeñas y medianas empresas han contribuido positivamente al aumento del empleo, proporcionando oportunidades de empleo a más de 7 millones de personas. Estas empresas representan el 45% de la PEA y aportan el 21% del PIB del país (CONFIEP, 2018).

Además, el sector textil ha generado 412,000 oportunidades de empleo, lo que equivale al 8.9% de la PEA y se erige como la principal fuente de trabajo para las PYMES (PRODUCE, 2019).

No obstante, existe un mayor interés por parte de las autoridades en alentar a las PYMES a adoptar una perspectiva global y a involucrarse en actividades de exportación. Por lo tanto, el proceso de desarrollo exportador de las PYMES se ve influido por tres factores clave.

- 1) mejora en la forma del mercado
- 2) nacimiento de la tecnología en los medios fabricación, traslado y conexión, etc.,
- 3) las aptitudes del individuo están evolucionadas (Galván, 2017, p. 95)

Ante la circunstancia, se procuró el contexto del Perú, analizando los signos y motivos que inciden en la evolución de las exportadoras. De igual manera, diagnostica la situación actual, futuro y pronóstico de las exportadoras.

La competencia entre las PYMES peruanas es restringida debido a la falta de recursos, como innovación en productos, tecnología avanzada y capacidad de producción. Los recursos y las ventajas brindan a una empresa una ventaja competitiva, que incluye la capacidad de superar a competidores más fuertes y ejecutar estrategias comerciales que le otorgan una ventaja competitiva (Barney, 2018).

En el año 2019, Gamarra, el centro comercial, contaba con más de 30,000 tiendas dedicadas a actividades comerciales y servicios relacionados con la industria de la confección. Este complejo desempeña una función esencial como impulsor económico, generando empleo para más de 70,000 trabajadores, de los cuales aproximadamente el 81% disfruta de empleo a largo plazo. Las ventas anuales totales superan los \$2 mil millones de dólares (INEI, 2020).

El Centro Comercial Gamarra experimentó transformaciones notables y distintivas en tres etapas clave. La primera de estas fases se remonta a antes de 1972, cuando un conjunto de comerciantes y fabricantes de ropa con tejidos de alta calidad le concedió su denominación original.

Luego de esto, se produjo la construcción del complejo en sí, con el aumento de almacenes y tiendas en el área, lo que llevó a una mayor disponibilidad de prendas de vestir en todo el país.

La tercera fase se identifica como el auge de las pequeñas empresas de confección durante la recesión económica y la crisis a nivel nacional. En este conjunto empresarial, las operaciones comerciales orientadas hacia los consumidores finales desempeñan un papel preponderante, especialmente en el ámbito de la moda.

Ingresar a este sector no requiere una inversión sustancial de capital. Estos emprendimientos suelen operar en espacios de alquiler que sirven como talleres para la fabricación de prendas, con una plantilla media de alrededor de dos empleados.

El propósito de la investigación era comprender las razones por las cuales la calidad de las prendas fabricadas por las MYPES en Gamarra no cumplía con los estándares requeridos para competir eficazmente en los mercados internacionales. Actualmente, esta problemática es de gran importancia, ya que la falta de abordaje de estas limitaciones podría poner en riesgo su capacidad de subsistencia a largo plazo.

Se ha identificado que las MYPES enfrentan deficiencias debido a la falta de seguimiento del programa, la insuficiente formación y colaboración de los empleados, así como la falta de compromiso del equipo con la organización.

Además, no existe una documentación formal que establezca la diversidad de entidades, lo que da lugar a la ausencia de una práctica para mejorar sus condiciones y regularizar su situación legal. También es importante tener en cuenta otras características esenciales, como la cultura del dueño, la administración de la empresa, nuevas prácticas o requisitos externos que puedan dificultar la capacidad de la empresa para adaptarse o crecer en el mercado.

Como resultado, las empresas no cuentan con una cultura que fomente el cumplimiento fiscal, la formalización y la integración en el sistema laboral y tributario, aspectos fundamentales para la formalización y el proceso de exportación. Por lo tanto, el propósito de esta investigación es identificar los factores determinantes esenciales que suelen enfrentar las pequeñas empresas textiles en sus esfuerzos por mejorar la productividad de sus productos y expandirse en el mercado internacional.

De esta forma se formula la siguiente pregunta:

¿De qué forma los factores determinantes de la exportación mejoran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria, Lima, 2021?

Y siendo las preguntas específicas las siguiente:

¿Cómo la calidad productiva y logística de la exportación mejoraran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021?

¿Cómo la capacidad de Innovación de la exportación mejorara la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021?

¿Cómo las estrategias de Mercadotecnia de la exportación mejoraran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021?

¿Cómo las oportunidades de negocios internacionales mejoraran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021?

La realización de esta encuesta se basa en la necesidad de analizar la situación actual de las microempresas textiles establecidas en Gamarra y su capacidad para ingresar de forma sostenible al escenario económico internacional. Gamarra ha sido seleccionada como el epicentro principal de la producción de textiles y prendas de vestir en el país para llevar a cabo esta investigación. Esto se debe a que no se trata de una crisis comercial en sí misma, dado que sus ventas a nivel nacional siguen activas, pero estratégicamente debilitadas.

Desde una perspectiva metodológica, este enfoque es de vital importancia, ya que lograr los objetivos de investigación establecidos en este estudio brindará una comprensión más abarcadora de la situación actual de las empresas textiles que participan en exportaciones y de los desafíos que confrontan. Este conocimiento, a su vez, facilitará abordar sus necesidades y alcanzar la sostenibilidad empresarial.

La implementación de este sondeo no solo influirá de manera positiva en una amplia gama de emprendedores en diferentes sectores, sino que también debería actuar como un estímulo para que las entidades gubernamentales y las organizaciones de la sociedad civil desarrollen y apliquen medidas adecuadas.

Es así que se formula los objetivos:

Objetivo general

Determinar cómo los factores determinantes de la exportación mejoran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

Objetivos específicos

Identificar cómo la calidad productiva y logística de la exportación mejoraran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

Analizar cómo la capacidad de Innovación de la exportación mejorara la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

Verificar cómo las estrategias de Mercadotecnia de la exportación mejoraran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

Identificar cómo las oportunidades de negocios internacionales mejoraran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

II. MARCO TEÓRICO

Con respecto a los antecedentes destacan:

A nivel internacional

Según Espinel, Aparicio y Julieta (2018), este estudio en Colombia se enfoca en evaluar la industria textil del país y analizar su repercusión en la economía a lo largo de un periodo de noventa años. Además, se destaca la perspectiva de que Colombia pueda transformarse en un competidor internacional de importancia, lo cual ha captado la atención tanto a nivel nacional como internacional a lo largo del tiempo. A través de diversas fuentes, como documentos y estudios, se lleva a cabo un análisis exhaustivo sobre cómo el sector textil influye en la economía colombiana. Este análisis ofrece una visión más completa de la alta demanda que experimenta esta industria en el país, lo que ha dado lugar a una intensa competencia y avances en la producción en este campo.

En el estudio de Arias (2015) en Ecuador sobre estrategias para que las empresas de confección en el clúster textil de Atuntaqui enfrenten la competencia internacional, se empleó un enfoque descriptivo utilizando estudios de casos y tres perspectivas diferentes. Se comenzó por analizar la situación internacional, destacando factores como reubicaciones, exportación, la formación de clústeres y logística global. En resumen, las estrategias se dirigieron a: 1) incrementar la importancia del mercado, 2) incorporar a las micro, pequeñas y medianas empresas en la industria, y 3) consolidar el respaldo de las instituciones públicas para asegurar una posición robusta a largo plazo en el mercado. Con el fortalecimiento del clúster y la promoción de un entorno empresarial propicio en Atuntaqui, las empresas líderes podrán contemplar la posibilidad de expandirse a otros mercados.

A nivel nacional

Dongo y Pequeño (2019) realizaron una investigación con el objetivo primordial de reconocer los elementos que promueven el crecimiento de las PYMEs en el ámbito de la exportación y comprender las disparidades entre aquellas que se dedican a la exportación y las que no. Utilizaron métodos cuantitativos con una muestra de 35 y 48 PYMEs, empleando un enfoque concluyente y descriptivo. También se utilizaron métodos no experimentales y estudios transversales para examinar el estado actual de la industria. No obstante, se descubrió que solo el 1.5% de los clientes potenciales de estas empresas proceden del exterior. Además,

los resultados indican que las características de los empleadores también desempeñan un papel crucial en este contexto, según los descubrimientos de este estudio y la encuesta llevada a cabo por el GEM de Perú entre 2016 y 2017.

