



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“La capacitación, tecnología y calidad como determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020”

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES

Vasquez Solis Duran, Luis Alfredo (0000-0002-4854-1477)

Vignatti Garrafa, Christel Bereniss (0000-0002-4542-4005)

ASESOR

Cerna Huarachi, Delia (0000-0001-8336-415)

Lima, 24 de enero del 2022

DEDICATORIA

Dedico este trabajo Dios por cada paso seguro que nos ha brindado al realizar nuestra tesis. Asimismo, a mis padre y hermanos, ya que sin su apoyo primario no estaría en esta fase de mi carrera profesional. A Rodolfina Pucllas, quien se me ha guiado hasta este momento de mi vida desde lo más alto. A Christel Vignatti mi amiga y compañera de tesis que sin su apoyo y motivación no hubiéramos concluido la investigación.

A nuestra asesora Delia Cerna por guiarnos en el desarrollo de nuestra tesis.

Vasquez Solis Duran, Luis Alfredo

Doy gracias a mi familia que fue mi fuente de inspiración y motivación para seguir adelante, especialmente a mis padres que me alentaron a cumplir esta meta en mi vida. Asimismo, a mi compañero de tesis Luis Alfredo Vasquez Solís por ser una fuente de motivación y esmero demostrado a lo largo del proceso y un sincero agradecimiento a nuestra asesora de tesis Delia Cerna por su acompañamiento a lo largo de este proceso, quien nos supo orientar de manera adecuada brindándonos las herramientas adecuadas.

Vignatti Garrafa, Christel Bereniss

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestra asesora por su constante paciencia, apoyo y exigencia en el desarrollo de nuestra tesis. A nuestros profesores que nos brindaron su tiempo para apoyarnos en la validación de los instrumentos. A nuestros padres por su apoyo incondicional. A las Mypes exportadoras de la región del Cusco y especialistas que nos brindaron su tiempo y conocimientos para el desarrollo de las fases cualitativas y cuantitativas.

RESUMEN

El Perú cuenta con una población del 80% en alpacas a nivel mundial, siendo el departamento del Cusco la segunda provincia con la mayor producción de fibra de alpaca 619 t. Dicha posición y eficiente manejo de sus recursos se refleja en el incremento de las exportaciones durante el periodo 2017 - 2020 en dos principales subpartidas nacionales la 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 destinadas a suéteres y guantes respectivamente.

El incremento en exportaciones de las mencionadas partidas desde la región de Cusco se ha visto afectadas por determinantes que han logrado aumentar su oferta exportable siendo las dimensiones capacitación, tecnología y calidad las que se describen en el reporte de “Oportunidades Comerciales para Productos de Alpaca”. Este reporte menciona la existencia de desafíos comerciales en el mercado peruano, tales como la falta de volumen, un escaso incentivo en las certificaciones de calidad y capacidad de los emprendedores en negociar contratos exitosos.

La investigación plantea un enfoque mixto, con una muestra de 32 MYPES ubicadas en la Región Cusco. Al contar con un diseño no experimental, nos limitamos a observar y analizar las variables planteadas. Para obtener la información se aplicó encuestas a la muestra descrita y se realizó entrevistas a 11 expertos perteneciente al sector, las cuales se procesaron a través del programa Atlas Ti para la fase cualitativa, mientras que la cuantitativa se empleó el software SPSS, la cual arrojó un resultado mediante la prueba Rho Sperman de 0.501 indicando una correlación positiva moderada

Palabras Claves: Oferta Exportable; Mypes; Cusco; Guantes; Suéteres; Capacitación; Calidad; Tecnología.

ABSTRACT

Peru has a population of 80% in alpacas worldwide, with the department of Cusco being the second province with the highest production of alpaca fiber 619 t. This position and efficient management of its resources is reflected in the increase in exports during the 2017 - 2020 period in two main national subheadings: 6110.19.10.90 and 6116.91.00.00 destined for sweaters and gloves, respectively.

The increase in exports of the mentioned subheadings from the Cusco region has been affected by determinants that have managed to increase its exportable supply, with the dimensions of training, technology and quality described in the report "Commercial Opportunities for Alpaca Products". This report mentions the existence of commercial challenges in the Peruvian market, such as the lack of volume, a scarce incentive in quality certifications and the capacity of entrepreneurs to negotiate successful contracts.

This research proposes a mixed approach, with a sample of 32 MYPES located in the Cusco Region. Considering that there is a non-experimental design, we limited to observe and analyze the variables proposed. To obtain the information, surveys were applied to the sample described and interviews were conducted with 11 experts belonging to the sector, which were processed through the Atlas Ti program for the qualitative phase, while for the quantitative SPSS software was used, which showed a Spearman's Rho test result of 0.501, indicating a moderate positive correlation

Keywords: Export; Quality; Training in human talent; productive technology; alpaca fiber; Mypes; Structure of the Customs Tariff in Peru.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. MARCO TEORICO	3
1.1 CONCEPTOS CLAVES	4
1.1.1 Exportación	4
1.1.2 Exportación Directa	5
1.1.3 Exportación Indirecta	5
1.1.4 Calidad	5
1.1.5 Capacitación	5
1.1.6 Tecnología Productiva	6
1.1.7 Certificación y acreditación	6
1.1.8 Sector Textil y Confecciones	6
1.1.9 Prendas de Vestir	6
1.1.10 Fibra de Alpaca	7
1.1.11 Pelos Finos	7
1.1.12 Suéter	7
1.1.13 Guantes	7
1.1.14 Mypes	7
1.1.15 Estructura del Arancel de Aduanas en el Perú	8
1.2 ANTECEDENTES EPISTEMOLÓGICOS	8
1.2.1 Antecedentes Nacionales	10
1.2.2 Antecedentes Internacionales	30
1.3 BASES TEÓRICAS	44

1.3.1	Internacionalización de las Empresas	44
1.3.2	Teoría del comercio Internacional desde la Perspectiva del Proceso	46
1.3.2.1	Modelo UPPSALA.....	47
1.3.2.2	Modelo de la innovación	49
1.3.3	Modalidades de Negocios Internacionales – Exportación	51
1.3.4	Modelo de las Ventaja Competitiva de las naciones	53
1.3.5	Determinantes que Influyen en las Exportaciones.....	59
1.3.5.1	Capacitación.....	59
1.3.5.2	Calidad	61
1.3.5.3	Tecnología.....	65
1.4	NORMATIVA RELACIONADA	66
1.4.1	Norma Técnica N.º 231.301-2014	67
1.5	ANÁLISIS DEL SECTOR / PRODUCTO.....	67
1.5.1	Empresas en el Perú	68
1.5.2	Sector Textil y Confecciones	70
1.5.3	Exportaciones del Sector Textil y Confecciones a Nivel Nacional	71
1.5.3.1	Exportaciones del subsector prendas de vestir a Nivel Nacional.....	73
1.5.4	Exportaciones del sector Textil y Confecciones región Cusco.....	75
1.5.4.1	Exportaciones del subsector prendas de vestir región Cusco.....	76
1.6	ANÁLISIS FODA.....	85
1.7	MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	87
CAPITULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN		94
2.1	REALIDAD PROBLEMÁTICA	94

2.1.1	Descripción del Problema	95
2.1.2	Síntomas y causas	102
2.1.3	Diagnóstico Actual.....	105
2.1.4	Control de Pronóstico	109
2.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	110
2.2.1	Problema Principal.....	111
2.2.2	Problemas Específicos	111
2.3	OBJETIVOS	112
2.3.1	Objetivo Principal	112
2.3.2	Objetivos Específicos.....	112
2.4	HIPÓTESIS	112
2.4.1	Hipótesis Principal	113
2.4.2	Hipótesis Específicos	113
2.5	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	113
2.5.1	Justificación Teórica	113
2.5.2	Justificación Metodológica	117
2.5.3	Justificación Práctica	119
2.5.4	Justificación Temporal.....	120
2.6	RELACIÓN DEL TEMA CON LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	123
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DEL TRABAJO		125
3.1	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	125
3.1.1	Tipo de Investigación.....	131
3.1.2	Alcance de la investigación	131

