



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

El impacto de la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil
peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES:

Chinchay Nuñez, Beyly (orcid.org/0000-0002-2916-5568)

Gonzales Collantes, Eder Esahu (orcid.org/0000-0001-8744-017X)

ASESORA:

Dra. Cavero Egusquiza Vargas, Lauralinda Leonor (orcid.org/0000-0001-5222-8865)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados Emergentes

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis a nuestros padres, quienes han sido nuestro mayor apoyo y motivación en todo momento. Gracias por creer en nosotros y brindarnos su amor incondicional. También queremos hacer una mención especial a nuestros amigos más cercanos, quienes me nos han acompañado durante toda la carrera universitaria y nos han ayudado a superar los momentos difíciles con su compañía y palabras de aliento.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que han hecho posible la realización de esta tesis. En primer lugar, queremos dar gracias a nuestra asesora de tesis por su orientación y apoyo constante durante todo el proceso, sobre todo por sus valiosas sugerencias e ideas para mejorar este trabajo. Por último, pero no menos importante, hacemos un especial reconocimiento a nuestras familias quienes siempre estuvieron ahí para nosotros motivándonos en cada paso del camino. Gracias nuevamente por ser parte fundamental de este logro académico tan significativo para nosotros.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CAVERO EGUSQUIZA VARGAS LAURALINDA LEONOR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "El impacto de la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 - 2022", cuyos autores son GONZALES COLLANTES EDER ESAHU, CHINCHAY NUÑEZ BEYLY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, 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, 25 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CAVERO EGUSQUIZA VARGAS LAURALINDA LEONOR DNI: 08879583 ORCID: 0000-0001-5222-8865	Firmado electrónicamente por: LCAVEROE el 04-12- 2023 16:55:49

Código documento Trilce: TRI - 0664957

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, CHINCHAY NUÑEZ BEYLY, GONZALES COLLANTES EDER ESAHU estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "El impacto de la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 - 2022", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos 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 asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
GONZALES COLLANTES EDER ESAHU DNI: 77221007 ORCID: 0000-0001-8744-017X	Firmado electrónicamente por: EGONZALESCOL el 04-12-2023 11:42:37
CHINCHAY NUÑEZ BEYLY DNI: 71886982 ORCID: 0000-0002-2916-5568	Firmado electrónicamente por: CCHINCHAYNU20 el 04-12-2023 11:40:38

Código documento Trilce: INV - 1594903

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	IV
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES.....	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	14
3.3. Escenario de estudio.....	14
3.4. Participantes.....	15
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.6. Procedimiento.....	15
3.7. Rigor científico.....	16
3.8. Método de análisis de datos.....	16
3.9. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	17
V. CONCLUSIONES.....	28
VI. RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS.....	30
ANEXOS	

RESUMEN

La presente investigación “El impacto de la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022” tuvo como objetivo general analizar de qué manera impacta la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes periodo 2018 - 2022. La metodología de la investigación fue de tipo aplicada, con un enfoque cualitativo, se utilizó un diseño no experimental debido a que no hubo manipulación de las categorías. En la innovación, se obtuvo como resultado que la producción de productos textiles, aumentaron en los años 2018 - 2019, mientras que en el 2020 tanto la producción como las ventas disminuyeron debido a la coyuntura; sin embargo, en el 2021 - 2022 se han ido recuperando tanto la producción como las ventas. Por otro lado, en base a la inversión, se obtuvo como resultado que la mayoría de las empresas nacidas como microempresa se mantienen como tales, ya que la productividad a nivel nacional es baja a comparación de otros países. Finalmente se concluyó que la industria textil reveló un panorama dinámico y cambiante en los últimos años; a pesar de las fluctuaciones en la producción y ventas, la innovación en productos textiles se convirtió en un factor crucial para la posición de las empresas tanto a nivel nacional como internacional, pese a los desafíos, el margen de ganancia mostró un crecimiento, lo que permitió a las empresas tener oportunidades de crecimiento, en la industria textil.

Palabras claves: Inversión, Innovación, industria textil, mercados emergentes.

ABSTRACT

The general objective of this research “The impact of innovation and investment on Peruvian textile exports to emerging markets, period 2018 - 2022” was to analyze the impact of innovation and investment on Peruvian textile exports to emerging markets, period 2018 - 2022. The research methodology was applied, with a qualitative approach, a non-experimental design was used because there was no manipulation of the categories. In the innovation, it was obtained as a result that the production of textile products, increased in the years 2018 - 2019, while in 2020 both production and sales decreased due to the conjuncture; however, in 2021 - 2022 both production and sales have been recovering. On the other hand, based on investment, it was obtained as a result that most of the companies born as microenterprises remain as such, since productivity at the national level is low compared to other countries. Finally, it was concluded that the textile industry revealed a dynamic and changing panorama in recent years; despite fluctuations in production and sales, innovation in textile products became a crucial factor for the position of companies both nationally and internationally, despite the challenges, the profit margin showed growth, which allowed companies to have growth opportunities in the textile industry.

Keywords: Investment, Innovation, textile industry, emerging markets.

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años la industria textil ha experimentado cambios significativos debido a la creciente demanda de productos de mayor calidad; por lo que, la innovación es un pilar fundamental en el rubro y las empresas deben buscar nuevas formas de producir materiales y prendas que sean innovadores y capte la atención del consumidor. Martín (2020) señala que la industria textil es uno de los pioneros que provocó el crecimiento y desarrollo a nivel internacional; ya que, ha incrementado la tasa de exportación a mercados emergentes gracias a los nuevos avances tecnológicos y políticas comerciales de las grandes potencias.

Sin embargo, a nivel nacional, uno de los principales problemas es la poca inversión que hay en el sector, lo que afecta su crecimiento y desarrollo, a pesar de que el país cuenta con una gran cantidad de materias primas de alta calidad para la producción de textiles, la falta de inversión en investigación y desarrollo limita la capacidad de las empresas para mejorar la calidad y la eficiencia de su producción haciendo que el sector textil del Peruano tenga una oferta limitada de productos, afectando su competitividad en el mercado.

Por ello, Vivanco, R. (2022) indica que la inversión en innovación consiste en ofrecer a los consumidores la posibilidad de adquirir prendas innovadoras de manera continua a precios asequibles, y que constantemente para lograrlo, las empresas optan por la fabricación rápida, también a través de la reacción instantánea e incluso predecir cambios en los gustos de los consumidores, actualizando ropa y tendencias con gran rapidez (pp11-12). Es por ello, que al existir una carencia en la innovación y competencias; se acude a la imitación.

La imitación de los diseños de confecciones que realizan las empresas, emprendedores y comerciantes, se considera otro gran problema en el desarrollo de la industria textil del Perú; ya que, los vuelve dependientes de las grandes marcas nacionales e internacionales. Ante ello, Jacobi, W. Mendoza, G. (2021) afirman que existen dos tipos de imitación: La imitación A1 que se caracteriza por ser una copia similar a la prenda original en diseño, etiquetas y detalles forzados y por otro lado, están las imitaciones simples que a comparación de la anterior obtienen inferior calidad porque están elaboradas por telas y materiales más módicos pero que sin embargo, son vendidas con igual o menor costo porque son

ofrecidas como prendas que estuvieron en liquidación en tiendas grandes y reconocidas como Dolce & Gabbana, Adidas Gucci, , Nike, etc., situación que en la sociedad peruana representa un grave problema que nace de la educación, economía, cultura de quienes las producen y comercializan. (p.11).

Esta situación se ha visto reflejada en las exportaciones desde la pandemia; por ello, El Comercio (2021). mencionó que las exportaciones peruanas de confecciones textiles, fueron muy golpeadas por la pandemia, registrando una caída de 37.5% durante enero a noviembre del 2020; Así mismo, Gestión (2023) indicó. que las exportaciones del mismo rubro han mostrado un retroceso en el último trimestre del 2022 y se proyecta que continuará esa tendencia para el 2023. Así mismo, en el ámbito local, el problema que se presenta es la competencia de las prendas extranjeras de baja calidad y a menor precio, dando poca oportunidad a las confecciones de prendas peruanas; por ello, La Sociedad Nacional de Industrias (2021) menciona que el Consejo Textil y de Confección informa que continúa el daño a la producción nacional por el ingreso desmedido de prendas de origen asiático, principalmente de China. Como resultado, las importaciones de prendas de punto de China aumentaron un 33,5 % entre enero y febrero de 2021, mientras que las importaciones de prendas de tejido plano aumentaron un 100 % durante el mismo período, según la Sunat.

Así también, Gestión (2022) indicó que, pese a la búsqueda de la reactivación integral del emporio de Gamarra, se reciben una enorme cantidad de textiles chinos que reducen el potencial de producción; sin embargo, se debe considerar la internacionalización de sus prendas, pero se requiere condiciones óptimas como la calidad y estandarización que conlleva a la inversión y participación del gobierno. Es por ese motivo, la investigación presentó como problema general ¿De qué manera impacta la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022? y presenta como problemas específicos ¿De qué manera impacta los productos innovados y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022?, ¿De qué manera impacta la necesidad de cambio y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022?, ¿De qué manera impacta el proceso de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los

mercados emergentes, periodo 2018 -2022? y ¿De qué manera impacta el valor de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022?.

En ese sentido, se justificó de manera social; ya que, ayudará a que los empresarios textiles puedan tener una mejor perspectiva sobre la situación de la industria textil en el Perú y de esta manera puedan afrontarlo con la innovación y la inversión con miras a mercados emergentes; lo cual generará empleo y otras maneras de emprender. Así mismo, aportará de manera metodológica porque contribuirá en futuras investigaciones dentro del sector textil, convirtiéndose en un nuevo instrumento de recolección de datos.

Por otro lado, la investigación presentó como objetivo general: Analizar de qué manera impacta la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022; y sus objetivos específicos son: Analizar de qué manera impacta los productos innovados y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022, Analizar de qué manera impacta la necesidad de cambio y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022, Analizar de qué manera impacta el proceso de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022 y Analizar de qué manera impacta el valor de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

II. MARCO TEÓRICO

Los antecedentes nacionales que se adquirieron son los siguientes:

Melo & Tudela (2022) en su artículo científico titulado Proceso de la administración, innovación e internacionalización de empresas artesanales textiles de la región Puno, tuvo como objetivo principal establecer la magnitud de correspondencia entre los procesos de la administración y la creatividad de las empresas exportadoras textiles de Puno con respecto a la internacionalización, el método para esta investigación fue un diseño no experimental deductivo con un enfoque cuantitativo descriptivo correlacional y explicativo mediante un muestreo de 27 compañías, encontrando como resultado una correlación positiva media a través del método de Spearman entre la internacionalización y los procesos de administración del 0.564, se concluyó que hay una apreciación buena para dimensiones del sector y del emprendedor, regular para componentes externos, internos y capacidades y bajo para los elementos, características del desarrollo y entorno.

Ayala, Ramos, Zapata, y Armada (2022) mediante su artículo titulado *Exportación y sanitación internacional en empresas productoras de prendas de alpaca de Huancayo y Lima*, tuvo con objetivo analizar el contexto de exportación y sanitación a nivel internacional en compañías peruanas específicamente de Huancayo y Lima dedicadas a la producción de prendas de alpaca, su diseño de investigación empleado fue método hermenéutico con enfoque cualitativo, donde los resultados fueron que las empresas de dichos sectores emplean de manera adecuada la materia prima, ofrecen y distribuyen textiles competitivos gracias al control de calidad empleado, frente a ello se llegó a la conclusión que pese a que las empresas hayan usado herramientas para comercializar sus productos presentan deficiencias con respecto al cumplimiento del RSI por lo tanto debieron adoptar medidas que aseguren el bienestar público al momento de comercializar su mercancía.

Munive (2022) en su artículo de investigación científico titulado Registro de color de textiles precolombinos en la costa sur del Perú para potenciar el desarrollo de proyectos de diseño y arqueológicos, con el objetivo de discutir la importancia del color como parte de la comunicación visual de la importancia de los rasgos identitarios y elementos esenciales, Considerando que la identidad de muchas culturas deriva de los colores que han distinguido su arte a lo largo de la historia,

se optó por un diseño de estudio no experimental descriptivo, para efectos de realizar este estudio, 24 textiles: 12 Paracas, 10 Nazca y 2 Chincha. En 14 obras se verificó el predominio del rojo en la composición textil, y en 22 obras se utilizaron colores cálidos como rojo, amarillo, naranja, verde, ocre, marrón, etc. La conclusión fue que los arqueólogos de los departamentos textiles de algunos museos del Perú no describieron con precisión los colores al momento de registrar y conservar los textiles.

Arroyo y Timaná (2022) en su artículo Factores asociados a los efectos sanitarios y económicos de la pandemia del COVID-19 en el sector textil peruano, presenta como fin identificar los factores sanitarios y económicos en las personas que trabajan en la industria textil en la ciudad de Lima, el diseño de estudio fue observacional y transversal; para llevar a cabo el estudio se tuvo una muestra de 784 trabajadores de Gamarra y se obtuvo como resultado que el nivel de educación y la infección de un familiar por coronavirus indicó una mayor posibilidad en la variación de ingresos, por lo cual, se llegó a la conclusión que los factores asociados a la variación de los ingresos económicos de la mano de obra en la industria textil se debieron principalmente a los contagios del covid 19.

Silva, Campoblanco y León (2022) en su artículo Modelo de gestión de producción para reducir el incumplimiento de pedidos en PYMES peruanas de confecciones a través de 5S, SMED y herramientas de estandarización; la cual, se centró en desarrollar parámetros en la práctica de las empresas del sector, tuvo un enfoque cuantitativo y como resultado, un cumplimiento de los pedidos de pantalones en un 80% entre los meses de Agosto y Setiembre; lo cual, llegó a la conclusión que la reducción de las actividades sin valor se debieron a las técnicas de las 5S y se obtuvo un trabajo seguro y observable con la técnica SMED, reduciendo el tiempo de preparación en 9.7 minutos.

Los antecedentes internacionales obtenidos para la investigación son los siguientes:

Santos, Wojahn y García (2022) en su artículo Influencia de la colaboración en la cadena de suministro en el desempeño operativo de la industria textil y metalmecánica en Vale do Itajaí (SC), el objetivo de esta investigación fue evaluar el impacto de la colaboración en la cadena de suministro en el desempeño de operaciones industriales de mediano y gran porte en el sector de procesamiento de

textiles y metales del Vale do Itajaí (SC). El diseño de estudio fue cuantitativo, descriptivo. Para poder llevar esta investigación se hizo una muestra a 66 organizaciones, recolectados bajo un cuestionario y reconsiderando una población de 109 organizaciones. Como resultado, se descubrió que la planificación y cultura conjunta colaborativa son prácticas de colaboración que afectan el rendimiento operativo. En cuanto al factor de rendimiento, la flexibilidad ha demostrado ser un atributo perdido en la industria metalúrgica.

Castillo, Gamboa, y Castillo (2018) en su artículo Aproximación del modelo CAGE para la internacionalización de los productos textiles del Ecuador, tuvo el objetivo de que las empresas consideren los efectos administrativos, culturales, económicas, y geográficas, ya que estos factores pueden hacer que los mercados extranjeros sean más o menos atractivos, la metodología fue no experimental, descriptiva con enfoque mixto, para esta investigación se listó a los 10 más grandes importadores del mundo, en primer lugar está la Unión Europea; sin embargo, el más cercano a Ecuador es España, que exporta al mercado español por los lazos coloniales compartidos, por un valor de \$558 millones en 2017. Estados Unidos también es el principal destino de las exportaciones de Ecuador, y también es el principal socio comercial de Ecuador, el valor de las exportaciones de Ecuador en 2017 alcanzó los 5.670 millones de dólares estadounidenses. Finalmente, México, que ocupa el octavo lugar, con exportaciones a México por \$179 millones en 2017, se concluyó que el sector textil mundial se destaca por su alta competitividad, implementación de tecnología, investigación y desarrollo, calidad y bajo costo.