El propósito del estudio de Morán (2019) en la Universidad Cesar Vallejo era respaldar los elementos externos que impactan en la formación de conglomerados en la industria textil. Se aplicaron teorías de autores destacados como Marshall y Porter para identificar categorías fundamentales tales como ubicación geográfica, importancia y perfil empresarial. Se examinó el mercado costarricense como posible destino para la internacionalización del conglomerado. La metodología involucró entrevistas con 8 empresarios en la Galería San Pedro de Gamarra, utilizando un enfoque cualitativo con diseño fenomenológico. A través del análisis de triangulación, se concluyó que la ubicación geográfica, relevancia y perfil empresarial son factores cruciales para la formación exitosa de conglomerados en la industria textil, destacando la importancia de incorporar estos elementos para el crecimiento efectivo de la Galería San Pedro.

Atoche y Corzo (2015) llevaron a cabo un estudio con el objetivo de evaluar los factores que determinan la Industria Textil. Utilizaron un diseño no experimental y recopilaron datos a través de una encuesta específicamente diseñada. La investigación se llevó a cabo en La Libertad, en la asociación de fabricantes de confecciones y textiles industriales del centro comercial San Carlos de Trujillo, conformada por 22 microempresarios. Los resultados del estudio señalaron que los microempresarios enfrentan desafíos en aspectos como la administración empresarial, la gestión financiera, la gestión de la producción, la logística internacional y el acceso a los mercados internacionales.

La investigación realizada por Valdez (2019) tiene como propósito evaluar el impacto de las condiciones de la industria textil en la competitividad del clúster Gamarra y sus alrededores en el año 2018. El enfoque adoptado es de tipo básico y explicativo, integrando métodos cualitativos y cuantitativos. La muestra abarca a 343 pequeñas y medianas empresas formales, y la recopilación de datos se llevó a cabo mediante encuestas y cuestionarios. Los resultados resaltan que un porcentaje significativo de las empresas no emplea tecnologías de la información y la comunicación (TIC), no recibe información de organizaciones públicas o

privadas, no participa en grupos o asociaciones comerciales y no cumple adecuadamente con los beneficios laborales y la remuneración legalmente exigidos. Además, muchas empresas no perciben sus precios como competitivos, carecen de un sistema de control de inventario y no gestionan inventario en sus operaciones.

La teoría con respecto a la primera variable:

Factores Determinantes de Exportación

De acuerdo a este concepto, un factor se define como "el elemento o motivo que actúa en conjunto con otros" (RAE, 2018). En el "Diccionario Oxford" en español, los factores se describen como "elementos que contribuyen a la producción de resultados, influencia y entorno". De acuerdo con Little Enlightened Larousse, un factor se simplifica simplemente como "un elemento o causa". Mientras que, según el diccionario en línea "Word Reference", un factor se interpreta como una causa fundamental que sirve de base para alcanzar una determinada condición o lograr un objetivo. En resumen, podemos afirmar que uno o varios factores son causas o condiciones que tienen el potencial de influir en que las personas alcancen u obtengan resultados específicos.

Conforme a la explicación proporcionada por el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) en el año 2014, un verbo está vinculado con aquello que provoca que algo suceda o que alguien se comporte de una manera específica. En contraste, según Word Reference, implica activar y actuar como el motivo subyacente detrás de algo.

Siguiendo la teoría de Heckscher y Ohlin referida por Muñoz (2016), la ventaja comparativa en la exportación de bienes entre países diversos puede surgir debido a la disponibilidad de recursos variados. Esta afirmación sugiere que cada país tiende a exportar productos para los cuales tiene una ventaja comparativa, lo que, a su vez, estimula un mayor intercambio comercial entre naciones y, como consecuencia, conlleva a costos más bajos.

A finales de los años 70, Paul Krugman presentó un caso de comercio internacional que implica una gama de productos y donde la economía logra un equilibrio que resulta en ventajas de costos para las empresas.

Este principio también es válido para las carencias del mercado, como los avances tecnológicos que demandan inversiones considerables. Según la

perspectiva de Muñoz (2016), las empresas de un país que pueden capitalizar estas deficiencias son aquellas que mostrarán una inclinación hacia la exportación.

Finalmente, Krugman llegó a la conclusión de que en la práctica existen situaciones de competencia no perfecta. Estas situaciones se originan a partir de economías de escala, oligopolios y la regulación gubernamental, lo que significa que la competencia no siempre es perfecta y puede estar sujeta a regulaciones en circunstancias razonables (Muñoz, 2016).

Muñoz (2016) resumió la posición de Krugman y la aplicó al ámbito de la confección. Muñoz indicó que un país puede experimentar un crecimiento económico al mejorar las transacciones comerciales, como en el caso de las exportaciones textiles. El manejo de los aranceles para el sector exportador también desempeña un papel significativo en este aspecto. En el ámbito de la industria textil, existen diversas ventajas que pueden promover el progreso económico, estimular la actividad empresarial, incentivar la inversión en maquinaria y equipo, y, en última instancia, contribuir al crecimiento económico hasta cierto punto.

Mercado local.

En relación a las teorías acerca de la variable de sostenibilidad en las MYPES textiles:

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2018), el desarrollo sostenible se refiere a la cualidad del desarrollo que puede mantenerse en el tiempo. El término "sostenible" tiene dos significados:

1) Capaz de mantenerse a lo largo del tiempo, como en opiniones o condiciones sostenibles.

2) En el contexto ambiental y económico, se refiere a la preservación y conservación de recursos y al evitar daños al medio ambiente.

Las palabras "sustentabilidad" y "sostenibilidad" tienen raíces latinas, como "sustentum", que significa mantener, conservar, defender y alimentar. "Sostenible" es un adjetivo derivado de esta palabra, mientras que "sostenibilidad" es el sustantivo derivado del adjetivo.

De acuerdo con la definición proporcionada en el libro "Introducción a la Sostenibilidad" escrito por Irene Saavedra (2017), la sostenibilidad empresarial

comprende la administración de una organización según metas previamente establecidas con el fin de asegurar su continuación y reducir su influencia negativa, al tiempo que refuerza su aceptación social.

En resumen, las compañías que se comprometen con el desarrollo sostenible operan de forma responsable, gestionando de manera equitativa sus objetivos a corto plazo con los intereses de las partes involucradas, con el fin de garantizar su viabilidad a largo plazo. Esto implica la necesidad de planificación y ajuste constante, de manera similar a dirigir un vehículo y estar alerta a la carretera mientras se prevén obstáculos futuros. En el contexto de Perú, donde las micro y pequeñas empresas constituyen cerca del 95% de las organizaciones y tienen un papel crucial en la economía, esta perspectiva es particularmente pertinente.

Por lo tanto, es crucial que estas empresas mantengan su competitividad y estén enfocadas en el mercado, ya que esto se considera esencial para su gestión. Las pequeñas y microempresas, que se definen aquí como aquellas que tienen menos de 10 empleados, generalmente constituyen más del 50% de la fuerza laboral en el sector industrial. En numerosos países, estas empresas industriales suelen valorar a sus empleados de manera similar a los activos fijos, como edificios, reconociendo que los trabajadores son un activo esencial en su capital social. Además, los activos físicos, como herramientas, maquinaria y mobiliario, generalmente conforman la mayoría de sus activos.

La dispersión de estas empresas en distintos sectores económicos evidencia que su relevancia no se restringe a campos particulares, sino que engloba la mayoría de las áreas económicas. Las MYPES son una columna vertebral crucial de la economía nacional, representando el 75% de todas las organizaciones en Perú, lo que destaca su vital relevancia para nuestra economía.

Estos tipos de empresas surgen de la visión de emprendedores creativos que, a pesar de enfrentar desafíos en su entorno y condiciones operativas difíciles, crean empresas de pequeña escala con infraestructura básica. Son empresas pequeñas y ágiles con costos operativos muy bajos, pero a menudo generan rentabilidad y contribuyen significativamente a la actividad económica.

El desarrollo de las MYPES puede encontrarse restringido debido a una variedad de factores, tanto internos como externos, como las capacidades de

gestión empresarial y las cambiantes condiciones económicas, las cuales pueden facilitar o limitar su crecimiento.

No obstante, es fundamental señalar que el anhelo de expansión no es igual en todos los microempresarios, especialmente en naciones como Perú, donde elementos como el capital disponible, la inclinación empresarial y la tecnología pueden impactar en su perspectiva de crecimiento.