3.1.3	Diseño de la investigación	132
3.1.4	Limitaciones de la investigación.....	133
3.2	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	134
3.2.1	Descripción de las variables.....	134
3.2.2	Definiciones conceptuales de variables/categorías y dimensiones	135
3.2.2.1	Variable Independiente N°1: Determinantes que influyen en la internacionalización	135
3.2.2.2	Variable Dependiente N°2: Exportaciones	140
3.3	PROCESO DE MUESTREO: TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA	143
3.3.1	Población de estudio	143
3.3.2	Tamaño y selección de la Muestra.....	145
3.4	MAPEO DE ACTORES CLAVE (MAC).....	146
3.5	INSTRUMENTACIÓN.....	151
3.5.1	Técnica de recolección de datos: Investigación Cualitativa	152
3.5.2	Técnica de recolección de datos: Investigación Cuantitativa	152
3.5.3	Técnica de recolección y forma de procesamientos de los datos.....	154
3.5.4	Análisis de datos	154
3.5.4.1	Análisis de datos cuantitativos	154
3.5.4.2	Análisis de datos Cualitativos	155
3.5.5	Validez del contenido instrumento cualitativo y confiabilidad del cuantitativo 156	
3.6	ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	158
CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN		159

4.1	DESARROLLO CUALITATIVO	160
4.1.1	Perfil de los entrevistados	160
4.1.1.1	Entrevistas a trabajadores de las entidades del Estado.....	161
4.1.1.2	Entrevista a especialista de la Sociedad Nacional de Industria.....	166
4.1.1.3	Entrevista a empresas Mypes exportadoras de la Region del Cusco ...	166
4.1.2	Análisis y resultados de las entrevistas	170
4.1.2.1	Resultados de las entrevistas.....	172
4.2	DESARROLLO CUANTITATIVO: ANÁLISIS DE DATOS	187
4.2.1	Difusión de la encuesta	187
4.2.2	Desarrollo del método estadístico elegido	188
4.2.3	Análisis estadístico.....	192
4.2.3.1	Análisis cuantitativo de la Variable “Exportaciones”:	194
4.2.3.2	Análisis cuantitativo de la Dimensión “Calidad”:	197
4.2.3.3	Análisis cuantitativo de la Dimensión “Tecnología”:	200
4.2.3.4	Análisis cuantitativo de la Dimensión “Capacitación”:	203
CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....		207
5.1	ANÁLISIS DEL OBJETIVO Y VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL	209
5.1.1.1	Análisis del Objetivo y Validación de la Hipótesis Especifica N°1	215
5.1.1.2	Análisis del Objetivo y Validación de la Hipótesis N°2	221
5.1.1.3	Validación de Objetivos e Hipótesis Especifica N°3	227
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		233
6.1	CONCLUSIONES	233
6.2	RECOMENDACIONES	236

6.3	HALLAZGOS.....	238
REFERENCIAS.....		239
7. ANEXOS.....		253
8.1	ANEXO1 - MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	253
8.2	ANEXO 2 - FICHAS DE ENTREVISTAS	255
8.3	ANEXO 3 - VALIDACIÓN DE CONTENIDO.....	259
8.4	ANEXO 4 - ENTREVISTA A ESPECIALISTAS.....	265
8.5	ANEXO 5- SOLICITUD DE CARTA PARA ENTREVISTAS.....	359
8.6	ANEXO 6 – MYPES EXPORTADORAS DE LAS SUBPARTIDAS NACIONAL 6110.19.10.90 Y 6116.91.00.00 EN LA REGIÓN DEL CUSCO.....	360
8.7	ANEXO 7 – FICHA TÉCNICA DE LA SUBPARTIDA NACIONAL 6110.19.10.90 Y 6116.91.00.00	361
8.8	ANEXO 8 – FICHA TÉCNICA DE LA SUBPARTIDA NACIONAL 6116.91.00.00.....	362
8.9	ANEXO 9 – EVIDENCIA DE LA CANTIDAD DE MYPES CUSQUEÑAS EN EL PERIODO 2017- 2020	363
8.10	ANEXO 10 – CREACIÓN DE CÓDIGOS ATLAS. TI 22.....	365
8.11	ANEXO 11 - TABULACIÓN DE RESULTADOS.....	366

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la Micro y Pequeña Empresa	8
Tabla 2. Estructura de la Subpartida Nacional.....	8
Tabla 3. Fuentes de Antecedentes Nacionales según RENATI para el plan de investigación	9
Tabla 4. Fuentes de Antecedentes Internacionales según los repositorios internacionales	10
Tabla 5. Antecedentes Nacionales	21
Tabla 6. Antecedentes Internacionales	39
Tabla 7. Ranking de países exportadores a nivel mundial de la partida (61.10.19) en el periodo 2017 -2020 en miles de dólares.	55
Tabla 8. Ranking de países exportadores a nivel mundial de la partida (61.16.91) en el periodo 2017 -2020.	55
Tabla 9. Mypes Peruanas Exportadoras de las Subpartidas Nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00.....	69
Tabla 10. Ranking de los 10 Principales Países Importadores del Sector Textil y Confecciones a Nivel Nacional	73
Tabla 11. Ranking de Subpartidas Nacionales del Subsector Prendas de Vestir a Nivel Nacional y Montos Exportados.	74
Tabla 12. Ranking de los 10 Principales Países Importadores del Subsector Prendas de Vestir a Nivel Nacional	74
Tabla 13. Exportaciones del Sector Textil y Confecciones a Nivel Regional Cusco 2017 - 2020	75
Tabla 14. Ranking de los 10 Principales Países Importadores del Sector Textil y Confecciones a Nivel Regional Cusco	75

Tabla 15. Ranking de Subpartidas Nacionales del Subsector Prendas de Vestir de la Región Cusco	76
Tabla 16. Ranking de los 10 Principales Países Importadores del Subsector Prendas de Vestir a Nivel Regional Cusco.	76
Tabla 17. Características de la Fibra de Alpaca.....	80
Tabla 18. Exportaciones de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) en US\$, periodo 2017 - 2020	84
Tabla 19. Exportaciones de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino (6116.91.00.00) en US\$, periodo 2017 - 2020.	85
Tabla 20. Criterios de puntuación para la tabulación de las 5 fuerzas de Porter. Elaboración propia	91
Tabla 21. Resumen de la Ponderación de las Fuerzas de Porter.....	91
Tabla 22. Ranking de países exportadores de América Latina y el Caribe de la partida (61.10.19) en el periodo 2017 - 2020 en miles de dólares.....	98
Tabla 23. Ranking de países exportadores de América Latina y El Caribe de la partida (61.16.91) en el periodo 2017 -2020 en miles de dólares.....	99
Tabla 24. Exportaciones de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) en US\$ de la región Cusco periodo 2017 - 2020	106
Tabla 25. Exportaciones de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino (6116.91.00.00) en US\$ de la región Cusco periodo 2017 - 2020.....	107
Tabla 26. Exportaciones Regional de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) en US\$, periodo 2017 - 2020	108

Tabla 27. Exportaciones Regional de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino (6116.91.00.00) en US\$, periodo 2017 - 2020	109
Tabla 28. Matriz de Operacionalización de Variables.....	142
Tabla 29. Proceso de selección de la muestra.....	144
Tabla 30. Matriz de Actores Claves.....	148
Tabla 31. Categorías establecidas en Atlas TI por cada objetivo	171
Tabla 32. Relación de Mypes cusqueñas participantes de la encuesta.	193
Tabla 33. Tendencia del Valor FOB en las exportaciones en la empresa entre los años 2017 - 2020.	194
Tabla 34. Incremento de proyecciones de volumen en las exportaciones en la empresa entre los años 2017 - 2020.....	195
Tabla 35. Incidencia de la proximidad geográfica con el país de destino con las ventas.	196
Tabla 36. Las certificaciones de calidad obtenida por la empresa y su influencia en las exportaciones.	197
Tabla 37. La mejora continua en los productos y su aporte al incremento de las exportaciones.	198
Tabla 38 Calidad como un factor diferencial frente a los clientes extranjeros.	199
Tabla 39. Renovación de nuevas maquinarias y el incremento de las exportaciones.....	200
Tabla 40. Automatización de procesos, producto de nuevas tecnologías y la reducción de costos en las exportaciones.	201
Tabla 41. Importancia de la capacitación de los colaboradores en el uso adecuado de nuevas tecnologías.	202

Tabla 42. Influencia de las capacitaciones de comercio exterior en la cantidad de negociaciones cerradas con clientes extranjeros.	203
Tabla 43. Importancia de asistir a capacitaciones sobre comercio exterior.....	204
Tabla 44. Inversión en capacitación para obtener éxito en las exportaciones.	205
Tabla 45. Escala de rangos de correlación.....	208
Tabla 46. Prueba de normalidad: “Capacitación, tecnología y calidad” y “Exportaciones”.	212
Tabla 47. Prueba estadística Rho de Spearman para la validación de la hipótesis general.	213
Tabla 48. Prueba de normalidad: “Capacitación” y “Exportaciones”.	219
Tabla 49. Prueba estadística Rho de Spearman para la validación de la hipótesis específica 1.	220
Tabla 50. Prueba de normalidad: “Tecnología” y “Exportaciones”.	225
Tabla 51. Prueba estadística Rho de Spearman para la validación de la hipótesis específica 2.	226
Tabla 52. Prueba de normalidad: “Calidad” y “Exportaciones”.....	230
Tabla 53. Prueba estadística Rho de Spearman para la validación de la hipótesis específica 3.	231
Tabla 54. Empresas exportadoras de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) y guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino (6116.91.00.00) en US\$ de la región Cusco periodo 2017 – 2020	360