Ponte, Ciro y Sospiro (2023) en su artículo Estado del arte sobre el nexo entre sostenibilidad, industria de la moda y modelo de negocio sostenible, definió como objetivo principal analizar la industria de la moda, especialmente la industria textil, el calzado y el cuero; el enfoque utilizado en este estudio fue un método mixto centrado en los pasos establecidos por los procesos y fundamentos científicos; para poder desarrollar este artículo se consideró hacer una sistemática revisión de casos comerciales de literatura para descubrir las prácticas más óptimas y apertura en áreas de la industria de moda que pueden ser estimuladas a cambios dentro del sistema económico, el resultado que se obtuvo fue que hay empresas y sectores que a veces tienen características especiales únicas, por lo tanto, no es posible tener resultados por igual para cada modelo de negocio, al final se concluyó que

las organizaciones tenían que utilizar estrategias de I+D en la mayor parte de su sistema de producción para disminuir el uso de materia prima y tiempo.

Arrigo (2020) en su artículo denominado Abastecimiento global en minoristas de moda rápida: ubicaciones de abastecimiento y consideraciones de sostenibilidad, presenta como fin investigar la estrategia de suministro global de los minoristas de moda rápida para entender si los puntos de vista de decisión que afectan la ubicación de la oferta han cambiado de vez en cuando para adoptar consideraciones de sostenibilidad, siendo una investigación exploratoria - descriptiva con análisis cualitativo. Tuvo como resultado que la producción de aspectos de la sostenibilidad es muy importante en la selección de nuevos suministros y proveedores al mantener un acuerdo de fabricación de negligencia de la sustentabilidad por parte de los proveedores, se concluyó que los minoristas dedicados a la moda rápida determinan la sostenibilidad como un componente muy importante a considerar al escoger ubicaciones y/o plazas de abastecimiento, ya que al dejar de tomar en cuenta aquellos factores presentaron costos ocultos considerables en las fábricas como proveedores.

Gomes, Moreira, Iritani, Amara y Ometto, (2023) en su artículo titulado Innovación Circular Sistémica: Barreras, Ventanas de Oportunidad y Análisis del Escenario de Confecciones de Brasil, tuvo como objetivo fomentar posibles soluciones e investigar los impedimentos y puertas de oportunidades para una transformación hacia la economía circular, llevando como modelo la confección Brasileña y la industria textil, esta investigación tiene una orientación basada en tres enfoques metodológicos como entrevistas, investigación documental y talleres - cualitativo, los resultados indicaron que pese a que la industria textil no haya operado de manera lineal, no haya mostrado importancia a las oportunidades a corto plazo y a la competitividad, ha ganado nicho de mercado porque siempre ha tomado como modelo industrias textiles más grandes creando valor propio por medio de la fomentación de maneras innovadoras y circulares, teniendo como conclusión que para llegar a aprovechar las oportunidades en una economía circular requiere tener una mentalidad circular con educación, fuerza para invertir y capacidad para adaptarse a los cambios tecnológicos en la industria del vestido.

Cutipa, Escobar, Anchapuri, y Valreymond (2021) en su artículo denominada La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas

exportadores de artesanía textil, tuvo como finalidad determinar la correspondencia entre la magnitud de la innovación frente a la capacidad de las pymes exportadoras de Puno de artesanía textil, teniendo como metodología de enfoque cuantitativo con diseño no experimental, para validar este artículo se calificaron 31 pymes de la región dedicadas a la exportación de artesanía textil, cada empresa fue representada por su gerente, los resultados dieron a conocer que hay una estadística alta significativa del 73 % con un 95 % de confianza, entre la competitividad y la intensidad de innovación, se concluyó que la mejora de la competitividad a nivel internacional depende del nivel de la innovación que tienen las empresas para desarrollar su economía, reforzar sus políticas públicas de mejora económica y equitativa.

Ruppel y Borlandelli (2023) en su artículo Diseño e innovación en el interior de unidades productivas textiles. Caso de estudio Empresa PyMe del sector textil e indumentaria de la ciudad de Mar del Plata, tuvo la finalidad de investigar cómo el modelo ingresa e impacta de forma holística en la estructura de producción organizacional de la fábrica, el diseño empleado fue cualitativo, para tener resultados claros tomaron en cuenta una compañía que no solo era sustentable e innovadora sino también tenía dimensiones del círculo estratégico, y compartía su ambiente productivo con una empresa más histórica dando un resultado interesante en la manera como ambas marcas dialogaban de manera productiva generando un alto valor productivo a sus productos. Obteniendo como conclusión que las empresas del rubro textil deben reflexionar de manera constante con respecto a la proyección y metas con todos los que forman parte de ella para crear formas y estrategias de desarrollo económico.

Fuentealba (2022) en su artículo Empresas textiles y comunidades locales: Hacia una nueva frontera de acción paternalista, tuvo como finalidad analizar el comportamiento de la expansión económica, política y social de los comerciantes textiles de Tomecino en las comunidades locales y la integración de los industriales al núcleo elitista de los gobiernos locales en las primeras décadas del siglo XX. Esta investigación es de tipo descriptiva – exploratoria que se enfocó en contextualizar la idea del éxito económico de las primeras décadas de este siglo y cómo se ha gestado con el impulso del trigo desde mediados del siglo XIX, se involucran los empresarios textiles emergentes. Evidenciando el trabajo que realizaron los

industriales fuera de las fronteras fabriles y diseño bajo una eficiencia integración en los círculos sociales y elitarios de la comuna por medio de una activa participación política y social. Finalizando con las ideas preliminares sobre el comportamiento textil permiten cuestionar algunos conceptos ya preestablecidos en el estudio de las élites empresariales que históricamente han acarreado conclusiones generales a partir de la minería y agricultura.

Jacibucci y Perugini (2023). en su artículo Rendimiento de la innovación en Industrias tradicionales: ¿Importa la proximidad a las universidades? Tuvo con fin examinar en qué medida la cercanía a las universidades conmueve la capacidad de innovar a las empresas con respecto a otras particularidades del contexto local, su método de estudio fue cualitativo – descriptivo, teniendo como resultado, que el desempeño innovador de las empresas en estas industrias debería depender más de las interacciones con empresas e instituciones fuera de la cadena de producción, se concluyó que las empresas de las industrias tradicionales se caracterizan por una baja inversión en I+D y una débil capacidad de innovación independiente, lo cual está cambiando dada la creciente relevancia de tecnologías genéricas como las TIC.

Gai; Qiao; Deng y Wang (2022). en su artículo la ecoeficiencia de la industria textil de China basada en un análisis a nivel de empresa, tuvo como objetivo aclarar las características espacio-temporales y de escala empresarial de la ecoeficiencia de los tres subsectores importantes de la industria textil de China, la metodología presentada fue cuantitativa, en los resultados se encontró que la ecoeficiencia media anual de las grandes empresas es superior a la de las pequeñas y medianas empresas, entre los factores que afectan la ecoeficiencia es la inversión extranjera directa y la regulación ambiental tienen efectos negativos significativos en la ecoeficiencia de los tres subsectores. Por lo tanto, mientras se fortalecen los factores de influencia positiva, se debe prestar más atención al desarrollo económico y la alta calidad de las exportaciones corporativas. Además, las decisiones de inversión deben ser consideradas completamente para lograr un alto grado de sostenibilidad. Los gobiernos locales también deben fortalecer la supervisión ambiental, pero deben controlar estrictamente la contaminación de las empresas industriales y los riesgos ambientales de las empresas.

Furferi, Volpe y Mantellassi (2022). En su artículo Directrices de economía circular para la Textil Industria, tuvo como fin principal proporcionar un conjunto de pautas para que la industria textil haga la transición de los procesos de producción tradicionales a un enfoque sistemático que considere la economía circular, la metodología fue no experimental con enfoque cualitativo, dando como resultados que la producción de textiles tiene un fuerte impacto en el medio ambiente debido al consumo excesivo y la práctica de procesos de producción que requieren el uso de sustancias para fabricar, tratar y teñir los tejidos, se concluye que la producción tradicional se puede lograr mediante el desarrollo de la política económica circulante, lo que significa una gran inversión a gran escala con una recompensa solo desde una perspectiva a mediano plazo a largo plazo.

Moreira; Galvao; Galvão; Braga; Braga y Texeira (2023). en su artículo titulado La sostenibilidad como puerta de entrada a los mercados internacionales textiles: el caso portugués, tuvo como fin analizar el rol de la sostenibilidad (economía circular y eco-innovación) en el proceso de internacionalización del rubro textil en Portugal, la metodología fue cualitativa, se empleó encuestas aplicadas a cuatro gerentes del rubro textil, dando como resultado que la sostenibilidad es un pilar directo e indirecto de la internacionalización, ya sea a través de la demanda del consumidor de productos sostenibles o a través de la disponibilidad de productos realizados por la empresa; esto está motivado principalmente por los clientes, a pesar del alto precio de este producto, se concluyó que cuando en los productos existe la presencia de la economía circular acrecienta el valor y la aprobación de las sociedades en los mercados internacionales.

D'Itria y Colombi (2022). En su artículo llamado La innovación de base biológica como moda y Textil Diseño imprescindible: una perspectiva europea, tuvo como objetivo exteriorizar un mapa de experiencias de Europa desde los antiguos sistemas productivos para conducir el sector a un espacio transversal y sostenible. Su metodología fue cualitativa con la consideración de criterios producción y digitalización, se mostraron resultados En los resultados, se observa que, en los últimos cinco años, las innovaciones textiles han estado estrechamente relacionadas con las soluciones textiles biológicas que se han desarrollado para ser efectivas y estratégicas, concluyendo que la inversión en las industrias textiles

potencian las opciones de recursos y medios representadas por pruebas radicales y un seguro compromiso con la sostenibilidad.

Luque & Gallardo (2018). en su artículo La producción textil y su relación con la responsabilidad social empresarial, presentado con el fin de examinar los factores que ayudan a facilitar y favorecen al progreso del rubro textil transnacional tomando en cuenta componentes exógenos, como su dependencia con el compromiso social empresarial (RSE) mediante un estudio Delphi. El artículo, mostró una metodología transversal respaldada por Delphi mediante cuestionarios, dando como resultado que el universo textil ha desarrollado su parte de necesidades, fantasías y egos donde la producción textil ilimitada y el resto de las industrias tienen que observar el reflejo de prueba a través de las condiciones y efectos de la producción de sus productos, se concluyó que tener mantener un sector textil seguro y responsable implica utilizar bienes y servicios con procedimientos más limpios manejando tintes naturales, la mejora de productos orgánicos, ropa formal, y textiles acoplados.

Raian, Siddiqua, Abdul y Rahman (2023). En su artículo Un modelo empírico para identificar y controlar los riesgos operativos y ambientales en la industria del hilado en una economía emergente, tuvo como fin llenar el vacío del conocimiento mediante el uso de estudios de casos del mundo real para identificar y medir los riesgos operativos y ambientales en la industria textil, el método de estudio fue cuantitativo, donde se mostraron en riesgo dieciséis variables, un descubrimiento clave fue estudiar la contaminación de aire, control eficiente de materiales, fallas en la energía y maquinaria, dando un 3.97 de riesgo, lo cual muestra que es un nivel relativamente alto. En conclusión, al igual que cualquier industria, el sector textil está propenso a muchos riesgos tanto ambientales como operativos, lo cual se debe a la pérdida de gestión eficaz que presenta el sector industrial.

Mahajan y Majumdar (2020) en su artículo El rigor de la política ambiental y la ventaja comparativa de los bienes ambientalmente sensibles: un estudio textil de exportaciones en los países del G20, que tuvo como finalidad investigar la relación entre la ventaja comparativa revelada (RCA) y el índice de rigor de la política ambiental para la exportación textil de los países del G20, con un método de cointegración de panel de Pedroni y Westerlund; así también, se empleó el método de mínimos cuadrados ordinarios completamente modificado. Obtuvo como

resultado que el planteamiento de las políticas no debe considerar limitar los esfuerzos de la RCA a la rigurosidad ambiental; por lo que, se concluyó que se debe proporcionar políticas comerciales que tomen en cuenta las preocupaciones ambientales.

En ese sentido, las teorías que sustentan la investigación, para la variable “El impacto de la innovación “ son; la teoría de la Competitividad de Michael Porter, que Contreras (2020), indicó que, en la ventaja competitiva de Michel Portes, se establece una metodología para estructurar, establecer y accionar en la empresa una Estrategia sostenible; por lo que, a base de la innovación esta puede mantenerse en la compañía; es decir, que se requiere atención y actualización constante, desarrollando de esta forma una actitud proactiva hacia la mejora continua (p.7).

Así mismo, se obtuvo la teoría de la innovación que; de acuerdo, con Suárez, D., Erbes, A., y Barletta, F. (2020) intuyen que la teoría de la innovación consiste en realizar nuevas combinaciones de producción, introducir nuevos productos; nuevos métodos de producción basado en un descubrimientos científicos o nuevos modo de comercialización; como también la apertura de nuevos mercados; la conquista de mejores fuentes de insumos; y la realización de una nueva organización de la industria.

En ese sentido para la variable “La inversión en las exportaciones “se presentó la teoría de la inversión en la que, Borja (2018), mencionó, que se refiere a un conjunto de ideas que buscan explicar cómo funcionan las inversiones dentro de una economía, incluyendo sus movimientos, direcciones y volúmenes, así como los factores que influyen en ellas. La inversión es una opción importante para el uso del dinero y es esencial para el desarrollo económico. Los países avanzados tienen tasas de ahorro e inversión elevadas, lo que significa que hay una gran cantidad de capital acumulado que se utiliza en actividades productivas. El ahorro y la inversión están bloqueados relacionados en el proceso de desarrollo, ya que el ahorro se dirige hacia la inversión, ya sea que el ahorrador invierta directamente o que su dinero se utilice para financiar las necesidades de inversión de otra persona.

Así también, la teoría de la utilidad y la demanda, mencionado por Ocrospoma (2023), que nos indicó que La teoría no nos da respuestas exactas sobre el comportamiento de las personas ante un cambio de precio, pero puede guiarnos

para entender cómo reacciona un grupo de consumidores y, lo más importante, cómo se verá afectada su utilidad. En este sentido, la teoría del consumidor nos daría cosas como: "Los consumidores mejorarán o empeorarán", "El consumo aumentará o disminuirá con los cambios en los precios relativos o el ingreso real", "Los consumidores valoran las cosas buenas". Espere la respuesta. más que el otro". Es decir, direccionará a donde se debe dirigir las inversiones.

Así mismo, se emplearon los siguientes autores para definir la categoría Innovación y sus dimensiones: Definición conceptual de innovación: Según Posada (2021) indicó que la innovación es emplear un proceso, aumentar o característica nueva a un determinado producto, servicio o necesidad existente con el fin de generar valor y encontrar una ventaja competitiva en el mercado. Por lo cual se considera aspectos como, productos innovados, necesidad de cambio proceso de innovación y el valor de esta misma. Por último, para definir la categoría de la Inversión: Definición conceptual de inversión: De acuerdo con Chávez (2023) La inversión es una acción que implica el destino de algún recurso para obtener una ganancia. En economía, estos recursos son: tiempo, capital y trabajo. Por lo tanto, se realiza una inversión cuando uno o varios de estos recursos son explotados con fines lucrativos en el futuro.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: Esta investigación fue de tipo aplicada, debido a que se utilizó investigaciones y conocimientos teóricos. Tuvo un enfoque cualitativo ya que no se emplearon datos numéricos en su desarrollo, sino que se estudió la realidad en un contexto natural, extrayendo e interpretando los fenómenos en función de los implicados. Ante esto, Loayza (2020) afirma que la investigación cualitativa se enfoca en comprender fenómenos y puede enfocarse en significados, conceptos, percepciones, experiencias, pensamientos, o sentimientos porque analiza cómo o por qué llega a ocurrir un fenómeno (p. 57).

