



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Exportación y crecimiento corporativo en la empresa
Sumaq Qara S.A.C., 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Ita Vega Bazan, Jhoselynn Yerazel (orcid.org/0000-0003-4644-5569)

ASESOR:

Dr. La Noire Núñez, José Antonio (orcid.org/0000-0001-8934-1677)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CALLAO - PERÚ

2023

DEDICATORIA

Esta indagación está dedicada a todas las personas que me brindaron su apoyo para lograr superarme, con su apoyo emocional pude realizar mis trazadas en mi recorrido para terminar mi carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a mi familia por enseñarme a ser fuerte y perseverante ante cada obstáculo que se me presentó en mi formación profesional. Además, agradezco la vocación de todos los expertos en la carrera que me brindaron el conocimiento necesario para poder ser un profesional de elite y más aún la dedicación del Dr. La Noire Nuñez, José. Por último, agradecemos a las autoridades de la empresa Sumaq Qara S.A. C. por permitir realizar este estudio.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LA NOIRE NÚÑEZ JOSÉ ANTONIO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023", cuyo autor es ITA VEGA BAZAN JHOSELYNN YERAZEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, 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 la 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.

LIMA, 03 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
LA NOIRE NUÑEZ JOSE ANTONIO DNI: 41751368 ORCID: 0000-0001-8934-1677	Firmado electrónicamente por: JLAN el 03-07-2023 16:20:10

Código documento Trilce: TRI - 0567005





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, ITA VEGA BAZAN JHOSELYNN YERAZEL estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023", 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
JHOSELYNN YERAZEL ITA VEGA BAZAN DNI: 75949315 ORCID: 0000000346445569	Firmado electrónicamente por: JITAV el 03-07-2023 21:29:16

Código documento Trilce: TRI - 0567003



ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Variables y Operacionalización	10
3.3. Población, muestra y muestreo	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos.....	19
3.6. Método de análisis de datos.....	19
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN.....	37
VI. CONCLUSIONES.....	41
VII. RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS	44

ANEXOS..... 45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Técnicas e instrumentos del estudio</i>	16
Tabla 2. <i>Coeficiente de Alfa de Cronbach</i>	17
Tabla 3. <i>Estadístico de fiabilidad de la variable independiente Exportación</i>	17
Tabla 4. <i>Resumen de procesamiento de casos de la variable independiente Exportación</i>	17
Tabla 5. <i>Estadístico de fiabilidad de la variable dependiente Crecimiento Corporativo</i>	18
Tabla 6. <i>Resumen de procesamiento de casos de la variable dependiente Crecimiento Corporativo</i>	18
Tabla 7. <i>Estadístico de fiabilidad general de la variable independiente Exportación y la variable dependiente Crecimiento Corporativo</i>	18
Tabla 8. <i>Resumen de procesamiento de casos de la variable independiente Exportación y la variable dependiente Crecimiento Corporativo</i>	19
Tabla 9. <i>Descripción de los niveles de la variable independiente: Exportación</i>	21
Tabla 10. <i>Descripción de los niveles de la variable dependiente: Crecimiento Corporativo</i>	22
Tabla 11. <i>Descripción de los niveles de la dimensión 1 de la variable independiente: Potencial exportador</i>	23
Tabla 12. <i>Descripción Gráfica de la dimensión 2 de la variable independiente: Características de mercado</i>	24
Tabla 13. <i>Descripción de los niveles de la dimensión 1 de la variable dependiente: Planificación estratégica</i>	25
Tabla 14. <i>Descripción de los niveles de la dimensión 2 de la variable dependiente: Innovación empresarial</i>	26
Tabla 15. <i>Descripción de los niveles de la dimensión 3 de la variable dependiente: Crecimiento Económico</i>	27
Tabla 16. <i>Descripción de niveles de la variable independiente Exportación y la variable dependiente Crecimiento Corporativo</i>	28

Tabla 17. Descripción de niveles entre la variable Exportación y la dimensión Planificación Estratégica	29
Tabla 18. Descripción de los niveles de la variable Exportación y la dimensión Innovación Empresarial.....	30
Tabla 19. Descripción de los niveles de la variable Exportación y la dimensión Crecimiento Económico	31
Tabla 20. Análisis De La Prueba De Normalidad.....	32
Tabla 21. Grado de correlación en rangos.....	33
Tabla 22. Análisis de la Correlación De Rho De Spearman entre Exportación y Crecimiento Corporativo.....	33
Tabla 23. Análisis de la correlación de Rho de Spearman entre Exportación y Planificación Estratégica	34
Tabla 24. Análisis de la correlación de Rho de Spearman entre Exportación e Innovación Empresarial.....	35
Tabla 25. Análisis de la Correlación De Rho De Spearman entre Exportación y Crecimiento Económico	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1. Comercio exterior textil enero 2013 - 2022.....	2
Figura 2. Ubicación de la población de estudio	14
Figura 3. Descripción Gráfica de la variable independiente: Exportación.....	21
Figura 4. Descripción Gráfica de la variable dependiente: Crecimiento Corporativo	22
Figura 5. Descripción Gráfica de la dimensión 1 de la variable independiente: Potencial exportador	23
Figura 6. Descripción Gráfica de la dimensión 2 de la variable independiente: Características de mercado.....	24
Figura 7. Descripción Gráfica de la dimensión 1 de la variable dependiente: Planificación estratégica.....	25
Figura 8. Descripción Gráfica de la dimensión 2 de la variable dependiente: Innovación empresarial	26
Figura 9. Descripción Gráfica de la dimensión 3 de la variable dependiente: Crecimiento Económico	27
Figura 10. Descripción Gráfica de la variable independiente Exportación y la variable dependiente Crecimiento Corporativo.....	28
Figura 11. Descripción Gráfica de entre la variable Exportación y la dimensión Planificación Estratégica	29
Figura 12. Descripción Gráfica de la variable Exportación y la dimensión Innovación Empresarial	30
Figura 13. Descripción Gráfica de la variable Exportación y la dimensión Crecimiento Económico	31

RESUMEN

La ponderación presente se elaboró con la finalidad de determinar si existe una asociación entre la exportación y el crecimiento corporativo, se llevó a cabo de acuerdo con una metodología cuantitativa, no experimental, transversal, proponiendo hipótesis para que realizar pruebas estadísticas analizando la población de estudio a los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C. y con un tipo de muestra por conveniencia a 30 trabajadores dentro de áreas de estudio. Por lo tanto, se utilizó el cuestionario como instrumento, conformado por 20 preguntas, puesto que el tipo de ponderación usada fue aplicada, de acuerdo con las bases teóricas y tesis recopiladas que confirman el objetivo. Posteriormente fue validado el instrumento por el asesor principal y tres expertos en negocios internacionales, por último se obtuvieron resultados mediante el programa estadístico Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 26, alcanzando un coeficiente de Spearman de 0,855, lo cual representa una alta y significativa correlación, por ende se concluye que, la exportación es fundamental ante la búsqueda del crecimiento corporativo de la empresa, brindando posibilidades al producto para un cambio en su flujo logístico continuo ante el comercio exterior.

Palabras Clave: *Exportación, crecimiento, comercio*

ABSTRACT

The present weighting was elaborated with the purpose of determining if there is an association between export and corporate growth, it was carried out according to a quantitative, non-experimental, transversal methodology, proposing hypotheses to carry out statistical tests analyzing the study population to the workers of the company Sumaq Qara S.A.C. and with a type of sample by convenience to 30 workers within areas of study. Therefore, the questionnaire was used as an instrument, made up of 20 questions, since the type of weighting used was applied, in accordance with the theoretical bases and theses compiled that confirm the objective. Subsequently, the instrument was validated by the main consultant and three experts in international business, finally results were obtained using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 26, reaching a Spearman coefficient of 0.855, which represents a high and significant correlation, therefore it is concluded that export is fundamental in the search for corporate growth of the company, providing possibilities for the product for a change in its continuous logistical flow to foreign trade.

Keywords: Export, growth, trade

I. INTRODUCCIÓN

La producción textil conforme a la nación de las más notorias fuerzas empresariales, sobre todo, durante las últimas décadas, que ha venido evolucionando y ganando fama a nivel mundial, ofreciendo diversas variedades y calidades de productos que ha incrementado su comercio a nivel internacional; pero aún hay zonas y departamentos a nivel nacional donde la información de comercio exterior es primitiva (Valero et al., 2016). Si bien diversas organizaciones y entidades del estado, como PRODUCE, MINCETUR, ADEX, entre otros vienen promoviendo esfuerzos para lograr un aumento en las compañías exportadoras que promuevan el comercio de artículos de exportación, entre las que se encuentra el sector textil, que busca dar a conocer las artesanías textiles y promover la internacionalización de mercancías peruanas en base a nuestro algodón y materias primas, como la lana de llama y alpaca (Cantillo & León, 2022).

Respecto a las exportaciones textiles, específicamente la fibra de alpaca; según la Asociación de exportadores (ADEX), en entrevista al diario El Comercio, a nivel mundial las exportaciones de fibra de alpaca peruana y sus derivados alcanzaron un crecimiento del 19% durante el primer bimestre del 2022 respecto al 2021, siendo los principales destinos Italia, China Estados Unidos Noruega y Suecia (El Comercio, 2022). En la actualidad, la globalización mundial denota retos grandes dentro del comercio internacional, más aún cuando existe un mercado con constantes cambios, se necesita que las compañías que desarrollan sus operaciones en este tipo de mercado cuenten con capacidad de adaptación y sostenibilidad que les permita hacer frente a las nuevas demandas (Marin & Placencia, 2017).

Según los indicadores del BCRP, al 2021 las exportaciones textiles peruanas cerraron en US\$ 1,648 millones de dólares, 62.2% y 21.6% más que en el 2020 y 2019 respectivamente, siendo el destino principal de estas exportaciones, el país de Estados Unidos, lo cual demuestra un recupero prepandemia (Infobae, 2022). Según lo informado por Comex Perú (2022), La Asociación de Exportaciones menciona que la cadena textil confirmó que en el primer bimestre del 2022 sus exportaciones tuvieron un incremento del 32,1% respecto al mismo periodo del año 2021, resaltando tener la cifra más alta que llegaron alcanzar en ese lapso y

añadiendo que Estados Unidos se mantiene en el mercado principal en los productos textiles peruanos por el acuerdo de Tratado de Libre Comercio.

Figura 1. Comercio exterior textil enero 2013 - 2022



Fuente: Sunat – Elaboración: COMEX 2022

Es importante el rol que tiene el marketing dentro de los negocios internacionales, ya que existe una directa relación entre los enfoques de mercado con el rendimiento de las exportaciones teniendo como referencia al producto, precio, factores y participación del mercado que miden su rendimiento y el de las empresas dedicadas a la exportación (López et al., 2022); por ello, si dentro de un mercado competitivo con crecimiento constante como los mercados internacionales, las empresas exportadoras no implementan estrategias de marketing mix no serán rentables, puesto que la teoría está de acuerdo en que la estandarización dentro de la globalización no permite la competitividad dentro del mercado internacional (Nikbin et al., 2022)

La industria de producción textil tiene un rol importante en la economía mundial y es un factor muy influyente para definir acuerdos como los Tratados de Libre Comercio entre países, ya que es un factor fundamental para la evolución y avance de las sociedades y la economía para los países que se encuentran en desarrollo (Posada, 2022). El Perú ha venido realizando negocios comerciales con los Estados Unidos hace muchos años y desde el 2009 se celebró el acuerdo comercial de libre comercio, en este se acordó una serie de eventos y condiciones

con el fin de que las empresas dedicadas a la exportación logren impulsar las actividades productivas con mejores y mayores beneficios (MINCETUR, 2022).

Se conoce que en la industria textil fue generando cambios que al llegar al siglo XXI fue favorable para ellos, manteniendo así hasta la actualidad los tratados, acuerdos y leyes provocando cambios en la exportación y el auge interno en el sector textil en el Perú (Laguna et al., 2020). La exportación en el sector textil porta una regularidad a su representación industrial generando una mayor cantidad de puestos de trabajo especializados y un mayor reconocimiento de sus productos, sobre todo en la calidad de sus fibras como algodón y alpaca (Posada, 2022). Durante la crisis económica ocasionada pandemia afecto también al rubro textil, obligando a muchas empresas a cerrar o reducir sus operaciones e incluso replantear estrategias comerciales a través de comercio electrónico, peor a partir del segundo semestre del 2020 se empezaron a reactivar los diferentes sectores; por ello Martin Reaño, representante del sector textil en la Sociedad Nacional de Industrias (SIN) afirmó que las Mypes deben ser creativas, flexibles y deben acoplarse a nuevos sistemas de comercio hacia mercados más exclusivos que les permitan incrementar su demanda (APTT, 2020).

La empresa Sumaq Qara, se especializa en el rubro textil además de decoración y que cuenta con experiencia en el sector exportador mayor a 10 años, cuyos productos se exportan a países como EE.UU., Francia, Corea del Sur, Alemania y Canadá, y cuyos productos son elaborados en las ciudades de Ayacucho y Lima. Una de las estrategias de Sumaq Qara es tener un compromiso social y medio ambiental para llegar a la preservación de los recursos naturales con procesos guiados por las ODS's (Objetivos de Desarrollo Sostenible). Es aquí donde resalta la importancia de elaborar esta investigación en base a dos temas claves para el desarrollo económico nacional, como son las exportaciones y el crecimiento corporativo o empresarial.

Este estudio busca determinar los factores y estrategias del crecimiento corporativo dentro de una empresa textil peruana y como se relacionan estos en la gestión exportadora; por tanto, se formula el siguiente problema; ¿Cómo la exportación se relaciona con el crecimiento corporativo de la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023?, de igual manera se toma a consideración los siguientes problemas

específicos, por un lado el primero es ¿Cuál es la relación de la exportación con la planificación estratégica de la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023?; por otro lado el segundo es “¿Cuál es la relación de la exportación con la innovación empresarial de la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023?”; por último el tercero es “¿Cuál es la relación de la exportación con el crecimiento económico de la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023?”.

Teóricamente, este estudio se justifica en el aporte del conocimiento sobre la gestión de negocios internacionales, específicamente en el tema de exportaciones y su relación con el crecimiento corporativo de la empresa Sumaq Qara, durante el periodo 2023; metodológicamente, será aplicado un instrumento de medición en base a una encuesta, que permita medir como se relacionan las variables propuestas, este instrumento servirá para futuras ponderaciones. En suma, en la praxis, el estudio admitirá el conocimiento del control de las exportaciones de la empresa Sumaq Qara y como los resultados que ha obtenido durante esta gestión están relacionados con su crecimiento corporativo, circunstancia que se aprovecharía benefactoría para la elaboración de alternativas se solución para la compañía (Mendoza et al., 2021).

Se efectuará el objetivo general de “Determinar si existe relación entre exportación y el crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023”; posteriormente se continuará con los objetivos específicos; determinar si existe relación entre la exportación y la planificación estratégica en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023, determinar si existe relación entre la exportación y la innovación empresarial en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023, y finalmente, determinar si existe una relación entre la exportación y el crecimiento económico en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023

Finalmente, la hipótesis que se expone en la ponderación es: “La exportación y el crecimiento corporativo se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023”, para continuar a detallar que la primera hipótesis específica es “La exportación y la planificación estratégica se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023”, por eso la segunda hipótesis específica es “La exportación y la innovación empresarial se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023”, por último la tercera hipótesis específica se

detalló como “La exportación y el crecimiento económico se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023”

II. MARCO TEÓRICO

En esta investigación han sido considerados como trabajos previos en el ámbito nacional, tenemos a Cerna y Paredes (2021), con su tesis titulada “La participación de las Pymes exportadoras de mango de la Región Piura en el programa Ruta Exportadora y su relación con el desempeño exportador entre los años 2017 – 2020”, presentada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, cuyo objetivo se enfocó en la incidencia a analizar entre la participación de esas Pymes y el desempeño registrado entre los años 2017 y 2020. En la parte metodológica utilizaron un enfoque mixto con diseño no experimental, corte transversal y correlacional. Concluyeron que, la incidencia es significativamente positiva entre la participación de las Pymes piuranas que exportan mangos y el desempeño alcanzado en las exportaciones en el periodo de tiempo analizado.