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Subcapítulos del Marco Teórico del Presente Trabajo de Investigación	3
Figura 2. Etapas del Modelo UPPSALA	48
Figura 3. Modelo de las Ventajas Competitivas	54
Figura 4. Distribución por Tamaño de Empresa	69
Figura 5. Integración del Sector Textil y Confecciones	71
Figura 6. Exportaciones del Sector Textil y Confecciones a Nivel Nacional 2017 - 2020	72
Figura 7. Exportaciones del Subsector Prendas de vestir a Nivel Nacional	73
Figura 8. Cadena de Valor del Proceso Productivo	82
Figura 9. Exportaciones en US\$ de la subpartida 6110.19.10.90 de la Región Cusco 2017 – 2020	83
Figura 10. Exportaciones de subpartida 6116.91.00.00 en US\$ de la Región Cusco periodo 2017 - 2020.	85
Figura 11. Matriz FODA de Ambas Partidas.....	86
Figura 12. Ranking de los Principales Países Importadores del Subsector Prendas de Vestir Cusco 2017 - 2020	88
Figura 13. Ranking de Departamentos del Perú Productores de Fibra de Alpaca.....	89
Figura 14. Relación de Empresas Exportadoras con Subpartida del sistema armonizado de las 611019 y 611691.....	90
Figura 15. Porcentaje de las Principales Empresas Exportadoras con Subpartida del sistema armonizado de las 611019 y 611691	90
Figura 16. Subcapítulos del Plan de Investigación	94
Figura 17. Cuadrantes de la Realidad Problemática de la presente investigación.....	95

Figura 18. Número de Empresas Exportadoras según su tamaño.....	96
Figura 20 . Exportaciones de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) en US\$ de la Región Cusco periodo 2017 - 2020.....	100
Figura 21. Exportaciones de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino en US\$ de la Región Cusco periodo 2017 - 2020.....	100
Figura 22. Exportaciones en US\$ de la subpartida 6110.19.10.90 de la Región Cusco 2017 – 2020	122
Figura 23. Exportaciones de subpartida 6116.91.00.00 en US\$ de la Región Cusco periodo 2017 - 2020.	122
Figura 24. Subcapítulos de la Metodología de la Investigación	125
Figura 25. Porcentaje de los enfoques de antecedentes	128
Figura 26. Enfoque de los antecedentes utilizados	128
Figura 27. Confiabilidad del Instrumento	157
Figura 28. Subcapítulos del Desarrollo y Aplicación de las fases.....	159
Figura 29. Fotografía de Raúl Valdivia Saravia	161
Figura 30. Fotografía de Mónica Alexandra Chaves Llantay Sánchez	162
Figura 31. Fotografía de Aldahir Romaní Yerrén.....	163
Figura 32. Carlos Gonzalo Alvarez Mejía	164
Figura 33. Fotografía de Maritza Bejarano Chacón.....	165
Figura 34. José Flores Fernández.....	166
Figura 35. Logo de la empresa Interandina E.I.R.L.....	167
Figura 36. Logo de la empresa CariLuis Alpaca	168
Figura 37. Logo de la empresa Aramayus Art.....	168

Figura 38. Logo de la empresa Alpacamanta.....	169
Figura 39. Logo de la Awana Llaqta	169
Figura 40. Códigos creados en ATLAS. Ti 22 correspondientes a las entrevistas a expertos. Elaboración Propia.....	170
Figura 41. Vista de red de “Determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana de pelo fino de la región Cusco”. Procesado a través del Software Atlas.ti ®. Elaboración propia	173
Figura 42. Análisis del objetivo 1. en el software Atlas.ti® a partir de las entrevistas realizadas. Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti.....	174
Figura 43. Vista de Red "Calidad". Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti....	175
Figura 44. Análisis del objetivo 2. en el software Atlas.ti® a partir de las entrevistas realizadas. Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti.....	178
Figura 45. Vista de Red "Capacitación". Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti	179
Figura 46. Análisis del objetivo 3. en el software Atlas.ti® a partir de las entrevistas realizadas. Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti.....	183
Figura 47. Vista de Red "Tecnología". Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti	184
Figura 48. Esquema de análisis de correlaciones de variable independiente y sus dimensiones con la variable dependiente	188
Figura 49. Escala de valores: Alfa de Cronbach.....	189
Figura 50. Esquema de análisis cuantitativo y de comprobación de hipótesis	191

Figura 51. Tendencia del Valor FOB en las exportaciones en la empresa entre los años 2017 - 2020.....	194
Figura 52. Incremento de proyecciones de volumen en las exportaciones en la empresa entre los años 2017 - 2020.....	195
Figura 53. Incidencia de la proximidad geográfica con el país de destino con las ventas.....	196
Figura 54. Las certificaciones de calidad obtenida por la empresa y su influencia en las exportaciones	197
Figura 55. La mejora continua en los productos y su aporte al incremento de las exportaciones.	198
Figura 56. Calidad como un factor diferencial frente a los clientes extranjeros.....	199
Figura 57. Renovación de nuevas maquinarias y el incremento de las exportaciones.	200
Figura 58. Automatización de procesos, producto de nuevas tecnologías y la reducción de costos en las exportaciones.	201
Figura 59. Importancia de la capacitación de los colaboradores en el uso adecuado de nuevas tecnologías.	202
Figura 60. Influencia de las capacitaciones de comercio exterior en la cantidad de negociaciones cerradas con clientes extranjeros	204
Figura 61. Importancia de asistir a capacitaciones sobre comercio exterior.	205
Figura 62. Inversión en capacitación para obtener éxito en las exportaciones.....	206
Figura 63. Gráfico de dispersión entre las variables “Capacitación, tecnología y calidad” y “Exportaciones”	214
Figura 64. Gráfico de dispersión entre la dimensión “Capacitación” y la variable “Exportaciones”.	221

Figura 65. Gráfico de dispersión entre la dimensión “Tecnología” y la variable “Exportaciones”.

..... 226

Figura 66. Gráfico de dispersión entre la dimensión “Calidad” y la variable “Exportaciones”.231

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

ADEX: Asociación de Exportadores del Perú

BCRP: Banco Central de Reserva del Perú

CITE: Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica

COMEXPERU: Sociedad de Comercio Exterior del Perú

E.I.R.L: Empresa Individual de Responsabilidad Limitada

EPS: Instrumentos y servicios de promoción de exportaciones

FOB: Free on Board

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas

GEM: *Global Entrepreneurship Monitor*

GERCETUR: Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cusco

INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática

ISO: *International Organization for Standardization*

MINAGRI: Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

MYPES: Micro y Pequeñas Empresas

NANDINA: Nomenclatura común de los países que componen la Comunidad Andina

NRUS: Nuevo régimen único simplificado

OCEX: Oficinas de Comercio Exterior

PBI: Producto Bruto Interno

PPE: Programas de Promoción de Exportaciones

PRODUCE: Ministerio de la Producción

PROMPERÚ STAT: Estadísticas de exportaciones peruanas

PROMPERÚ: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas

RER: Régimen especial de impuesto a la renta

RG: Régimen general

RMT: Régimen Mype Tributario

RUS: Nuevo Régimen Único Simplificado

S.A.C: Sociedad Anónima Cerrada

SIICEX: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

SME: Small and Medium-sized Enterprises

SUNAT: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

TQM: Total Quality Management

UIT: Unidad Impositiva Tributaria

μm: Micrómetro

WTO: *World Trade Organization*

INTRODUCCIÓN

La actual tesis con título “La capacitación, tecnología y calidad como determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020” con subpartida arancelaria 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 respectivamente tiene como finalidad validar e identificar la relación de los determinantes planteados con las exportaciones en el periodo de estudio.

En cuanto al primera parte de la tesis se desarrollaron conceptos claves, los cuales aportaron una mejor comprensión hacia el lector. Asimismo, se examinaron antecedentes nacionales e internacionales. Adicionalmente se elaboró las bases teóricas, aquellas comprenden un conjunto de conceptos dirigidos a explicar el problema planteado. Además, se mencionó la normativa relacionada y se concluyó con un análisis del sector y producto.