Diseño: Se utilizó un diseño no experimental, debido a que no hay manipulación de las categorías, ante esto Mata (2019) manifiesta que esta es un proceso que se lleva a cabo sin la manipulación deliberada de las variables; sino que se basa principalmente en la observación de los problemas que ocurren en el entorno natural, seguida del análisis de los mismos.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.

Este proyecto de investigación se divide en dos categorías obtenidas del título de investigación: La 1° categoría es “El impacto de la innovación” de la cual se derivan las siguientes 4 subcategorías: Nuevos métodos innovados, nuevos métodos de producción, producción adecuada según el mercado objetivo y competitividad. La 2° categoría es: “La inversión” de la cual se derivan 4 subcategorías como: Tiempo, capital de inversión, trabajo e investigación y desarrollo. La Matriz de categorización se encuentra en (anexos A).

3.3. Escenario de estudio

En esta investigación se da a conocer el entorno social y económico que enfrentó el rubro textil en los mercados emergentes y como Perú ha demostrado ser una fuerza laboral capaz y adaptable para soportar varios escenarios cambiantes. Este sector en el país sudamericano incluye a más de 46.000 empresas, generando más de 400.000 empleos directos.

Actualmente, la industria textil y de prendas de vestir representa alrededor del 10 por ciento de la industria manufacturera del país y alrededor del 2 por ciento del PIB. En los últimos años, sin embargo, se ha visto fuertemente afectado por las importaciones de productos de bajo valor, así como por la subvaluación y el contrabando por parte del sector informal.

Perú se encuentra geográficamente relativamente cerca de su principal mercado consumidor, Estados Unidos, lo que le otorga al país una ventaja competitiva a través de la USPTA. Esto permite un comercio más flexible con tasas de interés bajas o nulas y, por lo tanto, precios bajos entre los dos países.

3.4. Participantes

En esta investigación intervendrán como participantes el sector textil del mercado emergente peruano, la información se obtendrá de bibliotecas electrónicas de calidad como Scielo, Scopus, MyLoft, y Alicia Concytec con el fin de recoger información verídica mediante artículos científicos entre otras investigaciones que cumplan con el rigor científico necesario.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica de este proyecto de investigación es el análisis de documentos, la cual es definida como una técnica de investigación cualitativa encargada de recopilar y seleccionar información mediante la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, películas, periódicos, bibliografías, etc. (Ortega, 2023, párr. 3)

El instrumento a utilizar en este proyecto será la ficha de registro de datos. Según el Portal académico CCH UNAM (2020) menciona que se les denominan así porque se reúnen datos de fuentes consultadas en diversos lugares (bibliotecas, hemerotecas, videotecas, etc.).

3.6. Procedimiento

En cuanto al procedimiento de la investigación, este se desarrolló por medio de la recolección de información obtenida de artículos científicos indexados tanto nacionales como internacionales, modelos de proyectos de investigación y bases de datos de fuentes verídicas, las cuales permitieron determinar la

relación entre las dos variables de estudio aplicadas en esta investigación 2018 y 2022.

3.7. Rigor científico

El presente proyecto de investigación tiene un rigor científico relevante. Rodríguez (2020) expresa que un estudio es importante porque aborda un tema relevante y los resultados brindan nuevos conocimientos para entender la realidad. La relevancia de una investigación está vinculada con el contenido de la información; debido a que los temas más comunes aportan poco al conocimiento.

3.8. Método de análisis de datos

El método de este proyecto de investigación es el análisis descriptivo, que consiste en describir las principales tendencias en los datos existentes, así como las observaciones que conducen a nuevos hechos. Este enfoque no tiene requisitos previos y se basa en una o varias preguntas de investigación. También implica recopilar datos relevantes y organizar y tabular los resultados. (Velázquez, 2023).

3.9. Aspectos éticos

La investigación es congruente con los principios éticos de respeto, protección de la autonomía de cada uno de los autores involucrados en esta investigación a través de los criterios de evaluación propuestos por la Asociación Americana de Psicología; o más conocida por sus siglas "APA", que reconoce la calidad ética del trabajo de investigación y claridad, por lo que se buscó aumentar los beneficios y reducir los posibles perjuicios de la participación. Asimismo, cita cada artículo de otros autores nacionales e internacionales, como teorías que sustentan nuestras variables de estudio, donde especifica la página o pasaje de donde se extrae la información y aclara que proviene de fuentes externas. La mayor relevancia propuesta en este proyecto de investigación es la autonomía, ya que el nivel de autenticidad está garantizado por el Estándar Internacional Turnitin, que verifica millones de fuentes en todo el mundo para detectar posibles plagios.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se procederá a analizar los resultados obtenidos de las diferentes fuentes de acuerdo a los objetivos planteados.

Objetivo General

Analizar de qué manera impacta la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

Para la subcategoría productos innovados se obtuvo que la producción de productos textiles, aumentaron en los años 2018 a 2019, mientras que las ventas en el 2019 se redujeron; así mismo, en el 2020 tanto la producción como las ventas disminuyeron debido a la coyuntura; así también, en el 2021 y 2022 se han ido recuperado tanto la producción como las ventas.

En cuanto a la subcategoría Proceso de Innovación, debido a las investigaciones científicas en las telas se han desarrollado telas para prevención de algunas enfermedades, con un tiempo promedio de un año en el que se comparten los avances.

Para la subcategoría necesidad de cambio, la calidad de las telas peruanas ha sido muy reconocidas a nivel mundial; sin embargo, el desarrollo de productos textiles de otros países a menor precio ha hecho que la demanda no crezca de forma significativa.

Para la subcategoría valor de innovación, al principio del 2018 la innovación de productos era poco valoradas, lo cual cambió y este proceso hizo que las empresas logren posicionarse a nivel nacional e internacional.

En lo que respecta a la subcategoría tiempo, se obtuvo que las empresas del sector textil presentaron ganancias las cuales fueron analizadas anualmente en sus impuestos y declaraciones tributarias; por lo que, su permanencia en el mercado determinó su tamaño como empresa.

Para la subcategoría capital de inversión, la mayoría de las empresas nacidas como microempresa se mantienen como microempresas.

Para la subcategoría trabajo, el índice de rotación de los trabajadores se debe mayormente porque desean dejar de trabajar para su jefe y no para la empresa; así mismo la productividad a nivel nacional es baja a comparación de otros países.

Para la subcategoría ganancia, el margen de ganancia del rubro textil fue creciendo desde el 2018, pese a la coyuntura se mantuvo, y en los años 2021 y 2022 ha crecido significativamente.

Objetivo específico 1: Analizar de qué manera impactan los productos innovados y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

Con respecto al indicador cantidad de productos innovados: en relación con el periodo de recuperación del capital , se confirmó que en el año 2019 y 2020 los productos brillantes en el sector textil peruano fueron los jeans, polos, mamelucos y pijamas, siempre y cuando se haya utilizado tela franela, french terry y tela gamuza, lo cual ayudó a determinar que la recuperación del capital dependía del tiempo de permanencia que las empresas tenían en el mercado, ya sean microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas. Asimismo, con el periodo en el que se obtiene la ganancia se obtuvo que en el 2019 el 22.5% de las empresas pertenecientes al rubro textil tuvieron problemas para cubrir y declarar sus impuestos, la mayor parte representa a las MYPES en un 98.10% a causa de la pandemia. Con relación al porcentaje de retorno de inversión se obtuvo que aquellas empresas que se constituyeron en el 2010 bajo el régimen de microempresas diez años después el 97.6% continuaron bajo el mismo régimen, solo el 2.3 migró al régimen pequeña empresa y el 0.1% se convirtieron en gran empresa. De acuerdo a ello, se puso en evidencia que el recurso invertido para la fabricación de textiles en el Perú se utilizó fibras de origen animal, principalmente la lana como también fibras sintéticas. Con respecto al índice de rotación de personal el Perú presentó un alto índice de rotación obligatoria y también voluntaria. Esto se debió a la baja productividad que presentaron los empleados debido a la inestabilidad macroeconómica, frente a ello, se relaciona los costos de los recursos interesados a invertir donde en valor FOB de los insumos en el 2018 - 2020 fueron bajos. De acuerdo al margen de ganancia, en 2018 a 2019, los márgenes de beneficio de las ventas de ropa cayeron 37,2% lo cual se debió a la falta de nuevos prospectos innovadores, estudio de mercado e inversión.

A su vez el indicador porcentaje de ventas de nuevos productos: Se denotó que el 2018 fue uno de los mejores años para la exportación de textiles ya que su

crecimiento óptimo llegó hasta 10.4%, sin embargo, en el 2019 se redujo en gran medida y más aún en el 2020 debido al cierre de mercados internacionales por la pandemia ya que lo principal no era la vestimenta sino la salud. Frente a ello, el periodo de recuperación de capital se vio afectado por el nivel de innovación y recursos que contaban las empresas para permanecer en el mercado, ya que en esos años fue de crucial importancia el posicionamiento de la organización. Frente a esta situación grandes y pequeñas empresas comenzaron a sentirse cortas con relación al capital, ya que no contaban con fondos para cubrir sus necesidades. Con respecto al porcentaje de retorno de inversión se obtuvo que las empresas pequeñas después de 10 años de permanencia en el mercado se convirtieron a medianas empresas, sin embargo, el 39.5% bajaron su nivel convirtiéndose en microempresa. Con relación al recurso invertido el Perú fue reconocido por la calidad de las prendas que confeccionaba destacando por encima de las fibras sintéticas, la lana Ovina. Sin embargo, las empresas se sentían deficientes por lo tanto comenzaron a rotar personal en gran medida y otros trabajadores simplemente renunciaban por discrepancias con sus jefes directos. La productividad laboral por hora que presentaban las empresas peruanas en comparación con EE. UU era 15.02%. Con relación a los costos de los recursos a invertir desde el 2018-2020 bajó debido a que las empresas peruanas mostraron interés por los insumos nacionales antes de los importados. El margen de ganancia que se obtuvo en el sector textil fue bajo debido a la presencia de prendas importadas.

Por lo cual, se pudo observar que, en resultados en cuanto al indicador cantidad de productos innovados destacan principalmente Jeans, polos y mamelucos siendo más demandado la tela franela seguido de french terry; sin embargo, se ve grandes problemas con respecto al retorno de inversión en las empresas MYPES ya que su margen de utilidad es bajo. Pero, por otro lado, se puede evidenciar que en el 2018 las empresas del sector textil obtuvieron un buen posicionamiento de marca en el mercado nacional e internacional, lo cual permitió que muchos empresarios logren crecer, otros mantenerse y en su mayoría bajar de régimen por el bajo nivel de productividad de los empleados en base a la poca experiencia ocasionada por la rotación constante del personal.

Objetivo específico 2: Analizar de qué manera impacta la necesidad de cambio y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

Los resultados obtenidos en cuanto al indicador Nivel de Calidad de productos: respecto al periodo de recuperación de capital el tamaño de las empresas se determinó por el tiempo que permaneció en el mercado; por lo que, al haberse empleado telas peruanas en sus diseños les permitió crecer y permanecer en el mercado; ya que, las fibras nacionales son reconocidas a nivel internacional. En relación al periodo en el que se obtuvo ganancias, el sector textil, siempre ha generado rentabilidad y el periodo 2020 fue el único año donde decreció debido a la pandemia. Así mismo, respecto al porcentaje de retorno de inversión se definió con el crecimiento que tienen las empresas, lo cual, pese a que emplearon fibras de calidad, fueron muy pocas las que crecieron, estas diferenciadas por sus diseños y excelente empleo de su inversión. En relación a los recursos invertidos los empresarios han empleado fibras de origen animal, vegetal y sintéticas, siendo la que más destacó el algodón pima. Respecto al índice de rotación de personal, existió un alto índice de rotación de los trabajadores, pese a que sus productos sean de calidad. Así también, en los costos de los recursos se han empleado un gran porcentaje de insumos importados, evidenciándose la carencia de la fabricación de insumos nacionales. Por último. el margen de ganancia del sector no ha superado el 20% pese a la calidad de los recursos nacionales para la confección de prendas.

Con respecto al indicador Nivel de cambios de la demanda: La demanda fue muy cambiante a nivel internacional: sin embargo, las empresas que permanecieron en el mercado han logrado crecer y posicionarse. Aun así, existieron muchos empresarios que decidieron permanecer como pequeña empresa. En relación a los recursos invertidos, fueron más demandadas las telas con fibra de origen animal. En el Índice de rotación de personal. no afectó la demanda de los consumidores, sin embargo, si a la productividad de las empresas para abarcar mayor demanda internacional. En cuanto al índice de productividad de los empleados, ha sido bajo, esto ha tenido relación con el índice de rotación que, al ser trabajadores nuevos, la falta de experiencia hace que la productividad disminuye y afecta la demanda. Respecto a los recursos invertidos, la demanda se inclinó más a los productos

fabricados con insumos importados. Por último, en cuanto al margen de ganancia, aumentó en este periodo de estudio, siendo EE.UU. el mayor comprador del textil peruano.

Por lo cual, se pudo observar en los resultados que, en cuanto al indicador Nivel de Calidad, que las empresas a pesar de contar con telas nacionales que son reconocidas por sus fibras de gran calidad, no han sabido aprovechar el mercado, por el contrario, muchas de ellas decidieron permanecer como pequeñas empresas, pese a su rentabilidad y permanencia en el mercado, no han logrado consolidarse a nivel internacional. En ese sentido, respecto al indicador Nivel de cambios en la demanda, el mayor problema de las empresas del sector en el Perú es el alto índice de rotación, que ha afectado no solo su productividad, sino también la demanda, que, pese a la calidad de las telas, prefieren moda y confecciones con mejores acabados; por lo que, no han sabido aprovechar el reconocimiento mundial de las telas producidas en el Perú.

Objetivo específico 3: Analizar de qué manera impacta el proceso de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

Para el indicador Grado en cambios de la característica del producto: se han realizado estudios para las mejoras en telas. En relación al periodo de recuperación del capital, las empresas que han permanecido en el mercado, no han tomado en cuenta hasta el momento el desarrollo de las telas tecnológicas; sin embargo, han logrado establecerse, por lo que, obtuvieron buen porcentaje de inversión y ganancia a excepción del periodo en tiempos de coyuntura. En cuanto a los recursos invertidos, se ha considerado la adquisición de semillas alteradas genéticamente para obtener mayor producción de algodón y abarcar mayor demanda. En cuanto a los recursos invertidos, las importaciones de telas de fibra sintética han ido en aumento, el cual se relaciona con el margen de ganancia, ya que, han sido más económicas y brindaron mayor rentabilidad al reducir los costos. En ese sentido, respecto al indicador Tiempo estimado para lanzar productos nuevos: las investigaciones que se realizan para obtener nuevos productos con fibras tecnológicas, es un promedio de un año al ser presentadas. En relación al periodo de recuperación de capital, las empresas peruanas no se arriesgan en

confeccionar con telas tecnológicas, por lo que, se han limitado a emplear materia prima tradicional; lo cual, les brindó rentabilidad.