En otras palabras, no todas las microempresas tienen la obligación de conformarse como entidades económicas con la meta principal de aumentar su tamaño y alcance. Algunos individuos pueden concebir sus microempresas como algo exclusivo y, por lo general, bajo una lógica empresarial convencional. Sin embargo, también habrá quienes no aspiren a expandirse más allá de ciertos límites, y estas dos perspectivas divergen de la concepción tradicional y la estructura convencional de las empresas.

Las MYPE en el contexto de las exportaciones

A nivel global, se observa un constante avance hacia la globalización en distintos ámbitos de la economía, cultura y actividades humanas. De acuerdo con el especialista Robles (2016), esta dinámica presenta desafíos significativos tanto para el país en su totalidad como para las micro y pequeñas empresas en particular, abordando aspectos como la generación de empleo, la competitividad y la promoción de las exportaciones. Esto adquiere una importancia especial en el marco del crecimiento a nivel nacional.

Esto implica que, dado que las MYPES desempeñan un papel central en el desarrollo empresarial, es fundamental que haya una colaboración concertada entre las MYPES, los gobiernos estatales y regionales, así como las instituciones académicas, para emprender un ambicioso proyecto a nivel nacional. Este proyecto tendría como objetivo diversificar las ofertas de productos, servicios y otros recursos, tanto convencionales como no convencionales, para poder abordar plenamente los mercados internacionales.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Debe utilizarse para resolver un problema específico o para realizar un procedimiento fiable. (Hernández y Mendoza, 2018, p. 158).

La investigación aplicada se basa en entender la identificación de problemas para intervenir y en la presentación de soluciones convencionales en forma de planes.

Murillo (2015) afirma que la investigación práctica se caracteriza por un uso exploratorio basado en la comprensión obtenida, sin olvidar la práctica sistemática basada en la investigación. Es estricto y metódico. (p. 79)

Diseño de investigación

$$\begin{array}{ccc} & & O_x \\ M & & r \\ & & O_y \end{array}$$

Dónde:

M: Es la muestra de investigación

O_x: Es la primera variable

O_y: Es la segunda variable

r: Es el grado de relación entre ambas variables.

Una estructura que facilita la descripción de relaciones entre dominios se define por concebir ideas en un período o contexto específico. Estas ideas se apoyan en esas relaciones, no tienen una clasificación precisa, representan conceptos interconectados y posibilitan establecer una relación causal formal entre las conexiones.

Por otro lado, las estructuras de relaciones de efecto se restringen a establecer asociaciones entre variables, sin especificar causas subyacentes, y no se diseñan con el propósito de analizar asociaciones primordiales. En consecuencia, las hipótesis pueden surgir a partir de interpretaciones contradictorias basadas en los conceptos que están en funcionamiento.

3.2. Variable y operacionalización

3.2.1. Variables

Variable independiente

Factores determinantes de exportación

Definición conceptual

Según Ruiz (2016)

Es un conjunto de componentes interconectados que deben coordinarse entre sí para alcanzar los objetivos de la organización; de lo contrario, la empresa no podrá lograr ninguna de las metas establecidas y generará factores significativos que contarán con el respaldo de la dirección de la empresa, ya que es responsable de la planificación. La identificación de las decisiones a implementar dentro de la organización y la colaboración para trabajar juntos en pos de los objetivos globales del sistema de negocios son fundamentales.

(p. 3)

Definición operacional

Se entiende como una ventaja en la exportación de recursos cuando se generan disparidades en las dotaciones de diversos factores, lo que implica que un país posee una mayor cantidad de recursos básicos o más ricos en comparación con otros. Esta ventaja le otorga la capacidad de obtener un mayor valor en el comercio internacional. Además, el intercambio comercial entre naciones resulta en la reducción de los costos de producción a medida que se facilita el flujo de productos y servicios a través de las fronteras.

Variable dependiente

Sostenibilidad

Definición conceptual

De acuerdo con lo expresado por Saavedra (2018), la sostenibilidad empresarial o corporativa se caracteriza por ser una perspectiva de administración empresarial que involucra una serie de principios y metas con el propósito de asegurar la perpetuidad de la empresa, disminuir los riesgos y consolidar su aceptación en la sociedad.

Definición operacional

La sostenibilidad implica la habilidad de una organización para gestionar sus recursos de forma responsable y mantener su rentabilidad en el largo plazo.

3.2.2. Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Variable independiente Factores determinantes de exportación	Calidad Productiva y Logística	Productos con calidad de exportación Estándares de Calidad Beneficios Tributarios y Arancelarios Cadena de Suministro y exportadora Innovaciones producción/confección
	Capacidad de Innovación	Capacitación y especialización Capacitación del personal Ambiente favorable a innovación Conocimiento de mercados externos
	Estrategias de Mercadotecnia	Conocimiento colocación de productos
Variable dependiente Sostenibilidad	Oportunidades de negocios internacionales	Estrategias para penetración en el mercado Inversión en maquinaria y equipo de Procesos de producción
	Sostenibilidad económica	Tratados internacionales Sostenibilidad Económica Competitividad de la empresa
	Sostenibilidad administrativa	Planeación estratégica Gestión administrativa Logística
	Sostenibilidad operativa	Estrategias de marketing Proveedores Tecnología

3.3. Población, muestra y muestreo

La población involucrada en esta observación está compuesta por 142 empresas textiles de Emporio Gamarra

Las muestras estarán compuestas por 104 empresas textiles de Emporio Gamarra.

Para obtener información actualizada, se emplea un enfoque de muestreo intencional no probabilístico por su enfoque en la selección de participantes específicos en función de su relevancia en la investigación. Es por esto que Carrasco (2016) debe elegir una comunidad con juicio personal y sin influencias externas (p. 243)

Para determinar la muestra, es necesario tener en cuenta su tamaño, emplear un método de muestreo aleatorio simple y aplicar la fórmula estadística que se presenta a continuación:

$$n = \frac{(p \cdot q)Z^2 \cdot N}{(EE)^2 (N - 1) + (P \cdot Q)Z^2}$$

Dónde:

N	Es la magnitud de la muestra que se considerará para llevar a cabo el trabajo de campo y es la variable que se busca determinar.
P y q	Representan la probabilidad de que la población esté o no incluida en la muestra. Según la doctrina, cuando no se conoce esta probabilidad por estudios estadísticos, se asume que los valores de p y q son ambos 0.5.
Z	Corresponden a las unidades de desviación estándar que, en la curva normal, definen una probabilidad de error de 0.05, equivalente a un intervalo de confianza del 95% en la estimación de la muestra. Por lo tanto, el valor de Z es 1.96.
N	Es la totalidad de la población, en este caso, 10,000 personas
EE	Representa el error estándar de la estimación, tomándose en este caso como el 5.00%.

Sustituyendo:

$$n = (0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2 \times 142) / (((0.05)^2 \times 141) + (0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2))$$

n = 104 empresas

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

Según la perspectiva de Hernández y Mendoza (2018), las encuestas deben utilizarse como un método para investigar y recopilar información, ya sea planteando preguntas directas o indirectas que estén vinculadas con los componentes que conforman la unidad de análisis.

Ante esta aportación, recogeremos información mediante técnicas de encuesta y realizaremos encuestas con nuestros colaboradores que trabajan en la fábrica textil Emporio Gamarra, con el objetivo de exportar.

3.4.2. Instrumento de recolección de datos

La herramienta utilizada es un cuestionario diseñado mediante la técnica de encuesta. En línea con la definición ofrecida por Carrasco (2016), un cuestionario implica la entrega de un formulario a los encuestados que contiene una serie de preguntas organizadas de forma lógica y coherente. Estas preguntas están formuladas de manera clara, precisa y objetiva, con el objetivo de obtener respuestas uniformes de los participantes. En este contexto, se ha diseñado un cuestionario que contenía preguntas relacionadas con la variable en estudio, con el propósito de que los encuestados pudieran responder de manera consistente.

3.4.3. Validez del instrumento

La validez se relaciona con cuán con precisión una prueba o evaluación refleja la característica, atributo o dimensión que se está midiendo. Hay diversos grados de validez y es fundamental especificar el tipo de validez de la prueba, como lo enfatiza Carrasco (2016, p. 19). En este entorno, es crítico realizar la validación de nuestras herramientas para asegurar una ergonomía ideal, y esta validación se llevará a cabo más adelante mediante la evaluación de expertos.

3.4.4. Confiabilidad del instrumento

En el contexto de este estudio, se establecieron los criterios de confiabilidad para la herramienta de medición mediante el empleo del coeficiente Alfa de Cronbach, desarrollado por JL Cronbach. Este coeficiente implica la evaluación del desempeño del instrumento y genera un valor que oscila entre 1 y 0. Es

particularmente adecuado para escalas que abarcan un amplio rango de valores posibles, lo que lo convierte en una herramienta útil para determinar la confiabilidad de escalas que contienen más de dos opciones de respuesta.