En la segunda parte se abordó el plan de investigación, aquel que desarrolla la realidad problemática en donde se explica los síntomas y causas, diagnóstico actual y pronóstico del presente estudio. Posteriormente se formularon el problema principal y los secundarios, el objetivo principal y los específicos, al igual que la hipótesis general y las específicas. Finalmente se desarrolló las justificaciones teóricas y prácticas relacionadas al tema y línea de investigación.

La tercera parte del capítulo se desarrolló el tipo de investigación, el alcance y diseño tratados en la tesis, la operacionalización de las variables, el proceso para identificar la población y seleccionar el tamaño de la muestra, la identificación de los principales actores claves, la instrumentación desarrollada para los enfoques, las técnicas de recolección y procesamiento de datos, la confiabilidad de los instrumentos y aspectos éticos en la investigación.

En la cuarta parte de la tesis se realizó en base a las encuestas aplicadas a empresas y entrevistas a los expertos el procesamiento de datos que se obtuvieron mediante los instrumentos de recolección. En donde se procesó la información obtenida mediante los softwares SPSS y Atlas TI para los enfoques cuantitativos y cualitativos respectivamente.

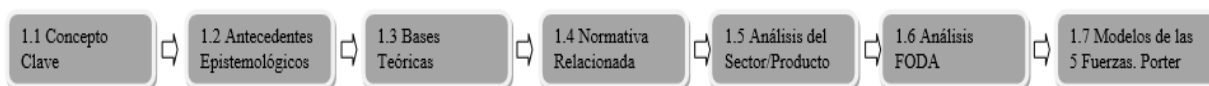
En cuanto al capítulo cinco, se analizaron los resultados obtenidos por los softwares antes mencionados y se realizó la discusión con las bases teóricas y antecedentes epistemológicos descubriendo hallazgos sumamente interesantes. Por último, se realizaron las conclusiones para el objetivo general, hipótesis general, objetivos específicos, hipótesis específicas y se realizaron recomendaciones para las Mypes exportadoras, entidades gubernamentales y futuros investigadores.

CAPITULO I. MARCO TEORICO

En este capítulo se planteó el marco teórico, el cual está dividido en siete subcapítulos, los cuales se detallan a continuación.

El primero de ellos menciona los conceptos clave, aquellos que son importantes para entender las principales terminologías que se abordaron a lo largo del estudio. En segundo lugar, expondremos los antecedentes nacionales e internacionales que son de mucho aporte para avalar las variables de estudio. En tercer lugar, se mencionan las bases teóricas más relevantes que se encontraron a lo largo de la revisión literaria, estas son importantes, pues son conceptos dirigidos a explicar el fenómeno o problema planteado. En cuarto lugar, se menciona la normativa relacionada al tema, en quinto lugar, el análisis del sector, en sexto el análisis FODA y el Modelo de las cinco fuerzas de Porter (véase figura 1).

Figura 1. Subcapítulos del Marco Teórico del Presente Trabajo de Investigación



Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al marco teórico Hernández-Mendoza & Sampieri (2018), señala que es aquel proceso de inmersión dentro del conocimiento existente, el cual debe guardar relación con el problema de investigación. La utilidad que nos proporciona el marco teórico es principalmente para ampliar el horizonte de estudio de la investigación; asimismo, nos ayuda a establecer el planteamiento del problema.

Tal como señala Bernal (2010), describe al marco teórico como las principales teorías y enfoques existentes acerca del tema en objeto de investigación, en las cuales se demuestra el nivel de conocimiento, resultados, instrumentos utilizados, diversas investigaciones

existentes acerca del estudio de investigación. El marco teórico proporciona soporte a la formulación del problema, los objetivos, hipótesis, así como la interpretación, conclusiones y explicación sobre el resultado final.

1.1 Conceptos Claves

Con el propósito de comprender el marco teórico es recomendable familiarizarse con teoría clave, mediante literatura básica e introductoria. En otras palabras, antes de ahondar información de las fuentes de investigación es recomendable buscar literaturas que nos permita comprender en términos sencillos aquello que se busca investigar, con la finalidad que los autores pueden elaborar posteriormente planteamientos propios (Berthier, 2004, como se cita en Arbaiza).

En cuanto a los conceptos revisados, estos comprenden terminologías como exportación, exportación directa e indirecta, capacitación, calidad, tecnología productiva, certificaciones y acreditaciones, sector textil y confecciones, prendas de vestir fibras de alpaca, pelos finos, suéteres, guantes, Mypes y estructura del arancel en el Perú. La definición de estos términos facilitará la comprensión de algunos términos utilizado en la presente tesis.

1.1.1 Exportación

Es aquel régimen aduanero que concede la salida de mercaderías nacionales o nacionalizadas para el uso o consumo permanente en el mercado exterior y no están afectas a tributos (SUNAT, 2011).

Se define exportación como la transacción al extranjero de bienes, servicios o propiedad intelectual producidos por una compañía hacia residentes o clientes de otro país (Daniels, Radebaugh & Sullivan, 2013).

1.1.2 Exportación Directa

Es aquella exportación en donde la empresa vende sus productos de manera directa a un autónomo, este se caracteriza por ser un distribuidor, agente o minorista quienes se encuentran ubicados en el exterior (Daniels et al., 2013).

1.1.3 Exportación Indirecta

Se define exportación indirecta a la empresa que vende sus bienes a un intermediario autónomo, el cual se encuentra ubicado en el mercado local, quien a su vez exporta el producto a sus agentes extranjeros, los cuales, finalmente venden el producto al consumidor final (Daniels et al., 2013).

1.1.4 Calidad

Se define calidad como “excelencia”, sin embargo, es un término que posee diversos enfoques, el cual a lo largo de los años ha tomado diversas posturas, primero orientado hacia la calidad del producto, posteriormente hacia complacer las necesidades y satisfacer las expectativas que el cliente espera y finalmente, hacia la satisfacción de todos los grupos de interés (Z., Surgey. T, Solis. L & Martínez. F, 2012).

1.1.5 Capacitación

La capacitación se define como un enfoque que se dirige principalmente al desarrollo y fortalecimiento de la fuerza laboral en las organizaciones, dentro del cual se prepara a los individuos tanto para el puesto como para un debido desempeño de sus logros dentro y fuera de la organización (I. Chiavenato, 2007).

Asimismo, los principales objetivos para realizar capacitaciones son preparar a los individuos para la correcta y rápida realización de las tareas asignadas en el puesto, fomentar las oportunidades para el desarrollo del personal forjando un continuo aprendizaje de las habilidades, enfocado a la realización de diversas funciones más complejas. Finalmente, la

capacitación busca cambiar a las personas para generar un ambiente más satisfactorio, motivar a los colaboradores y volverlas más receptivas ante los nuevos cambios y tendencias de la organización (Martínez & Martínez, 2009).

1.1.6 Tecnología Productiva

Se define tecnología productiva como la obtención de artefactos y el uso de estos por el hombre. Asimismo, es cualquier técnica, proceso, método, equipo o herramienta mediante la cual se amplifica la capacidad humana. Esta definición se adapta al campo industrial como las acciones establecidas para transformar los insumos en productos, lo cual se refiere a los procesos industriales (Ollivier, 2005).

1.1.7 Certificación y acreditación

Procedimiento por el cual una institución u organización brinda una garantía por medio escrito a un producto en donde indica que el proceso o servicio este de acorde a los requisitos específicos (FAO, 2019).

1.1.8 Sector Textil y Confecciones

El sector textil y el sector confecciones se define por la fabricación de productos textiles y el segundo en la producción de prendas de vestir; adobo y teñido de piel (PRODUCE, 2021).

1.1.9 Prendas de Vestir

Subsector del sector textil y confecciones, en donde se fabrican prendas de vestir utilizando diversos elementos. Se incorpora actividades relacionadas con la fabricación, compra de materias primas, diseño de muestras, contratación con terceros que confeccionen las prendas de vestir y la venta del producto terminado. (PRODUCE, 2008)

1.1.10 Fibra de Alpaca

La fibra de alpaca se deriva de la alpaca, la cual está muy valorada comercial e industrialmente, ya que es una de las fibras más lujosas y finas a nivel mundial (Ascalpe, 2020).

1.1.11 Pelos Finos

Según Promperú, el uso y forma de la fibra de alpaca se utiliza para la elaboración de textiles o textiles para el hogar. De igual forma, se consideran fibras especiales o pelos finos (Promperú, 2019).

1.1.12 Suéter

Aquella prenda de punto y con manga que cubre a partir del cuello hasta la cintura de quien lo usa (Real Academia Española, 2021).