Por ello, se pudo evidenciar que las empresas del sector textil se encuentran alejados de emplear telas con desarrollo tecnológico con un fin específico, como las que se crearon para prevenir el cáncer o combatir el estrés; es así como han preferido lo tradicional y han limitado sus posibilidades de competitividad ante otros mercados o empresas. Así también, se han centrado en productos de moda y tendencia, basando su investigación en la imitación de diseños y no en la innovación.

Objetivo específico 4: Analizar de qué manera impacta el valor de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

Para el indicador nivel de satisfacción de sus clientes: Se presentó cambios con respecto a la valoración de la innovación, ya que sin innovación las empresas estaban obligadas a imitar y con innovación brindaban nuevas soluciones con una amplia gama de aplicaciones en el campo de confección y área textil. El periodo de recuperación en las empresas fue determinado en base al tiempo de permanencia en el mercado, las cuales obtuvieron resultados exitosos de acuerdo a periodo de posicionamiento en el mercado. Pese a ello, el 98.10% de las MYPES obtuvieron problemas para continuar en carrera, ya que no podían solventar ni sus impuestos. Por esta razón, muchos empresarios se quedaron bajo el mismo régimen y pocos fueron aquellos que lograron alcanzar un mejor rango, mientras que otros bajaron de régimen y otros desaparecieron. Las empresas que se posicionaron en el mercado tuvieron gran acogida en el mercado debido a la fabricación, comercialización y exportación de prendas elaboradas de fibras de origen animal como alpaca y lana de ovina. En ese lapso de tiempo, hubo un incremento de cambio de personal para mejorar los niveles de productividad y calidad en la industria, sin embargo, los resultados no fueron óptimos, los costos de los insumos importados disminuyeron y el margen de ganancia también.

En base al indicador grado de posicionamiento de la marca: En el 2022 las empresas peruanas que se mantenían en el mercado con grandes problemas por cubrir sus costos asistieron a una feria expotextil para potenciar sus ventas, donde conocieron nuevas ideas y nuevas perspectivas, lo cual fue muy satisfactorio ya

que las empresas obtuvieron los contactos propuestos y lograron cerrar acuerdos comerciales mostrando un fuerte posicionamiento a nivel nacional e internacional. Se logró impulsar la confección de prendas de vestir con insumos nacionales, los jefes tomaron la decisión de rotar nuevo personal y otros lo hicieron por decisión propia, pese a ello, la productividad se mantenía baja, afectando a la rentabilidad de las empresas, generando el incremento de nueva rotación de personal, bajando el valor total de los insumos nuevos a comprar para la nueva inversión y por ende obtenían un margen de utilidad bajo que año a año luchaban por conseguir mejores resultados.

Se puede decir que en cuanto al indicador nivel de satisfacción de sus clientes las empresas descubrieron que tenían que cambiar de perspectiva con respecto a la valoración que le brindaban a la innovación e inversión ya que si permanecían sin darle importancia siempre iban a tener problemas de solvencia económica hasta para pagar sus propios tributos, ya que debían mantenerse bajo el patrón de imitar diseños de moda obsoletos y no adelantarse a brindar nuevas soluciones en el área textil con prospectos más modernos. Por otro lado, en cuanto a Grado de posicionamiento de la marca, una cifra considerable de empresas peruanas participó de una feria comercial donde la mayor parte salió muy beneficiada por los objetivos que lograron cumplir, dentro de ello concretar acuerdos comerciales, oportunidad que fue bien aprovechada por las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.

De la misma forma se presenta la discusión de acuerdo a los antecedentes considerados en el presente trabajo, Ante ello con respecto a la Innovación y la inversión han sido fundamentales para el desarrollo y crecimiento de una empresa del sector textil; así también, como una oportunidad para mantenerse en el mercado e internacionalizarse, lo cual se apoya en el aporte de Castillo, C.; Gamboa, J. y Castillo D. (2019) que señalaron que Estados Unidos ha sido uno de los principales importadores de productos textiles de Ecuador; ya que destacaron por implementar tecnología, investigación y desarrollo, calidad a bajo costo.

Asimismo, según Ruppel, C. y Borlandelli, M. (2023) en el que se obtuvo que las empresas del rubro textil deben idear de manera constante en proyectar sus metas con todos los que la conforman para crear estratégicas de desarrollo. Lo cual coincide con los resultados obtenidos en la investigación de los indicadores

mencionados en donde se evidencia que las empresas a pesar de que cuentan con textiles de calidad, ha sido necesario que busquen estrategias para el desarrollo de su economía.

En ese sentido, se evidencia que las empresas deben tener la capacidad de ajustar sus estrategias según los eventos del entorno, tal como sucedió con la coyuntura en los tiempos de pandemia. Ante ello, Gomes, J., Moreira N., Iritani, R., Amara, W., y Ometto, A. (2023) donde se obtuvo que para aprovechar las oportunidades en una economía circular se necesita fuerza de inversión y capacidad para adaptarse a los cambios de la tecnología en la industria.

A su vez, se evidencia que para lograr crear e innovar productos nuevos, la empresa debe invertir en investigación y desarrollo, teniendo poder independiente en su toma de decisiones promoviendo la capacidad de innovar, lo cual se apoya en el aporte de Jacibucci y Perugini (2023) en el que se obtuvo como resultado, que el desempeño innovador de las empresas en estas industrias debería depender más de las interacciones con empresas e instituciones fuera de la cadena de producción, se concluyó que las empresas de las industrias tradicionales se caracterizan por una baja inversión en I+D y una débil capacidad de innovación independiente, lo cual está cambiando dada la creciente relevancia de tecnologías genéricas como las TIC.

Asimismo, según D'Itria y Colombi (2022) se obtuvo que, en los últimos cinco años, las innovaciones textiles han estado estrechamente relacionadas con las soluciones textiles biológicas que se han desarrollado para ser efectivas y estratégicas, concluyendo que la inversión en las industrias textiles potencia las opciones de recursos y medios representadas por pruebas radicales y un seguro compromiso con la sostenibilidad. Lo cual se condice con los resultados obtenidos en la investigación de dichos indicadores en donde se evidencia que la innovación en la fabricación de productos textiles potencia nuevas soluciones y necesidades de los clientes.

Por otro lado, para mejorar el porcentaje de ventas de nuevos productos las empresas deben ofrecer soluciones y distribuir textiles competitivos en el mercado tal como se muestra en Ayala, Ramos, Zapata, y Armada (2022) donde los resultados fueron que las empresas de dichos sectores emplean de manera adecuada la materia prima, ofrecen y distribuyen textiles competitivos gracias al

control de calidad empleado. Lo cual hace referencia a que las empresas deben optar por este tipo de estrategias para tener mayor porcentaje de ventas y de esta manera captar potenciales clientes.

Por otro lado, los cambios de la demanda pueden verse afectados si existe un alto nivel de la rotación de trabajadores; debido a que, un nuevo colaborador no puede trabajar en equipo de forma inmediata, por lo que las empresa al haber realizado muchos cambios de personal y de forma constante, no encontraron esa colaboración que necesitaron para obtener un buen rendimiento operativo, lo cual afecta a la productividad de la empresa y a su capacidad para abarcar gran cantidad de demanda nacional y mucho menos internacional; en otras palabras una empresa se puede volver poco competente en el mercado, pese a que la fibra de sus telas sean de buena calidad, el consumidor ha buscado tener buenos acabados en las confecciones. Por consiguiente, según Santos, Wojahn, y García (2022), la cual indicaron que la planificación y cultura de equipo cooperativo han sido prácticas que tienen efecto en el rendimiento operativo de una empresa.

Así mismo, la calidad de los productos está relacionada no solo con la materia prima, sino también en la capacidad de una empresa en desarrollar nuevos productos según los cambios del mercado. En ese sentido, en el estudio de Ponte, Ciro y Sospiro (2023), se obtuvo que toda empresa tiene características especiales únicas, por lo que, no se debe considerar un modelo de negocio estándar y por ello se deben emplear estrategias de investigación y desarrollo en su proceso de producción.

Así también, la necesidad de cambio es un proceso que ha ido de la mano con la innovación para el crecimiento y el posicionamiento de toda empresa, pese a que las empresas han contado con materia prima de calidad, no ha sido competencia ante empresas que emplearon estrategias de innovación según la demanda y los avances tecnológicos. Ante esto, según Melo & Tudela (2022). se obtuvo que la internacionalización y los procesos administrativos se encuentran relacionados, considerándose los factores internos, externos para un mejor desarrollo.

De la misma manera, Arrigo, E. (2020) indicó que, para la producción y fabricación es relevante elegir nuevos insumos y proveedores para determinar la sostenibilidad. Es decir, es importante haber contado con nuevos insumos o materia prima, para generar productos de valor y que generen competitividad. Lo que coincide con los

resultados del grado de cambio, por lo que, ha sido necesario e importante para generar productos nuevos y mantener el posicionamiento en el mercado.

En esa misma línea, el tiempo en el que surgen nuevos productos, es parte crecer en competitividad, la cual, ha sido consecuencia de la innovación que permite a las empresas del rubro textil, logren mantenerse y crecer. Ante ello, Cutipa, M., Escobar, F., Anchapuri, M. y Valreymond D. (2021) señalaron que la garantía de tener buena competitividad a nivel internacional, depende del nivel de innovación que han logrado las empresas. Es por ello que la innovación no se ha encontrado ajena a ningún proceso y es importante para mantenerse en el mercado.

Por consiguiente, Fuentealba, N. (2022) manifiesto que el éxito económico de una empresa se debe a la eficiencia e integración del personal en el desarrollo de sus productos. lo que concuerda con los resultados respecto al proceso de innovación; debido a que, si se deseó conseguir productos de calidad y nuevos que sean competentes, deben incluirse a los trabajadores; sin embargo, en el Perú se cuenta con un alto índice de rotación de personal.

Para mantener un buen nivel de satisfacción de sus clientes, se deben fortalecer los factores de influencia positiva, prestar más atención al desarrollo económico y la alta calidad de las exportaciones corporativas. Ante ello, Gai; Qiao; Deng y Wang (2022) menciona que se encontró que la ecoeficiencia media anual de las grandes empresas es superior a la de las pequeñas y medianas empresas, entre los factores que afectan la ecoeficiencia es la inversión extranjera directa y la regulación ambiental tienen efectos negativos significativos en la ecoeficiencia.

El grado de posicionamiento de marca se considera necesario e imprescindible para incrementar las ventas de una empresa. En el mundo empresarial altamente competitivo del sector textil, el posicionamiento eficaz de la marca se ha convertido en la clave del éxito de una empresa. De acuerdo con Moreira; Galvao; Galvão; Braga; Braga y Texeira (2023) indica que la sostenibilidad y posicionamiento de marca es un pilar directo e indirecto de la internacionalización, ya sea a través de la demanda del consumidor de productos o a través de la disponibilidad de productos realizados por la empresa; esto está motivado principalmente por los clientes, a pesar del alto precio de este producto.

Por consiguiente, Luque & Gallardo (2018) da a conocer que el universo textil ha desarrollado su parte de necesidades, fantasías y egos donde la producción textil

ilimitada y el resto de las industrias tienen que observar el reflejo de prueba a través de las condiciones y efectos de la producción de sus productos. Lo que hace referencia que las empresas no están cubriendo al 100% las necesidades y fantasías que el mercado demanda.

V. CONCLUSIONES

En conclusión, el análisis de las subcategorías relacionadas con la industria textil reveló un panorama cambiante en los últimos años; la innovación en productos textiles se convirtió en un factor crucial para la posición de las empresas tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, la necesidad de cambio se presentó como un desafío; debida competencia de productos textiles más económicos de otros países.

Así mismo, el sector textil peruano indica que, en lo que, respecto a la innovación de productos, los jeans, polos y mamelucos fueron destacados, particularmente cuando se utilizaron telas como franela, French terry y tela gamuza. En ese sentido, el tiempo de permanencia en el mercado fue un factor importante para la recuperación del capital, sin embargo, la alta rotación de personal bajó la rentabilidad de la empresa.

En esa misma línea, a pesar de la calidad reconocida de las telas nacionales, muchas empresas optaron por permanecer como pequeñas empresas, sin capitalizar completamente su potencial. Además, el alto índice de rotación de personal y la falta de productividad afectaron la capacidad de las empresas para abordar la demanda internacional.

En ese sentido, las empresas del sector textil en Perú han optado por mantener un enfoque conservador en lugar de adoptar las telas tecnológicas con fines específicos, a pesar de los estudios realizados en esta dirección. Aunque han obtenido buenos resultados en términos de inversión y rentabilidad a corto plazo, han perdido la oportunidad de competir en mercados más innovadores y mantenerse a la vanguardia de la tecnología en textiles.

Por último, en lo que respeta al nivel de satisfacción de los clientes, queda claro que la innovación y la inversión en nuevas soluciones son elementos fundamentales para el éxito a largo plazo. Por otro lado, en el indicador de grado de posicionamiento de la marca, la participación en una feria comercial resultó ser una estrategia efectiva para muchas empresas, permitiéndoles cerrar acuerdos comerciales y fortalecer su presencia tanto a nivel nacional como internacional.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda que las empresas en la industria textil se centren en la innovación de productos textiles y en la mejora de su calidad para mantener y fortalecer su posición en el mercado. Deben seguir invirtiendo en investigación y desarrollo, particularmente en telas que abordan cuestiones de salud y bienestar. Además, es esencial mejorar la eficiencia y la productividad, fomentar un entorno laboral satisfactorio y retener el talento.

Así también, se pueden enfocar en estrategias con jeans, polos y entre otras prendas empleando materiales peruanos de gran calidad y reconocimiento; por lo que también es esencial que de ser posible migren hacia categorías más grandes para aprovechar economías de escala y mejorar su rentabilidad a largo plazo.

Por otro lado, las empresas textiles peruanas consideren tomar medidas decisivas para mejorar su gestión de recursos humanos. Reducir la alta rotación de personal y fomentar un ambiente laboral más estable y productivo podría ser clave para aprovechar al máximo el talento disponible.

Así mismo, las empresas del sector textil en Perú consideren diversificar sus estrategias y adoptar telas tecnológicas con aplicaciones específicas. Se les recomienda invertir en investigación y desarrollo para la creación de productos innovadores que satisfagan las demandas del mercado global y mejoren su competitividad a largo plazo. Además, deben fomentar la colaboración con instituciones educativas y centros de investigación para estar al tanto de las últimas tendencias en textiles y aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la innovación.

Por último, es necesario que prioricen la innovación y la inversión en nuevas soluciones para mantenerse competitivos y solventes en el mercado. Además, aprovechar oportunidades como ferias comerciales puede ser una estrategia efectiva para fortalecer la posición de la marca y expandir los horizontes comerciales. Sin embargo, es esencial abordar los desafíos persistentes en productividad y rentabilidad a través de la mejora continua de procesos y la optimización de recursos.