Opinión de expertos

En esta investigación, se analizaron los indicadores de confiabilidad del instrumento de medición mediante el uso del coeficiente Alfa de Cronbach, desarrollado por JL Cronbach. Este coeficiente implica la aplicación del instrumento y la generación de un valor que varía entre 1 y 0. Es particularmente adecuado para evaluar la confiabilidad de escalas que abarcan una amplia gama de posibles valores, lo que lo hace idóneo para escalas con más de dos opciones de respuesta. La fórmula utilizada en este enfoque evalúa la coherencia y precisión del instrumento, y los resultados se expresan en una escala numérica para determinar su confiabilidad.

3.5. Procedimiento

Para analizar la información, se llevarán a cabo los siguientes procedimientos:

1. Revisión de la literatura: La tecnología se empleará con el propósito de simplificar la comprensión, análisis e interpretación de todas las regulaciones, textos, libros, artículos en línea y demás fuentes literarias que estén a disposición.
2. Consulta: Esta técnica se empleará para obtener datos tanto cualitativos como cuantitativos con un nivel adecuado de confiabilidad.
3. Validación de datos: Se llevará a cabo una comparación entre los datos obtenidos de diferentes autores y otras fuentes para su evaluación.
4. Creación de tablas con cifras y porcentajes: La organización de datos cuantitativos se llevará a cabo mediante la creación de tablas que mostrarán conceptos, cifras, porcentajes y otros elementos pertinentes para la investigación.
5. Interpretación de gráficos: Se emplearán gráficos con el fin de visualizar la información y facilitar la comprensión de cómo evoluciona a lo largo de distintos períodos, elementos y otros aspectos.

3.6. Método de análisis de datos

Se utilizarán las herramientas computacionales Excel y el software SPSS 24 para analizar las relaciones entre las variables mediante los coeficientes de correlación. En situaciones que involucren datos no paramétricos, como la rabia actual, se aplicarán pruebas específicas, como el coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Se utilizará la información recopilada, que estará respaldada por categorías de datos, permitiendo así la obtención de datos ordinales y centrándose en valores intermedios. Si algún dato no resulta suficientemente relevante para el análisis de la encuesta, se considerará su eliminación.

3.7. Aspectos éticos

Conforme a las directrices de supervisión establecidas por la Universidad del Cesar Vallejo, se formará un comité de integridad responsable de supervisar todo el proceso de investigación. Este comité será designado por las autoridades universitarias cuando se requiera su participación en colaboraciones académicas. Sin embargo, es importante destacar que la investigación sobre diversos textiles destinados a la exportación desde Emporio Gamarra, bajo las directrices aplicables a partir de 2017, solo comenzará después de obtener la aprobación previa correspondiente. La comunidad de investigación está abierta a individuos cuyas edades oscilen entre 18 y 35 años como máximo. Los participantes recibirán información completa sobre los objetivos y propósitos de la investigación, y su participación será totalmente voluntaria y confidencial.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis de datos

Tabla 1.

Frecuencia y proporción estadística de la Variable Factores determinantes de exportación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	68	65	65
	Medio	30	29	94
	Alto	6	6	100
	Total	104	100	100

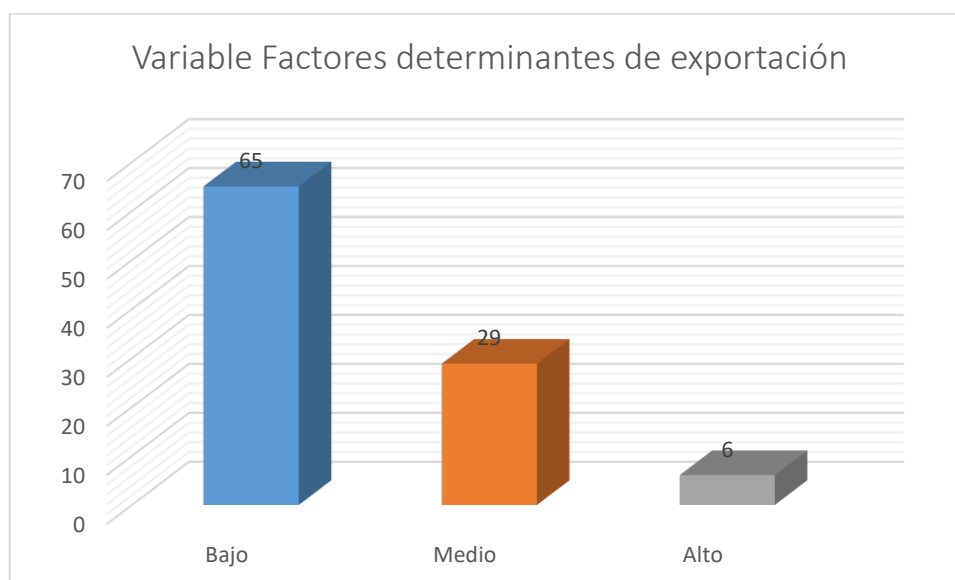


Figura 1. Variable Factores determinantes de exportación

De acuerdo a la información recabada en la tabla 1 y representada en la figura 1, se registró un 65% de respuestas correspondientes al rango bajo. Por otro lado, el rango medio obtuvo un 29% de las respuestas, y finalmente, el rango alto se reflejó en un 6% de las respuestas recopiladas.

Tabla 2.

Frecuencia y proporción estadística de la dimensión calidad productiva y logística de la variable factores determinantes de exportación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	36	35	35	35
	Medio	60	58	58	93
	Alto	8	8	8	101
	Total	104	100	100	

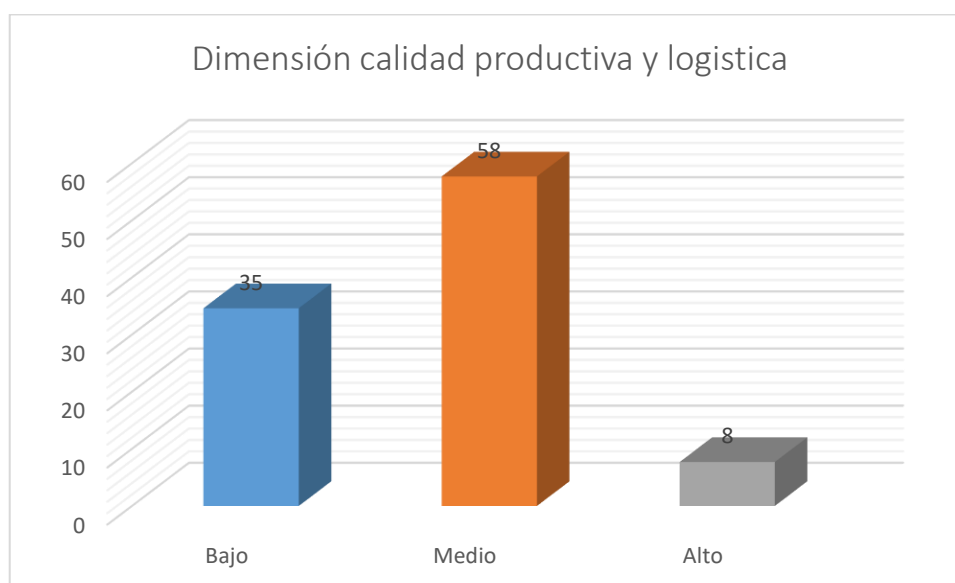


Figura 2. Dimensión calidad productiva y logística

De acuerdo con los datos recopilados y presentados en la tabla 2 y la figura 2, se observó que un 35% de las respuestas se ubicaron en el rango bajo. En contraste, el rango medio recibió un 58% de las respuestas, y por último, el rango alto representó un 8% de las respuestas obtenidas.

Tabla 3.