1.1.13 Guantes

Prenda que cubre la mano, usualmente se elabora con pieles, tela o tejido de punto y tiene una funda para cada uno de los dedos (RAE, 2021).

1.1.14 Mypes

Para la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, las Mypes pertenecen a un régimen particularmente creado para promover e incentivar el crecimiento de las empresas micro y pequeñas, otorgándoles condiciones especiales para que puedan cumplir sus obligaciones tributarias. Asimismo, las micro empresas se caracterizan por contar con un número de hasta diez colaboradores y presentar ventas anuales hasta 150 unidades impositivas tributarias (UIT) anuales, mientras que las pequeñas empresas pueden contar como máximo cien colaboradores y un monto máximo de ventas de 1700 UIT anuales (SUNAT, 2020) (véase tabla 1).

Tabla 1. Características de la Micro y Pequeña Empresa.

MICROEMPRESA	
Número de trabajadores	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
Ventas Anuales	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias
PEQUEÑA EMPRESA	
Número de trabajadores	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
Ventas Anuales	Hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias

Fuente: SUNAT. Elaboración Propia

1.1.15 Estructura del Arancel de Aduanas en el Perú

Con base en la nomenclatura común de los países que integran la Comunidad Andina (NANDINA) se elabora el Arancel Aduanero del Perú que incluye otras subpartidas. La NANDINA se basa en la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías en su única versión en español e incluye la quinta propuesta de enmienda al Sistema Armonizado (SUNAT, 2001) (véase tabla 2).

Tabla 2. Estructura de la Subpartida Nacional

DÍGITOS					DENOMINACIÓN
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°	9° 10°	
1° 2°					Capítulo
1° 2°	3° 4°				Partida del Sistema Armonizado
1° 2°	3° 4°	5° 6°			Subpartida del Sistema Armonizado
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°		Subpartida NANDINA
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°	9° 10°	Subpartida Nacional

Fuente: SUNAT. Elaboración Propia.

1.2 Antecedentes Epistemológicos

Luego de dar a conocer los principales conceptos claves, se procedió a revisar los antecedentes epistemológicos, los cuales son una disciplina filosófica que permite investigar

los conceptos científicos e intenta fundamentarlos (Lenk, 1998, como se citó en Bernal). Para el desarrollo de los antecedentes se debe buscar información relevante, los cuales deben tener enfoques similares al problema de investigación, que serán analizados teniendo en cuenta las variables de investigación acerca del tema y que dará a conocer la situación problemática (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Bajo esta premisa, se realizó una exhaustiva investigación en diferentes repositorios digitales con la finalidad de que sirvan de apoyo y contribuyan a la literatura de la presente tesis. Es por eso, que se consideraron diversos estudios de investigación y *papers*. Entre las fuentes revisadas se accedió a recursos de investigación como repositorios académicos, de las cuales se extrajo tesis y se revisaron artículos de investigación acerca de determinantes como la calidad, tecnología y capacitación que afecta positivamente en las exportaciones de Mypes.

Entre las fuentes examinadas se encuentran repositorios académicos de diversas universidades del Perú y plataformas como Scopus Science Direct Proquest. Cabe señalar que la búsqueda de información continúa hasta llegar al punto de saturación teórica (véase tabla 3 y 4).

Tabla 3. Fuentes de Antecedentes Nacionales según RENATI para el plan de investigación

Fuentes de Antecedentes Nacionales	Cantidad de Antecedentes
RENATI	13

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. Fuentes de Antecedentes Internacionales según los repositorios internacionales

Fuentes de Antecedentes Internacionales	Cantidad de Antecedentes
Scopus	04
Science Direct	02
Proquest	03
Repositorios Internacionales	02
Scielo	01
EBSCO	01

Fuente: Elaboración Propia

1.2.1 Antecedentes Nacionales

En primer lugar, en la tesis titulada “Análisis de los factores que inciden en la exportación de las Mypes del sector textil: estudio de caso: empresa sigilosa nevi plus size y pijama latino rozze de la tienda comercial Gamarra” de Farfán Palomino y Ruiz (2018) se buscó verificar si los factores extrínsecos, las características del fundador y los factores intrínsecos determinan las exportaciones. El método utilizado es cualitativo y el tipo de investigación es de descubrimiento descriptivo, para el análisis de la investigación se realizaron encuestas a través de un estudio a tres Mypes del sector textil y expertos en la materia.

Con base a lo investigado los autores concluyen que el factor externo programa de exportación ha afectado las exportaciones de forma exponencial, mientras que los factores internos como el perfil empresarial no pasan desapercibidos, pues según los resultados la preparación académica profesional, los conocimientos empíricos y la actitud de los empresarios permite mejorar las negociaciones. Por otro lado, el incremento en la

estandarización de procesos y renovación de máquinas fueron importantes, ya que con estas obtuvieron mejoras en acabados de los productos terminados.

El aporte para el trabajo de investigación se sustenta en el hallazgo de la determinante capacitación, puesto que mencionan cómo los programas de capacitación otorgados por parte de entidades del estado han sido un factor clave de éxito durante el proceso de aprendizaje. Además, el apoyo en ferias ha logrado que las empresas impulsen su capacidad exportadora, siendo más competitivas en el mercado internacional. Asimismo, la investigación presenta un aporte para la variable tecnología, mediante el factor de innovación en procesos. Dichos aportes se utilizaron para las dimensiones de tecnología dentro de operacionalización de variables.

En segundo lugar, la tesis “Relación de los programas de Capacitación en la Gestión Empresarial de las Mypes Exportadoras del Sector Textil Localizadas en la Región Junín 2017”, realizada por Aguilar & Bastidas (2018) cumple con el objetivo de determinar la relación entre las variables del programa de formación y la gestión empresarial. El tipo de estudio fue descriptivo, el enfoque utilizado fue mixto con diseño no experimental y se realizaron entrevistas a nueve Mypes exportadas de la región Junín.

Con base en los resultados los autores concluyen en su hipótesis general que existe relación entre los programas de formación en gestión exportadora en las Mypes de la región Junín en el año 2017. Lo afirmado, se comprueba debido a que su nivel de correlación es de 0.487 y se afirma que tiene una correlación positiva moderada. Asimismo, es tan importante el grado de capacitación que los autores evidenciaron que los empresarios carecen de conocimientos y los programas de exportación influyen demasiado.

En cuanto al aporte para el trabajo de investigación, esta se sustenta en el reconocimiento que existe entre la relación de los programas de formación y la gestión

empresarial para las Micro y pequeñas exportadoras de Cusco. También se destaca el rol fundamental de la capacitación en la actualidad, pues mejora significativamente la gestión de las microempresas logrando ser cada vez más competitivas y sostenibles en el tiempo.

En tercer lugar, la tesis “Gestión de la calidad y mejora continua en las pequeñas y medianas empresas” realizada por Huamán (2019), tuvo como objetivo el determinar si la gestión de la calidad incide o no en la mejora continua de las PYMES de Lima Metropolitana. El método utilizado es cuantitativo de diseño experimental con corte longitudinal. Para efectos de la encuesta se toma una muestra probabilística de cuatro empresas de la industria manufacturera.

En los resultados obtenidos, la autora determina que el sistema de gestión de calidad está relacionado con la producción nacional e internacional en la industria manufacturera, pues existe una influencia significativa en el proceso de fabricación de los productos. Asimismo, indica que aplicar gestión de calidad a varios procesos de la cadena productiva favorece al crecimiento de las empresas e influye en la mejora continua.

En cuanto al aporte hacia el presente trabajo de investigación, esta se sustenta hacia la determinante calidad, pues indica que la gestión de calidad y mejora continua favorecen el crecimiento empresarial de las Mypes y por ende a los procesos productivos de la compañía, resultando beneficiosos para el producto terminado, puesto que se ofrece al cliente un bien con valor agregado. Por otro lado, se menciona dicho antecedente dentro de bases teóricas con el objetivo de profundizar en la calidad como determinante que influye en el crecimiento de las partidas analizadas en la presente tesis.

En cuarto lugar, en la tesis “Factores que influyen en la internacionalización en pymes de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015”, realizado por Bardales (2019), se planteó el objetivo de determinar los tipos de factores que impactan en

el desarrollo de la internacionalización de las Pymes. La investigación tiene un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental corte transversal, para el análisis se tomó la base de datos de *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM Perú, 2015) y se realizó un muestreo de 474 emprendedores con menos de 3.5 años de fundación.

En los resultados obtenidos, el autor concluye que existen factores internos como el nivel educativo, la tecnología empleada, capacitación y ubicación que impulsan a las empresas a un buen rendimiento en su proceso de búsqueda de mercados internacionales. De esta manera, los factores impactan en las empresas que deciden realizar un proceso de internacionalización y otras que nacen internacionalizadas, ya que existen niveles de incertidumbre, barreras, riesgos en el proceso de búsqueda del posicionamiento en mercados extranjeros.