En esa misma línea, Alarcón y Chamorro (2022), en su tesis “Impacto de la Agroexportación en el Crecimiento Económico del departamento de Cajamarca en el periodo 2010 – 2020”, presentada en la Universidad Tecnológica del Perú, el objetivo fue demostrar el efecto entre la agroexportación dentro del crecimiento económico de dicha región. La ponderación describió un enfoque cuantitativo con diseño no experimental y descriptivo correlacional de corte transversal. Concluyen que el impacto no fue significativo, no obstante, alcanzó un 32% lo cual sugiere que es posible lograr incrementarlo mediante el aumento de las exportaciones de otros productos, se evidenció que las exportaciones no tradicionales son las que muestran un mayor impacto en relación con el crecimiento económico, siendo el cacao en grano el producto que ofrece un impacto de hasta un 36%.

La tesis de Bolaños (2021) titulada “Internacionalización progresiva de empresas exportadoras: El rol de la toma de decisiones, la reforma de rutinas y la búsqueda y elección de alternativas”, sustentada en la Universidad del Pacífico, el objetivo consistió en presentar un modelo teórico como alternativa para tomar decisiones dentro de los procesos de internacionalización de una compañía exportadora. La ponderación describió una metodología de enfoque cuantitativo no experimental exploratorio, longitudinal y simulación computarizada. En síntesis, el modelo propuesto es de tipo dinámico orientado a la internacionalización basándose en la teoría comportamental de empresas exportadoras, reconociendo

que la selección de decisiones en el caso propuesto para el estudio es limitadamente racional y la actitud del empresario es encontrar satisfacción, más no optimización del objetivo de desempeño establecido en la compañía.

Con respecto a los estudios internacionales previos, Pennella (2021), en su tesis de maestría “Desarrollo de un Indicador para medir la Calidad como Valor Agregado de las Exportaciones Argentinas”, presentada en la Universidad Nacional de San Martín, indicando como prioridad la búsqueda de la incidencia a analizar entre la calidad de las exportaciones y el grado de desarrollo económico en Argentina, utilizó en la metodología los modelos validados de PRODY y EXPY aplicando econometría para definir el rango de incidencia entre las variables de estudio, el estudio fue de tipo documental bibliográfico exploratorio. Concluye que la calidad de las exportaciones entre los diferentes sectores del país, los cuales mostraron un incremento relativo en su participación en las exportaciones durante el periodo analizado, exhibió una mayor calidad en el nivel de sus productos, en ese sentido, el valor agregado en términos de la calidad y la sofisticación de las exportaciones viene a ser un factor condicionante para cada región con respecto al mercado internacional al cual pueden insertarse.

Tomalá (2020), en su tesis “Networking como estrategia de crecimiento y rentabilidad para Pymes”, presentada en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Argentina, como objetivo estableció conocer cuáles son los beneficios del Networking como estrategia que impulse el crecimiento corporativo y la rentabilidad de las Pymes, basado una metodología cualitativa de tipo documental bibliográfica con diseño descriptivo exploratorio, concluyó que los beneficios del Networking como estrategia empresarial, actualmente es importante su implementación en lo que respecta el marketing digital en las Pymes, los beneficios alcanzan valores relevantes en lo que respecta a las ventajas competitivas, desarrollo organizacional sostenido, análisis del entorno en tiempo real, interacción con los clientes, lo cual permite conocer y poder lograr la satisfacción de sus necesidades.

Finalmente, Contreras (2019) en su tesis de maestría titulada “Modelo de crecimiento sostenible y escalable para empresas de servicios industriales en Chile, caso aplicado a la Empresa Aister SPA”, sustentada en la Universidad Chilena Técnica Federico Santa María. Su objetivo fue determinar un plan de acción de

crecimiento escalable y sostenible para empresas industriales, donde existan aspectos que afecten su crecimiento corporativo. En la parte metodológica utilizaron un tipo de ponderación aplicada, a un caso de estudio con diseño exploratorio descriptivo. Concluye que un modelo de crecimiento sostenible y escalable viene a ser una función de la gestión financiera, por lo tanto, la clave de su diseño y formulación consiste en la educación financiera con la que cuentan los directivos. El crecimiento corporativo en materia económica es el fin de todas las empresas, dicho crecimiento será sostenible solo si la premisa o prioridad del empresario lo es.

En virtud de las fuentes teóricas reunidas asociadas a la ponderación, se considera la definición conceptual de exportación, como el mecanismo que busca la expansión un producto o un servicio, sobre la base de un potencial exportador que se adapta siempre a las necesidades y costumbres del país receptor, En ese sentido, habría que señalar que una fuente confiable para mantener y hacer frente a todas las características del mercado en el curso que gestionan las exportaciones, (Landín, 2018)

La primera dimensión: Potencial Exportador sostiene que es la capacidad de exportación conformado por la cantidad de unidades agrupadas para la venta que son generadas por la productividad, el éxito de estas va a depender del posicionamiento de la compañía para hacer frente a la competencia y podrá medirse por la gestión para la exportación (De la cruz et al., 2020). Por eso, la segunda dimensión: Características de mercado abarcan al conjunto de aspectos económicos que existen en las diferentes situaciones de mercado en un momento dado, bajo las cuales se diferencian entre oferta, demanda y operaciones comerciales (Jama, 2018).

La teoría de crecimiento corporativo sostiene como definición conceptual la planificación estratégica y resiliencia en las empresas mediano y pequeño tamaño, citando la importancia de implementar gerentes con capacidades gerenciales y estratégicas tangibles e intangibles como la innovación empresarial. Por ende, realizar la planificación estratégica sistemática y la innovación empresarial podrían ayudar a cualquier empresa, grande o pequeña, a mejorar su desempeño y

crecimiento económico, ambiental y social de forma individual o colectiva (Encalada, 2022).

La primera dimensión: Planificación estratégica de esta variable, abarca el logro de la elaboración e implementación de procesos nuevos para establecer una gestión financiera de acuerdo con la dirección que desea seguir la empresa dentro del comercio (Cabay & Peñaloza, 2021). La segunda dimensión: Innovación Empresarial, sostiene que es la mejora continua de la empresa, superando las expectativas de los clientes, implementando nuevas prácticas comerciales para reforzar la empresa (Muñoz et al., 2019). La tercera y última dimensión: Crecimiento Económico, dispone como definición a la elaboración de un planteamiento de las acciones de la empresa bajo el estándar de la capacidad de su rentabilidad dentro de un periodo de tiempo concreto (Varona & Gonzales, 2021).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La ponderación fue del tipo aplicada, enfocada cuantitativamente; y se centró en la resolución de un problema a través de la recopilación de conocimientos o experiencias adquiridas a partir de investigaciones ya desarrolladas por otros autores para así solucionar un problema, mejorar una posición o crear debates nuevos en las investigaciones ya realizadas (Concepción et al, 2019). La investigación aplicada fue el uso del conocimiento en la praxis, para utilizarlo en beneficio a los usuarios que hacen uso de estos procesos y de la sociedad en general, además de la obtención de conocimientos actualizados que engrandecen disciplina. (Rutberg & Bouikidis, 2018).

El diseño del estudio fue no experimental y transversal; debido al desarrollo sin alteración alguna de las variantes propuestas, además, la colección de datos se obtuvo en un solo periodo determinado. La ponderación no experimental fue aquella que carece de una variable independiente (Firdaus et al., 2021). Bajo este diseño, el investigador observó el contexto donde se desarrolla el fenómeno para posteriormente analizarlo, además de alcanzar conocimientos nuevos y la incidencia entre las variantes propuestas, para así poder dar una conclusión a la diversa objetividad determinada. Por ello, alterar, controlar o manipular los sujetos no es posible, más bien, depende de las observaciones y la interpretación para concluir si existe o no una incidencia entre las exportaciones y el crecimiento corporativo de la empresa Sumaq Qara durante el periodo 2022.

3.2. Variables y Operacionalización

La operacionalización de variables vino a ser la asignación de conceptos abstractos que tienen poder conceptual, ya que fueron capaces de juntar conceptos y/o dimensiones. Cuando el estudioso empieza a agrupar estos conceptos, también comienza a plantear relaciones posibles entre estos conceptos sobre un fenómeno mismo. Además, argumentaron que fueron definiciones derivadas de información que representan fenómenos, los cuales son bases analíticas pertinentes que surgen de los datos que se tienen. (Mishra et al., 2019).

La Variable Independiente, Exportación, sostuvo como definición conceptual al mecanismo que busca la expansión un producto o un servicio, sobre la base de un potencial exportador que se adapta siempre a las necesidades y costumbres del país receptor, En ese sentido, habría que señalar que una fuente confiable para mantener y hacer frente a todas las características del mercado en el curso que gestionan las exportaciones, (Landín, 2018). Enfocada en la operacionalización de sus dimensiones: Potencial exportador y Características del mercado, seccionadas en indicadores selectos para disponer de la Escala de Likert.

Concorde con la primera dimensión, Potencial exportador: fue comprendida como la capacidad de exportación conformado por la cantidad de unidades agrupadas para la venta que son generadas por la productividad, el éxito de estas va a depender del posicionamiento de la compañía frente la competencia y podrá medirse por la gestión para la exportación (De la Cruz, 2020). Se dispuso como primer indicador, Gestión para la exportación, fue conocida como la administración y coordinación del proceso de exportación de principio a fin de manera eficaz. (Fernández et al., 2022). Brinda como segundo indicador, Productividad, fue conocida por definir la cantidad de productos que se han elaborado con relación a los recursos que cuenta la empresa en un periodo determinado (Navajas et al., 2021). El tercer y último indicador, Competencia, fue mencionada como la actividad de intentar superar que realizan dos o más empresas que se relacionan dentro de un mercado (Vogel et al., 2022)

Seguidamente, la segunda dimensión, Características del mercado, fue conocida como un conjunto de aspectos económicos que existen en las diferentes situaciones de mercado en un momento dado, bajo las cuales se diferencian entre oferta, demanda y operaciones comerciales (Jama, 2018). Se dispuso como primer indicador, Oferta, fue indicada como la cantidad de productos que la compañía se proyecta a mandar a la venta en un periodo determinado (Elmassri et al., 2020). Brinda como segundo indicador, Demanda, fue mencionada como la adquisición de una cantidad de productos con una diversidad de precios en un periodo específico (Peña, 2022). Por ese motivo el tercer indicador, Operaciones Comerciales, fue mencionado como las actividades de compra, venta, cobranza y pago que realiza una empresa (Loo & Mariátegui, 2020). Por último, como último indicador, Situación

del mercado, fue indicada como la descripción actual en la que se desarrolla el mercado potencial y en qué posición se encuentra la empresa para llegar a eso. (Loo & Mariátegui, 2020)

La Variable Dependiente, Crecimiento Corporativo, sostuvo como definición conceptual la planificación estratégica y resiliencia en las empresas mediano y pequeño tamaño, citando la importancia de implementar gerentes con capacidades gerenciales y estratégicas tangibles e intangibles como la innovación empresarial. Por ende, realizó la planificación estratégica sistemática y la innovación empresarial podrían ayudar a cualquier empresa, grande o pequeña, a mejorar su desempeño y crecimiento económico, ambiental y social de forma individual o colectiva (Encalada, 2022). Enfocada en la operacionalización de sus dimensiones: Planificación estratégica, Innovación Empresarial y Crecimiento Económico, seccionadas en indicadores selectos para disponer de la Escala de Likert.

La primera dimensión, Planificación estratégica, fue entendida como el logro de la elaboración e implementación de procesos nuevos para establecer una gestión financiera de acuerdo con la dirección que desea seguir la empresa dentro del comercio (Puente y Viñán, 2017). Se consideró como primer indicador, Gestión financiera, fue mencionada como el conjunto de directrices financieras que están comprometidas a tener un objetivo rentable, económico y liquidez proyectada. (Crescimanno et al., 2023). Sostuvo como segundo indicador, Implementación de procesos, fue indicada como los elementos que permiten la descripción y estandarización de las funciones de la empresa (Luthra & Mangla, 2018). Por último, como tercer indicador, Comercio, fue entendida como el intercambio de un servicio o producto a través de una operación de compra y venta (Brache & Felzensztein, 2019).

Como segunda dimensión, Innovación empresarial, fue mencionada como la mejora continua de la empresa, superando las expectativas de los clientes, implementando nuevas prácticas comerciales para reforzar la empresa (Dziura, & Rojek, 2021). Se consideró como primer indicador, Mejora continua, fue mencionada como la búsqueda de manera constante e indefinida para encontrar errores que requieren su erradicación o ajuste en el proceso de elaboración del

producto. (Carnerud et al., 2018). Como segundo indicador, Expectativas, fue comprendida como la acción, respuesta y estándar establecido a la calidad que los clientes se mantienen acostumbrados por las compañías (Yunis & Kassar, 2018). Por último, como tercer indicador, Práctica comercial, fue comprendida como una actividad realizada por un emprendedor hacia los clientes (Yin & Chang, 2022).

Como tercera y última dimensión, Crecimiento económico, fue indicada como la elaboración de un planeamiento para la compañía bajo el estándar de la capacidad de su rentabilidad dentro de un periodo de tiempo concreto (Varona & Gonzales, 2021). Se presentó como primer indicador, Modelo de negocio, fue considerada como la estructura para realizar las actividades empresariales (Masciocchi, 2019). Por último, como segundo indicador, Rentabilidad, fue conocida como las ganancias que la empresa proyecta previamente ante una inversión (Cervantes & Guerra, 2018).

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

La población fue conocida como un conjunto de elementos que tienen características en común, que permitirán realizar conclusiones dentro de una investigación (Majid, 2018); según otra perspectiva, la población vino a ser el conjunto de unidades de las cuales se busca obtener información para así poder obtener conclusiones (Kaplanis et al., 2018). Bajo estas definiciones, este estudio se tomó como población a la empresa Sumaq Qara SAC, cuyo centro de producción estaba ubicado en la ciudad de Ayacucho y Lima, durante el periodo 2022, la cual está compuesta por un total de 875 trabajadores, entre el personal administrativo, de producción y logística.

Figura 2. *Ubicación de la población de estudio*



Fuente: Google

Respecto a los criterios de inclusión para este estudio, se tomó en cuenta a todos los participantes de la empresa vinculados directamente con la gestión corporativa y exportadora de la empresa; además, se excluyó del cálculo de la muestra para este estudio a los trabajadores de la empresa cuyos cargos no incluyan funciones de dirección, administración de grupos de trabajadores, o gestión de comercio internacional, por ende no se consideró a los operativos del área de producción, almaceneros, mantenimiento y servicios.

Criterios de inclusión: El gerente brindó acceso solo a un grupo de colaboradores, por lo que esta muestra se basa en los sujetos disponibles que el jefe inmediato ha podido recopilar información de las áreas administrativas, y logísticas ni operativas de la empresa Sumaq Qara SAC.

Criterios de exclusión: No se cuenta con acceso directo al personal de la sede en Ayacucho, la mayoría son operarios y yo no tengo conocimiento de sus delicadas responsabilidades y su labor no forma parte del área de logística, administración, por lo que se está excluyendo de mi unidad de análisis.

3.3.2. Muestra

La muestra fue un grupo de operaciones realizados para analizar la distribución de determinados caracteres sobre el total de un universo poblacional, partió de observar una parte de dicha población que se ha considerado (Casteel & Bridier, 2021). La muestra del estudio estuvo compuesta por los jefes y encargados de las áreas administrativa, logística, operativa y comercial de la empresa Sumaq Qara SAC, que está compuesto por un total de 30 trabajadores. Por ende, se definió a este tipo de la muestra como no probabilística, es decir, que la muestra tiene diversos aspectos de selección de la población (Stratton, 2021).

3.3.3. Muestreo

Este tipo de muestreo por conveniencia conformado por la población de las áreas a estudiar porque los participantes tienen características en común. El total de muestra para la actual investigación fue constituido por 30 trabajadores del área administrativa, de producción y logística en su totalidad de la empresa Sumaq Qara SAC.