Frecuencia y proporción estadística de la dimensión capacidad de innovación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	80	77	77	77
	Medio	16	15	15	92
	Alto	8	8	8	100
	Total	104	100	100	

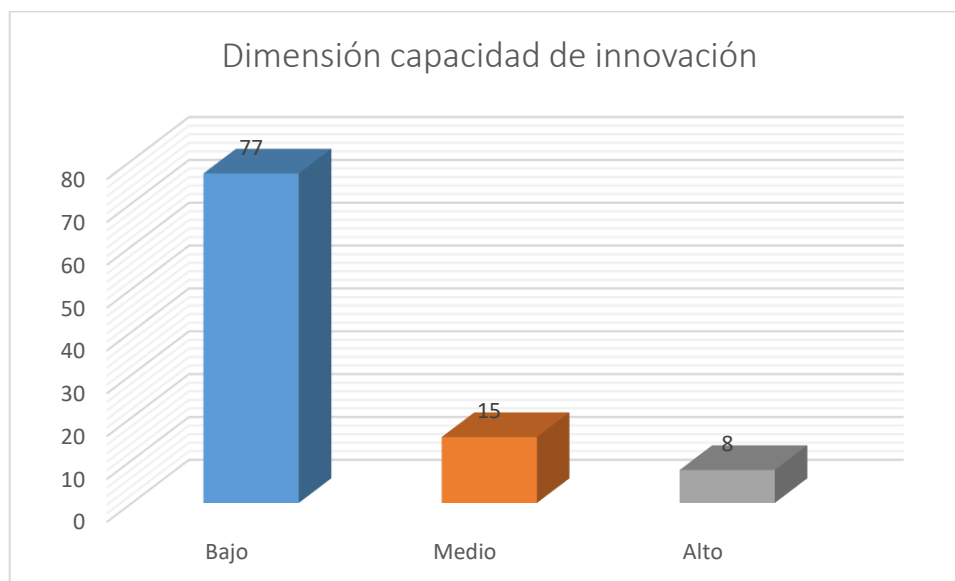


Figura 3. Dimensión capacidad de innovación

Con base en los datos obtenidos y presentados en la tabla 3 y la figura 3, se evidenció que un 77% de las respuestas se situaron en el rango bajo. Por otro lado, el rango medio fue seleccionado por un 15% de los participantes, y finalmente, el rango alto fue la elección de un 8% de las respuestas recabadas.

Tabla 4.

Frecuencia y proporción estadística de la dimensión estrategias de mercadotecnia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	87	84	84
	Medio	14	13	97
	Alto	3	3	100
	Total	104	100	100

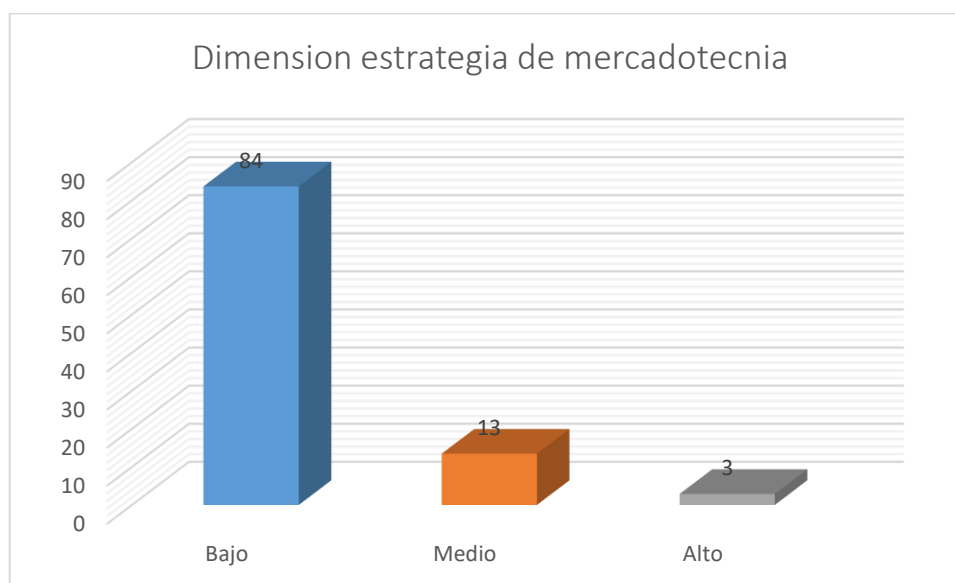


Figura 4. Dimensión estratégica de mercadotecnia

Según los datos recopilados y presentados en la tabla 4 y la figura 4, se evidencia que el 84% de las respuestas se situaron en la categoría de rango bajo. En contraste, el 13% de los participantes optaron por el rango medio, mientras que solo un 3% seleccionó el rango alto, según las respuestas recabadas.

Tabla 5.

Frecuencia y proporción estadística de la Variable Sostenibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	31	30	30	30
	Medio	65	62	62	92
	Alto	8	8	8	100
	Total	104	100	100	

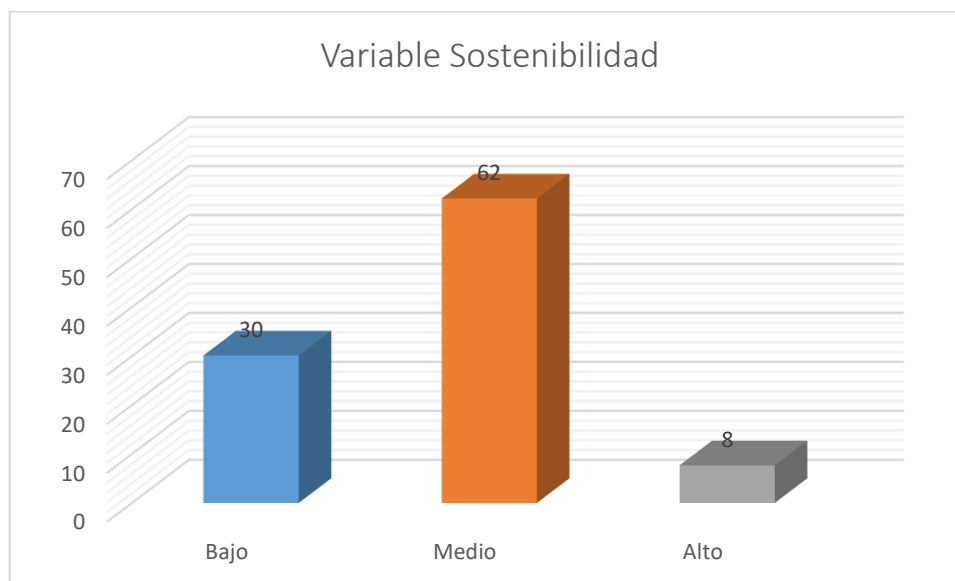


Figura 5. Variable sostenibilidad

Con base en los datos recopilados y exhibidos en la tabla 5 y la figura 5, se nota que el 30% de las respuestas se encuentra en la categoría de rango bajo. Además, el 62% de los participantes optó por el rango medio, mientras que solo el 8% seleccionó el rango alto, según las respuestas obtenidas.

Tabla 6.

Frecuencia y proporción estadística de la dimensión sostenibilidad económica de la variable sostenibilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	35	34	34
	Medio	62	60	93
	Alto	7	7	100
	Total	104	100	100

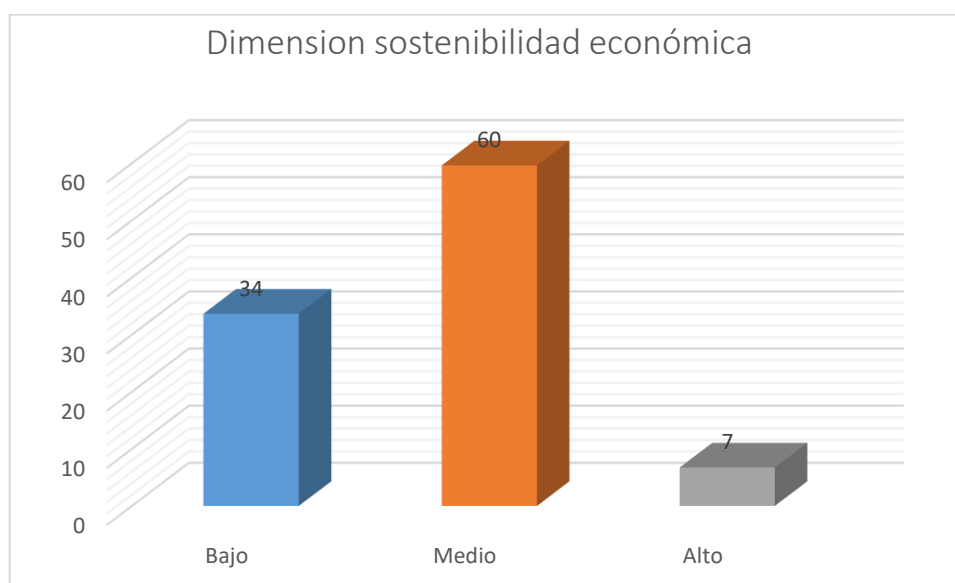


Figura 6. dimensión sostenibilidad económica

Basándonos en la información recolectada y plasmada en la tabla 6 y la figura 6, se puede notar que el 34% de las respuestas corresponden al rango bajo. De manera similar, el rango medio fue escogido por un 59% de los participantes, mientras que el rango alto obtuvo un 7% de las respuestas recabadas.