En cuanto al aporte de dicha investigación, esta se menciona dentro de bases teóricas y se sustenta en el hallazgo de la determinante tecnología, entre los cuales se encuentran la relación de capacitación en tecnologías, ya que éstas influyen positivamente en la internacionalización, por lo que los colaboradores deben estar capacitados y actualizados debido a conocimientos necesarios que brindan las nuevas herramientas con el objetivo de disminuir la incertidumbre. De igual forma, indica lo importante que es invertir en tecnología, ya que favorece la temprana internacionalización de las empresas, pues permite mayor dinamismo y continuidad.

En quinto lugar, en la tesis titulada “Innovación tecnológica y competitividad en las Mypes agroindustriales de la provincia de Pasco – 2017” realizada por Vicente (2019), tuvo como objetivo entender de qué manera la innovación tecnológica afecta en la competitividad de las Mypes en la Provincia de Pasco. El alcance de la tesis es descriptivo - explicativo,

siendo de un enfoque cuantitativo y de diseño no experimental, para su análisis se recolecto datos mediante el instrumento de encuestas a 27 gerentes de Mypes agroindustriales.

En base a los resultados, el autor resuelve que los procesos de innovación tecnológica son recursos cruciales, pues facilita la consolidación del mercado interno y por ende el internacional, ya que el mejorar en tecnología refuerza la posición de la empresa y su capacidad de valerse por sí misma. Además, al interpretar los resultados el 88.89% de gerentes consideran que la tecnología es importante para poder optimizar costos y mejorar los procesos de producción.

El aporte de la investigación para el trabajo se sustenta en la importancia de contar con innovación, mejora y renovación de la tecnológica, ya que se considera que es sumamente importante para facilitar los procesos productivos elevando la capacidad de producción para enfrentar las exigencias de la demanda internacional y reduciendo los costos; además la innovación tecnológica induce a que la empresa se vuelva más competitiva tanto a nivel nacional como internacional. Además, dicha investigación brinda un aporte para el indicador frecuencia de renovación de maquinaria en la determinante tecnología.

En sexto lugar, como menciona Abanto y Gómez (2020) en su tesis “Factores que influyen en las exportaciones de prendas y complementos de vestir de punto para bebés de las Mipymes de Lima Metropolitana: Formalización, Capacitación, Innovación y Financiamiento, durante el periodo 2015-2019”, tuvo como objetivo determinar si factores cómo formalización de empresas, capacitación e innovación en los procesos han aportado positivamente al incremento de las exportaciones en el periodo 2015 -2019.

Dicha investigación tiene un enfoque mixto, con un diseño no experimental, para la cual se entrevistó a seis expertos y 40 encuestas del sector textil ubicadas en Lima Metropolitana. Los resultados mostraron que la variable dependiente, desarrollo exportador

y las independiente como factores de formalización de la empresa, capacitación, gestión de innovación y acceso a financiamiento, están correlacionadas, obteniendo un resultado es positivo con un valor de 0.387. Por lo cual, se comprueba que las variables han afectado en el aumento de las exportaciones en las empresas del sector en Lima.

El aporte de la tesis se da con respecto a la determinante capacitación; puesto que se menciona que la frecuencia con la que se da las capacitaciones es importante para el desarrollo exportador, ya que según las encuestas realizadas a empresas y entrevistas a expertos las entidades del estado como Promperú Y MINCETUR ponen a disposición del empresario diversos talleres capacitación que sirven para entablar exportaciones exitosas. Asimismo, logran concluir que la frecuencia y la inversión recurrente en capacitación son claves para el crecimiento de las Mipymes.

En séptimo lugar, en la tesis “Análisis de los factores que inciden en la internacionalización de las pymes de la selva peruana exportadoras de cacao en grano, durante el periodo 2009-2019” realizada por Espinoza y Maier (2020), tuvo como finalidad establecer en qué medida ciertos factores influyen en la expansión internacional de las Pymes exportadoras de cacao en grano de la selva peruana de. La investigación se realizó con una metodología cuantitativa con un diseño descriptivo, no experimental a nivel correlacional y se encuestó a 31 Mypes exportadoras de la selva peruana del cacao.

Los resultados reflejaron que los factores que influyen en la conducta exportadora de las pymes del cacao de la selva son calidad, planeación estratégica, alianzas y acuerdos de cooperación, apoyo del gobierno mediante capacitaciones. Estos factores tuvieron un valor de significancia aceptable en sus resultados estadísticos. Cabe acotar que en cuanto al factor de innovación en la gestión de producción se afirma que toda tecnología que se emplea en

el proceso de producción debe ser adquiridas teniendo en cuenta la satisfacción del cliente. Permitiendo a las Pymes incrementar sus exportaciones.

La tesis genera un aporte en la investigación para las determinantes tecnología y calidad, en cuanto a tecnología se menciona acerca de la importancia de tener en cuenta la capacidad de producción al realizar inversión para satisfacer las exigencias y demandas de los clientes. Por otra parte, en cuanto a calidad, se menciona sobre la exigencia de los mercados internacionales y la importancia de las certificaciones y como estos influyen en el posicionamiento de los productos.

En octavo lugar, los “Factores determinantes de las exportaciones de aceite de palma: tecnología, capacitación y calidad de la región Ucayali durante el periodo 2013-2018”, tesis elaborada por Alvarado & Ballarte (2020), se analizaron los determinantes que incrementaron la producción y exportación de aceite de palma, siendo la inversión en tecnología, las capacitaciones a palmicultores y la calidad del producto los factores más resaltantes. Para ello, la metodología empleada en el trabajo de investigación fue de un enfoque cualitativo, con un diseño transversal descriptivo.

Para dicha investigación se entrevistó a nueve expertos, entre ellos siete gerentes de empresas del sector y dos ingenieros agrónomos. Los resultados de dicha investigación mostraron que la calidad tiene un gran impacto en las exportaciones de aceite de palma; asimismo, se concluye que los factores tecnología y capacitación se encuentran relacionados al factor calidad. puesto que, para obtener una mejor calidad del producto, es fundamental que se genere una buena capacitación hacia el personal y se desarrolle un buen manejo tecnológico.

El aporte que nos brinda la investigación mencionada se enfoca en la relevancia que tiene desarrollar mejoras en la tecnología y realizar capacitaciones periódicas en la empresa

para generar una mejor calidad en el producto. Factor de mayor relevancia, el cual genera una ventaja competitiva en el mercado internacional, ya que otorga mayor confianza en el producto. Asimismo, esta investigación contribuye al desarrollo de la justificación teórica.

En noveno lugar, dentro de la tesis “Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las Mypes del sector cafetalero en las exportaciones a través de cooperativas a los mercados de EE. UU. y Europa, distrito de Satipo, año 2015” escrita por Casafranca (2016), se quiere determinar si factores como el financiamiento y la capacitación inciden en la rentabilidad de Mypes del sector cafetalero. Para ello, se elaboró una investigación cuantitativa, transversal, en la cual se entrevistó a 12 micro y pequeñas empresas del sector.

Los resultados de la investigación mostraron que la capacitación es fundamental para el crecimiento de las Mypes y que efectivamente es un factor que genera rentabilidad; asimismo, se halla que también es importante se realicen capacitaciones relacionadas con temas tanto a las actividades productivas, como a las actividades comerciales, puesto que estas generan rentabilidad a largo plazo y mantiene el posicionamiento de las Mypes en el mercado nacional e internacional.

Dicha tesis otorga un aporte a la investigación con respecto a la determinante capacitación, en cuanto al indicador inversión destinada a capacitarse, ya que en las encuestas realizadas el 100% de emprendedores considera que está totalmente de acuerdo invertir en conocimientos, puesto que los programas de capacitación brindadas por parte del estado no son de mucho apoyo, ya que no los consideran actualizados a las demandas actuales del mercado nacional e internacional.

En décimo lugar, en la tesis “La contribución de la Ruta Exportadora a las PYMES textiles exportadoras de Lima Metropolitana en su camino a la internacionalización”

elaborada por Huancahuari (2019) se quiere determinar la contribución de la Ruta Exportadora en las PYMES textiles exportadoras de Lima Metropolitana. Para el desarrollo de la investigación se elaboró una investigación cualitativa, en la cual se entrevistó a 21 expertos, entre ellos trece responsables de Pymes exportadoras y ocho expertos en Negocios Internacionales.