REFERENCIAS

- Arrigo, E. (2020). Abastecimiento global en minoristas de moda rápida: ubicaciones de abastecimiento y consideraciones de sostenibilidad. <https://doi.org/10.3390/su12020508>
- Arroyo, J. y Timaná, R. (2022). Factores asociados a los efectos sanitarios y económicos de la pandemia del COVID-19 en el sector textil peruano, 2020-2021. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2022.875998>
- Asociación Peruana de Técnico Textiles (2021). Mundo Textil: Bicentenario de la Independencia. https://issuu.com/revistamundotextil/docs/revista_mundo_textil_164b
- Asociación Peruana de Técnico Textiles (2022). Mundo Textil: El consejo Directivo se renueva en la APTT para Este 2022. https://issuu.com/revistamundotextil/docs/mundo_textil_165
- Ayala, L., Ramos, S., Zapata, A., y Armada, J (2022)fff. Exportación y sanitación internacional en empresas productoras de prendas de alpaca de Huancayo y Lima <https://doi.org/10.52808/bmsa.7e6.622.026?>
- Cutipa, M., Escobar, F., Anchapuri, M. y Valreymond D. (2021). La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil. <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2848>
- D'Itria E. y Colombi, C. (2022). La innovación de base biológica como moda y Textil Diseño imprescindible: una perspectiva europea. <https://doi.org/10.3390/su14010570>
- El Comercio (2021). SNI: Exportaciones de textil-confecciones esperan revertir caída al cierre de este año. <https://elcomercio.pe/economia/peru/exportaciones-de-textil-confecciones->

[esperan-revertir-caida-al-cierre-de-este-ano-segun-la-sociedad-nacional-de-industrias-ncze-noticia/](#)

Fuentealba, N. (2022). Empresariado textil y comunidad local: hacia una nueva zona de acción paternalista, Tomé 1900-1940. <http://dx.doi.org/10.5354/0719-1243.2022.67226>

Furferi, R.; Volpe, Y. y Mantellassi, F. (2022). Directrices de economía circular para la Textil Industria. <https://doi.org/10.3390/su141711111>

Gai, Y., Qiao, Y., Deng, H. y Wang, Y. (2022). Investigación de la ecoeficiencia de la industria textil de China basada en un análisis a nivel de empresa. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2022.155075>

Gestión (2022). Qué es exactamente la innovación. <https://gestion.pe/tendencias/que-es-la-innovacion-que-significa-realmente-innovar-nnda-nnlt-noticia/?ref=gesr>

Gestión (2023). Pese a menor precio, volumen de exportación del sector textil caerá a doble dígito este año. <https://gestion.pe/economia/sni-peru-sector-textil-y-confecciones-pese-a-menor-precio-exportaciones-tendra-retroceso-a-doble-digito-este-2023-noticia/?ref=gesr>

Gomes, J., Moreira N., Iritani, R., Amara, W., y Ometto, A. (2023). Innovación Circular Sistémica: Barreras, Ventanas de Oportunidad y Análisis del Escenario de Confecciones de Brasil. <https://doi.org/10.1080/17569370.2021.1987645>

Gomes, J., Moreira N., Iritani, R., Amara, W., y Ometto, A. (2023). Innovación Circular Sistémica: Barreras, Ventanas de Oportunidad y Análisis del Escenario de Confecciones de Brasil. <https://doi.org/10.1080/17569370.2021.1987645>

Jacibucci, D. y Perugini, F. (2023). Rendimiento de la innovación en Industrias tradicionales: ¿Importa la proximidad a las universidades? <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122340>

- Luque, A., & Gallardo, G. (2018). La producción textil y su relación con la responsabilidad social empresarial. <https://doi.org/10.15665/dem.v17i1.1591>
- Mahajan A. y Majumdar K. (2020). El rigor de la política ambiental y la ventaja comparativa de los bienes ambientalmente sensibles: un estudio de textil exportaciones en los países del G20. <https://doi.org/10.1108/BIJ-06-2021-0304>
- Melo, G & Tudela, J (2022). Proceso de la administración, innovación e internacionalización de empresas artesanales textiles de la región Puno. <http://dx.doi.org/10.18271/ria.2022.484>
- Moreira, L.; Galvao, A.; Galvão, A.; Braga, V.; Braga, A. y Texeira, J. (2023). La sostenibilidad como puerta de entrada a los mercados internacionales textiles: el caso portugués. <https://doi.org/10.3390/su15054669>
- Munive, L. (2022). Registro cromático de textiles precolombinos de la costa sur del Perú para fortalecer el desarrollo de proyectos de diseño y arqueología. <https://doi.org/10.32870/zcr.v6i11.119>
- Ponte, C., Ciro, M. Sospiro, P. (2023). Estado del arte sobre el nexo entre sostenibilidad, industria de la moda y modelo de negocio sostenible <https://doi.org/10.1016/j.scp.2023.100968>
- Raian S.; Siddiqua T.; Abdul Moktadir M. y Rahman T. (2023). Un modelo empírico para identificar y controlar los riesgos operativos y ambientales en la industria del hilado en una economía emergente. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2023.1092443>
- Ruppel, C. y Borlandelli, M. (2023). Diseño e innovación en el interior de unidades productivas textiles. Caso de estudio Empresa PyMe del sector textil e indumentaria de la ciudad de Mar del Plata. <http://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi115.4259>
- Santos, L., Wojahn, R., y García S (2022). Influencia de la colaboración en la cadena de suministro en el desempeño operativo de la industria textil y

metalmecánica en Vale do Itajaí (SC) <https://doi.org/10.1590/1806-9649-2022v29e6521>

Silva-Castro, D., Campoblanco- Carhuachin, R. y León, C. (2022). Production management model to reduce non-fulfillment of orders in Peruvian garment SMEs through 5S, SMED and standardization tools. <https://doi.org/10.18687/LEIRD2022.1.1.73>

Sociedad Nacional de Industrias (2021). SNI: Importación de textiles asiáticos sigue en aumento, algunas categorías crecieron hasta 100% entre enero y febrero. <https://sni.org.pe/sni-importacion-de-textiles-asiaticos-sigue-en-aumento-algunas-categorias-crecieron-hasta-100-entre-enero-y-febrero/>

Solazzo, C. y Phipps, E. (2022). Chasing the elusive viscacha in Precolumbian textiles at the intersection of art and science. <https://doi.org/10.1016/j.jas.2022.105575>

ANEXOS

Anexo 1

A). Matriz categorización

Categorías	Definición conceptual	Sub categorías	Indicadores
Innovación	Según Posada (2021) indicó que la innovación es emplear un proceso, aumentar o característica nueva a un determinado producto, servicio o necesidad existente con el fin de generar valor y encontrar una ventaja competitiva en el mercado. Por lo cuál se considera aspectos como, productos innovados, necesidad de cambio proceso de innovación y el valor de esta misma	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de productos • Porcentaje de ventas de nuevos productos.
		Necesidad de cambio	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de Calidad de productos • Nivel de cambios en la demanda
		Proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Grado en cambios de la característica del producto • Tiempo estimado para lanzar productos nuevos
		Valor de innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de satisfacción de sus clientes. • Grado de posicionamiento de la marca.
La inversión	De acuerdo con Chavéz (2023) La inversión es una acción que implica el destino de algún recurso para obtener una ganancia. En economía, estos recursos son: tiempo, capital y trabajo. Por lo tanto, se realiza una inversión cuando uno o varios de estos recursos son explotados con fines lucrativos en el futuro.	Tiempo	<ul style="list-style-type: none"> • Periodo de recuperación del capital • Periodo en el que se obtiene la ganancia.
		Capital de inversión	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de retorno de Inversión. • Recurso invertido
		Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • índice de rotación de personal • índice de productividad de empleados
		Ganancia	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de los recursos interesados a invertir. • Margen de ganancia

B). Matriz de sistematización

Problema general	Objetivo general	SubCategorías de la innovación	Indicadores
¿De qué manera impacta la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022?	Analizar de qué manera impacta la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022	Productos innovados	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de productos Porcentaje de ventas de nuevos productos.
		Necesidad de cambio	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de Calidad de productos Nivel de cambios en la demanda
		Proceso de innovación	<ul style="list-style-type: none"> Grado en cambios de la característica del producto Tiempo estimado para lanzar productos nuevos
		Valor de innovación	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción de sus clientes. Grado de posicionamiento de la marca.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Subcategorías de la Inversión	Indicadores
¿De qué manera impacta los productos innovados y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022?	Analizar de qué manera impacta los productos innovados y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022	Tiempo	<ul style="list-style-type: none"> Periodo de recuperación del capital Periodo en el que se obtiene la ganancia.
¿De qué manera impacta la necesidad de cambio y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022?	Analizar de qué manera impacta la necesidad de cambio y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022	Capital	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de retorno de Inversión. Recurso invertido

<p>¿De qué manera impacta el proceso de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022?</p>	<p>Analizar de qué manera impacta el proceso de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022</p>	<p>Trabajo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • índice de rotación de personal • índice de productividad de empleados
<p>¿De qué manera impacta el valor de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022?</p>	<p>Analizar de qué manera impacta el valor de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022</p>	<p>Ganancia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de los recursos interesados a invertir. • Margen de ganancia

Anexo 2: Instrumento – Matriz de Triangulación

A). Objetivo General

INNOVACIÓN	Productos innovados		Proceso de innovación	
	Cantidad de productos	Porcentaje de ventas de nuevos productos.	Grado en cambios de la característica del producto	Tiempo estimado para lanzar productos nuevos
	Necesidad de cambio		Valor de innovación	
	Nivel de Calidad de productos	Nivel de cambios en la demanda	Nivel de satisfacción de sus clientes	Grado de posicionamiento de la marca.
INVERSIÓN	Tiempo		Capital de inversión	
	Periodo de recuperación del capital	Periodo en el que se obtiene la ganancia.	Porcentaje de retorno de Inversión.	Recurso invertido
	Trabajo		Ganancia	
	índice de rotación de personal	índice de productividad de empleados	Costos de los recursos interesados a invertir.	Margen de ganancia

B). Objetivo Específico 1

		INVERSIÓN							
		Tiempo		Capital		Trabajo		Ganancia	
Subcategoría	Indicador	Periodo de recuperación del capital.	Periodo en el que se obtiene la ganancia.	Porcentaje de retorno de Inversión.	Recurso invertido.	índice de rotación de personal	índice de productividad de empleados	Costos de los recursos interesados a invertir.	Margen de ganancia
Productos innovados	Cantidad de productos								
	Porcentaje de ventas de nuevos productos.								

C). Objetivo Específico 2

		INVERSIÓN							
		Tiempo		Capital		Trabajo		Ganancia	
		Periodo de recuperación del capital.	Periodo en el que se obtiene la ganancia.	Porcentaje de retorno de Inversión.	Recurso invertido.	índice de rotación de personal	índice de productividad de empleados	Costos de los recursos interesados a invertir.	Margen de ganancia
Necesidad de cambio	Nivel de Calidad de productos								
	Nivel de cambios en la demanda.								

D). Objetivo Específico 3

		INVERSIÓN							
		Tiempo		Capital		Trabajo		Ganancia	
		Periodo de recuperación del capital.	Periodo en el que se obtiene la ganancia.	Porcentaje de retorno de Inversión.	Recurso invertido.	índice de rotación de personal	índice de productividad de empleados	Costos de los recursos interesados a invertir.	Margen de ganancia
Valor de innovación	Nivel de satisfacción de sus clientes.								
	Grado de posicionamiento de la marca.								

E). Objetivo Específico 4

		INVERSIÓN							
		Tiempo		Capital		Trabajo		Ganancia	
		Periodo de recuperación del capital.	Periodo en el que se obtiene la ganancia.	Porcentaje de retorno de Inversión.	Recurso invertido.	índice de rotación de personal	índice de productividad de empleados	Costos de los recursos interesados a invertir.	Margen de ganancia
Valor de innovación	Nivel de satisfacción de sus clientes.								
	Grado de posicionamiento de la marca.								

Anexo 3: Matriz de Triangulación de los Resultados

A). Objetivo General

Analizar de qué manera impacta la innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

INNOVACIÓN	Productos innovados		Proceso de innovación	
	Cantidad de productos	Porcentaje de ventas de nuevos productos.	Grado en cambios de la característica del producto	Tiempo estimado para lanzar productos nuevos
	En el 2018 se fabricaron 93, 861 tejidos. En el Perú 2019 y 2020, los productos que presentaron resultados positivos en la innovación fueron: tela franela (+94,2%), french terry (+17,0%) y tela gamuza (+11,2%). Mientras que entre los productos menos favorecidos resaltaron los hilos e hilados mezcla (-57,7%) y telas de poliéster (-56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos, mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.	En el 2018 hubo un crecimiento en las exportaciones de 10.4%. En el 2019 una reducción de -6.8% y en el 2020 de -20.1%.	En el 2022 se realizaron estudios para la producción de telas tecnológicas (telas para personas con Albinismo, textiles antiestrés, para el cuidado del cabello y para combatir el cáncer) todo ello desarrollado en Qumica Nava Perú.	Con el avance tecnológico en el periodo 2018 a 2022, en cuanto a tendencias de telas inteligentes se estimó un promedio de tiempo de un año para muestra de innovaciones, las investigaciones se llevaron a cabo por la empresa química Nava
	Necesidad de cambio		Valor de innovación	
	Nivel de Calidad de productos	Nivel de cambios en la demanda	Nivel de satisfacción de sus clientes	Grado de posicionamiento de la marca.

	<p>En el 2018 se propuso como solución para la industria textil peruana que se emplee el uso de semillas modificadas para incrementar la calidad del algodón, debido a que se vio afectada por la fuerte competencia de países latinoamericanos que desarrollaron productos con menores precios y gran calidad.</p> <p>La calidad de las fibra peruanas, fue una de las razones por la que los textiles peruanos fueran tan valiosos, en parte el Algodón Pima, fue el más fino del mundo, sus precios estaban entre 300 a 450 euros por kilogramo, por lo que las exportaciones dónde se clasifica este producto sumaron US\$ 338,897,000 dólares en el 2021.</p>	<p>Del 2018 al 2019 la demanda incrementó a un 19.48%</p> <p>En el 2020 tuvo una participación de 1% a nivel mundial, ubicándose en el puesto 24 del ranking mundial. (Ministerio de la producción.</p> <p>En el 2021 EEUU ha sido el mayor comprador, ya que incrementó las ventas de textil peruano a ese país en un 34%, seguido por alemania e italia en un 65% y 43% respectivamente</p>	<p>En el 2018 y años anteriores la innovación era poco valorada ya que más fácil era imitar. Con la llegada de la pandemia hasta la actualidad la población logró percatarse que las innovaciones brindan nuevas soluciones para una amplia gama de aplicaciones en las áreas textil y de la confección.</p>	<p>En el 2022 hubo una feria Peruana Expotextil en la que asistieron 24,479 personas. La feria arrojó las siguientes cifras: 89,19% de los compradores obtuvieron los contactos deseados en la feria; 75% lograron concretar acuerdos comerciales representados por 2.850 empresas; 4.538 empresas realizaron acuerdos comerciales en un lapso menor de un año, lo que mostró el fuerte posicionamiento que tienen las marcas textiles a nivel nacional e internacional</p>
	Tiempo		Capital de inversión	
	Periodo de recuperación del capital	Periodo en el que se obtiene la ganancia.	Porcentaje de retorno de Inversión.	Recurso invertido
INVERSIÓN	<p>Se estudió que el tamaño de una empresa dependía de su permanencia en el mercado, la microempresas que tenían un tiempo promedio de 9 años en el mercado, las pequeñas de 11 años, las medianas 5 años más que las microempresas y 3 más que las pequeñas, las grandes registraban</p>	<p>Durante en el 2019 el 22.5% de las empresas del sector textil presentaron inconvenientes para pagar sus impuestos siendo que la mayoría eran MYPE (98.1%).</p> <p>En el 2020 la recaudación de impuestos del sector textil</p>	<p>Las empresas nacidas en el 2010 como microempresas el 97.6% continuó siendo microempresa en el 2020, el 2.3% migró a pequeñas y el 0.1% se convirtió en gran empresa.</p> <p>Respecto a las que comenzaron como pequeñas en el 2010. el</p>	<p>En Perú, las fibras de origen animal fueron las de alpaca, llama, lana ovina las cuales tuvieron una participación promedio de 60.1%,29.6% y 4.5%, desde el 2010 al 2020, respectivamente.</p> <p>Las fibras sintéticas usadas en las confecciones peruanas fueron el nylon, poliéster, fibra acrílica, polivinílicas,</p>

	una permanencia de 12 a 10 años más que las micro y pequeñas empresas.	decreció en 23.6%, ya que muchas empresas se perjudicaron en su ganancia debido a la pandemia.	1.9% se convirtieron en medianas en el 2020 y el 2.9% a gran empresa, mientras que el 39.5% bajó a microempresa.	polipropileno, rayón y entre otros. las cuales disminuyeron su tasa promedio anual de 3.2% entre el 2018 y el 2020.
	Trabajo		Ganancia	
	índice de rotación de personal	índice de productividad de empleados	Costos de los recursos interesados a invertir.	Margen de ganancia
	En el Perú el índice promedio de rotación laboral llegó a 20,7%, y de rotación voluntaria llegó a ser 9,8%. Estudios indicaron que entre el 73% y el 75% de las renunciaciones no son a la empresa, sino al jefe.	El nivel de la productividad laboral del Perú en la industria textil fue bajo para su nivel de estabilidad macroeconómica. La productividad laboral por hora en el Perú era de 15,2% de la productividad registrada en Estados Unidos.	Entre el 2018 al 2020 el precio FOB de los insumos importados tuvo una reducción acumulada de 28.8%.	El margen de utilidad obtenido en las ventas de confecciones registró una reducción promedio de 37,2%% entre el 2018 y 2019. Se registró en el 2018 un margen de utilidad de 10% en el 2019 de 11.4%, en el 2020 de 10.4%, en el 2021 de 13.3% y en el 2022 de 16.40%.