Tabla 7.

Frecuencia y proporción estadística de la dimensión sostenibilidad administrativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	31	30	30
	Medio	62	60	90
	Alto	11	11	100
	Total	104	100	100

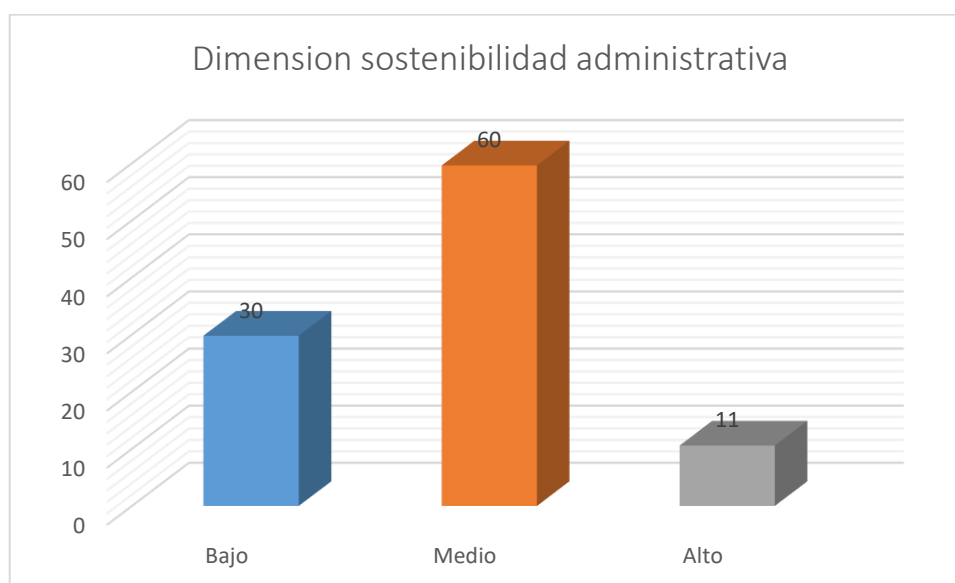


Figura 7. Dimensión sostenibilidad administrativa

Tomando como referencia los datos reunidos y exhibidos en la tabla 7 y la figura 7, se evidencia que el 30% de las respuestas correspondieron al rango bajo. En contraposición, el rango medio fue escogido por el 60% de los participantes, mientras que el rango alto obtuvo un 11% de las respuestas recopiladas.

Tabla 8.

Frecuencia y proporción estadística de la dimensión desarrollo ambiental sustentable de la Variable desarrollo local

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	28	27	27
	Medio	70	67	94
	Alto	6	6	100
	Total	104	100	100

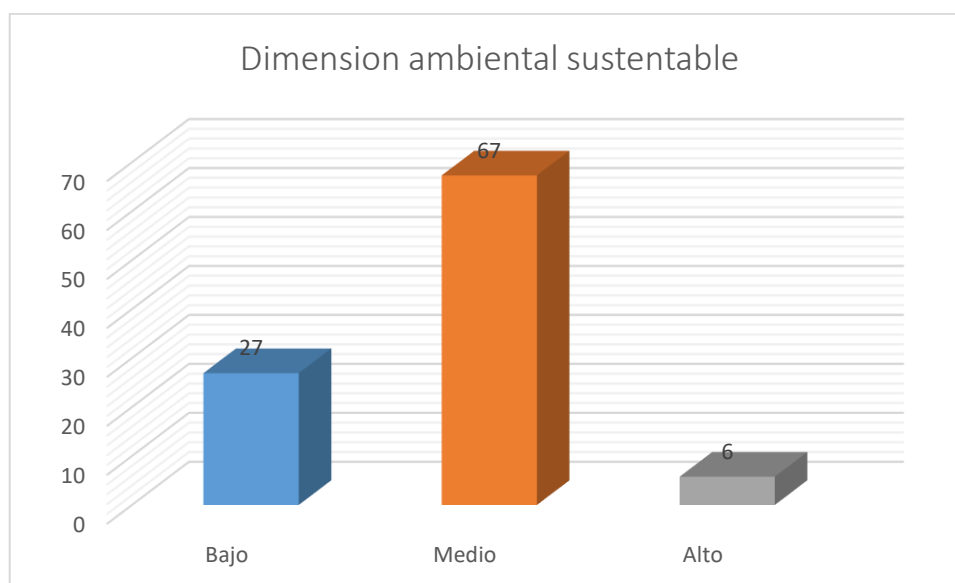


Figura 8. dimensión ambiental sustentable

Con base en los datos reunidos y expuestos en la tabla 8 y la figura 8, se nota que el 27% de las respuestas correspondían al rango bajo. En contraste, el rango medio fue elegido por el 67% de los participantes, mientras que el rango alto recibió un 6% de las respuestas recopiladas.

4.2. Contratación de hipótesis

Hipótesis General

1º Planteamiento de hipótesis:

H⁰: Los factores determinantes de la exportación no mejoran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

H¹: Los factores determinantes de la exportación mejoran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

2º Niveles de significación:

$\alpha = 0.05$ (con 95% de confianza)

3º Estadístico de prueba:

r de Ch2

Dónde:

En términos generales diremos que:

Si $|r|$ (Correlación de Ch2) $< 0,95$ la asociación no se cumple.

Si $|r|$ (Correlación de Ch2) $> 0,95$ la asociación se cumple.

4º Comparar

Para n-2 grados de libertad

$T > T_{\alpha/2^k}$ se ha rechazado

Dónde:

T = t calculado

$T > T_{\alpha/2^k}$ t de table con $\alpha = 0.05$ y k grados de libertad

5. Resultados:

Tabla 9 – Factores determinantes * sostenibilidad

		Valor	Error tip. asint. (a)	T aproximada(b)	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	Correlación de Ch ²	962	960	690	0.38(c)
Ordinal por ordinal	Correlación de Pearson (*)	964	956	690	0.34(c)
N de casos validos		104			

a. *Asumiendo la hipótesis alternativa teniendo significancia (*) en Pearson*
b. *Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis alterna*
c. *Basada en la aproximación normal*

Fuente: Del autor

6. Conclusión:

Después de llevar a cabo el análisis estadístico mediante la prueba de Chi-cuadrado R, los resultados relevantes muestran que el índice es de 0.962, lo que representa un 96.2%, mientras que el índice no significativo es de 0.038, equivalente al 3.8%. Esta evaluación se llevó a cabo para verificar nuestra hipótesis alternativa, que planteaba que "el aumento significativo del factor determinante de las exportaciones en Emporio Gamarra-Distrito Victoria-Lima, en 2021, confirma la sostenibilidad de los textiles".

Hipótesis Especifica 1

1º Planteamiento de hipótesis:

H⁰: La calidad productiva y logística de la exportación no mejoraran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

H¹: La calidad productiva y logística de la exportación mejoraran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021.

2º Niveles de significación:

$\alpha = 0.05$ (con 95% de confianza)

3º Estadístico de prueba:

r de Ch2

Dónde:

En términos generales diremos que:

Si $|r|$ (Correlación de Ch2) $< 0,95$ la asociación no se cumple.

Si $|r|$ (Correlación de Ch2) $> 0,95$ la asociación se cumple.

4º Comparar

Para n-2 grados de libertad

$T > T_{\alpha/2^k}$ se ha rechazado

Dónde:

T = t calculado

$T > T_{\alpha/2^k}$ t de table con $\alpha = 0.05$ y k grados de libertad

*Tabla 10 – calidad productiva y logística * sostenibilidad*

		Valor	Error tip. asint. (a)	T aproximada(b)	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	Correlación de Ch ²	137	877	0.870	0154(c)
Ordinal por ordinal	Correlación de Pearson (*)	136	814	0.807	0.148(c)
N de casos validos		104			
<p>a. <i>Asumiendo la hipótesis alternativa no tiene significancia (*) en Pearson</i> b. <i>Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula</i> c. <i>Basada en la aproximación normal</i></p>					

Fuente: Del autor

Después de llevar a cabo el análisis estadístico mediante la prueba de Chi-cuadrado, los resultados pertinentes muestran que el índice es de 0.877, equivalente al 87.7%, mientras que el índice no significativo es de 0.154, representando el 15.4%. Estos resultados fueron empleados para descartar nuestra hipótesis alternativa, que afirmaba que "la mejora significativa en la calidad de producción y logística en Emporio Gamarra-Distrito Victoria-Lima, en 2021, validaría la sostenibilidad de los textiles". En cambio, la prueba la considera nula, lo que implica la no aceptación de ciertas suposiciones.