Los resultados de dicha investigación mostraron que el programa Ruta Exportadora contribuye con las exportaciones de textiles en Lima Metropolitana mediante capacitaciones, participación en ferias y asistencia técnica mejorando la competitividad en la empresa y su desarrollo exportador.

La presente investigación realiza un aporte en la determinante capacitación; los autores mencionan que el programa Ruta Exportadora genera beneficios primordialmente a nivel de capacitación, brindando conocimientos a las Mypes para realizar exportaciones de manera efectiva; de la misma manera, la capacitación se genera a nivel de calidad, otorgando información acerca de las nuevas certificaciones y mejora en el proceso productivo.

En onceavo lugar, la tesis “Calidad, financiamiento y tecnología como factores que influyen en las exportaciones de camisones y pijamas de punto de algodón para mujeres o niñas de las Pymes de Lima Metropolitana en el periodo 2016-2020”, realizada por Contreras & Toscano (2021), se centró en el analizar sí la calidad, la tecnología y el financiamiento influenciaron en las exportaciones de prendas de dormir de algodón para mujeres y niña. El método de investigación que fue el mixto con un alcance correlacional y se encuestó a 36 Pymes exportadoras para la fase cuantitativa y entrevistó a cuatro actores claves para la fase cualitativa.

De los resultados se confirma la relación positiva entre la variable dependiente “aumento de las exportaciones” y la variable independiente “factores” así los factores

“calidad” “tecnología” y “financiero” se confirma con la variable “exportaciones” concluyendo así que estas variables tienen un efecto positivo en la exportación de camisones de punto de algodón y pijamas de mujer o niña de las medianas y pequeñas empresas de la capital Lima.

El aporte a la investigación se evidencia en la determinante calidad, la cual es fundamental en las exportaciones debido a la exigencia de los mercados internacionales. Asimismo, el aporte también se evidenció en la dimensión tecnología, la cual repercute en las exportaciones de manera positiva, pues se agilizan los procesos en la producción, mejorando de esta manera los tiempos de entrega y mejora en la calidad.

En doceavo lugar, la tesis “Factores que influyen en la exportación de maíz blanco Gigante del Cusco: Calidad, promoción y características de la empresa durante el período 2014 - 2018” elaborada por Flores & Mendoza (2021) se determinó si factores como “calidad”, “promoción” y “características de la empresa” repercute de manera directa en las exportaciones de Maíz Blanco Gigante del Cusco. Para lo cual se desarrolló el método mixto con un diseño no experimental transversal de tipo explicativo.

Los resultados de dicha investigación mostraron que si hubo compatibilidad entre la variable independiente “factores que influyen” y la variable dependiente “exportaciones del Maíz Blanco Gigante del Cusco”. De esta manera se validan los factores calidad, promoción y características de la empresa, las cuales se demostraron que repercute de forma positiva en las exportaciones.

El aporte de la investigación se refleja en la determinante calidad, la cual es considerada como uno de los factores más competitivos para el desempeño exportador, puesto que está relacionada con la percepción que tiene el consumidor, lo cual conlleva a una aceptación positiva, fidelidad y consumo frecuente por parte del cliente.

En treceavo lugar, la tesis “Factores que influyen en las exportaciones de palta hass de las empresas de la región La Libertad - Perú: características de la empresa, nivel de producción, estándares y certificaciones de calidad en el periodo 2014-2018” escrita por Jauregui & Ramírez (2021), en la cual se menciona si las características de la empresa, nivel de producción, estándares y certificaciones de calidad repercute en las ventas internacionales de palta hass de la región La Libertad.

Para su análisis se realizó una investigación con enfoque mixto con un alcance descriptivo, explicativo y correlacional, mediante la cual se obtuvo como resultados que los factores mencionados en el párrafo anterior repercuten en las exportaciones de Palta Hass en las empresas de La Libertad. Sin embargo, el factor de estándares y certificaciones de calidad tuvo un resultado trascendental frente a los demás factores, debido a que aparte de garantizar la calidad en el producto, se demuestra que se realizan buenas prácticas en el sector agrícola.

El aporte de dicha investigación se determina en la determinante calidad, puesto que se menciona acerca de lo fundamental que son los estándares de calidad y certificaciones, los cuales son elementos importantes que influyen en las exportaciones y garantizan calidad en el producto. Asimismo, brindan credibilidad al cliente satisfaciendo sus exigencias y necesidades en un mercado internacional riguroso.

Tabla 5. Antecedentes Nacionales

Titulo	Autor	Fuente	Objetivo	Variables	Conclusiones	Tipo de Documento	Aporte
Análisis de los factores que inciden en la exportación de las Mypes del sector textil-confecciones: casos de estudio: corporación stealth, nevi plus size y pijamas rozze latina del emporio comercial de gamarra	Farfán Cucho, Sthefany Vanessa Palomino de la Cruz, Vanessa Sofia Ruiz Montoya, Fiorella Beatriz	Pontificia Universidad Católica del Perú	Determinar los factores que inciden en la exportación de las Mypes del sector textil-confecciones. Casos de estudio: Corporación Stealth, Nevih Plus Size y Pijamas Rozzé Latina del emporio comercial de Gamarra	- Innovaciones de producto -Innovaciones de procesos	- El factor que destacó en el análisis fue innovación de productos - Con respecto a la innovación en procesos, hubo un principal interés en la renovación de las máquinas y agilizar procesos. -Las Mypes impulsan su capacidad exportadora mediante el apoyo de las distintas entidades del Estado.	Tesis para optar la licenciatura en Gestión con mención en Gestión Empresarial (2018)	El aporte se sustenta en el hallazgo de la dimensión capacitación, ya que mencionan a los programas de capacitación otorgados por parte de estado han sido un factor clave de éxito durante el proceso de aprendizaje a exportar.
Relación de los Programas de Capacitación en la Gestión Empresarial de las Mypes	Águila Jiménez, Estive Oliver Batidas Tocasca,	Universidad Roosevelt	Conocer la relación de los programas de capacitación con la gestión empresarial de la	- Programas de capacitación -Gestión empresarial	-El apoyo mediante programas de capacitación se asocia de manera favorable con la	Tesis para optar la licenciatura en Administración (2018)	El aporte se sustenta en el vínculo existente entre la relación de los programas

Exportadoras del Sector Textil Localizadas en la Región Junín 2017	Yumi Fiorella		MYPES exportadoras del sector textil de la región Junín 2017		gestión empresarial en las Microempresas - Los programas de capacitación en el planeamiento de los microempresarios de Junín se vinculan de manera positiva.		de capacitación y la gestión empresarial para las Mypes exportadoras de la Región de Junín
Gestión de la calidad y la mejora continua en pequeñas y medianas empresas	Huamán Mejía, María Celina	Universidad del Callao	Determinar si la gestión de calidad influye en la mejora continua de las Pymes en la Región de Lima Metropolitana	- Sistema de gestión de calidad - Mejora continua	- El sistema de gestión de calidad está ligado tanto con la producción nacional como con e internacional en la industria manufacturera	Tesis para optar la licenciatura en Gestión con mención en Gestión Empresarial (2019)	El aporte se sustenta hacia la dimensión calidad, pues indica que la gestión de calidad y mejora continua favorecen el crecimiento empresarial de las Mypes, y por ende de todos los procesos productivos de la empresa

Factores que influyen en la internacionalización en pymes de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015	Bardales Obando, Eduardo Andree	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Determinar los factores que fueron influyen en la internacionalización del emprendimiento temprano del Perú en el año 2015.	-Producto innovador -Nivel tecnológico del sector	-Existen factores internos que impulsan a las empresas a un buen rendimiento en su proceso de búsqueda de nuevos mercados geográficos, como el nivel educativo, la tecnología empleada, capacitación, ubicación entre otros. -Una permanente preparación y reajuste en información relacionada al comercio internacional y si este impacta de manera efectiva a los emprendedores.	Tesis para optar la licenciatura en Negocios Internacionales (2019)	El aporte se menciona dentro de bases teóricas y sustenta a la dimensión tecnología, donde se encuentra la relación de capacitación en tecnologías.
Innovación tecnológica y competitividad en las Mypes	Vicente Artica, Luis	Universidad Nacional Daniel	Entender de qué forma la innovación tecnológica influye	-Innovación tecnológica -Competitividad	-Los procesos de innovación tecnológica son herramientas	Tesis para optar el grado académico de maestro en	Dicha investigación brinda un aporte para el