B). Objetivo específico 1

Analizar de qué manera impactan los productos innovados y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

Subcategoría Indicador		INVERSIÓN							
		Tiempo		Capital		Trabajo		Ganancia	
		Periodo de recuperación del capital.	Periodo en el que se obtiene la ganancia.	Porcentaje de retorno de Inversión.	Recurso invertido.	índice de rotación de personal	índice de productividad de empleados	Costos de los recursos interesados a invertir.	Margen de ganancia
Productos innovados	Cantidad de productos	Se estudió que el tamaño de una empresa dependía de su permanencia en el mercado, la microempresas que tenían un tiempo promedio de 9 años en el mercado, las pequeñas de 11 años, las medianas 5 años más que las microempresas y 3 más que	Durante en el 2019 el 22.5% de las empresas del sector textil presentaron inconvenientes para pagar sus impuestos siendo que la mayoría eran MYPE (98.1%). En el 2020 la recaudación de impuestos del sector textil decreció en 23.6%, ya que muchas	Las empresas nacidas en el 2010 como microempresas el 97.6% continuó siendo microempresas en el 2020, el 2.3% migró a pequeñas y el 0.1% se convirtió en gran empresa. Respecto a las que comenzaron como pequeñas en el 2010. el	En Perú, las fibras de origen animal fueron las de alpaca, llama, lana ovina las cuales tuvieron una participación promedio de 60.1%,29.6% y 4.5%, desde el 2010 al 2020, respectivamente. Las fibras sintéticas usadas en las confecciones peruanas fueron el nylon,	En el Perú el índice promedio de rotación laboral llegó a 20,7%, y de rotación voluntaria llegó a ser 9,8%. Estudios indicaron que entre el 73% y el 75% de las renuncias no son a la empresa, sino al jefe. En el 2018 se fabricaron 9	El nivel de la productividad laboral del Perú en la industria textil fue bajo para su nivel de estabilidad macroeconómica. La productividad laboral por hora en el Perú era de 15,2% de la productividad registrada en Estados Unidos. En el 2018 se fabricaron 93,861 tejidos. En el Perú 201-9	Entre el 2018 al 2020 el precio FOB de los insumos importados tuvo una reducción acumulada de 28.8%. En el 2018 se fabricaron 93,861 tejidos. En el Perú 2019 y 2020, los productos que presentaron resultados	El margen de utilidad obtenido en las ventas de confecciones registró una reducción promedio de 37,2%% entre el 2018 y 2019. Se registró en el 2018 un margen de utilidad de 10% en el 2019 de 11.4%, en el 2020 de 10.4%, en el

		<p>las pequeñas, las grandes registraban una permanencia de 12 a 10 años más que las micro y pequeñas empresas.</p> <p>En el 2018 se fabricaron 93, 861 tejidos.</p> <p>En el Perú 2019 y 2020, los productos que presentaron resultados positivos en la innovación fueron: tela franela (+94,2%), french terry (+17,0%) y tela gamuza (+11,2%). Mientras que entre los productos menos favorecidos resaltaron los hilos e hilados mezcla (-57,7%) y telas de poliéster (-56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos, mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.</p>	<p>empresas se perjudicaron en su ganancia debido a la pandemia.</p> <p>En el 2018 se fabricaron 93 , 861 tejidos. En el Perú 2019 y 2020, los productos que presentaron resultados positivos en la innovación fueron: tela franela (+94,2%), french terry (+17,0%) y tela gamuza (+11,2%). Mientras que entre los productos menos favorecidos resaltaron los hilos e hilados mezcla (-57,7%) y telas</p>	<p>1.9% se convirtieron en medianas en el 2020 y el 2.9% a gran empresa, mientras que el 39.5% bajó a microempresa .</p> <p>En el 2018 se fabricaron 93, 861 tejidos. En el Perú 2019 y 2020, los productos que presentaron resultados positivos en la innovación fueron: tela franela (+94,2%), french terry (+17,0%) y tela gamuza (+11,2%). Mientras que entre los productos menos</p>	<p>poliéster, fibra acrílica, polivinílicas, polipropileno, rayón y entre otros. las cuales disminuyeron su tasa promedio anual de 3.2% entre el 2018 y el 2020.</p> <p>En el 2018 se fabricaron 93, 861 tejidos. En el Perú 2019 y 2020, los productos que presentaron resultados positivos en la innovación fueron: tela franela (+94,2%), french terry (+17,0%) y tela gamuza (+11,2%). Mientras que entre los productos menos favorecidos resaltaron los</p>	<p>3, 861 tejidos. En el Perú 2019 y 2020, los productos que presentaron resultados positivos en la innovación fueron: tela franela (+94,2%), french terry (+17,0%) y tela gamuza (+11,2%). Mientras que entre los productos menos favorecidos resaltaron los hilos e hilados mezcla (-57,7%) y telas de poliéster (-56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos,</p>	<p>y 2020, los productos que presentaron resultados positivos en la innovación fueron: tela franela (+94,2%), french terry (+17,0%) y tela gamuza (+11,2%). Mientras que entre los productos menos favorecidos resaltaron los hilos e hilados mezcla (-57,7%) y telas de poliéster (-56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos, mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.</p>	<p>positivos en la innovación fueron: tela franela (+94,2%), french terry (+17,0%) y tela gamuza (+11,2%). Mientras que entre los productos menos favorecidos resaltaron los hilos e hilados mezcla (-57,7%) y telas de poliéster (-56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos, mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.</p>	<p>2021 de 13.3% y en el 2022 de 16.40%. En el 2018 se fabricaron 93, 861 tejidos. En el Perú 2019 y 2020, los productos que presentaron resultados positivos en la innovación fueron: tela franela (+94,2%), french terry (+17,0%) y tela gamuza (+11,2%). Mientras que entre los productos menos favorecidos resaltaron los hilos e hilados mezcla (-57,7%) y telas de poliéster (-56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos, mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.</p>
--	--	---	---	---	--	---	--	---	--

		favorecidos resaltaron los hilos e hilados mezcla (-57,7%) y telas de poliéster (-56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos, mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.	de poliéster (-56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos, mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.	favorecidos resaltaron los hilos e hilados mezcla (-57,7%) y telas de poliéster (-56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos, mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.	hilos e hilados mezcla (-57,7%) y telas de poliéster (-56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos, mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.	mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.			56,1%). En el 2021 y 2022 la producción de jeans, polos, mamelucos, pijama y tejidos se incrementó un 36% en comparación con el año anterior.
	Porcentaje de ventas de nuevos productos	Se estudió que el tamaño de una empresa dependía de su permanencia en el mercado, la microempresas que tenían un tiempo promedio de 9 años en el mercado, las	Durante en el 2019 el 22.5% de las empresas del sector textil presentaron inconvenientes para pagar sus impuestos siendo que la mayoría eran MYPE (98.1%).	Las empresas nacidas en el 2010 como microempresas el 97.6% continuó siendo microempresas en el 2020, el 2.3% migró a pequeñas y el 0.1% se convirtió en gran empresa.	En Perú, las fibras de origen animal fueron las de alpaca, llama, lana ovina las cuales tuvieron una participación promedio de 60.1%,29.6% y 4.5%, desde el 2010 al 2020, respectivamente.	En el Perú el índice promedio de rotación laboral llegó a 20,7%, y de rotación voluntaria llegó a ser 9,8%. Estudios indicaron que entre el 73% y el 75% de	El nivel de la productividad laboral del Perú en la industria textil fue bajo para su nivel de estabilidad macroeconómica. La productividad laboral por hora en el Perú era de 15,2% de la productividad	Entre el 2018 al 2020 el precio FOB de los insumos importados tuvo una reducción acumulada de 28.8%. En el 2018 hubo un crecimiento	El margen de utilidad obtenido en las ventas de confecciones registró una reducción promedio de 37,2% entre el 2018 y 2019. Se registró en el 2018 un

		<p>pequeñas de 11 años, las medianas 5 años más que las microempresas y 3 más que las pequeñas, las grandes registraban una permanencia de 12 a 10 años más que las micro y pequeñas empresas.</p> <p>En el 2018 hubo un crecimiento en las exportaciones de 10.4%. En el 2019 una reducción de -6.8% y en el 2020 de -20.1%.</p>	<p>En el 2020 la recaudación de impuestos del sector textil decreció en 23.6%, ya que muchas empresas se perjudicaron en su ganancia debido a la pandemia.</p> <p>En el 2018 hubo un crecimiento en las exportaciones de 10.4%. En el 2019 una reducción de -6.8% y en el 2020 de -20.1%.</p>	<p>Respecto a las que comenzaron como pequeñas en el 2010. el 1.9% se convirtieron en medianas en el 2020 y el 2.9% a gran empresa, mientras que el 39.5% bajó a microempresa.</p> <p>En el 2018 hubo un crecimiento en las exportaciones de 10.4%. En el 2019 una reducción de -6.8% y en el 2020 de -20.1%.</p>	<p>Las fibras sintéticas usadas en las confecciones peruanas fueron el nylon, poliéster, fibra acrílica, polivinílicas, polipropileno, rayón y entre otros. las cuales disminuyeron su tasa promedio anual de 3.2% entre el 2018 y el 2020.</p> <p>En el 2018 hubo un crecimiento en las exportaciones de 10.4%. En el 2019 una reducción de -6.8% y en el 2020 de -20.1%.</p>	<p>las renuncias no son a la empresa, sino al jefe.</p> <p>En el 2018 hubo un crecimiento en las exportaciones de 10.4%. En el 2019 una reducción de -6.8% y en el 2020 de -20.1%.</p>	<p>registrada en Estados Unidos.</p> <p>En el 2018 hubo un crecimiento en las exportaciones de 10.4%. En el 2019 una reducción de -6.8% y en el 2020 de -20.1%.</p>	<p>en las exportaciones de 10.4%. En el 2019 una reducción de -6.8% y en el 2020 de -20.1%.</p> <p>En el 2018 hubo un crecimiento en las exportaciones de 10.4%. En el 2019 una reducción de -6.8% y en el 2020 de -20.1%.</p>	<p>margen de utilidad de 10% en el 2019 de 11.4%, en el 2020 de 10.4%, en el 2021 de 13.3% y en el 2022 de 16.40%.</p> <p>En el 2018 hubo un crecimiento en las exportaciones de 10.4%. En el 2019 una reducción de -6.8% y en el 2020 de -20.1%.</p>
--	--	---	---	--	--	--	---	--	---

C). Objetivo específico 2

Analizar de qué manera impacta la necesidad de cambio y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

		INVERSIÓN							
		Tiempo		Capital		Trabajo		Ganancia	
		Periodo de recuperación del capital.	Periodo en el que se obtiene la ganancia.	Porcentaje de retorno de Inversión.	Recurso invertido.	índice de rotación de personal	índice de productividad de empleados	Costos de los recursos interesados a invertir.	Margen de ganancia
Necesidad de cambio	Nivel de Calidad de productos	Se estudió que el tamaño de una empresa dependía de su permanencia en el mercado, la microempresas que tenían un tiempo promedio de 9 años en el mercado, las pequeñas de 11 años, las medianas 5 años más que las microempresas y 3 más que las pequeñas, las grandes registraban una	Durante en el 2019 el 22.5% de las empresas del sector textil presentaron inconvenientes para pagar sus impuestos siendo que la mayoría eran MYPE (98.1%). En el 2020 la recaudación de impuestos del sector textil decreció en 23.6%, ya que muchas	Las empresas nacidas en el 2010 como microempresas el 97.6% continuó siendo microempresa en el 2020 , el 2.3% migró a pequeñas y el 0.1% se convirtió en gran empresa. Respecto a las que comenzaron como pequeñas en el 2010. el 1.9% se	En Perú, las fibras de origen animal fueron las de alpaca, llama, lana ovina las cuales tuvieron una participación promedio de 60.1%,29.6% y 4.5%, desde el 2010 al 2020, respectivamente. Las fibras sintéticas usadas en las confecciones peruanas	En el Perú el índice promedio de rotación laboral llegó a 20,7%, y de rotación voluntaria llegó a ser 9,8%. Estudios indicaron que entre el 73% y el 75% de las renuncias no son a la empresa, sino al jefe.	El nivel de la productividad laboral del Perú en la industria textil fue bajo para su nivel de estabilidad macroeconómica. La productividad laboral por hora en el Perú era de 15,2% de la productividad registrada en Estados Unidos.	Entre el 2018 al 2020 el precio FOB de los insumos importados tuvo una reducción acumulada de 28.8%. En el 2018 se propuso como solución para la industria textil peruana que se emplee el uso de semillas modificadas	El margen de utilidad obtenido en las ventas de confecciones registró una reducción promedio de 37,2%% entre el 2018 y 2019. Se registró en el 2018 un margen de utilidad de 10% en el 2019 de 11.4%, en el 2020 de 10.4%, en el 2021 de 13.3% y en el