Hipótesis Especifica 2

1º Planteamiento de hipótesis:

H0: La capacidad de Innovación de la exportación no mejorara significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021.

H1: La capacidad de Innovación de la exportación mejorara significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021.

2º Niveles de significación:

$\alpha = 0.05$ (con 95% de confianza)

3º Estadístico de prueba:

r de Ch2

Dónde:

En términos generales diremos que:

Si $|r|$ (Correlación de Ch2) $< 0,95$ la asociación no se cumple.

Si $|r|$ (Correlación de Ch2) $> 0,95$ la asociación se cumple.

4º Comparar

Para n-2 grados de libertad

$T > T_{\alpha/2^k}$ se ha rechazado

Dónde:

T = t calculado

$T > T_{\alpha/2^k}$ t de table con $\alpha = 0.05$ y k grados de libertad

*Tabla 11 – capacidad de innovación * sostenibilidad*

	<i>Capacidad de innovación * sostenibilidad</i>
<i>Correlación de Ch²</i>	<i>,964</i>
<i>Sig. (bilateral)</i>	<i>,036</i>
<i>Suma de cuadrados y productos cruzados</i>	<i>2,000</i>
<i>Covarianza</i>	<i>,027</i>
<i>N</i>	<i>104</i>

**La correlación es significativa al nivel 0.05 (unilateral)*

Después de realizar el análisis estadístico mediante la prueba Chi-cuadrado, los resultados relevantes señalan que el índice es de 0.964, representando un 96.4%, mientras que el índice no significativo es de 0.036, equivalente al 3.6%. Estos resultados respaldan nuestra hipótesis alternativa, que afirmaba que "la mejora significativa en la capacidad de innovación de las exportaciones contribuirá a la sostenibilidad de los textiles en Emporio Gamarra-Distrito Victoria-Lima en 2021".

Hipótesis Especifica 3

1º Planteamiento de hipótesis:

H⁰: Las estrategias de Mercadotecnia de la exportación no mejoraran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021.

H¹: Las estrategias de Mercadotecnia de la exportación mejoraran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

2º Niveles de significación:

$\alpha = 0.05$ (con 95% de confianza)

3º Estadístico de prueba:

r de Ch2

Dónde:

En términos generales diremos que:

Si $|r|$ (Correlación de Ch2) $< 0,95$ la asociación no se cumple.

Si $|r|$ (Correlación de Ch2) $> 0,95$ la asociación se cumple.

4º Comparar

Para n-2 grados de libertad

$T > T_{\alpha/2^k}$ se ha rechazado

Dónde:

T = t calculado

$T > T_{\alpha/2^k}$ t de table con $\alpha = 0.05$ y k grados de libertad

5. Resultados:

Tabla 12 – estrategias de mercadotecnia * sostenibilidad

		Valor	Error tip. asint. (a)	T aproximada(b)	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	Correlación de Ch ²	,962	,960	,690	,038(c)
Ordinal por ordinal	Correlación de Pearson (*)	,964	,956	,690	,034(c)
N de casos validos		104			

a. *Asumiendo la hipótesis alternativa teniendo significancia (*) en Pearson*
b. *Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis alterna*
c. *Basada en la aproximación normal*

Fuente: Del autor

6. Conclusión:

Luego de realizar el análisis estadístico empleando la prueba de Chi-cuadrado, los resultados significativos revelan un índice de 0.962, que corresponde al 96.2%, mientras que el índice no significativo es de 0.038, equivalente al 3.8%. Utilizamos estos resultados para confirmar nuestra hipótesis alternativa, la cual afirmaba que "la mejora significativa en la estrategia de marketing de exportación en Emporio Gamarra-Distrito Victoria-Lima contribuirá a la sostenibilidad de los textiles en 2021".

Hipótesis Especifica 4

1º Planteamiento de hipótesis:

H0: Las oportunidades de negocios internacionales no mejoraran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

H1: Las oportunidades de negocios internacionales mejoraran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021

2º Niveles de significación:

$\alpha = 0.05$ (con 95% de confianza)

3º Estadístico de prueba:

r de Ch2

Dónde:

En términos generales diremos que:

Si $|r|$ (Correlación de Ch2) $< 0,95$ la asociación no se cumple.

Si $|r|$ (Correlación de Ch2) $> 0,95$ la asociación se cumple.

4º Comparar

Para n-2 grados de libertad

$T > T_{\alpha/2^k}$ se ha rechazado

Dónde:

T = t calculado

$T > T_{\alpha/2^k}$ t de table con $\alpha = 0.05$ y k grados de libertad

*Tabla 13 – oportunidad de negocios internacionales * sostenibilidad*

	<i>Oportunidad de negocios internacionales * sostenibilidad</i>
<i>Correlación de Ch²</i>	<i>,964</i>
<i>Sig. (bilateral)</i>	<i>,036</i>
<i>Suma de cuadrados y productos cruzados</i>	<i>2,000</i>
<i>Covarianza</i>	<i>,027</i>
<i>N</i>	<i>104</i>

**La correlación es significativa al nivel 0.05 (unilateral)*

Fuente: Del autor

De la aplicación de la prueba estadística Chi-cuadrado, los resultados significativos muestran un índice de 0.964, lo que representa un 96.4%, mientras que el índice no significativo es de 0.036, equivalente al 3.6%. Utilizamos estos resultados para comprobar nuestra hipótesis alternativa, que sostenía que "el mejoramiento de las oportunidades de negocios internacionales en Emporio Gamarra-Distrito Victoria-Lima contribuirá significativamente a la sostenibilidad de los textiles en el 2021".

V. DISCUSIÓN

Los resultados derivados de la encuesta y la observación de las empresas textiles exportadoras han revelado diversos hallazgos significativos. En primer lugar, se ha constatado que estas empresas se enfrentan a una escasez de personal capacitado y con experiencia en la comercialización de productos en el ámbito internacional. Esto indica una falta de preparación para competir en mercados extranjeros, donde se requieren estándares de calidad elevados y otros requisitos.

A pesar de que los productos locales poseen calidad y precios competitivos, quienes están a cargo de la gestión de estas empresas necesitan adquirir conocimientos en administración y habilidades internacionales para aprovechar al máximo su potencial exportador.

Adicionalmente, se ha detectado una necesidad de invertir en maquinaria y equipo para mejorar la infraestructura de Gamarra Textil MPE. Sin embargo, debido a la informalidad en la administración empresarial y a la naturaleza familiar de la empresa, el propietario no ha tomado medidas al respecto.

En cuanto a las oportunidades comerciales internacionales, estas no se están aprovechando plenamente debido a un conocimiento limitado del proceso completo de exportación. La falta de claridad en cuanto a los beneficios fiscales y arancelarios impide a estas empresas competir efectivamente en el mercado global.

Uno de los desafíos más notables es la carencia de información sobre el mercado objetivo y la ausencia de una estrategia de mercado internacional para ingresar a mercados extranjeros. Estos factores dificultan la expansión de las empresas textiles exportadoras a nivel internacional. En resumen, se requiere una estrategia más robusta y una formación adecuada para mejorar la competitividad de estas empresas en el mercado mundial.

VI. CONCLUSIONES

En términos generales, se ha establecido a través del análisis de la prueba de Chi-cuadrado que el coeficiente de correlación es del 0.962, representando el 96.2%, mientras que el coeficiente complementario es del 0.038, equivalente al 3.8%. Estos resultados respaldan la hipótesis de que "el factor crucial para mejorar las exportaciones en Emporio Gamarra-Distrito Victoria-Lima y garantizar la sostenibilidad de la industria textil en 2021 es una opción viable y respaldada

En relación con el primer objetivo específico, al emplear el estadístico de prueba R de Chi-cuadrado, se ha obtenido un coeficiente de correlación de 0.877, representando el 87.7%, junto con un coeficiente adicional correspondiente. Estos resultados respaldan la hipótesis de que "no se observaría una mejora significativa en la calidad de la producción de exportación y la logística en Emporio Gamarra-Distrito Victoria-Lima en 2021", confirmando de esta manera los descubrimientos específicos.