3.3.4. Unidad de análisis

Esta ponderación estuvo compuesta de todos los participantes seleccionados en la muestra, que fueron trabajadores con cargos de jefes y encargados del área de administración, producción y logística, por tanto, se consideró a los 30 trabajadores como el total de los participantes de la muestra.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación de enfoque cuantitativo permitió el análisis de datos estadísticos para poder medir las variables propuestas a través de instrumentos de medición como reportes, encuestas y otros (Hetenyi, 2019).

Tabla 1. Técnicas e instrumentos del estudio

Ítem	Técnicas	Instrumento	Propósitos
1	Análisis de fuentes teóricas	Informes estadísticos del sector textil exportador 2020 – 2022	Obtener los informes y reportes sobre gestión exportadora textil de los últimos años, especialmente en productos derivados de fibra de alpaca proveniente del Perú.
2	Encuesta	Cuestionario dirigido a los participantes de la muestra - 2022	A través de la encuesta dirigida se realizará la recolección de información desde el puesto principal de los representantes de la empresa y sus apreciaciones objetivas sobre la gestión del crecimiento corporativo de la empresa Sumaq Qara SAC y los resultados que viene obteniendo en su gestión de exportaciones
3	Análisis estadístico	Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 26	Recolectar y tabular la información obtenida de la encuesta fue conformada por 20 preguntas a través de programas estadísticos que permitan medir bajo niveles de eficiencia, la gestión de la empresa, además que permitan tabular y otorgar conclusiones a la objetividad determinada además de las hipótesis expuestas en la ponderación mediante las pruebas de contrastación respectivas.

Elaboración propia

Posterior a la elaboración de las 20 preguntas para el instrumento, se presentó un documento de validez de preguntas, el mismo que, fue sujeto a juicio de expertos, los cuales son maestros de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Privada César Vallejo, siendo estos:

- 1.- Mg. Barrueto Castillo, Enrique Omar
- 2.- Mg. Soplín Rojas, Judith Marita
- 3.- Mg. Quispe Farfán, Dante Ique

Se concluyó que, la confiabilidad de la herramienta de colección de datos declara el rango del grado de valor por parte de los encuestados. (Jilcha, 2019)

Tabla 2. Coeficiente de Alfa de Cronbach

COEFICIENTE	RELACIÓN
0.00 a 0.19	Muy baja
0.20 a 0.39	Baja o Ligera
0.40 a 0.59	Moderada
0.60 a 0.79	Marcada
0.80 a 1.00	Muy alta

Fuente: Jilcha, K. (2019). Elaboración: propia

Se recopilaron los datos de 30 trabajadores de la empresa Sumaq Qara SAC, de acuerdo con el informe estadígrafo del programa SPSS 26, medir la confiabilidad del instrumento con el método del Alfa de Cronbach bajo un total de 20 interrogantes.

Tabla 3. Estadístico de fiabilidad de la variable independiente Exportación

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,921	10

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Tabla 4. Resumen de procesamiento de casos de la variable independiente Exportación

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

De acuerdo con el Alfa de Cronbach de la variable independiente: Exportación de 0.921 como valor de confianza, en virtud de ello se dispuso que la confiabilidad fue muy alta en la realización de los ítems y el instrumento.

Tabla 5. *Estadístico de fiabilidad de la variable dependiente Crecimiento Corporativo*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,904	10

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Tabla 6. *Resumen de procesamiento de casos de la variable dependiente Crecimiento Corporativo*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Concorde con el Alfa de Cronbach de la variable dependiente: Crecimiento Corporativo de 0.904 como valor de confianza, en virtud de ello se dispuso que la confiabilidad fue muy alta en la realización de los ítems y el instrumento.

Tabla 7. *Estadístico de fiabilidad general de la variable independiente Exportación y la variable dependiente Crecimiento Corporativo*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,951	20

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Tabla 8. *Resumen de procesamiento de casos de la variable independiente Exportación y la variable dependiente Crecimiento Corporativo*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Concorde con el Alfa de Cronbach de la variable independiente Exportación y la variable dependiente Crecimiento Corporativo de 0.951 como valor de confianza, en virtud de ello se dispuso que la confiabilidad fue muy alta en la realización de los ítems y el instrumento.

3.5. Procedimientos

Para obtener los datos que son necesarios para este estudio, se desarrolló un plan con procedimientos medibles, principalmente la encuesta dirigida con 20 preguntas cerradas en escala Likert en cuatro niveles, con niveles de medición cuantitativos, la cual será validada a través del juicio de expertos, para ser aplicada a los trabajadores de la empresa Sumaq Qara SAC en Ayacucho y Lima, dedicada al sector textil exportados. Este diseño no experimental se propone para observar situaciones cotidianas de la gestión de la empresa, relacionadas con su crecimiento corporativo y su gestión exportadora.

3.6. Método de análisis de datos

Se adquirieron los datos a través de los informes y las encuestas, fueron ordenados y clasificados cuantitativamente a través de programas estadísticos como Excel y SPSS v.26 a fin de poder entender los resultados que fueron obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos propuestos, estos permitieron realizar un análisis de las variables propuestas y sus dimensiones e indicadores, además permitirán realizar un análisis de confiabilidad del instrumento y dar respuestas a los objetivos a través de las pruebas de hipótesis respectivas.

3.7. Aspectos éticos

Esta investigación, fue elaborada respetando las bases internacionales de ética, por este motivo se resalta el principio de autonomía, responsabilidad, respeto y justicia; además, fueron cumplidos los lineamientos estipulados por la universidad. Finalmente, se aplicó un uso correcto de la normativa APA, séptima edición para la citación de los diferentes autores e investigadores consultados, finalmente, esta investigación se desarrolló con el consentimiento y permisos necesarios otorgados por la empresa Sumaq Qara SAC, ya que los resultados posteriores les permitirán plantear planes y propuestas de mejora para su gestión exportadora y corporativa.

IV. RESULTADOS

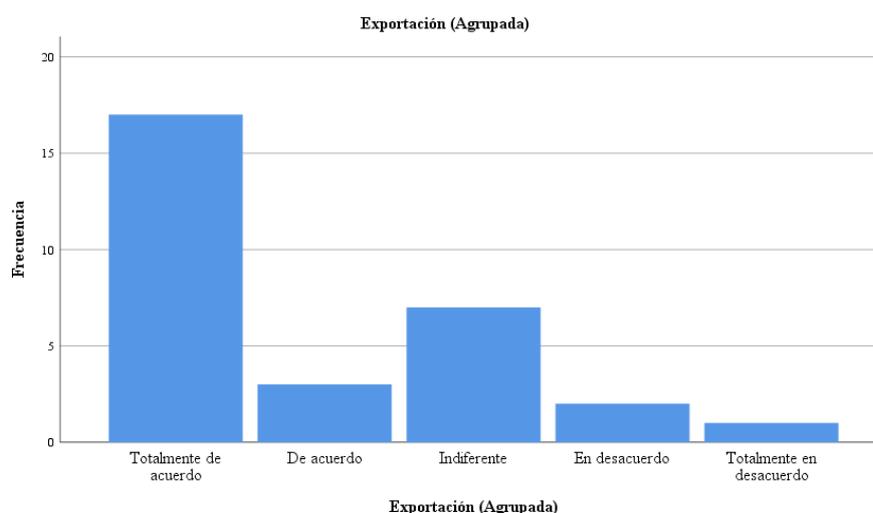
4.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO UNIVARIADO

Tabla 9. Descripción de los niveles de la variable independiente: *Exportación*

		Exportación (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	17	56,7	56,7	56,7
	De acuerdo	3	10,0	10,0	66,7
	Indiferente	7	23,3	23,3	90,0
	En desacuerdo	2	6,7	6,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

FUENTE: Informe estadístico del programa SPSS 26.0

Figura 3. Descripción Gráfica de la variable independiente: *Exportación*



FUENTE: Informe estadístico del programa SPSS 26.0

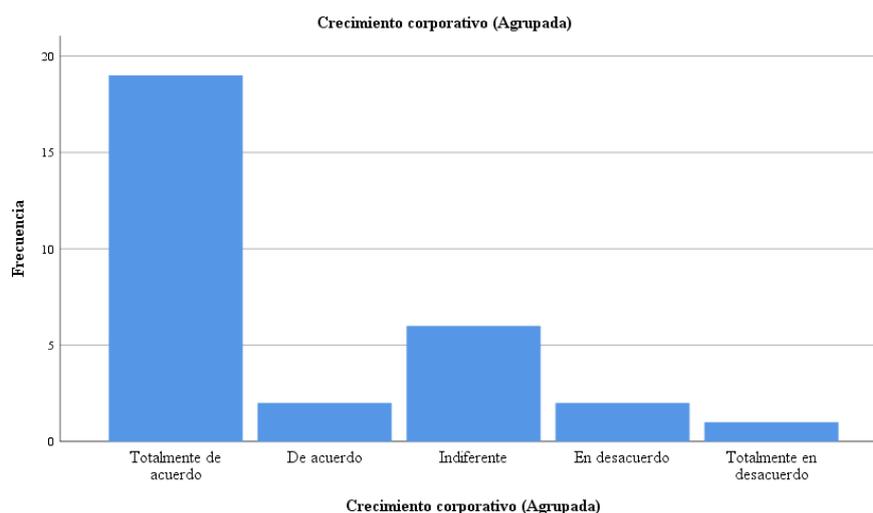
Se manifiesta en la tabla 9 y figura 3 de la variable independiente: *Exportación*, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 17 de los mencionados, los cuales son el 56,7%, están totalmente de acuerdo alegando que la exportación es un factor beneficioso para la gestión de la empresa y así afrontar la competencia internacional; por esa razón 7 de los que están indiferentes, son el 23,3%.

Tabla 10. Descripción de los niveles de la variable dependiente: Crecimiento Corporativo

		Crecimiento corporativo (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	19	63,3	63,3	63,3
	De acuerdo	2	6,7	6,7	70,0
	Indiferente	6	20,0	20,0	90,0
	En desacuerdo	2	6,7	6,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

FUENTE: Informe estadígrafo del programa 26.0

Figura 4. Descripción Gráfica de la variable dependiente: Crecimiento Corporativo



FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

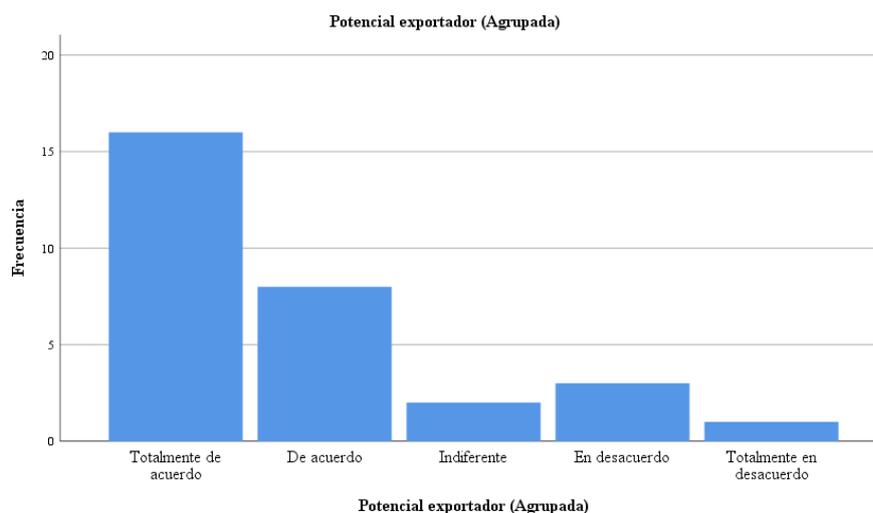
Se manifiesta en la tabla 10 y figura 4 de la variable dependiente: Crecimiento Corporativo, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 19 de los mencionados, los cuales son el 63,3%, están totalmente de acuerdo alegando que para lograr un crecimiento corporativo es importante implementar estrategias innovadoras en los procesos de exportación y gestión de manera eficiente; por esa razón 6 de los que están indiferentes, son el 20,0%.

Tabla 11. Descripción de los niveles de la dimensión 1 de la variable independiente:
Potencial exportador

		Potencial exportador (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	16	53,3	53,3	53,3
	De acuerdo	8	26,7	26,7	80,0
	Indiferente	2	6,7	6,7	86,7
	En desacuerdo	3	10,0	10,0	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Figura 5. Descripción Gráfica de la dimensión 1 de la variable independiente:
Potencial exportador



FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

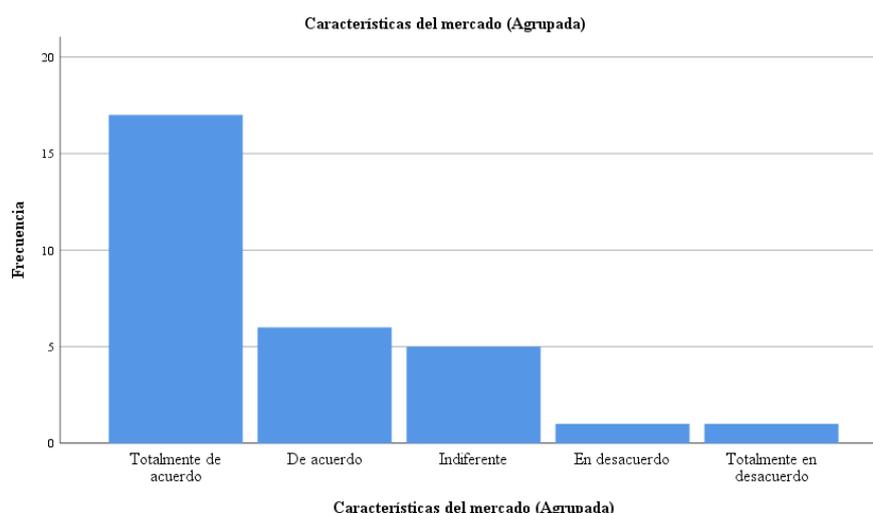
Se manifiesta en la tabla 11 y figura 5 de la dimensión 1 de la variable independiente: Potencial exportador, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 17 de los mencionados, los cuales son el 53,3%, están totalmente de acuerdo alegando que el potencial exportador de un producto se caracteriza por el proceso de elaboración que tiene la empresa; por esa razón 2 de los que están indiferentes, son el 6,7%.

Tabla 12. Descripción de los niveles de la dimensión 2 de la variable independiente:
Características de mercado

		Características del mercado (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	17	56,7	56,7	56,7
	De acuerdo	6	20,0	20,0	76,7
	Indiferente	5	16,7	16,7	93,3
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

FUENTE: Informe estadístico del programa SPSS 26.0

Figura 6. Descripción Gráfica de la dimensión 2 de la variable independiente:
Características de mercado



FUENTE: Informe estadístico del programa SPSS 26.0

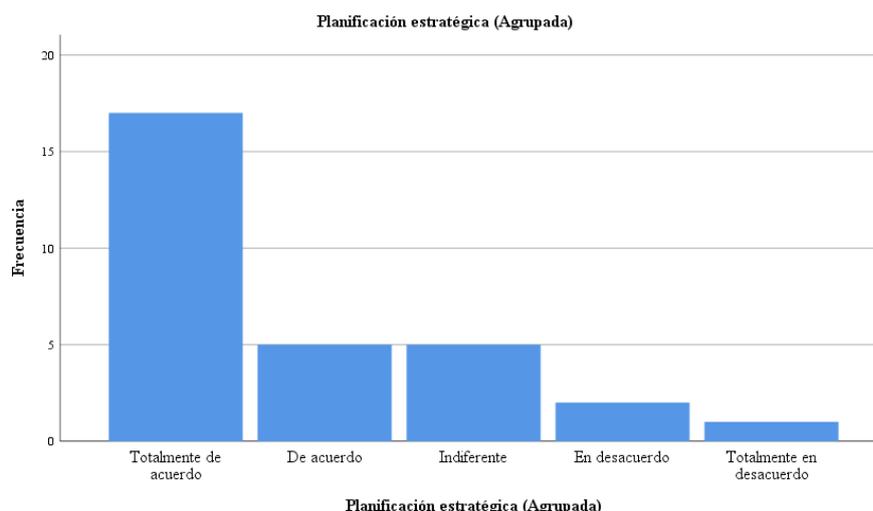
Se manifiesta en la tabla 12 y figura 6 de la dimensión 2 de la variable independiente: Características de mercado, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 17 de los mencionados, los cuales son el 56,7%, están totalmente de acuerdo alegando que las características del mercado cambian según las tendencias para ciertos aspectos de la empresa como los precios y el servicio al cliente puedan afrontar la competencia, por esa razón 5 de los que están indiferentes, son el 16,7%.