		<p>permanencia de 12 a 10 años más que las micro y pequeñas empresas.</p> <p>En el 2018 se propuso como solución para la industria textil peruana que se emplee el uso de semillas modificadas para incrementar la calidad del algodón, debido a que se vio afectada por la fuerte competencia de países latinoamericanos que desarrollaron productos con menores precios y gran calidad. La calidad de las fibra peruanas, fue una de las razones por la que los textiles peruanos fueran</p>	<p>empresas se perjudicaron en su ganancia debido a la pandemia.</p> <p>En el 2018 se propuso como solución para la industria textil peruana que se emplee el uso de semillas modificadas para incrementar la calidad del algodón, debido a que se vio afectada por la fuerte competencia de países latinoamericanos que desarrollaron productos con menores precios y gran calidad. La calidad de las fibra</p>	<p>convirtieron en medianas en el 2020 y el 2.9% a gran empresa, mientras que el 39.5% bajó a microempresa.</p> <p>En el 2018 se propuso como solución para la industria textil peruana que se emplee el uso de semillas modificadas para incrementar la calidad del algodón, debido a que se vio afectada por la fuerte competencia de países latinoamericanos que desarrollaron productos con menores precios y gran calidad.</p>	<p>fueron el nylon, poliéster, fibra acrílica, polivinílicas, polipropileno, rayón y entre otros. las cuales disminuyeron su tasa promedio anual de 3.2% entre el 2018 y el 2020.</p> <p>En el 2018 se propuso como solución para la industria textil peruana que se emplee el uso de semillas modificadas para incrementar la calidad del algodón, debido a que se vio afectada por la fuerte competencia de países latinoamericanos que desarrollaron</p>	<p>En el 2018 se propuso como solución para la industria textil peruana que se emplee el uso de semillas modificadas para incrementar la calidad del algodón, debido a que se vio afectada por la fuerte competencia de países latinoamericanos que desarrollaron productos con menores precios y gran calidad. La calidad de las fibra peruanas, fue una de las razones por la que los textiles peruanos fueran tan</p>	<p>En el 2018 se propuso como solución para la industria textil peruana que se emplee el uso de semillas modificadas para incrementar la calidad del algodón, debido a que se vio afectada por la fuerte competencia de países latinoamericanos que desarrollaron productos con menores precios y gran calidad. La calidad de las fibra peruanas, fue una de las razones por la que los textiles peruanos fueran tan</p>	<p>para incrementar la calidad del algodón, debido a que se vio afectada por la fuerte competencia de países latinoamericanos que desarrollaron productos con menores precios y gran calidad. La calidad de las fibra peruanas, fue una de las razones por la que los textiles peruanos fueran tan</p>	<p>2022 de 16.40%.</p> <p>En el 2018 se propuso como solución para la industria textil peruana que se emplee el uso de semillas modificadas para incrementar la calidad del algodón, debido a que se vio afectada por la fuerte competencia de países latinoamericanos que desarrollaron productos con menores precios y gran calidad. La calidad de las fibra peruanas, fue una de las razones por la que los textiles peruanos fueran tan</p>
--	--	--	--	--	---	--	--	--	---

		<p>tan valiosos, en parte el Algodón Pima, fue el más fino del mundo, sus precios estaban entre 300 a 450 euros por kilogramo, por lo que las exportaciones dónde se clasifica este producto sumaron US\$ 338,897,000 dólares en el 2021.</p>	<p>peruanas, fue una de las razones por la que los textiles peruanos fueran tan valiosos, en parte el Algodón Pima, fue el más fino del mundo, sus precios estaban entre 300 a 450 euros por kilogramo, por lo que las exportaciones dónde se clasifica este producto sumaron US\$ 338,897,000 dólares en el 2021.</p>	<p>La calidad de las fibra peruanas, fue una de las razones por la que los textiles peruanos fueran tan valiosos, en parte el Algodón Pima, fue el más fino del mundo, sus precios estaban entre 300 a 450 euros por kilogramo, por lo que las exportaciones dónde se clasifica este producto sumaron US\$ 338,897,000 dólares en el 2021.</p>	<p>productos con menores precios y gran calidad. La calidad de las fibra peruanas, fue una de las razones por la que los textiles peruanos fueran tan valiosos, en parte el Algodón Pima, fue el más fino del mundo, sus precios estaban entre 300 a 450 euros por kilogramo, por lo que las exportaciones dónde se clasifica este producto sumaron US\$ 338,897,000 dólares en el 2021.</p>	<p>valiosos, en parte el Algodón Pima, fue el más fino del mundo, sus precios estaban entre 300 a 450 euros por kilogramo, por lo que las exportaciones dónde se clasifica este producto sumaron US\$ 338,897,000 dólares en el 2021.</p>	<p>Algodón Pima, fue el más fino del mundo, sus precios estaban entre 300 a 450 euros por kilogramo, por lo que las exportaciones dónde se clasifica este producto sumaron US\$ 338,897,000 dólares en el 2021.</p>	<p>lo que las exportaciones dónde se clasifica este producto sumaron US\$ 338,897,000 dólares en el 2021.</p>	<p>que los textiles peruanos fueran tan valiosos, en parte el Algodón Pima, fue el más fino del mundo, sus precios estaban entre 300 a 450 euros por kilogramo, por lo que las exportaciones dónde se clasifica este producto sumaron US\$ 338,897,000 dólares en el 2021.</p>
--	--	---	--	--	--	---	---	---	--

	<p>Nivel de cambios en la demanda.</p>	<p>Se estudió que el tamaño de una empresa dependía de su permanencia en el mercado, las microempresas que tenían un tiempo promedio de 9 años en el mercado, las pequeñas de 11 años, las medianas 5 años más que las microempresas y 3 más que las pequeñas, las grandes registraban una permanencia de 12 a 10 años más que las micro y pequeñas empresas.</p> <p>Del 2018 al 2019 la demanda incrementó a un 19.48% En el 2020 tuvo una participación de 1% a nivel</p>	<p>Durante en el 2019 el 22.5% de las empresas del sector textil presentaron inconvenientes para pagar sus impuestos siendo que la mayoría eran MYPE (98.1%).</p> <p>En el 2020 la recaudación de impuestos del sector textil decreció en 23.6%, ya que muchas empresas se perjudicaron en su ganancia debido a la pandemia.</p> <p>Del 2018 al 2019 la demanda incrementó a un 19.48% En el 2020 tuvo una participación</p>	<p>Las empresas nacidas en el 2010 como microempresas el 97.6% continuó siendo microempresa en el 2020, el 2.3% migró a pequeñas y el 0.1% se convirtió en gran empresa.</p> <p>Respecto a las que comenzaron como pequeñas en el 2010. el 1.9% se convirtieron en medianas en el 2020 y el 2.9% a gran empresa, mientras que el 39.5% bajó a microempresa.</p> <p>Del 2018 al 2019 la demanda incrementó a un 19.48% En el 2020 tuvo una</p>	<p>En Perú, las fibras de origen animal fueron las de alpaca, llama, lana ovina las cuales tuvieron una participación promedio de 60.1%,29.6% y 4.5%, desde el 2010 al 2020, respectivamente.</p> <p>Las fibras sintéticas usadas en las confecciones peruanas fueron el nylon, poliéster, fibra acrílica, polivinílicas, polipropileno, rayón y entre otros. las cuales disminuyeron su tasa promedio anual de 3.2% entre el 2018 y el 2020.</p>	<p>En el Perú el índice promedio de rotación laboral llegó a 20,7%, y de rotación voluntaria llegó a ser 9,8%. Estudios indicaron que entre el 73% y el 75% de las renuncias no son a la empresa, sino al jefe.</p> <p>Del 2018 al 2019 la demanda incrementó a un 19.48% En el 2020 tuvo una participación de 1% a nivel mundial, ubicándose en el puesto 24 del ranking mundial. (Ministerio de la producción.</p>	<p>El nivel de la productividad laboral del Perú en la industria textil fue bajo para su nivel de estabilidad macroeconómica. La productividad laboral por hora en el Perú era de 15,2% de la productividad registrada en Estados Unidos.</p> <p>Del 2018 al 2019 la demanda incrementó a un 19.48% En el 2020 tuvo una participación de 1% a nivel mundial, ubicándose en el puesto 24 del ranking mundial. (Ministerio de la producción.</p>	<p>Entre el 2018 al 2020 el precio FOB de los insumos importados tuvo una reducción acumulada de 28.8%.</p> <p>Del 2018 al 2019 la demanda incrementó a un 19.48% En el 2020 tuvo una participación de 1% a nivel mundial, ubicándose en el puesto 24 del ranking mundial. (Ministerio de la producción. En el 2021 EEUU ha sido el mayor comprador, ya que incrementó las ventas de textil peruano a ese</p>	<p>El margen de utilidad obtenido en las ventas de confecciones registró una reducción promedio de 37,2%% entre el 2018 y 2019.</p> <p>Se registró en el 2018 un margen de utilidad de 10% en el 2019 de 11.4%, en el 2020 de 10.4%, en el 2021 de 13.3% y en el 2022 de 16.40%.</p> <p>Del 2018 al 2019 la demanda incrementó a un 19.48% En el 2020 tuvo una participación de 1% a nivel mundial, ubicándose en</p>
--	--	---	--	---	---	--	--	---	---

		<p>mundial, ubicándose en el puesto 24 del ranking mundial. (Ministerio de la producción.</p> <p>En el 2021 EEUU ha sido el mayor comprador, ya que incrementó las ventas de textil peruano a ese país en un 34%, seguido por Alemania e Italia en un 65% y 43% respectivamente</p>	<p>de 1% a nivel mundial, ubicándose en el puesto 24 del ranking mundial. (Ministerio de la producción.</p> <p>En el 2021 EEUU ha sido el mayor comprador, ya que incrementó las ventas de textil peruano a ese país en un 34%, seguido por Alemania e Italia en un 65% y 43% respectivamente</p>	<p>participación de 1% a nivel mundial, ubicándose en el puesto 24 del ranking mundial. (Ministerio de la producción.</p> <p>En el 2021 EEUU ha sido el mayor comprador, ya que incrementó las ventas de textil peruano a ese país en un 34%, seguido por Alemania e Italia en un 65% y 43% respectivamente</p>	<p>Del 2018 al 2019 la demanda incrementó a un 19.48% En el 2020 tuvo una participación de 1% a nivel mundial, ubicándose en el puesto 24 del ranking mundial. (Ministerio de la producción.</p> <p>En el 2021 EEUU ha sido el mayor comprador, ya que incrementó las ventas de textil peruano a ese país en un 34%, seguido por Alemania e Italia en un 65% y 43% respectivamente</p>	<p>En el 2021 EEUU ha sido el mayor comprador, ya que incrementó las ventas de textil peruano a ese país en un 34%, seguido por Alemania e Italia en un 65% y 43% respectivamente</p>	<p>En el 2021 EEUU ha sido el mayor comprador, ya que incrementó las ventas de textil peruano a ese país en un 34%, seguido por Alemania e Italia en un 65% y 43% respectivamente</p>	<p>país en un 34%, seguido por Alemania e Italia en un 65% y 43% respectivamente</p>	<p>el puesto 24 del ranking mundial. (Ministerio de la producción.</p> <p>En el 2021 EEUU ha sido el mayor comprador, ya que incrementó las ventas de textil peruano a ese país en un 34%, seguido por Alemania e Italia en un 65% y 43% respectivamente</p>
--	--	---	---	---	--	---	---	--	--

D). Objetivos específicos 3

Analizar de qué manera impacta el proceso de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

		INVERSIÓN							
		Tiempo		Capital		Trabajo		Ganancia	
		Periodo de recuperación del capital.	Periodo en el que se obtiene la ganancia.	Porcentaje de retorno de Inversión.	Recurso invertido.	índice de rotación de personal	índice de productividad de empleados	Costos de los recursos interesados a invertir.	Margen de ganancia
Proceso de innovación	Grado en cambios de la característica del producto	Se estudió el tamaño de una empresa dependía de su permanencia en el mercado, las microempresas que tenían un tiempo promedio de 9 años en el mercado, las pequeñas de 11 años, las medianas 5 años más que las microempresas y 3 más que	Durante en el 2019 el 22.5% de las empresas del sector textil presentaron inconvenientes para pagar sus impuestos siendo que la mayoría eran MYPE (98.1%). En el 2020 la recaudación de impuestos del sector textil decreció en 23.6%, ya que	Las empresas nacidas en el 2010 como microempresas el 97.6% continuó siendo microempresas en el 2020, el 2.3% migró a pequeñas y el 0.1% se convirtió en gran empresa. Respecto a las que comenzaron como pequeñas en el 2010. el	En Perú, las fibras de origen animal fueron las de alpaca, llama, lana ovina las cuales tuvieron una participación promedio de 60.1%,29.6% y 4.5%, desde el 2010 al 2020, respectivamente. Las fibras sintéticas usadas en las confecciones peruanas fueron el nylon, poliéster, fibra	En el Perú el índice promedio de rotación laboral llegó a 20,7%, y de rotación voluntaria llegó a ser 9,8%. Estudios indicaron que entre el 73% y el 75% de las renuncias no son a la empresa, sino al jefe. En el 2022 se realizaron estudios para	El nivel de la productividad laboral del Perú en la industria textil fue bajo para su nivel de estabilidad macroeconómica. La productividad laboral por hora en el Perú era de 15,2% de la productividad registrada en Estados Unidos. En el 2022 se realizaron estudios para la producción de telas	Entre el 2018 al 2020 el precio FOB de los insumos importados tuvo una reducción acumulada de 28.8%. En el 2022 se realizaron estudios para la producción de telas tecnológicas (telas para personas con Albinismo, textiles antiestrés, para el	El margen de utilidad obtenido en las ventas de confecciones registró una reducción promedio de 37,2%% entre el 2018 y 2019. Se registró en el 2018 un margen de utilidad de 10% en el 2019 de 11.4%, en el 2020 de 10.4%, en el 2021 de

		<p>las pequeñas, las grandes registraban una permanencia de 12 a 10 años más que las micro y pequeñas empresas.</p> <p>En el 2022 se realizaron estudios para la producción de telas tecnológicas (telas para personas con Albinismo, textiles antiestrés, para el cuidado del cabello y para combatir el cáncer) todo ello desarrollado en Química Nava Perú.</p>	<p>muchas empresas se perjudicaron en su ganancia debido a la pandemia.</p> <p>En el 2022 se realizaron estudios para la producción de telas tecnológicas (telas para personas con Albinismo, textiles antiestrés, para el cuidado del cabello y para combatir el cáncer) todo ello desarrollado en Química Nava Perú.</p>	<p>1.9% se convirtieron en medianas en el 2020 y el 2.9% a gran empresa, mientras que el 39.5% bajó a microempresas.</p> <p>En el 2022 se realizaron estudios para la producción de telas tecnológicas (telas para personas con Albinismo, textiles antiestrés, para el cuidado del cabello y para combatir el cáncer) todo ello desarrollado en Química Nava Perú.</p>	<p>acrílica, polivinílica, polipropileno, rayón y entre otros. las cuales disminuyeron su tasa promedio anual de 3.2% entre el 2018 y el 2020.</p> <p>En el 2022 se realizaron estudios para la producción de telas tecnológicas (telas para personas con Albinismo, textiles antiestrés, para el cuidado del cabello y para combatir el cáncer) todo ello desarrollado en Química Nava Perú.</p>	<p>la producción de telas tecnológicas (telas para personas con Albinismo, textiles antiestrés, para el cuidado del cabello y para combatir el cáncer) todo ello desarrollado en Química Nava Perú.</p>	<p>tecnológicas (telas para personas con Albinismo, textiles antiestrés, para el cuidado del cabello y para combatir el cáncer) todo ello desarrollado en Química Nava Perú.</p>	<p>cuidado del cabello y para combatir el cáncer) todo ello desarrollado en Química Nava Perú.</p>	<p>13.3% y en el 2022 de 16.40%.</p> <p>En el 2022 se realizaron estudios para la producción de telas tecnológicas (telas para personas con Albinismo, textiles antiestrés, para el cuidado del cabello y para combatir el cáncer) todo ello desarrollado en Química Nava Perú.</p>
--	--	--	--	---	---	---	--	--	---