En el contexto del segundo objetivo específico, el análisis estadístico mediante la prueba R de Chi-cuadrado ha revelado un coeficiente de correlación de 0.964, representando el 96.4%, acompañado de un coeficiente adicional de 0.036, equivalente al 3.6%. Estos resultados respaldan la hipótesis que postulaba que "las capacidades de innovación en la exportación experimentarían una mejora notable en Emporio Gamarra-Distrito Victoria-Lima, impulsando así la sostenibilidad de la industria textil en 2021", corroborando de esta manera dicha hipótesis.

Respecto al tercer objetivo específico, el análisis estadístico a través de la prueba R de Chi-cuadrado ha revelado un coeficiente de correlación de 0.962, correspondiente al 96.2%, acompañado de un coeficiente adicional de 0.038, que representa el 3.8%. Esto confirma la hipótesis alternativa que sostenía que "la estrategia de marketing de exportación mejoraría de manera significativa Emporio Gamarra-Distrito Victoria-Lima, contribuyendo a la sostenibilidad de la industria textil en 2021", respaldando y validando así esta afirmación.

Finalmente, en relación con el cuarto objetivo específico, los resultados derivados de la prueba R de Chi-cuadrado señalan un coeficiente de correlación del 0.964, es decir, el 96.4%, acompañado de un coeficiente adicional del 0.036, equivalente al 3.6%. Estos hallazgos corroboran la hipótesis alternativa que

afirmaba que "las oportunidades de negocios internacionales mejorarán de manera significativa la sostenibilidad de la industria textil en Emporio Gamarra-Distrito Victoria-Lima en 2021", confirmando y respaldando así dicha hipótesis.

VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere que, con la finalidad de asegurar la sostenibilidad de las exportaciones de pequeñas y microempresas, se dé prioridad a la competitividad como un elemento crucial para potenciar la efectividad y eficiencia de los productos, procesos y bienes finales. Además, resulta fundamental ampliar y penetrar en mercados, especialmente en el extranjero, para cumplir con todos los requisitos del mercado objetivo.

Con el propósito de mejorar la sostenibilidad de las pequeñas y microempresas exportadoras, se recomienda concentrarse en el fortalecimiento de las habilidades de gestión de los líderes. Esto implica ajustar los procesos administrativos de acuerdo con las tendencias contemporáneas, dado que estas empresas deben funcionar con un elevado nivel de eficacia.

Es crucial contar con una estrategia de marketing bien concebida y ajustada tanto a las características de la empresa como a las particularidades del mercado objetivo, a fin de maximizar la sostenibilidad. Esto implica desarrollar una estrategia de marketing internacional diseñada para competir de manera efectiva en un entorno altamente competitivo.

Aprovechar las oportunidades de negocios en el ámbito internacional se convierte en un elemento crucial para garantizar la sostenibilidad de las pequeñas y microempresas que se dedican a la exportación en la ciudad de Lima. Para alcanzar este objetivo, resulta esencial realizar un análisis minucioso del mercado de destino o del nicho específico al que se dirige el producto exportado, comprender las preferencias de los consumidores y evaluar la competencia a nivel internacional. Además, se debe llevar a cabo una investigación sobre los precios internacionales y comprender la cadena logística de exportación, teniendo en cuenta aspectos importantes como la tributación y el tratamiento arancelario de las exportaciones.

REFERENCIAS

- Arrarte, R., Bortesi, L., y Michue, E. (2017). Competitividad y productividad en la industria textil - confecciones peruana 2012 - 2015. *Quipukamayoc*, 25(47), 113 - 121. doi: <http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v25i47.13809>
- Baldeon, S., & Roman, R. (2016). *Rebaja del Drawback y su impacto en el sector exportador durante el año 2015* (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Callao, Facultad de Ciencias Contables. Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/1569> [Consulta: 12 de febrero de 2019]
- Baker & McKenzie International (2015). *China Employment Law Guide*. Recuperado de https://www.uwcentre.ac.cn/haut/wpcontent/uploads/2015/03/employment-law-inchina_employmentlawguide_13.pdf
- Céspedes, N., Lavado, P. y Ramírez, N. (2016). Productividad y competencia de las firmas peruanas en los mercados de exportación de prendas de vestir. En R. Castellares, *PRODUCTIVIDAD EN EL PERÚ: medición, determinantes e implicancias* (pp. 173-191). Lima, Perú: Universidad del Pacífico. Recuperado de <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1083/C%C3%A9spedesNikita2016.pdf>
- Díaz, B. y Jungbluth, C. (2019) *Calidad total en la empresa peruana*. Lima, Peru: Fondo de Desarrollo Editorial de la universidad de Lima.
- García, C. (2015). Debe de reducirse la vulnerabilidad de MYPES exportadoras. En *Revista Empresa & Negocios*, 589, 16-17
- García, D. (2014). Solo 3.6% de MYPES formales están en capacidad de exportar sus productos. [en línea] Recuperado el 31 de octubre del 2014, de <http://gestion.pe/economia/solo-36-MYPES-formales-estan-capacidad-exportar2092675>
- Mendoza, C. Giraldo, M. (2016). *La internacionalización y su relación con la competitividad de las pymes exportadoras textiles ubicadas en lima metropolitana*. (Tesis de pregrado), Universidad San Ignacio de Loyola.

- Ministerio de la Producción. (2015). Estudio de Investigación del Sector Textil y Confecciones. Recuperado de http://demi.produce.gob.pe/images/publicaciones/publie178337159547c39d_11.pdf.
- Ministerio de Comercio Exterior Y Turismo (2015). Plan estratégico Nacional exportador 2013 – 2025 (PENX). Plan operativo exportador Del sector textil y confecciones. Lima. MICENTUR
- Oficina internacional del trabajo. (2015) Informe IV Pequeñas y medianas empresas y creación de empleo decente y productivo. Recuperado de <http://www.herramientasoit.org/lib/file/doc/PyME%20-%20CIT%202015.pdf>
- Panizo, J. (2013). Más de 1,200 MYPES ingresarían en 2013 a la cadena exportadora. [en línea] Recuperado el 31 de octubre del 2014, de <http://peru21.pe/economia/mas1200-MYPES-ingresarian-2013-cadena-exportadora-2117066>.
- Palao, J. (2013). La Planificación Estratégica para las MYPES. En el diario La República. [en línea] Recuperado el 16 de noviembre del 2014, de, <http://www.larepublica.pe/columnistas/futuroemprendedor/planificacion-estrategica-enlas-MYPES-07-01-2013>
- Sucso, D. (2016) Factores que afectan en la exportación de las empresas del sector textil de la región de Tacna periodo 2013-2014. (Tesis de pregrado), Universidad Privada de Tacna

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Factores determinantes de exportación y la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021”

Problema	Objetivo	Hipótesis	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Tipo de investigación: Cuantitativo Método: Descriptivo correlacional Diseño: aplicado Área de estudio: Empresas del emporio comercial de gamarra Población: 500 empresas Técnica e instrumento Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
¿De qué forma los factores determinantes de la exportación mejoran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria, Lima, 2021?	Determinar cómo los factores determinantes de la exportación mejoran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021	Los factores determinantes de la exportación mejoran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo la calidad productiva y logística de la exportación mejoraran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021? • ¿Cómo la capacidad de Innovación de la exportación mejorara la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021? • ¿Cómo las estrategias de Mercadotecnia de la exportación mejoraran la 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar cómo la calidad productiva y logística de la exportación mejoraran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021 • Analizar cómo la capacidad de Innovación de la exportación mejorara la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021 • Verificar cómo las estrategias de Mercadotecnia de la exportación mejoraran la sostenibilidad de las 	<ul style="list-style-type: none"> • La calidad productiva y logística de la exportación mejoraran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021 • La capacidad de Innovación de la exportación mejorara significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021 • Las estrategias de Mercadotecnia de la exportación mejoraran significativamente la sostenibilidad de 	

<p>sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo las oportunidades de negocios internacionales mejoraran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021? 	<p>MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar cómo las oportunidades de negocios internacionales mejoraran la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021 	<p>las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las oportunidades de negocios internacionales mejoraran significativamente la sostenibilidad de las MYPES textiles del Emporio Gamarra - Distrito La Victoria – Lima, 2021 	
---	--	--	--




Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, DIOS ZÁRATE LUIS ENRIQUE, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Filial Callao, asesor del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: "FACTORES DETERMINANTES DE EXPORTACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD DE LAS MYPES TEXTILES DEL EMPORIO GAMARRA - DISTRITO LA VICTORIA – LIMA - 2021" del autor MEZARINA LARA, JHONNY AXCEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de investigación / tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

Lugar y fecha, Callao, 25 de julio 2021

Apellidos y Nombres del Asesor: Dios Zárate Luis Enrique	
DNI 07909441	Firma 
ORCID 0000-0003-0176-0047	