Tabla 13. Descripción de los niveles de la dimensión 1 de la variable dependiente:
Planificación estratégica

		Planificación estratégica (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	17	56,7	56,7	56,7
	De acuerdo	5	16,7	16,7	73,3
	Indiferente	5	16,7	16,7	90,0
	En desacuerdo	2	6,7	6,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Figura 7. Descripción Gráfica de la dimensión 1 de la variable dependiente:
Planificación estratégica



FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

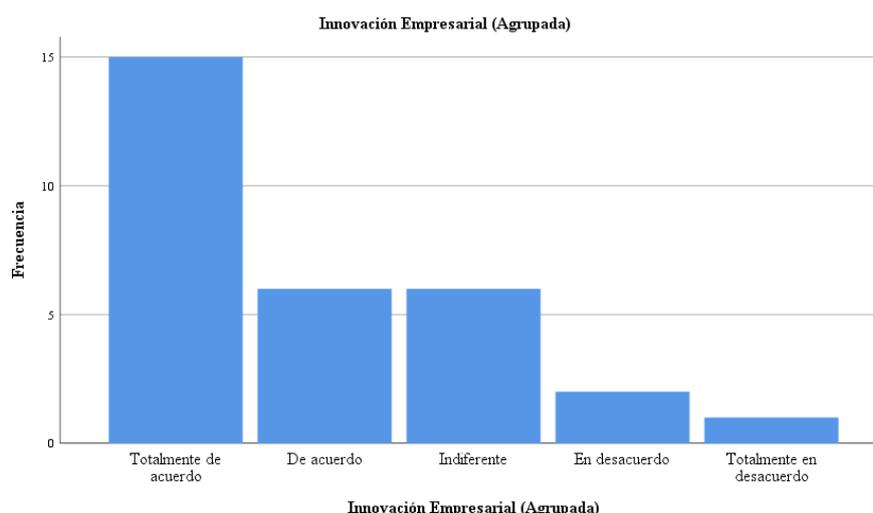
Se manifiesta en la tabla 13 y figura 7 de la dimensión 1 de la variable dependiente: Planificación estratégica, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 17 de los mencionados, los cuales son el 56,7%, están totalmente de acuerdo alegando que la planificación estratégica es importante la elaboración de un plan de acción ante el margen de error que se presenta en la elaboración de los diversos productos de la empresa, por esa razón 5 de los que están indiferentes, son el 16,7%.

Tabla 14. Descripción de los niveles de la dimensión 2 de la variable dependiente:
Innovación empresarial

		Innovación Empresarial (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	15	50,0	50,0	50,0
	De acuerdo	6	20,0	20,0	70,0
	Indiferente	6	20,0	20,0	90,0
	En desacuerdo	2	6,7	6,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Figura 8. Descripción Gráfica de la dimensión 2 de la variable dependiente:
Innovación empresarial



FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

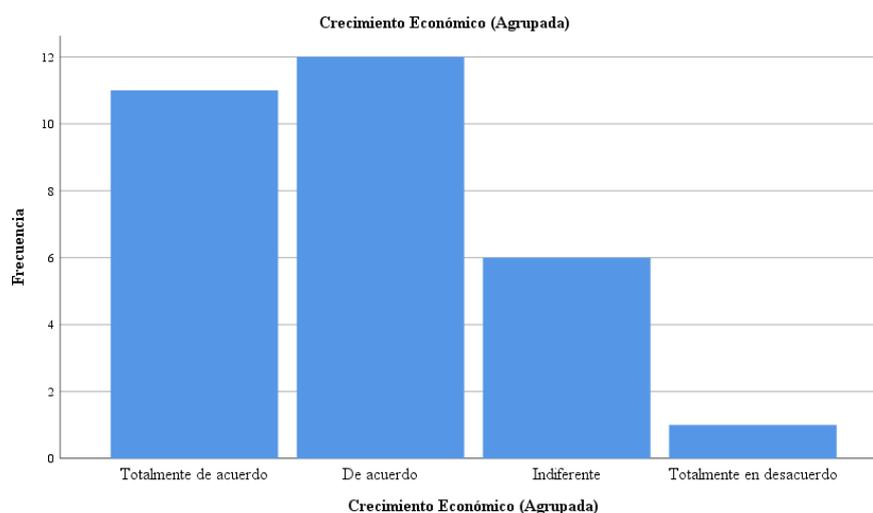
Se manifiesta en la tabla 14 y figura 8 de la dimensión 2 de la variable dependiente: Innovación empresarial, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 15 de los mencionados, los cuales son el 50,0%, están totalmente de acuerdo alegando que para superar las expectativas de los clientes se deben resolver sus dudas de la manera en que lo esperan teniendo en consideración la posición de la empresa en el mercado; por esa razón 6 de los que están indiferentes, son el 20,0%.

Tabla 15. Descripción de los niveles de la dimensión 3 de la variable dependiente:
Crecimiento Económico

		Crecimiento Económico (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	36,7
	De acuerdo	12	40,0	40,0	76,7
	Indiferente	6	20,0	20,0	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

FUENTE: Informe estadístico del programa SPSS 26.0

Figura 9. Descripción Gráfica de la dimensión 3 de la variable dependiente:
Crecimiento Económico



FUENTE: Informe estadístico del programa SPSS 26.0

Se manifiesta en la tabla 15 y figura 9 de la dimensión 3 de la variable dependiente: Crecimiento Económico, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 12 de los mencionados, los cuales son el 40,0%, están de acuerdo alegando que el crecimiento económico de la empresa es gracias a la rentabilidad que da por la implementación de una nueva tecnología en los procesos; por esa razón 6 de los que están indiferentes, son el 20,0%.

4.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO BIVARIADO

De modo que, el objetivo general fue “Determinar si existe relación entre exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023”

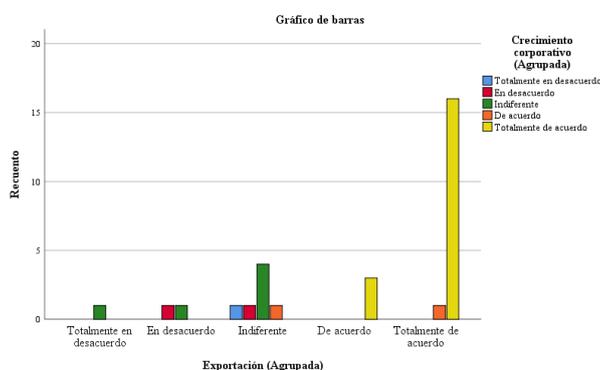
Tabla 16. Descripción de niveles de la variable independiente Exportación y la variable dependiente Crecimiento Corporativo

Tabla cruzada Exportación (Agrupada)*Crecimiento corporativo (Agrupada)

Recuento		Crecimiento corporativo (Agrupada)				Total	Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo		
Exportación (Agrupada)	Totalmente de acuerdo	0	0	0	1	16	17
	De acuerdo	0	0	0	0	3	3
	Indiferente	1	1	4	1	0	7
	En desacuerdo	0	1	1	0	0	2
	Totalmente en desacuerdo	0	0	1	0	0	1
Total		1	2	6	2	19	30

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Figura 10. Descripción Gráfica de la variable independiente Exportación y la variable dependiente Crecimiento Corporativo



FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Se manifiesta en la tabla 16 y figura 10 que, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 19 están totalmente de acuerdo con la asociación de las variables Exportación y Crecimiento Corporativo, no obstante, se halló 6 indiferentes. Por ello se puede encontrar una relación positiva, si se diversifican los productos exportados bajo nuevas bases que se adaptarían más fácil a las circunstancias del crecimiento corporativo de la empresa.

De acuerdo con el objetivo específico 1, “Determinar si existe relación entre la exportación y la planificación estratégica en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023”.

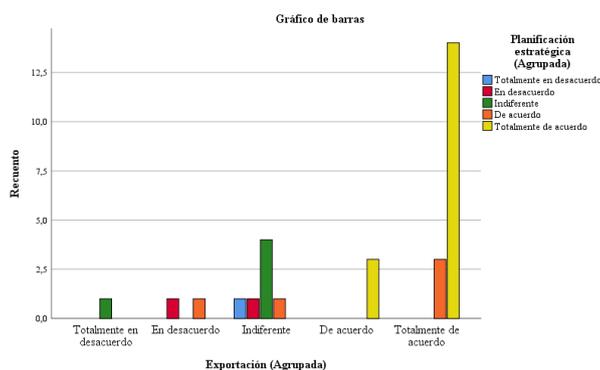
Tabla 17. Descripción de niveles entre la variable Exportación y la dimensión Planificación Estratégica

Tabla cruzada Exportación (Agrupada)*Crecimiento corporativo (Agrupada)

Recuento		Crecimiento corporativo (Agrupada)				Total	Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo		
Exportación (Agrupada)	Totalmente de acuerdo	0	0	0	1	16	17
	De acuerdo	0	0	0	0	3	3
	Indiferente	1	1	4	1	0	7
	En desacuerdo	0	1	1	0	0	2
	Totalmente en desacuerdo	0	0	1	0	0	1
Total		1	2	6	2	19	30

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Figura 11. Descripción Gráfica de entre la variable Exportación y la dimensión Planificación Estratégica



FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Se manifiesta en la tabla 17 y figura 11 que, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 17 están totalmente de acuerdo con la asociación de la planificación estratégica y exportación, no obstante, se mostraron 5 indiferentes. Por ello se puede encontrar una relación positiva, si como planificación estratégica la empresa genera los productos necesarios para cubrir la demanda a exportar.

En cuanto al objetivo específico 2, “Determinar si existe relación entre la exportación y la innovación empresarial en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023”.

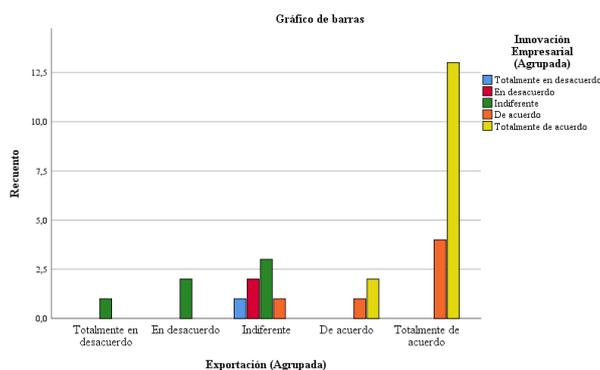
Tabla 18. Descripción de los niveles de la variable Exportación y la dimensión Innovación Empresarial

Tabla cruzada Exportación (Agrupada)*Innovación Empresarial (Agrupada)

Recuento		Innovación Empresarial (Agrupada)				Total	Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo		
Exportación (Agrupada)	Totalmente de acuerdo	0	0	0	4	13	17
	De acuerdo	0	0	0	1	2	3
	Indiferente	1	2	3	1	0	7
	En desacuerdo	0	0	2	0	0	2
	Totalmente en desacuerdo	0	0	1	0	0	1
Total		1	2	6	6	15	30

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Figura 12. Descripción Gráfica de la variable Exportación y la dimensión Innovación Empresarial



FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Se manifiesta en la tabla 18 y figura 12 que, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 15 están totalmente de acuerdo con la asociación de la exportación e innovación empresarial, no obstante, se visualizó 6 indiferentes. Por ello se puede encontrar una relación positiva, si la empresa tiene en cuenta que el producto exportado necesita que se dé uso de las plataformas digitales.

Se tuvo como objetivo específico 3, “Determinar si existe una relación entre la exportación y el crecimiento económico en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023”.

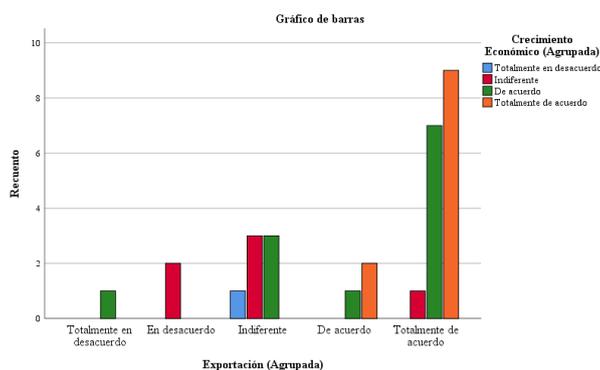
Tabla 19. Descripción de los niveles de la variable Exportación y la dimensión Crecimiento Económico

Tabla cruzada Exportación (Agrupada)*Innovación Empresarial (Agrupada)

Recuento		Innovación Empresarial (Agrupada)				Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	
Exportación (Agrupada)	Totalmente de acuerdo	0	0	0	4	13
	De acuerdo	0	0	0	1	2
	Indiferente	1	2	3	1	0
	En desacuerdo	0	0	2	0	0
	Totalmente en desacuerdo	0	0	1	0	0
Total		1	2	6	6	15

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Figura 13. Descripción Gráfica de la variable Exportación y la dimensión Crecimiento Económico



FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Se manifiesta en la tabla 19 y figura 13 que, conforme a la opinión declarada en las encuestas de los 30 empleados, certificamos que 12 están de acuerdo con la asociación de exportación y crecimiento económico, no obstante, se visualizaron 6 indiferentes. Por ello se puede encontrar una relación positiva, si se realiza una sistematización de los procesos logísticos para la elaboración de los productos a exportar.

4.3. Análisis de inferencia

4.3.1. Contrastación de hipótesis

Debido a que es necesario contrastar las hipótesis planteadas, se dispuso un test estadístico conocido como prueba de normalidad a las variables Exportación y Crecimiento Corporativo, la cual establecerá si son de distribución no normal y del tipo no paramétrico, por eso el informe estadígrafo del programa SPSS 26, el cual se calibra con un 95% del intervalo de confianza para si obtener una significancia menor a 0.05 y obtener la valorización de la prueba de la medición de correlación del Rho de Spearman.

Tabla 20. *Análisis De La Prueba De Normalidad*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Exportación (Agrupada)	,343	30	,000	,753	30	,000
Crecimiento corporativo (Agrupada)	,383	30	,000	,703	30	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

FUENTE: Informe estadígrafo del programa SPSS 26.0

Conforme a la tabla 20 se indican 30 empleados los que fueron encuestados, por lo que es menor de 50, lo que manifiesta dar uso al estadístico Shapiro Wilk. Por esa razón, el valor de 0.00 de significancia es menor a 0.05, lo que en consecuencia rechaza la hipótesis nula para así aprobar la hipótesis del estudio, por eso se dispone la verificación del tipo no paramétricas, al mismo tiempo se certifica la empleabilidad de la prueba del estadístico de Spearman; dando garantía no paramétrica de lo indicado anteriormente. Por lo tanto, se interpreta la correlación según su grado de valor.

Tabla 21. *Grado de correlación en rangos*

0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.90 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grandes y perfecta

Fuente: Jilcha, K. (2019). Elaboración: propia

Coincidente con las hipótesis trazadas, se ejecutó la contrastación con prueba correlacional de Rho de Spearman, partiendo por la hipótesis general:

HG: La exportación y el crecimiento corporativo se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023.

Ho: La exportación y el crecimiento corporativo no se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023.