	<p>Tiempo estimado para lanzar productos nuevos</p>	<p>Se estudió que el tamaño de una empresa dependía de su permanencia en el mercado, las microempresas que tenían un tiempo promedio de 9 años en el mercado, las pequeñas de 11 años, las medianas 5 años más que las microempresas y 3 más que las pequeñas, las grandes registraban una permanencia de 12 a 10 años más que las micro y pequeñas empresas.</p>	<p>Durante en el 2019 el 22.5% de las empresas del sector textil presentaron inconvenientes para pagar sus impuestos siendo que la mayoría eran MYPE (98.1%).</p> <p>En el 2020 la recaudación de impuestos del sector textil decreció en 23.6%, ya que muchas empresas se perjudicaron en su ganancia debido a la pandemia.</p> <p>Con el avance tecnológico en el periodo 2018 a 2022,</p>	<p>Las empresas nacidas en el 2010 como microempresas el 97.6% continuó siendo microempresas en el 2020, el 2.3% migró a pequeñas y el 0.1% se convirtió en gran empresa.</p> <p>Respecto a las que comenzaron como pequeñas en el 2010. el 1.9% se convirtieron en medianas en el 2020 y el 2.9% a gran empresa, mientras que el 39.5% bajó a microempresas.</p>	<p>En Perú, las fibras de origen animal fueron las de alpaca, llama, lana ovina las cuales tuvieron una participación promedio de 60.1%,29.6% y 4.5%, desde el 2010 al 2020, respectivamente.</p> <p>Las fibras sintéticas usadas en las confecciones peruanas fueron el nylon, poliéster, fibra acrílica, polivinílicas, polipropileno, rayón y entre otros. las cuales disminuyeron su tasa promedio anual de 3.2% entre el 2018 y el 2020.</p>	<p>En el Perú el índice promedio de rotación laboral llegó a 20,7%, y de rotación voluntaria llegó a ser 9,8%. Estudios indicaron que entre el 73% y el 75% de las renuncias no son a la empresa, sino al jefe.</p> <p>Con el avance tecnológico en el periodo 2018 a 2022, en cuanto a tendencias de telas inteligentes se estimó un promedio de tiempo de un año para muestra de innovaciones, las</p>	<p>El nivel de la productividad laboral del Perú en la industria textil fue bajo para su nivel de estabilidad macroeconómica. La productividad laboral por hora en el Perú era de 15,2% de la productividad registrada en Estados Unidos.</p> <p>Con el avance tecnológico en el periodo 2018 a 2022, en cuanto a tendencias de telas inteligentes se estimó un promedio de tiempo de un año para muestra de innovaciones, las investigaciones se llevaron a</p>	<p>Entre el 2018 al 2020 el precio FOB de los insumos importados tuvo una reducción acumulada de 28.8%.</p> <p>Con el avance tecnológico en el periodo 2018 a 2022, en cuanto a tendencias de telas inteligentes se estimó un promedio de tiempo de un año para muestra de innovaciones, las investigaciones se llevaron a cabo por la empresa química Nava</p>	<p>El margen de utilidad obtenido en las ventas de confecciones registró una reducción promedio de 37,2%% entre el 2018 y 2019.</p> <p>Se registró en el 2018 un margen de utilidad de 10% en el 2019 de 11.4%, en el 2020 de 10.4%, en el 2021 de 13.3% y en el 2022 de 16.40%.</p> <p>Con el avance tecnológico en el periodo 2018 a 2022, en cuanto a tendencias de telas inteligentes</p>
--	---	---	--	---	---	--	--	---	---

		Con el avance tecnológico en el periodo 2018 a 2022, en cuanto a tendencias de telas inteligentes se estimó un promedio de tiempo de un año para muestra de innovaciones, las investigación es se llevaron a cabo por la empresa química Nava	en cuanto a tendencias de telas inteligentes se estimó un promedio de tiempo de un año para muestra de innovaciones, las investigación es se llevaron a cabo por la empresa química Nava	Con el avance tecnológico en el periodo 2018 a 2022, en cuanto a tendencias de telas inteligentes se estimó un promedio de tiempo de un año para muestra de innovaciones, las investigación es se llevaron a cabo por la empresa química Nava	Con el avance tecnológico en el periodo 2018 a 2022, en cuanto a tendencias de telas inteligentes se estimó un promedio de tiempo de un año para muestra de innovaciones, las investigaciones se llevaron a cabo por la empresa química Nava	investigacion es se llevaron a cabo por la empresa química Nava	cabo por la empresa química Nava		se estimó un promedio de tiempo de un año para muestra de innovaciones, las investigación es se llevaron a cabo por la empresa química Nava
--	--	---	--	---	--	---	----------------------------------	--	---

E). Objetivos específicos 4

Analizar de qué manera impacta el valor de innovación y la inversión en las exportaciones del rubro textil peruano hacia los mercados emergentes, periodo 2018 -2022.

		INVERSIÓN							
		Tiempo		Capital		Trabajo		Ganancia	
		Periodo de recuperación del capital.	Periodo en el que se obtiene la ganancia.	Porcentaje de retorno de Inversión.	Recurso invertido.	Índice de rotación de personal	Índice de productividad de empleados	Costos de los recursos interesados a invertir.	Margen de ganancia
Valor de innovación	Nivel de satisfacción de sus clientes.	Se estudió que el tamaño de una empresa dependía de su permanencia en el mercado, las microempresas que tenían un tiempo promedio de 9 años en el mercado, las pequeñas de 11 años, las medianas 5 años más que las	Durante en el 2019 el 22.5% de las empresas del sector textil presentaron inconvenientes para pagar sus impuestos siendo que la mayoría eran MYPE (98.1%). En el 2020 la recaudación de impuestos del sector textil decreció en 23.6%, ya	Las empresas nacidas en el 2010 como microempresas el 97.6% continuó siendo microempresas en el 2020 , el 2.3% migró a pequeñas y el 0.1% se convirtió en gran empresa. Respecto a las que comenzaron como pequeñas en	En Perú, las fibras de origen animal fueron las de alpaca, llama, lana ovina las cuales tuvieron una participación promedio de 60.1%,29.6% y 4.5%, desde el 2010 al 2020, respectivamente. Las fibras sintéticas usadas en las confecciones	En el Perú el índice promedio de rotación laboral llegó a 20,7%, y de rotación voluntaria llegó a ser 9,8%. Estudios indicaron que entre el 73% y el 75% de las renuncias no son a la empresa, sino al jefe.	El nivel de la productividad laboral del Perú en la industria textil fue bajo para su nivel de estabilidad macroeconómica. La productividad laboral por hora en el Perú era de 15,2% de la productividad registrada en Estados Unidos.	Entre el 2018 al 2020 el precio FOB de los insumos importados tuvo una reducción acumulada de 28.8%. En el 2018 y años anteriores la innovación era poco valorada ya que más fácil era imitar. Con la llegada de la	El margen de utilidad obtenido en las ventas de confecciones registró una reducción promedio de 37,2%% entre el 2018 y 2019. Se registró en el 2018 un margen de utilidad de 10% en el 2019 de 11.4%, en el 2020 de

		<p>microempresas y 3 más que las pequeñas, las grandes registraban una permanencia de 12 a 10 años más que las micro y pequeñas empresas.</p> <p>En el 2018 y años anteriores la innovación era poco valorada ya que más fácil era imitar. Con la llegada de la pandemia hasta la actualidad la población logró percatarse que las innovaciones brindan nuevas soluciones</p>	<p>que muchas empresas se perjudicaron en su ganancia debido a la pandemia.</p> <p>En el 2018 y años anteriores la innovación era poco valorada ya que más fácil era imitar. Con la llegada de la pandemia hasta la actualidad la población logró percatarse que las innovaciones brindan nuevas soluciones para una amplia gama de aplicaciones en las áreas</p>	<p>el 2010. el 1.9% se convirtieron en medianas en el 2020 y el 2.9% a gran empresa, mientras que el 39.5% bajó a microempresas.</p> <p>En el 2018 y años anteriores la innovación era poco valorada ya que más fácil era imitar. Con la llegada de la pandemia hasta la actualidad la población logró percatarse que las innovaciones brindan nuevas soluciones</p>	<p>peruanas fueron el nylon, poliéster, fibra acrílica, polivinílicas, polipropileno, rayón y entre otros. las cuales disminuyeron su tasa promedio anual de 3.2% entre el 2018 y el 2020.</p> <p>En el 2018 y años anteriores la innovación era poco valorada ya que más fácil era imitar. Con la llegada de la pandemia hasta la actualidad la población logró percatarse que las innovaciones</p>	<p>En el 2018 y años anteriores la innovación era poco valorada ya que más fácil era imitar. Con la llegada de la pandemia hasta la actualidad la población logró percatarse que las innovaciones brindan nuevas soluciones para una amplia gama de aplicaciones en las áreas textil y de la confección.</p>	<p>En el 2018 y años anteriores la innovación era poco valorada ya que más fácil era imitar. Con la llegada de la pandemia hasta la actualidad la población logró percatarse que las innovaciones brindan nuevas soluciones para una amplia gama de aplicaciones en las áreas textil y de la confección.</p>	<p>10.4%, en el 2021 de 13.3% y en el 2022 de 16.40%.</p> <p>En el 2018 y años anteriores la innovación era poco valorada ya que más fácil era imitar. Con la llegada de la pandemia hasta la actualidad la población logró percatarse que las innovaciones brindan nuevas soluciones para una amplia gama de aplicaciones en las áreas textil y de la confección.</p>
--	--	---	---	---	--	--	--	--

		para una amplia gama de aplicaciones en las áreas textil y de la confección.	textil y de la confección.	para una amplia gama de aplicaciones en las áreas textil y de la confección.	brindan nuevas soluciones para una amplia gama de aplicaciones en las áreas textil y de la confección.				
	Grado de posicionamiento de la marca.	Se estudió que el tamaño de una empresa dependía de su permanencia en el mercado, las microempresas que tenían un tiempo promedio de 9 años en el mercado, las pequeñas de 11 años, las medianas 5 años más que las microempresas y 3 más que las pequeñas,	Durante en el 2019 el 22.5% de las empresas del sector textil presentaron inconvenientes para pagar sus impuestos siendo que la mayoría eran MYPE (98.1%). En el 2020 la recaudación de impuestos del sector textil decreció en 23.6%, ya que muchas empresas se perjudicaron	Las empresas nacidas en el 2010 como microempresas el 97.6% continuó siendo microempresas a en el 2020, el 2.3% migró a pequeñas y el 0.1% se convirtió en gran empresa. Respecto a las que comenzaron como pequeñas en el 2010. el 1.9% se convirtieron	En Perú, las fibras de origen animal fueron las de alpaca, llama, lana ovina las cuales tuvieron una participación promedio de 60.1%,29.6% y 4.5%, desde el 2010 al 2020, respectivamente. Las fibras sintéticas usadas en las confecciones peruanas fueron el nylon,	En el Perú el índice promedio de rotación laboral llegó a 20,7%, y de rotación voluntaria llegó a ser 9,8%. Estudios indicaron que entre el 73% y el 75% de las renuncias no son a la empresa, sino al jefe. En el 2022 hubo una feria peruana Expotextil en	El nivel de la productividad laboral del Perú en la industria textil fue bajo para su nivel de estabilidad macroeconómica. La productividad laboral por hora en el Perú era de 15,2% de la productividad registrada en Estados Unidos. En el 2022 hubo una feria peruana	Entre el 2018 al 2020 el precio FOB de los insumos importados tuvo una reducción acumulada de 28.8%. En el 2022 hubo una feria peruana Expotextil en la que asistieron 24,479 personas. La feria arrojó las siguientes cifras: 89,19% de los compradores	El margen de utilidad obtenido en las ventas de confecciones registró una reducción promedio de 37,2%% entre el 2018 y 2019. Se registró en el 2018 un margen de utilidad de 10% en el 2019 de 11.4%, en el 2020 de 10.4%, en el 2021 de 13.3% y en el

		<p>las grandes registraban una permanencia de 12 a 10 años más que las micro y pequeñas empresas.</p> <p>En el 2022 hubo una feria peruana Expotextil en la que asistieron 24,479 personas. La feria arrojó las siguientes cifras: 89,19% de los compradores obtuvieron los contactos deseados en la feria; 75% lograron concretar acuerdos comerciales representados por 2.850 empresas;</p>	<p>en su ganancia debido a la pandemia.</p> <p>En el 2022 hubo una feria peruana Expotextil en la que asistieron 24,479 personas. La feria arrojó las siguientes cifras: 89,19% de los compradores obtuvieron los contactos deseados en la feria; 75% lograron concretar acuerdos comerciales representados por 2.850 empresas;</p>	<p>en medianas en el 2020 y el 2.9% a gran empresa, mientras que el 39.5% bajó a microempresas.</p> <p>En el 2022 hubo una feria peruana Expotextil en la que asistieron 24,479 personas. La feria arrojó las siguientes cifras: 89,19% de los compradores obtuvieron los contactos deseados en la feria; 75% lograron concretar acuerdos comerciales representados por 2.850 empresas;</p>	<p>poliéster, fibra acrílica, polivinílicas, polipropileno, rayón y entre otros. las cuales disminuyeron su tasa promedio anual de 3.2% entre el 2018 y el 2020.</p> <p>En el 2022 hubo una feria peruana Expotextil en la que asistieron 24,479 personas. La feria arrojó las siguientes cifras: 89,19% de los compradores obtuvieron los contactos deseados en la feria; 75% lograron concretar acuerdos</p>	<p>la que asistieron 24,479 personas. La feria arrojó las siguientes cifras: 89,19% de los compradores obtuvieron los contactos deseados en la feria; 75% lograron concretar acuerdos comerciales representados por 2.850 empresas; 4.538 empresas realizaron acuerdos comerciales en un lapso menor de un año, lo que mostró el fuerte posicionamiento que tienen las marcas</p>	<p>Expotextil en la que asistieron 24,479 personas. La feria arrojó las siguientes cifras: 89,19% de los compradores obtuvieron los contactos deseados en la feria; 75% lograron concretar acuerdos comerciales representados por 2.850 empresas; 4.538 empresas realizaron acuerdos comerciales en un lapso menor de un año, lo que mostró el fuerte posicionamiento que tienen las marcas textiles a nivel</p>	<p>obtuvieron los contactos deseados en la feria; 75% lograron concretar acuerdos comerciales representados por 2.850 empresas; 4.538 empresas realizaron acuerdos comerciales en un lapso menor de un año, lo que mostró el fuerte posicionamiento que tienen las marcas textiles a nivel</p>	<p>2022 de 16.40%.</p> <p>En el 2022 hubo una feria peruana Expotextil en la que asistieron 24,479 personas. La feria arrojó las siguientes cifras: 89,19% de los compradores obtuvieron los contactos deseados en la feria; 75% lograron concretar acuerdos comerciales representados por 2.850 empresas; 4.538 empresas realizaron acuerdos comerciales en un lapso menor de un</p>
--	--	---	---	---	--	---	--	--	---

		4.538 empresas realizaron acuerdos comerciales en un lapso menor de un año, lo que mostró el fuerte posicionamiento que tienen las marcas textiles a nivel nacional e internacional	en un lapso menor de un año, lo que mostró el fuerte posicionamiento que tienen las marcas textiles a nivel nacional e internacional	4.538 empresas realizaron acuerdos comerciales en un lapso menor de un año, lo que mostró el fuerte posicionamiento que tienen las marcas textiles a nivel nacional e internacional	comerciales representados por 2.850 empresas; 4.538 empresas realizaron acuerdos comerciales en un lapso menor de un año, lo que mostró el fuerte posicionamiento que tienen las marcas textiles a nivel nacional e internacional	textiles a nivel nacional e internacional	nacional e internacional		año, lo que mostró el fuerte posicionamiento que tienen las marcas textiles a nivel nacional e internacional
--	--	---	--	---	---	---	--------------------------	--	--