Tabla 22. *Análisis de la Correlación De Rho De Spearman entre Exportación y Crecimiento Corporativo*

		Correlaciones	
		Exportación (Agrupada)	Crecimiento corporativo (Agrupada)
Rho de Spearman	Exportación (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,855**
		N	,000
Crecimiento corporativo (Agrupada)	Exportación (Agrupada)	Coefficiente de correlación	30
		Sig. (bilateral)	,855**
		N	,000
			30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

FUENTE: Informe estadístico del programa SPSS 26.0

El coeficiente de correlación de Spearman de la tabla 22 correspondiente a la variable independiente exportación y la variable dependiente crecimiento corporativo, se valió de un 0.855 y con una significancia mínima de 0.000, en virtud de ello se certificó una correlación significativamente alta, lo que en consecuencia

rechaza la hipótesis nula para así aprobar la hipótesis del estudio conforme a la asociación entre exportación y crecimiento corporativo.

Además, en la primera hipótesis específica se ejecutó la contrastación a continuación:

H1: La exportación y la planificación estratégica se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023.

Ho: La exportación y la planificación estratégica no se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023.

Tabla 23. *Análisis de la correlación de Rho de Spearman entre Exportación y Planificación Estratégica*

Correlaciones				
			Exportación (Agrupada)	Planificación estratégica (Agrupada)
Rho de Spearman	Exportación (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,769**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Planificación estratégica (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,769**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

FUENTE: Informe estadístico del programa SPSS 26.0

El coeficiente de correlación de Spearman de la tabla 23 correspondiente a la variable independiente exportación y la primera dimensión de la variable dependiente planificación estratégica, se valió de un 0.769 y con una significancia mínima de 0.000, en virtud de ello se certificó una correlación significativamente alta, lo que en consecuencia rechaza la hipótesis nula para así aprobar la hipótesis del estudio conforme a la asociación entre exportación y planificación estratégica.

De igual modo, la segunda hipótesis específica ofrece una contrastación a continuación:

H2: La exportación y la innovación empresarial se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023.

Ho: La exportación y la innovación empresarial no se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023.

Tabla 24. *Análisis de la correlación de Rho de Spearman entre Exportación e Innovación Empresarial*

		Correlaciones		
			Exportación (Agrupada)	Innovación Empresarial (Agrupada)
Rho de Spearman	Exportación (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,790**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Innovación Empresarial (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,790**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

FUENTE: Informe estadístico del programa SPSS 26.0

El coeficiente de correlación de Spearman de la tabla 24 correspondiente a la variable independiente exportación y la segunda dimensión de la variable dependiente innovación empresarial, se valió de un 0.790 y con una significancia mínima de 0.000, en virtud de ello se certificó una correlación significativamente alta, lo que en consecuencia rechaza la hipótesis nula para así aprobar la hipótesis del estudio conforme a la asociación entre exportación e innovación empresarial.

Por último, la tercera hipótesis específica ofrece una contrastación a continuación:

H3: La exportación y el crecimiento económico se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023.

Ho: La exportación y el crecimiento económico no se relacionan significativamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023.

TABLA 25. *Análisis de la Correlación De Rho De Spearman entre Exportación y Crecimiento Económico*

		Correlaciones		
			Exportación (Agrupada)	Crecimiento Económico (Agrupada)
Rho de Spearman	Exportación (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,584**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	30	30
	Crecimiento Económico (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,584**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

FUENTE: Informe estadístico del programa SPSS 26.0

El coeficiente de correlación de Spearman de la tabla 25 correspondiente a la variable independiente exportación y la tercera dimensión de la variable dependiente crecimiento económico, se valió de un 0.584 y con una significancia mínima de 0.000, en virtud de ello se certificó una correlación significativamente moderada, lo que en consecuencia rechaza la hipótesis nula para así aprobar la hipótesis del estudio conforme a la asociación entre exportación y crecimiento económico.

V. DISCUSIÓN

Conforme a las opiniones acopiadas en esta ponderación, se dispusieron similitudes entre la exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara, ejecutada a 30 empleados encuestados.

Por consiguiente, delimitar el objetivo general de si existe relación entre exportación y el crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C, 2023.

En virtud de ello, se certificó en la hipótesis general, la asociación entre exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara, se valió de un 0.855 y con una significancia mínima de 0.000 obteniendo una correlación significativamente alta, lo que en consecuencia rechaza la hipótesis nula para así aprobar la hipótesis del estudio. Por eso, conforme a la ponderación de Cerna y Paredes (2021), que elaboró “La participación de las Pymes exportadoras de mango de la Región Piura en el programa Ruta Exportadora y su relación con el desempeño exportador entre los años 2017 – 2020”. El informe estadígrafo de la correlación del coeficiente de Spearman bajo un 0.726 y con una significancia mínima de 0.000 obteniendo una correlación significativamente alta.

Definitivamente la existente asociación positiva y significativa entre la participación de las Pymes piuranas que exportan mangos y el desempeño alcanzado en las exportaciones en el periodo de tiempo analizado. En esa misma línea, esta ponderación alcanzó un tanteo estadígrafo sobresaliente positivo concorde al coeficiente de Spearman, por ello en la ponderación se efectuó como resumen que si se debe aplicar la exportación para lograr un crecimiento corporativo.

Antes que nada, a Landín, A. (2018) manifestó que: La exportación es un mecanismo que busca la expansión un producto o un servicio, sobre la base de un potencial exportador que se adapta siempre a las necesidades y costumbres del país receptor, En ese sentido, habría que señalar que una fuente confiable para mantener y hacer frente a todas las características del mercado en el curso que gestionan las exportaciones. La analogía presente con esta ponderación ejecutada a los valores brindados en el informe estadígrafo efectuado a los empleados de la empresa Sumaq Qara; al igual que Landín, A., la exportación es fundamental en la

búsqueda del crecimiento corporativo, le brinda posibilidades al producto de un cambio continuo ante el mercado exterior.

Por eso, delimitar el primer objetivo específico de si existe relación entre exportación y planificación estratégica en la empresa Sumaq Qara S.A.C, 2023.

En virtud de ello, se certificó en la primera hipótesis específica, la asociación entre exportación y planificación estratégica en la empresa Sumaq Qara, se valió de un 0.769 y con una significancia mínima de 0.000 obteniendo una correlación significativamente alta, lo que en consecuencia rechaza la hipótesis nula para así aprobar la hipótesis del estudio. Por eso, conforme a la ponderación de Alarcón y Chamorro (2022), que elaboró “Impacto de la Agroexportación en el Crecimiento Económico del departamento de Cajamarca en| el periodo 2010 – 2020”. El informe estadígrafo de la correlación del coeficiente de Spearman bajo un 0.703 y con una significancia mínima de 0.000 obteniendo una correlación significativamente alta.

Definitivamente, el impacto no fue significativo, no obstante, alcanzó un 32% lo cual sugiere que es posible lograr incrementarlo mediante el aumento de las exportaciones de otros productos, se evidenció que las exportaciones no tradicionales son las que muestran un mayor impacto en relación con el crecimiento económico. En esa misma línea, esta ponderación alcanzó un tanteo estadígrafo sobresaliente positivo concorde al coeficiente de Spearman, por ello en la ponderación se efectuó como resumen que los productos que están dentro del proceso de exportación necesitan un plan de acción ante el margen de error que se presenta en la elaboración de la empresa Sumaq Qara.

Antes que nada, a Cabay, P., y Peñaloza, V. (2021), nos indican que en su artículo que la Planificación estratégica logra la elaboración e implementación de procesos nuevos para establecer una gestión financiera de acuerdo con la dirección que desea seguir la empresa dentro del comercio. La analogía presente con esta ponderación ejecutada a los valores brindados en el informe estadígrafo efectuado a los empleados de la empresa Sumaq Qara; al igual que Cabay, P., y Peñaloza, V., la planificación estratégica de la empresa es implementar nuevos procesos de exportación para que el sistema logístico sea óptimo.

Por lo cual, delimitar el segundo objetivo específico de si existe relación entre exportación e innovación empresarial en la empresa Sumaq Qara S.A.C, 2023.

En virtud de ello, se certificó en la segunda hipótesis específica, la asociación entre exportación e innovación empresarial en la empresa Sumaq Qara, se valió de un 0.790 y con una significancia mínima de 0.000 obteniendo una correlación significativamente alta, lo que en consecuencia rechaza la hipótesis nula para así aprobar la hipótesis del estudio. Por eso, conforme a la ponderación de Bolaños (2021), que elaboró “Internacionalización progresiva de empresas exportadoras: El rol de la toma de decisiones, la reforma de rutinas y la búsqueda y elección de alternativas”. El informe estadígrafo de la correlación del coeficiente de Spearman bajo un 0.640 y con una significancia mínima de 0.000 obteniendo una correlación significativamente moderada.

Definitivamente, el modelo propuesto es de tipo dinámico orientado a la internacionalización basándose en la teoría comportamental de empresas exportadoras, reconociendo que la selección de decisiones en el caso propuesto para el estudio es limitadamente racional y la actitud del empresario es encontrar satisfacción, más no optimización del objetivo de desempeño establecido en la compañía. En esa misma línea, esta ponderación alcanzó un tanteo estadígrafo sobresaliente positivo concorde al coeficiente de Spearman, por ello en la ponderación se efectuó como resumen que se debe establecer una gestión en la exportación, ya que puede ser un proceso comercial en dirección mejorar el desempeño de la empresa.

Antes que nada, a Dziura, M., y Rojek, T. (2021) mencionan que: la Innovación Empresarial, es la mejora continua de la empresa, superando las expectativas de los clientes, implementando nuevas prácticas comerciales para reforzar la empresa. La analogía presente con esta ponderación ejecutada a los valores brindados en el informe estadígrafo efectuado a los empleados de la empresa Sumaq Qara; al igual que Dziura, M., y Rojek, T., si la exportación se realiza de manera eficiente permite el proceso de mejora continua para la implementación de gestiones innovadoras comerciales.

Por tal motivo, delimitar el tercer objetivo específico de si existe relación entre exportación y crecimiento económico en la empresa Sumaq Qara S.A.C, 2023.

En virtud de ello, se certificó en la tercera hipótesis específica, la asociación entre exportación y crecimiento económico en la empresa Sumaq Qara, se valió de un 0.584 y con una significancia mínima de 0.000 obteniendo una correlación significativamente moderada, lo que en consecuencia rechaza la hipótesis nula para así aprobar la hipótesis del estudio. Por eso, conforme a la ponderación de Pennella, C. (2021), que elaboró “Desarrollo de un Indicador para medir la Calidad como Valor Agregado de las Exportaciones Argentinas”. El informe estadígrafo de la correlación del coeficiente de Spearman bajo un 0.639 y con una significancia mínima de 0.000 obteniendo una correlación significativamente moderada.

Definitivamente, la calidad de las exportaciones entre los diferentes sectores del país, los cuales mostraron un incremento relativo en su participación en las exportaciones durante el periodo analizado, exhibió una mayor calidad en el nivel de sus productos, en ese sentido, el valor agregado en términos de la calidad y la sofisticación de las exportaciones viene a ser un factor condicionante para cada región con respecto al mercado internacional al cual pueden insertarse. En esa misma línea, esta ponderación alcanzó un tanteo estadígrafo similarmente positivo concorde al coeficiente de Spearman, por ello en la ponderación se efectuó como resumen que el crecimiento económico es gracias a que se produce solo lo que demanda el cliente generando un incremento en el proceso de exportación.

Antes que nada, a Varona, L., y Gonzales, J. (2021), afirma que: el Crecimiento Económico, se conoce como el accionamiento de la planeación bajo el estándar de la capacidad de su rentabilidad dentro de un periodo de tiempo concreto. La analogía presente con esta ponderación ejecutada a los valores brindados en el informe estadígrafo efectuado a los empleados de la empresa Sumaq Qara; al igual que Varona, L., y Gonzales, J., el crecimiento económico que marca la empresa es bajo los estándares de los clientes esperan, implementando nuevas tecnologías que incrementen la rentabilidad.

VI. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo general de determinar si existe una asociación entre exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara, mostró la existencia de una asociación significativamente alta en la correlación, bajo un 85.5% en cuestión a exportación y crecimiento corporativo, debido a que la exportación permite la diversificación de los riesgos, por lo que la empresa no depende de un solo mercado, obteniendo un crecimiento corporativo mejorando los precios y generando mayor rentabilidad, de acuerdo a la contrastación de la hipótesis general en la cual encontramos que la exportación y el crecimiento corporativo se relacionan positivamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C, 2023.

En cuanto al primer objetivo específico de determinar si existe una asociación entre exportación y planificación estratégica en la empresa Sumaq Qara, mostró la existencia de una asociación significativamente alta en la correlación, bajo 76.9% en cuestión a exportación y planificación estratégica, ya que la planificación estratégica en la exportación es un instrumento de utilidad que logra dar a conocer la posición a futuro que podría conseguir la empresa, de acuerdo a la contrastación de la primera hipótesis específica en la cual la encontramos que exportación y planificación estratégica se relacionan positivamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C, 2023.

En consideración el segundo objetivo específico de determinar si existe una asociación entre exportación e innovación empresarial en la empresa Sumaq Qara, mostró la existencia de una asociación significativamente alta en la correlación, bajo 79.0% en cuestión a exportación e innovación empresarial, con ello se puede consolidar el comercio en el exterior generando la innovación continua empresarial, con el fin buscar un incremento superior de rentabilidad ante el crecimiento de volumen de exportación y reducción de riesgos, de acuerdo a la contrastación de la segunda hipótesis específica en la cual encontramos que la exportación e innovación empresarial se relacionan positivamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C, 2023.

Acerca del tercer objetivo específico de determinar si existe una asociación entre exportación y crecimiento económico en la empresa Sumaq Qara, mostró la

existencia de una asociación significativamente alta en la correlación, bajo 58.4% en cuestión a exportación y crecimiento económico, señalando que la exportación produce un movimiento económico continuo en la empresa manteniendo lo más estable posible, de acuerdo a la contrastación de la tercera hipótesis específica en la cual encontramos que la exportación y crecimiento económico se relacionan positivamente en la empresa Sumaq Qara S.A.C, 2023.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda enfocarse en nuevos mercados dentro de la región con el fin de expandir ventas, adquirir recursos, tener acceso a nuevas tecnologías y principalmente para reducir los riesgos al momento de depender de un único mercado. Sin dejar de exportar de acuerdo con las tendencias, proyectándose a futuro sobre los posibles acontecimientos que se afrontaran en la empresa para ganarle a la competencia.

Se insinúa oportuno contar con varios planes de acción a corto plazo y vayan en concordancia con el plan estratégico de la empresa a largo plazo con el fin de que se puedan evaluar las capacidades de la empresa y como se va llegando a ciertos objetivos en el corto plazo a través de una oferta exportable diversificada.

Se aconseja tener en cuenta la posibilidad de desafiar los estándares marcados en el pasado, creando nuevas alternativas en investigación y desarrollo de productos que vayan acorde con las tendencias del mercado global, sin olvidar descubrir una visión de alcance largo según convenga.

Se sugiere un seguimiento del crecimiento económico se apoya en promover planes de acción ante potenciales nuevos clientes en mercados internacionales, así conseguir el impulso para una mayor inversión directa extranjera generando el desarrollo de actividades consecuentes.

REFERENCIAS

- Alarcón-Hoyos, L. E., & Chamorro-Cristobal, J. T. (2022). *Impacto de la Agroexportación en el Crecimiento Económico del departamento de Cajamarca en el periodo 2010 – 2020*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional de la Universidad Tecnológica del Perú, <https://hdl.handle.net/20.500.12867/5684>
- APTT. (2022, 18 de noviembre). *El reto de reactivar la industria textil*. <https://apttperu.com/el-reto-de-reactivar-la-industria-textil/>
- Bolaños-Hurtado, J. P. (2021). *Internacionalización progresiva de empresas exportadoras: El rol de la toma de decisiones, la reforma de rutinas y la búsqueda y elección de alternativas*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad del Pacífico]. Repositorio Institucional de la Universidad del Pacífico. <https://hdl.handle.net/11354/3109>
- Brache, J., & Felzensztein, C. (2019). Exporting firm's engagement with trade associations: Insights from Chile [El compromiso de las empresas exportadoras con las asociaciones comerciales: El caso de Chile]. *International Business Review*, 28(1), 25–35. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.07.001>
- Cabay, P., & Peñaloza, V. (2021). Crecimiento económico: ¿es posible en dolarización? *Res Non Verba Revista Científica*, 11(2), 66–83. <https://doi.org/10.21855/resnonverba.v11i2.527>
- Cantillo, I. & León, Y. (2022). Tendencias de investigación en los negocios internacionales. *Tendencias*, 23(2), 273–305. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.209>
- Carnerud, D., Jaca, C. & Bäckström, I. (2018). Kaizen and continuous improvement – trends and patterns over 30 years [Kaizen y mejora continua: tendencias y pautas a lo largo de 30 años]. *The TQM Journal*. 30(4). 371-390. <https://doi.org/10.1108/TQM-03-2018-0037>
- Casteel, A., & Bridier, N. (2021). Describing populations and samples in doctoral student research [Descripción de poblaciones y muestras en la investigación

- doctoral]. *International Journal of Doctoral Studies*, 16, 339–362.
<https://doi.org/10.28945/4766>
- Cerna-Jamanca, P. G., & Paredes-Soldevilla, K. (2021). *La participación de las Pymes exportadoras de mango de la Región Piura en el programa Ruta Exportadora y su relación con el desempeño exportador entre los años 2017 – 2020*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
<http://hdl.handle.net/10757/657778>
- ComexPerú. (2022, 23 de septiembre). *Exportaciones textiles crecieron un 32.2% entre enero y julio de este año*.
[https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-textiles-crecieron-un-322-entre-enero-y-julio-de-este-ano#:~:text=Las%20exportaciones%20peruanas%20de%20confecciones,\(US%24%20818%20millones\)](https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-textiles-crecieron-un-322-entre-enero-y-julio-de-este-ano#:~:text=Las%20exportaciones%20peruanas%20de%20confecciones,(US%24%20818%20millones))
- Concepción, D., González, E., García, R., & Miño, J. (2019). Metodología de la investigación: Origen y construcción de una tesis doctoral. *Revista científica de la UCSA*, 6(1), 76–87. [https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2019.006\(01\)076-087](https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2019.006(01)076-087)
- Contreras-Sepúlveda, C. A. (2019). *Modelo de crecimiento sostenible y escalable para empresas de servicios industriales en Chile, caso aplicado a la Empresa Aister SPA*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad técnica Federico Santa María]. Repositorio Institucional de la Universidad técnica Federico Santa María.
<https://repositorio.usm.cl/handle/11673/47152>
- Crescimanno, M., Mirabella, C., Borsellino, V., Schimmenti, E., Vrontis, D., Tinervia, S., & Galati, A. (2023). How Organizational Resources and Managerial Features Affect Business Performance: An Analysis in the Greek Wine Industry. [Cómo afectan los recursos organizativos y las características directivas al rendimiento empresarial: Un análisis en la industria vinícola griega] *Sustainability*, 39(1), 23-41.
<https://doi.org/10.3390/su15043522>

- De la Cruz, R., Manzano, O., & Loterszpil, M. (2020). *Cómo acelerar el crecimiento económico y fortalecer la clase media: América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo. <http://doi.org/10.18235/0002363>
- Dziura, M., & Rojek, T. (2021). Management of the company's innovation development: The case for Polish enterprises [Gestión del desarrollo de la innovación en la empresa: El caso de las empresas polacas]. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(4), 156. <https://doi.org/10.3390/jrfm14040156>
- El Comercio. (2022, 18 de octubre). *Exportación de fibra de alpaca y derivados creció 19% a mayo y sumó US\$ 77,5 millones*. [https://elcomercio.pe/economia/exportacion-de-fibra-de-alpaca-y-derivados-crecio-19-a-mayo-y-sumo-us-775-millones-rmmn-noticia/#:~:text=La%20exportaci%C3%B3n%20de%20fibra%20de,Asociaci%C3%B3n%20de%20Exportadores%20\(ADEX\)](https://elcomercio.pe/economia/exportacion-de-fibra-de-alpaca-y-derivados-crecio-19-a-mayo-y-sumo-us-775-millones-rmmn-noticia/#:~:text=La%20exportaci%C3%B3n%20de%20fibra%20de,Asociaci%C3%B3n%20de%20Exportadores%20(ADEX))
- Elmassri, M., Abdelrahman, M., & Elrazaz, T. (2020). Strategic investment decision-making: A theoretical perspective [Toma de decisiones estratégicas de inversión: Una perspectiva teórica]. *Corporate Ownership & Control*, 18(1), 207-216. <https://doi.org/10.22495/cocv18i1art16>
- Encalada, V. (2022). Una propuesta de modelo con base en NIIF pymes para el mejoramiento de la gestión económica y financiera en pequeñas empresas guayaquileñas. *Revista finanzas y política económica*, 14(1). <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v14.n1.2022.3>
- Fernández, N., Pérez, E. del C., Medina, J., Coronado, K., & Feria, F. (2022). Gestión del marketing digital en organizaciones turísticas. *Visión de futuro*, 26,2-2022, 188–210. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2022.26.02.006.es>
- Firdaus, F., Zulfadilla, Z., & Caniago, F. (2021). Research Methodology: Types in the New Perspective [Metodología de la investigación: Tipos en la nueva perspectiva]. *Manazhim*, 3(1), 1-16. <https://doi.org/10.36088/manazhim.v3i1.903>
- Hetenyi, G., Lengyel, A., & Szilasi, M. (2019). Quantitative analysis of qualitative data: Using voyant tools to investigate the sales-marketing interface [Análisis cuantitativo de datos cualitativos: Utilización de herramientas voyant para investigar la interfaz

- entre ventas y marketing]. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*, 12(3), 393-404. <http://dx.doi.org/10.3926/jiem.2929>
- Infobae. (2022, 1 de septiembre). *Exportaciones del sector textil moverían US\$ 1,830 millones este año en Perú*. <https://www.infobae.com/america/peru/2022/06/02/exportaciones-del-sector-textil-moverian-us-1830-millones-este-ano-en-peru/>
- Jama, V. (2018). Gestión de recursos humanos en la empresa: un paradigma del siglo XXI. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*. 3(8), 65 – 83. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.58>
- Jilcha, K. (2019). Research Design and Methodology [Diseño y metodología de la investigación]. *Cyberspace*. <http://doi.org/10.5772/intechopen.85731>
- Kaplanis, J., Gordon, A., Shor, T., Weissbrod, O., Geiger, D., Wahl, M., Gershovits, M., Markus, B., Sheikh, M., Gymrek, M., Bhatia, G., MacArthur, D. G., Price, A. L., & Erlich, Y. (2018). Quantitative analysis of population-scale family trees with millions of relatives [Análisis cuantitativo de árboles genealógicos a escala poblacional con millones de individuos emparentados]. *Science (New York, N.Y.)*, 360(6385), 171–175. <https://doi.org/10.1126/science.aam9309>
- Laguna, R., Orozco, A., Piedra, K., & Olarte, G. (2020). Análisis de las exportaciones del sector textil peruano. *Revista de Análisis Económico y Financiero*, 3(1), 32 - 49. <https://doi.org/10.24265/raef.2020.v3n1.20>
- Landín, A. (2018). *Marketing, Comercio Internacional y las TICS*. UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12494>
- Loo Vilchez, D., & Mariátegui Villafani, R. L. (2020). *Digitalización del proceso aduanero y su relación con la operatividad aduanera del puerto del Callao durante el periodo 2016-2020*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://doi.org/10.19083/tesis/653491>

- López, C., Calderón, L., & Mora, M. F. (2022). La internacionalización de servicios: análisis bibliométrico y revisión sistemática de la literatura entre 2000 y 2021. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 30(1), 145-164. <https://doi.org/10.18359/rfce.6008>
- Luthra, S., & Mangla, S. (2018). Evaluating challenges to Industry 4.0 initiatives for supply chain sustainability in emerging economies [Evaluación de los retos de las iniciativas de la Industria 4.0 para la sostenibilidad de la cadena de suministro en las economías emergentes]. *Process Safety and Environmental Protection* (117), 168 - 179. <https://doi.org/10.1016/j.psep.2018.04.018>
- Majid, U. (2018). Research fundamentals: Study design, population, and sample size [Fundamentos de la investigación: Diseño del estudio, población y tamaño de la muestra]. *Undergraduate Research in Natural and Clinical Science and Technology (URNCSST) Journal*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.26685/urncst.16>
- Marin, H., & Placencia, M. (2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. *Horizonte Médico*. 17(4), 42-52. <https://doi.org/10.24265/horizmed.2017.v17n4.08>
- Masciocchi, B. (2019). How to make a business plan [Cómo elaborar un plan de negocio]. *Studies in Surface Science and Catalysis*. 179.465–484. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-64337-7.00023-9>
- Mendoza, C., Estrada Miño, E., & Tanqueño, O. (2021). Plan de negocios para la cooperativa industrial de calzado para fortalecer su imagen corporativa. *Revista Enfoques*, 5(18), 122–137. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v5i18.112>
- MINCETUR. (2022, 1 de octubre). Acuerdo de Promoción Comercial Perú – EE. UU. https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/EEUU/inicio.html
- Mishra, P., Pandey, C. M., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C., & Keshri, A. (2019). Descriptive statistics and normality tests for statistical data [Estadística descriptiva y pruebas de normalidad de los datos estadísticos]. *Annals of cardiac anaesthesia*, 22(1), 67. http://doi.org/10.4103/aca.ACA_157_18

- Muñoz, L., Curado, C., & Galende, J. (2019). The Triple Bottom Line on Sustainable Product Innovation Performance in SMEs: A Mixed Methods Approach [El resultado final triple sobre el rendimiento de la innovación de productos sostenibles en las PYME: un enfoque de métodos mixtos]. *Sustainability*, 11(6), 1689 <https://doi.org/10.3390/su11061689>
- Navajas, F., Ahumada, H., Espina-Mairal, S., & Bermúdez, G. (2021). *Productivity growth and infrastructure-related sectors: The case of Mexico* [Crecimiento de la productividad y sectores relacionados con las infraestructuras]. Inter-American Development Bank. <http://doi.org/10.18235/0003606>
- Nikbin, D., Iranmanesh, M., Ghobakhloo, M., & Foroughi, B. (2022). Marketing mix strategies during and after COVID-19 pandemic and recession: a systematic review [Estrategias de marketing mix durante y después de la pandemia y la recesión de COVID-19: una revisión sistemática]. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 14(4), 405-420. <https://doi.org/10.1108/APJBA-06-2021-0243>
- Pennella, C. N. (2021). *Desarrollo de un Indicador para medir la Calidad como Valor Agregado de las Exportaciones Argentinas*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de San Martín. <http://repositorio.unlz.edu.ar:8080/handle/123456789/496>
- Peña, D. (2022). Demanda de exportaciones e importaciones en el Perú: estimación de elasticidades precio e ingreso, enero 2012-febrero 2022. *Revista latinoamericana de desarrollo económico*, 38, 47–93. <https://doi.org/10.35319/lajed.20223845>
- Posada, C. (2022, agosto). *Comportamiento del sector textil y confecciones en el 2022*. <https://lacamara.pe/comportamiento-del-sector-textil-y-confecciones-en-el-2022/>
- Stratton, S. (2021). Population research: Convenience sampling strategies [Investigación de poblaciones: Estrategias de muestreo de conveniencia]. *Prehospital and Disaster Medicine*, 36(4), 373–374. <https://doi.org/10.1017/S1049023X21000649>

- Tomalá-Reyes, J. J. (2020). *Networking como estrategia de crecimiento y rentabilidad para Pymes*. [Tesis de Licenciatura de la Universidad Estatal Península de Santa Elena] Repositorio Institucional de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5530>
- Valero, G., Rodenes, M., & Rueda, G. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión. *Revista Iebret*, 0(8), 127. <https://doi.org/10.15332/ri.v0i8.1689>
- Varona, L., & Gonzales, J. (2021). Crecimiento económico y distribución del ingreso en Perú. *Problemas del desarrollo*, 52(205). <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2021.205.69636>
- Vogel, R., Rodell, J., & Agolli, A. (2022). Daily engagement and productivity: The importance of the speed of engagement [Compromiso diario y productividad: La importancia de la velocidad de compromiso]. *The Journal of Applied Psychology*, 107(9), 1579–1599. <https://doi.org/10.1037/apl0000958>
- Yin, C., & Chang, H. (2022). What Is the Link between Strategic Innovation and Organizational Sustainability? Historical Review and Bibliometric Analytics [¿Cuál es el vínculo entre innovación estratégica y sostenibilidad organizativa? Revisión histórica y análisis bibliométrico]. *Sustainability*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116937>
- Yunis, M., Tarhini, A., & Kassar, A. (2018). The role of ICT and innovation in enhancing organizational performance: The catalysing effect of corporate entrepreneurship [El papel de las TIC y la innovación en la mejora del rendimiento organizativo: El efecto catalizador de la iniciativa empresarial]. *Journal of Business Research*. 88, 344-356. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.030>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Operacionalización de la variable independiente: Exportación

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Exportación	Mecanismo que busca la expansión un producto o un servicio, bajo la base de un potencial exportador que se adapta siempre a las necesidades y costumbres del país receptor, En ese sentido, habría que señalar que una fuente confiable para mantener y hacer frente a todas las características del mercado en el curso que gestionan las exportaciones, (Landín, 2018).	El estudio, para la variable independiente Exportación realizó mediante las siguientes dimensiones (potencial exportador, características de mercado) la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento	Potencial exportador	Gestión para la exportación	Escala de Likert Totalmente en desacuerdo = 1 En desacuerdo = 2 Indiferente = 3 De acuerdo= 4 Totalmente de acuerdo = 5
				Productividad	
				Competencia	
			Características del mercado	Oferta	
				Demanda	
				Operaciones Comerciales	
				Situación del mercado	

Anexo 2. Matriz de Operacionalización de la variable dependiente: Crecimiento Corporativo

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Crecimiento corporativo	Es la planificación estratégica y resiliencia en las empresas mediano y pequeño tamaño, citando la importancia de implementar gerentes con capacidades gerenciales y estratégicas tangibles e intangibles como la innovación empresarial. Por ende, realizar la planificación estratégica sistemática y la innovación empresarial podrían ayudar a cualquier empresa, grande o pequeña, a mejorar su desempeño y crecimiento económico, ambiental y social de forma individual o colectiva (Encalada, 2022).	El estudio, para la variable dependiente Crecimiento Corporativo realizó mediante las siguientes dimensiones (Planificación estratégica, innovación empresarial y crecimiento económico) la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento.	Planificación estratégica	Gestión financiera	Escala de Likert Totalmente en desacuerdo = 1 En desacuerdo = 2 Indiferente = 3 De acuerdo = 4 Totalmente de acuerdo = 5
				Implementación de procesos	
				Comercio	
			Innovación Empresarial	Mejora continua	
				Expectativas	
			Crecimiento Económico	Práctica comercial	
				Modelo de negocio	
Rentabilidad					

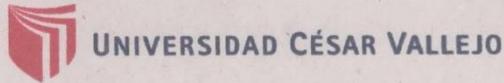
Anexo 3. Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES/ INDICADORES	MÉTODOS/TÉCNICAS
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cómo la exportación se relaciona con el crecimiento corporativo de la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar si existe relación entre exportación y el crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>La exportación y el crecimiento corporativo se relacionan <u>significativamente</u> en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Exportación</p>	<p><u>DIMENSIÓN N°1</u></p> <p><u>Potencial Exportador:</u></p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión para la exportación ✓ Productividad ✓ Competencia <p><u>DIMENSIÓN N°2</u></p> <p><u>Característica del mercado:</u></p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Oferta ✓ Demanda ✓ Operaciones Comerciales ✓ Situación del mercado 	<p><u>METODOLOGÍA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Enfoque cuantitativo • Por su finalidad es aplicada • Por su alcance es correlacional <p><u>DISEÑO:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental • Tipo transversal

<p>PROBLEMA ESPECÍFICO 1</p> <p>¿Cuál es la relación de la exportación con la planificación estratégica de la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023?</p>	<p>OBJETIVO ESPECÍFICO 1</p> <p>Determinar si existe relación entre la exportación y la planificación estratégica en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1</p> <p>La exportación y la planificación estratégica se relacionan <u>significativamente</u> en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023</p>	<p>VARIABLE</p> <p>DEPENDIENTE</p> <p>El crecimiento corporativo de la empresa Sumaq Qara S.A.C.</p>	<p><u>DIMENSIÓN N°1:</u></p> <p><u>Planificación estratégica:</u></p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión financiera ✓ Implementación de procesos ✓ Comercio <p><u>DIMENSIÓN N°2</u></p> <p><u>innovación empresarial:</u></p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejora Continua ✓ Expectativas ✓ Práctica Comercial <p><u>DIMENSIÓN N°3</u></p> <p><u>Crecimiento económico:</u></p>	<p><u>POBLACION:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 875 trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C. <p><u>MUESTRA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 30 trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C. seleccionados por conveniencia
<p>PROBLEMA ESPECÍFICO 2</p> <p>¿Cuál es la relación de la exportación con la innovación empresarial de la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023?</p>	<p>OBJETIVO ESPECÍFICO 2</p> <p>Determinar si existe relación entre la exportación y la innovación empresarial en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2</p> <p>La exportación y la innovación empresarial se relacionan <u>significativamente</u> en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023</p>		<p><u>TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas 	

<p>PROBLEMA ESPECÍFICO 3</p> <p>¿Cuál es la relación de la exportación con el crecimiento económico de la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023?</p>	<p>OBJETIVO ESPECÍFICO 3</p> <p>Determinar si existe una relación entre la exportación y el crecimiento económico en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3</p> <p>La exportación y el crecimiento económico se relacionan <u>significativamente</u> en la empresa Sumaq Qara S.A.C., 2023</p>		<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Modelo de negocio ✓ Rentabilidad 	
---	--	---	--	--	--

Anexo 4. Autorización de la Organización



Anexo 6

Autorización de la organización para publicar su identidad en los resultados de las investigaciones

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20494207061
Sumaq Qara S.A.C	
Nombre del Titular o Representante legal:	Elile Faustina Torres García
Nombres y Apellidos	DNI:
Elile Faustina Torres García	28313730

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8°, literal "c" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) (*), autorizo [] , no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Exportación y Crecimiento Corporativo en la Empresa Sumaq Qara S.A.C. - 2022	
Nombre del Programa Académico:	
Marketing y Comercio Internacional	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Jhoselynn Yerazel Ita Vega Buzán	75949315

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma:  Sumaq Qara S.A.C. RUC: 20494207061
Elile F. Torres García Gerente General 11/05/2023

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8°, literal "c" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero si será necesario describir sus características.

Anexo 5. Validación del instrumento por el Mg. Barrueto Castillo, Enrique

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ANEXO N°4: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C. 2022 - Lima, 2022". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente, aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	ENRIQUE OMAR BARRUETO CASTILLO	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Ciencias Sociales () Ciencias empresariales (X) Negocios Internacionales ()	
Áreas de experiencia profesional:	Comercio exterior () Comercio Internacional () Negocios Internacionales (X) Logística internacional y aduanas ()	
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	De 5 a 10 años (X)
Experiencia en Investigación	De 10 a más años ()	2 a 4 años (X)
Publicación de artículos científicos	De 5 a 10 años ()	De 10 a más años ()
	2 a 4 artículos (X)	De 5 a 10 artículos ()
	De 10 a más artículos ()	

2. Propósito de la evaluación:
Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C. 2022 - Lima, 2022
Autores:	Ita Vega Bazzán, Jhoselynn Yerazal
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo
Administración:	
Tiempo de aplicación:	2 meses
Ámbito de aplicación:	Trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C.
Significación:	Encuesta



 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

4. Soporte teórico

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	DEFINICIÓN
Exportación	Mecanismo que busca la expansión un producto o un servicio, bajo la base de un potencial exportador que se adapta siempre a las necesidades y costumbres del país receptor. En ese sentido, habría que señalar que una fuente confiable para mantener y hacer frente a todas las características del mercado en el curso que gestionan las exportaciones. (Landín, 2018).	Potencial exportador	Capacidad de exportación conformado por la cantidad de unidades agrupadas para la venta, que son generadas por la productividad, el éxito de las mismas va a depender de la posición de la empresa ante la competencia y podrá medirse por la gestión para la exportación (Landín, 2018).	Gestión para la exportación	Administración y coordinación del proceso de exportación de principio a fin de manera eficaz. (Landín, 2018).
		Características del mercado	Conjunto de aspectos económicos que existen en las diferentes situaciones de mercado en un momento dado, bajo las cuales se diferencian entre oferta, demanda y operaciones comerciales (Landín, 2018)	Productividad	Define la cantidad de productos que se han elaborado en relación a los recursos que cuenta la empresa en un periodo determinado (Cortez, 2020).
				Competencia	Actividad de intentar superar que realizan dos o más empresas que se relacionan dentro de un mercado (González & Araque, 2017).
				Oferta	Cantidad de productos que la compañía se proyecta a mandar a la venta en un periodo determinado. (Arriaga & Sosa, 2019)
Crecimiento corporativo	Es la planificación estratégica y resiliencia en las empresas mediano y pequeño tamaño, otorgando la importancia de implementar gerentes con capacidades gerenciales y estratégicas tangibles e intangibles como la innovación empresarial. Por ende, realizar la planificación estratégica sistemática y la innovación	Planificación estratégica	Logra la elaboración e implementación de procesos nuevos para establecer una gestión financiera de acuerdo a la dirección que desea seguir la empresa dentro del comercio (Puente y Villan, 2017).	Demanda	Adquisición de una cantidad de productos con una diversidad de precios en un periodo específico. (Arriaga & Sosa, 2019)
				Operaciones Comerciales	Actividades de compra, venta, cobranza y pago que realiza una empresa (Loo & Marín, 2020)
				Situación del mercado	Descripción actual en la que se desarrolla el mercado potencial y en qué posición se encuentra la empresa para llegar a eso. (Loo & Marín, 2020)
Innovación Empresarial	Es la mejora continua de la empresa, superando las	Innovación Empresarial	Es la mejora continua de la empresa, superando las	Gestión financiera	Conjunto de directrices, finanzas que están comprometidas a tener un objetivo rentable, económico y liquidez proyectadas. (Hugill y Hellat, 2015).
				Implementación de procesos	Elementos permiten la descripción y estandarización de las funciones de la empresa (Luffra y Manjola, 2018)
				Comercio	Intercambio de un servicio o producto a través de una operación de compra y venta (García et al., 2021)
				Mejora Continua	Buscar de manera constante e indefinida para encontrar errores que requieren su erradicación



empresarial podrían ayudar a cualquier empresa, grande o pequeña, a mejorar su desempeño y crecimiento económico, ambiental y social de forma individual o colectiva (Harini et al., 2020).	Crecimiento Económico	expectativas de los clientes, implementando nuevas prácticas comerciales para reforzar la empresa (Muñoz et al., 2019).	ajuste en el proceso de elaboración del producto (Nielsen, J., 2015).
			Es la acción, respuesta y estándar establecido a la calidad que los clientes se mantienen acostumbrados por las compañías (Yunis & Kasrar, 2018).
			Se comprende como una actividad realizada por un emprendedor hacia los clientes (Yin & Chang, 2022).
			Es la estructura para realizar las actividades empresariales (OCDE, 2019).
Evolución del modelo de negocio de la empresa bajo el estándar de la capacidad de su rentabilidad dentro de un periodo de tiempo concreto (Naranjo, 2020).	Modelo de Negocio	Es la estructura para realizar las actividades empresariales (OCDE, 2019).	
	Rentabilidad	Ganancias que la empresa proyecta previamente ante una inversión (Cervantes & Guerra, 2018).	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C. 2022 - Lima, 2022" en el año 2023 se acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial, lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variables del instrumento: Exportación y crecimiento corporativo

Primera Variable: Exportación

Dimensiones del instrumento: Potencial exportador y características del mercado

• **Primera dimensión: Potencial exportador**

- **Objetivos de la Dimensión:** Describir la gestión para la exportación, productividad y competencia de la exportación y su incidencia en el crecimiento corporativo desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022

INDICADORES	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Gestión para la exportación	El producto es apto para un reconocimiento físico realizado por un funcionario aduanero	1	1	3	
	La empresa debe verificar que los datos del comprador sean identificables	2	2	4	
Productividad	La empresa cumple con los estándares del país de destino	4	4	4	
	Los textiles son considerados mercadería sensible	3	3	2	
Competencia	El proceso de fabricación del producto genera un valor agregado para el cliente extranjero	4	4	4	

• **Segunda dimensión: Características del mercado**

- **Objetivos de la Dimensión:** Describir la oferta, demanda, operaciones comerciales y la situación del mercado de la exportación y su incidencia en el crecimiento corporativo desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022

INDICADORES	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Oferta	La empresa ofrece precios competitivos	3	3	3	
Demanda	La empresa es capaz de generar los productos necesarios para cubrir la demanda	4	4	4	
Operaciones Comerciales	El proceso de entrega del producto al cliente es el adecuado	4	4	4	
Situación del mercado	Los productos varían de acuerdo a las tendencias	4	4	4	
	Un servicio personalizado genera mayor satisfacción al cliente	4	4	4	



Segunda Variable: Crecimiento corporativo

Dimensiones del instrumento: Planificación estratégica, innovación empresarial y crecimiento económico

• **Primera dimensión: Planificación estratégica**

- **Objetivos de la Dimensión:** Describir la gestión financiera, implementación de procesos y comercio del crecimiento corporativo y su incidencia en la exportación desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022

INDICADORES	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Gestión financiera	Los clientes regulares deben obtener beneficios de la empresa	2	2	2	
Implementación de procesos	Se debe elaborar un plan de acción ante el margen de error que se presenta en la elaboración de los productos que brinda la empresa.	3	3	3	
Comercio	Los clientes regulares deben obtener beneficios de la empresa	3	3	3	

• **Segunda dimensión: Innovación empresarial**

- **Objetivos de la Dimensión:** Describir la mejora continua, expectativas y práctica comercial del crecimiento corporativo y su incidencia en la exportación desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022.

INDICADORES	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Mejora continua	El sistema de planificación del área de logística es digital	4	4	3	
Expectativas	Las dudas de los clientes se resuelven de la manera esperada	4	2	2	
Práctica comercial	Las plataformas digitales son importantes para posicionar a la empresa en el mercado	4	3	3	

• **Tercera dimensión: Crecimiento económico**

- **Objetivos de la Dimensión:** Describir el modelo de negocio y la rentabilidad del crecimiento corporativo y su incidencia en la exportación desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022.



INDICADORES	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Modelo de negocio	Se debe implementar nuevos procesos de sistematización en el área de logística	3	4	4	
	Las necesidades del cliente deben ser tomadas en cuenta	3	4	4	
Rentabilidad	Se debe incluir una nueva tecnología aumentar la rentabilidad	4	4	4	
	La empresa debe realizar cambios en el tipo de producto que ofrece	3	4	4	

Firma del evaluador
DNI: 44709864

Anexo 6. Validación de instrumento Mg. Soplin Rojas, Judith

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ANEXO N°4: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C. 2022 - Lima, 2022". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente, aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Judith Maria Soplin Rojas
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Ciencias Sociales () Ciencias empresariales () Negocios Internacionales (x)
Áreas de experiencia profesional:	Comercio exterior (x) Comercio internacional () Negocios Internacionales () Logística internacional y aduanas (x)
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () De 5 a 10 años (x) De 10 a más años ()
Experiencia en Investigación	2 a 4 años (x) De 5 a 10 años () De 10 a más años ()
Publicación de artículos científicos	1 a 4 artículos (x) De 5 a 10 artículos () De 10 a más artículos ()

2. Propósito de la evaluación:
Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C. 2022 - Lima, 2022
Autores:	Ita Vega Bazán, Jhoselynn Yerazel
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo
Administración:	
Tiempo de aplicación:	2 meses
Ámbito de aplicación:	Trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C.
Significación:	Encuesta

 INVESTIGA UCV

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

4. Soporte teórico

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	DEFINICIÓN
Exportación	Mecanismo que busca la expansión un producto o un servicio, bajo la base de un potencial exportador que se adapta siempre a las necesidades y costumbres del país receptor. En ese sentido, habría que señalar que una fuente confiable para mantener y hacer frente a todas las características del mercado en el curso que gestionan las exportaciones. (Landin, 2018).	Potencial exportador	Capacidad de exportación conformado por la cantidad de unidades seguídas para la venta que son generadas por la productividad, el éxito de las mismas va a depender de la posición de la empresa ante la competencia y podrá medirse por la gestión para la exportación (Landin, 2018).	Gestión para la exportación	Administración y coordinación del proceso de exportación de principio a fin de manera eficaz. (Landin, 2018).
				Productividad	Define la cantidad de productos que se han elaborado en relación a los recursos que cuenta la empresa en un periodo determinado (Camalichino, 2020).
		Características del mercado	Conjunto de aspectos económicos que existen en las diferentes situaciones de mercado en un momento dado, bajo las cuales se diferencian entre oferta, demanda y operaciones comerciales (Landin, 2018).	Competencia	Actividad de intentar superar que realizan dos o más empresas que se relacionan dentro de un mercado (Gonzalez & Araque, 2017).
				Oferta	Cantidad de productos que la compañía se proyecta a mandar a la venta en un periodo determinado. (Arriaga & Sosa, 2019).
Crecimiento corporativo	Es la planificación estratégica y resiliencia en las empresas mediano y pequeño tamaño, dando la importancia de implementar gerentes con capacidades gerenciales y estratégicas tangibles e intangibles como la innovación empresarial. Por ende, realizar la planificación estratégica sistemática y la innovación	Planificación estratégica	Logra la elaboración e implementación de procesos nuevos para establecer una gestión financiera de acuerdo a la dirección que desea seguir la empresa dentro del contexto (Puente y Vinan, 2017).	Demanda	Adquisición de una cantidad de productos con una diversidad de precios en un periodo específico. (Arriaga & Sosa, 2019).
				Operaciones Comerciales	Actividades de compra, venta, cobranza y pago que realiza una empresa. (Loo & Marategui, 2020).
				Situación del mercado	Descripción actual en la que se desarrolla el mercado potencial y en que posición se encuentra la empresa para llegar a eso. (Loo & Marategui, 2020).
		Innovación Empresarial	Es la mejora continua de la empresa, superando las	Gestión financiera	Conjunto de directrices financieras que están comprometidas a tener un objetivo rentable, económico y líquidez proyectada. (Hugill y Helfat, 2019).
				Implementación de procesos	Elementos permiten la descripción y estandarización de las funciones de la empresa (Luttra y Mangá, 2018).
				Comercio	Intercambio de un servicio o producto a través de una operación de compra y venta. (García et al., 2021).
				Mejora Continua	Buscar de manera constante e indefinida para encontrar errores que requieren su erradicación

	empresarial podrían ayudar a cualquier empresa, grande o pequeña, a mejorar su desempeño y crecimiento económico, ambiental y social de forma individual o colectiva (Hariri et al., 2020).		expectativas de los clientes, implementando nuevas prácticas comerciales para reforzar la empresa (Munoz et al., 2019).		o ajuste en el proceso de elaboración del producto. (Nielsen, J., 2015).
				Expectativas	Es la acción, respuesta y estándar establecido a la calidad que los clientes se mantienen acostumbrados por las compañías. (Yunis & Kassaf, 2018)
	Crecimiento Económico		Evolución del modelo de negocio de la empresa bajo el estándar de la capacidad de su rentabilidad dentro de un periodo de tiempo concreto (Naranjo, 2020)	Practica comercial	Se comprende como una actividad realizada por un emprendedor hacia los clientes (Ym & Chang, 2022)
				Modelo de Negocio	Es la estructura para realizar las actividades empresariales (OCDE, 2019)
				Rentabilidad	Canancias que la empresa proyecta previamente ante una inversión (Cervantes & Guerra, 2018)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaja Qara S.A.C. 2022 - Lima, 2022" en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctico y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide ésta.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoracion, así como solicitamos brindarnos sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variables del instrumento: Exportación y crecimiento corporativo

Primera Variable: Exportación

Dimensiones del instrumento: Potencial exportador y características del mercado

• **Primera dimensión: Potencial exportador**

- Objetivos de la Dimensión: Describir la gestión para la exportación, productividad y competencia de la exportación y su incidencia en el crecimiento corporativo desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022

INDICADORES	ITEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Gestión para la exportación	El producto es apto para un reconocimiento físico realizado por un funcionario aduanero	3	4	3	
	La empresa debe verificar que los datos del comprador sean identificables	4	3	4	
Productividad	La empresa cumple con los estándares del país de destino	3	4	3	
	Los textiles son considerados mercadería sensible	4	3	3	
Competencia	El proceso de fabricación del producto genera un valor agregado para el cliente extranjero	4	3	4	

• **Segunda dimensión: Características del mercado**

- Objetivos de la Dimensión: Describir la oferta, demanda, operaciones comerciales y la situación del mercado de la exportación y su incidencia en el crecimiento corporativo desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022

INDICADORES	ITEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Oferta	La empresa ofrece precios competitivos	4	3	3	
Demanda	La empresa es capaz de generar los productos necesarios para cubrir la demanda	3	3	4	
Operaciones Comerciales	El proceso de entrega del producto al cliente es el adecuado	3	4	3	
Situación del mercado	Los productos van de acuerdo a las tendencias	4	4	3	
	Un servicio personalizado genera mayor satisfacción al cliente	3	3	3	

Segunda Variable: Crecimiento corporativo

Dimensiones del instrumento: Planificación estratégica, innovación empresarial y crecimiento económico

• **Primera dimensión: Planificación estratégica**

- Objetivos de la Dimensión: Describir la gestión financiera, implementación de procesos y comercio del crecimiento corporativo y su incidencia en la exportación desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022

INDICADORES	ITEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Gestión financiera	Los clientes regulares deben obtener beneficios de la empresa	3	4	3	
Implementación de procesos	Se debe elaborar un plan de acción ante el margen de error que se presenta en la elaboración de los productos que brinda la empresa.	4	4	3	
Comercio	Los clientes regulares deben obtener beneficios de la empresa	4	3	4	

• **Segunda dimensión: Innovación empresarial**

- Objetivos de la Dimensión: Describir la mejora continua, expectativas y práctica comercial del crecimiento corporativo y su incidencia en la exportación desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022.

INDICADORES	ITEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Mejora continua	El sistema de planificación del área de logística es óptimo	3	4	3	
Expectativas	Las dudas de los clientes se resuelven de la manera esperada	4	3	4	
Práctica comercial	Las plataformas digitales son importantes para posicionar a la empresa en el mercado	3	4	3	

• **Tercera dimensión: Crecimiento económico**

- Objetivos de la Dimensión: Describir el modelo de negocio y la rentabilidad del crecimiento corporativo y su incidencia en la exportación desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022.

INDICADORES	ITEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Modelo de negocio	Se debe implementar nuevos procesos de sistematización en el área de logística	3	4	3	
	Las necesidades del cliente deben ser tomadas en cuenta	4	3	3	
Rentabilidad	Se debe incluir una nueva tecnología aumentar la rentabilidad	3	4	3	
	La empresa debe realizar cambios en el tipo de producto que ofrece	4	3	4	

Firma del evaluador
DNI: 7317977

Anexo 7. Validación de instrumento Mg Quispe Farfán, Dante


UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ANEXO N°4: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C. 2022 - Lima, 2022". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Quispe Farfán, Dante Ique
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Ciencias Sociales () Ciencias empresariales () Negocios Internacionales (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Comercio exterior () Comercio internacional () Negocios Internacionales (<input checked="" type="checkbox"/>) Logística internacional y aduanas ()
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () De 5 a 10 años (<input checked="" type="checkbox"/>) De 10 a más años ()
Experiencia en investigación	2 a 4 años (<input checked="" type="checkbox"/>) De 5 a 10 años () De 10 a más años ()
Publicación de artículos científicos	2 a 4 artículos (<input checked="" type="checkbox"/>) De 5 a 10 artículos () De 10 a más artículos()

2. Propósito de la evaluación:
Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C. 2022 - Lima, 2022
Autores:	Ita Vega Bazán, Jhoselynn Yerazel
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo
Administración:	
Tiempo de aplicación:	2 meses
Ámbito de aplicación:	Trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C.
Significación:	Encuesta


INVESTIGA UCV


UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

4. Soporte teórico

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	DEFINICIÓN
Exportación	Mecanismo que busca la expansión un producto o un servicio, bajo la base de un potencial exportador que se adapta siempre a las necesidades y costumbres del país receptor. En ese sentido, habría que señalar que una fuente confiable para mantener y hacer frente a todas las características del mercado en el curso que gestionan las exportaciones. (Landín, 2018).	Potencial exportador	Capacidad de exportación conformado por la cantidad de unidades agrupadas para la venta que son generadas por la productividad, el éxito de las mismas va a depender de la posición de la empresa ante la competencia y podrá medirse por la gestión para la exportación (Landín, 2018).	Gestión para la exportación	Administración y coordinación del proceso de exportación de principio a fin de manera eficaz. (Landín, 2018).
				Productividad	Define la cantidad de productos que se han elaborado en relación a los recursos que cuenta la empresa en un periodo determinado (Carvalicho, 2020)
				Competencia	Actividad de intentar superar que realizan dos o más empresas que se relacionan dentro de un mercado (González & Araque, 2017).
		Características del mercado		Oferta	Cantidad de productos que la compañía se proyecta a mandar a la venta en un periodo determinado. (Ariaga & Sosa, 2019)
				Demanda	Adquisición de una cantidad de productos con una diversidad de precios en un periodo específico. (Ariaga & Sosa, 2019)
				Operaciones Comerciales	Actividades de compra, venta, cobranza y pago que realiza una empresa. (Loo & Mariátegui, 2020)
Crecimiento corporativo	Es la planificación estratégica y resiliencia en las empresas mediano y pequeño tamaño, citando la importancia de implementar gerentes con capacidades gerenciales y estratégicas tangibles e intangibles como la innovación empresarial. Por ende, realizar la planificación estratégica sistemática y la innovación	Planificación estratégica	Logra la elaboración e implementación de procesos nuevos para establecer una gestión financiera de acuerdo a la dirección que desea seguir la empresa dentro del comercio (Puente y Villán, 2017).	Situación del mercado	Descripción actual en la que se desarrolla el mercado potencial y en qué posición se encuentra la empresa para llegar a eso. (Loo & Mariátegui, 2020)
				Gestión financiera	Conjunto de directrices financieras que están comprometidas a tener un objetivo rentable, económico y liquidez proyectada. (Hugill y Helfat, 2015)
				Implementación de procesos	Elementos permiten la descripción y estandarización de las funciones de la empresa (Luftra y Manóvil, 2018)
				Comercio	Intercambio de un servicio o producto a través de una operación de compra y venta (García et al., 2021)
		Innovación Empresarial	Es la mejora continua de la empresa, superando las	Mejora Continua	Buscar de manera constante e indefinida para encontrar errores que requieren su erradicación o

empresarial podrían ayudar a cualquier empresa, grande o pequeña, a mejorar su desempeño y crecimiento económico, ambiental y social de forma individual o colectiva (Harini et al., 2020).	Crecimiento Económico	expectativas de los clientes, implementando nuevas prácticas comerciales para reforzar la empresa (Muñoz et al., 2019).	ajuste en el proceso de elaboración del producto (Nielsen, J., 2015).
			Es la acción, respuesta y estándar establecido a la calidad que los clientes se mantienen acostumbrados por las compañías (Yunis & Kasrar, 2018)
			Se comprende como una actividad realizada por un emprendedor hacia los clientes (Yin & Chang, 2022)
			Es la estructura para realizar las actividades empresariales (OCDE, 2019)
Evolución del modelo de negocio de la empresa bajo el estándar de la capacidad de su rentabilidad dentro de un periodo de tiempo concreto (Naranjo, 2020)	Modelo de Negocio	Es la estructura para realizar las actividades empresariales (OCDE, 2019)	
	Rentabilidad	Ganancias que la empresa proyecta previamente ante una inversión (Cervantes & Guerra, 2018).	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Exportación y crecimiento corporativo en la empresa Sumaq Qara S.A.C. 2022 - Lima, 2022" en el año 2023 se acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial, /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variables del instrumento: Exportación y crecimiento corporativo

Primera Variable: Exportación

Dimensiones del instrumento: Potencial exportador y características del mercado

• **Primera dimensión: Potencial exportador**

- Objetivos de la Dimensión: Describir la gestión para la exportación, productividad y competencia de la exportación y su incidencia en el crecimiento corporativo desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022

INDICADORES	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Gestión para la exportación	El producto es apto para un reconocimiento físico realizado por un funcionario aduanero	4	4	4	
	La empresa debe verificar que los datos del comprador sean identificables	4	4	4	
Productividad	La empresa cumple con los estándares del país de destino	4	4	4	
	Los textiles son considerados mercadería sensible	4	4	4	
Competencia	El proceso de fabricación del producto genera un valor agregado para el cliente extranjero	4	4	4	

• **Segunda dimensión: Características del mercado**

- Objetivos de la Dimensión: Describir la oferta, demanda, operaciones comerciales y la situación del mercado de la exportación y su incidencia en el crecimiento corporativo desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022

INDICADORES	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Oferta	La empresa ofrece precios competitivos	4	4	4	
Demanda	La empresa es capaz de generar los productos necesarios para cubrir la demanda	4	4	4	
Operaciones Comerciales	El proceso de entrega del producto al cliente es el adecuado	4	4	4	
Situación del mercado	Los productos varían de acuerdo a las tendencias	4	4	4	
	Un servicio personalizado genera mayor satisfacción al cliente	4	4	4	



Segunda Variable: Crecimiento corporativo

Dimensiones del instrumento: Planificación estratégica, innovación empresarial y crecimiento económico

• **Primera dimensión: Planificación estratégica**

- Objetivos de la Dimensión: Describir la gestión financiera, implementación de procesos y comercio del crecimiento corporativo y su incidencia en la exportación desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022

INDICADORES	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Gestión financiera	Los clientes regulares deben obtener beneficios de la empresa	4	4	4	
Implementación de procesos	Se debe elaborar un plan de acción ante el margen de error que se presenta en la elaboración de los productos que brinda la empresa.	4	4	4	
Comercio	Los clientes regulares deben obtener beneficios de la empresa	4	4	4	

• **Segunda dimensión: Innovación empresarial**

- Objetivos de la Dimensión: Describir la mejora continua, expectativas y práctica comercial del crecimiento corporativo y su incidencia en la exportación desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022.

INDICADORES	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Mejora continua	El sistema de planificación del área de logística es óptimo	4	4	4	
Expectativas	Las dudas de los clientes se resuelven de la manera esperada	4	4	4	
Práctica comercial	Las plataformas digitales son importantes para posicionar a la empresa en el mercado	4	4	4	

• **Tercera dimensión: Crecimiento económico**

- Objetivos de la Dimensión: Describir el modelo de negocio y la rentabilidad del crecimiento corporativo y su incidencia en la exportación desde la experiencia de los trabajadores de la empresa Sumaq Qara S.A.C., Lima 2022.



INDICADORES	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Modelo de negocio	Se debe implementar nuevos procesos de sistematización en el área de logística	4	4	4	
	Las necesidades del cliente deben ser tomadas en cuenta	4	4	4	
Rentabilidad	Se debe incluir una nueva tecnología aumentar la rentabilidad	4	4	4	
	La empresa debe realizar cambios en el tipo de producto que ofrece	4	4	4	

[Firma manuscrita]
Firma del evaluador
 DNI 10622951

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:
 Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver: <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

Anexo 8. Instrumento de recolección de datos

Encuesta sobre exportación y crecimiento corporativo

PARTE I. VARIABLE INDEPENDIENTE: EXPORTACIÓN

Mecanismo que busca la expansión un producto o un servicio, bajo la base de un potencial exportador que se adapta siempre a las necesidades y costumbres del país receptor, En ese sentido, habría que señalar que una fuente confiable para mantener y hacer frente a todas las características del mercado en el curso que gestionan las exportaciones, (Landín, 2018).

A) Potencial exportador

Se entiende por “**potencial al exportador**” a la capacidad de exportación conformado por la cantidad de unidades agrupadas para la venta que son generadas por la productividad, el éxito de estas va a depender de la posición de la empresa ante la competencia y podrá medirse por la gestión para la exportación.

De los siguientes aspectos mencionados, indique la opción que, en su opinión, represente mejor la realidad de su empresa, tomando en consideración la escala de valoración:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indiferente
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5
1. La empresa cumple con los estándares del país de destino					
2. La empresa debe verificar que los datos del comprador sean identificables					
3. El proceso de fabricación del producto genera un valor agregado para el cliente extranjero					
4. Los textiles son considerados mercadería sensible					
5. El producto es apto para un reconocimiento físico realizado por un funcionario aduanero					

B) Características de mercado

Se entiende por “**características de mercado**” al conjunto de aspectos económicos que existen en las diferentes situaciones de mercado en un momento dado, bajo las cuales se diferencian entre oferta, demanda y operaciones comerciales.

De los siguientes aspectos mencionados, indique la opción que, en su opinión, represente mejor la realidad de su empresa, tomando en consideración la escala de valoración:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indiferente
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5
6. El proceso de entrega del producto al cliente es el adecuado					
7. La empresa es capaz de generar los productos necesarios para cubrir la demanda					
8. La empresa ofrece precios competitivos					
9. Los productos varían de acuerdo con las tendencias					
10. Un servicio personalizado genera mayor satisfacción al cliente					

PARTE II

VARIABLE DEPENDIENTE: CRECIMIENTO CORPORATIVO

Es la planificación estratégica y resiliencia en las empresas mediano y pequeño tamaño, citando la importancia de implementar gerentes con capacidades gerenciales y estratégicas tangibles e intangibles como la innovación empresarial. Por ende, realizar la planificación estratégica sistemática y la innovación empresarial podrían ayudar a cualquier empresa, grande o pequeña, a mejorar su desempeño y crecimiento económico, ambiental y social de forma individual o colectiva (Encalada, 2022).

A) Planificación estratégica

Se entiende por “**planificación estratégica**” a la elaboración e implementación de procesos nuevos para establecer una gestión financiera de acuerdo con la dirección que desea seguir la empresa dentro del comercio.

De los siguientes aspectos mencionados, indique la opción que, en su opinión, represente mejor la realidad de su empresa, tomando en consideración la escala de valoración:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indiferente
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5
1. Se debe elaborar un plan de acción ante el margen de error que se presenta en la elaboración de los productos que brinda la empresa.					
2. Se debe mejorar la calidad de los productos que se le brindan al cliente.					
3. Los clientes regulares deben obtener beneficios de la empresa					

B) Innovación empresarial

Se entiende por **“innovación empresarial”** como la mejora continua de la empresa, superando las expectativas de los clientes, implementando nuevas prácticas comerciales para reforzar la empresa.

De los siguientes aspectos referentes a las relaciones con los proveedores, indique la opción que, en su opinión, represente mejor la realidad de su empresa, tomando en consideración la escala de valoración:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indiferente
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5
4. Las dudas de los clientes se resuelven de la manera esperada					
5. Las plataformas digitales son importantes para posicionar a la empresa en el mercado					
6. El sistema de planificación del área de logística es óptimo					

C) Crecimiento económico

Se entiende por “**crecimiento económico**” es la evolución del modelo de negocio de la empresa bajo el estándar de la capacidad de su rentabilidad dentro de un periodo de tiempo concreto.

De los siguientes aspectos referentes a las relaciones con los proveedores, indique la opción que, en su opinión, represente mejor la realidad de su empresa, tomando en consideración la escala de valoración:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indiferente
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5
7. Se debe incluir una nueva tecnología aumentar la rentabilidad					
8. Se debe implementar nuevos procesos de sistematización en el área de logística					
9. Las necesidades del cliente deben ser tomadas en cuenta					
10. La empresa debe realizar cambios en el tipo de producto que ofrece					