agroindustriales de la provincia de Pasco - 2017		Alcides Carrión	en la competitividad de las Mypes en la Provincia de Pasco		importantes, pues facilita la consolidación del mercado interno y por ende el internacional -	Planificación y Proyectos de Desarrollo (2019)	indicador de frecuencia de renovación de maquinaria en la dimensión tecnología.
Factores que influyen en las exportaciones de prendas y complementos de vestir de punto para bebés de las MiPymes de Lima Metropolitana: Formalización, Capacitación, Innovación y Financiamiento, durante el periodo 2015-2019	Abanto Young, María Paz Gómez Deza, Jhoselyn Lucia Nicole	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Determinar si factores como formalización de empresas, formación de los colaboradores e innovación en distintos procesos han aportado positivamente al incremento de las exportaciones en el año 2015 -2019	-Desarrollo exportador - Factores de formalización de la empresa - Capacitación del talento humano - Gestión de innovación - Acceso al financiamiento	-Las variables de los factores para la formalización de la empresa han influenciado específicamente para el crecimiento de las exportaciones de las organizaciones del sector textil y subsector de confecciones de Lima Metropolitana -La formalización en las empresas	Tesis con el objetivo de optar la licenciatura en Negocios Internacionales (2020)	El aporte de la tesis se da con respecto a la dimensión capacitación; puesto que se menciona que la frecuencia con la que se da las capacitaciones es importante para el desarrollo exportador.
Análisis de los factores que inciden en la internacionalización de las pymes de la selva peruana	Espinoza Vega, Lelys Milagros; Maier Depaz,	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Determinar los factores que influyen en la internacionalización de empresas	Internacionalización de las pymes exportadoras de cacao en grano -Planeación estratégica	-Los factores que impactan en el comportamiento de las pymes del cacao de la selva son	Tesis para optar la licenciatura en Negocios Internacionales (2020)	El aporte en la investigación se da en la dimensión tecnología y calidad, en

exportadoras de cacao en grano, durante el periodo 2009-2019	Michaela Christina		pymes exportadoras de la selva peruana de cacao en grano, entre el periodo 2009 al 2019	-Programas de apoyo del Estado -Acuerdos comerciales con otros países -Alianzas con organizaciones de logísticas -Cooperación con entidades del gobierno -Mejora en el proceso de producción -Mejora en el producto existente	calidad, planeación estratégica, alianzas y acuerdos de cooperación, aportes del estado mediante capacitaciones y los acuerdos comerciales		cuanto a tecnología se menciona la importancia de tener en cuenta la capacidad de producción al realizar inversión para satisfacer la demanda de los clientes. En cuanto a calidad, se menciona sobre la exigencia de los mercados internacionales y la importancia de las certificaciones.
Factores determinantes de las exportaciones de aceite de palma: tecnología, capacitación y calidad de la región	Alvarado Aguilar, Arisa; Ballarte Beraún,	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Analizar los factores determinantes de las exportaciones de aceite de palma producido en la Región Ucayali	-Producción de aceite de palma dirigido a los mercados internacionales durante el 2013 al 2018	-La calidad posee un vasto impacto en la internacionalización de aceite de palma. - Los determinantes de	Tesis para optar la licenciatura en Negocios Internacionales (2020)	El aporte se enfoca en la relevancia que tiene desarrollar mejoras en la tecnología y

Ucayali durante el periodo 2013-2018	Norlit Gabriela		durante el periodo 2013-2018	<ul style="list-style-type: none"> -Monto invertido en las actividades de innovación -Percepción apoyo del Estado que contribuyan al desarrollo del aceite de palma -Percepción sobre la implementación de maquinaria extranjera en la producción -Porcentaje de empresas que cuentan con procesos certificados -Nivel de control de calidad en el aceite de palma 	tecnología y capacitación se hallan relacionados al factor calidad. puesto que, con el objetivo de poseer una mejor calidad del bien, se requiere generar una buena capacitación hacia el personal y se desarrolle un buen manejo tecnológico		realizar capacitaciones periódicas en la empresa para generar una mejor calidad en el producto
Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las Mypes del sector cafetalero en las exportaciones a través de	Casafranca Quispe, Edson	Universidad Católica los Ángeles de Chimbote	Determinar la Incidencia del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes del sector cafetalero	<ul style="list-style-type: none"> - Exportaciones dentro del sector cafetalero -Financiamiento - Capacitación -Rentabilidad 	-La capacitación es fundamental para el crecimiento de las Mypes y genera rentabilidad	Tesis para optar la licenciatura en Administración (2016)	Otorga un aporte a la investigación con respecto a la dimensión capacitación, en cuanto al indicador

cooperativas a los mercados de EE. UU. y Europa, distrito de Satipo, año 2015							inversión destinada a capacitarse
La contribución de la Ruta Exportadora a las PYMES textiles exportadoras de Lima Metropolitana en su camino a la internacionalización	Huancahuari Cárdenas, Silvia Roxana	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Determinar la contribución de la Ruta Exportadora a las PYMES textiles exportadoras de Lima Metropolitana	-Ruta exportadora - Internacionalización de Pymes textiles	El programa Ruta Exportadora orienta a las Mypes mediante capacitaciones, información, participación en ferias y asistencia técnica. El programa se enfoca principalmente en la capacitación, factor el cual engloba a calidad.	Tesis para optar la licenciatura en Negocios Internacionales (2019)	Realiza un aporte a la determinante capacitación, ya que el programa Ruta Exportadora genera y brinda conocimientos a las Mypes para realizar exportaciones exitosas.
Calidad, financiamiento y tecnología como factores que influyen en las exportaciones de camisones y pijamas de punto de algodón para	Contreras Bellido, Christian Andrés; Toscano Toscano, Katherine Rubí	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Analizar la calidad, el financiamiento y la tecnología como factores que inciden en las exportaciones de camisones y pijamas de punto	Variable Independiente: Los factores son: Calidad, Financiamiento y Tecnología Variable Dependiente: Exportaciones de	Se concluyó que dichas variables influyeron de manera positiva en la internacionalización de camisones y pijamas de punto de algodón para	Con el objetivo de optar la licenciatura de Negocios Internacionales (2021)	El aporte de la investigación se evidencia para la determinante calidad, debido a la exigencia de los mercados

mujeres o niñas de las Pymes de Lima Metropolitana en el periodo 2016-2020			de algodón para mujeres o niñas de las Pymes de Lima Metropolitana en el periodo 2016-2020.	camisones y pijamas de punto de algodón	mujeres o niñas de las Pymes de Lima Metropolitana.		internacionales. En cuanto al aporte en la determinante tecnología, esta influye en las exportaciones de manera positiva debido a que se agilizan los procesos en la producción.
Factores que influyen en la exportación de maíz blanco Gigante del Cusco: Calidad, promoción y características de la empresa durante el período 2014 - 2018	Flores Llagua, Sorely Yuliana & Mendoza Montañez, Melany Mildreth	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Analizar los factores: calidad, promoción y características de la empresa que influyen en la exportación del Maíz Blanco Gigante del Cusco durante el período 2014-2018	Variable Independiente: Factores que influyen Dimensiones: Calidad, promoción y características de la empresa. Variable dependiente: Exportación de	Se concluyo, existe relación entre la determinante independiente de los determinantes que repercuten y la determinante dependiente “exportaciones del Maíz Blanco Gigante del Cusco”.	Tesis para optar la licenciatura en Negocios Internacionales (2021)	El aporte de la tesis se refleja en la determinante calidad, considerada como factor competitivo para las exportaciones, puesto que está relacionada con la visión que posee el

				Maíz Blanco Gigante del Cusco			cliente acerca del bien.
Factores que influyen en las exportaciones de palta hass de las empresas de la región La Libertad - Perú: características de la empresa, nivel de producción, estándares y certificaciones de calidad en el periodo 2014-2018	Jauregui Gutiérrez, José Ignacio Ramírez Pinedo, Diana Yahaira	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Analizar los factores que influyen en las exportaciones de Palta Hass de las empresas de la Región La Libertad- Perú: características de la empresa, nivel de producción, estándares y certificaciones de calidad durante el periodo 2014-2018.	Variable independiente: Factores que influyen Variable dependiente: Exportaciones	Se concluyó que los factores de características de la empresa, grado de producción y estándares y certificaciones de calidad afecta en las exportaciones de Palta Hass de las entidades en La Libertad. Asimismo, el factor de estándares y certificaciones de calidad tuvo un resultado atípico frente a los factores, debido a que garantizan la calidad en el producto,	Tesis para optar la licenciatura en Negocios Internacionales (2021)	El aporte de dicha investigación se determina en la dimensión calidad, puesto que se menciona sobre lo importante que son los estándares de calidad y certificaciones.

1.2.2 Antecedentes Internacionales

En primer lugar, en el *paper* indexado de Science direct “*The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: A multidimensional view of export performance*” realizado por Álvarez, Apfelthaler, Durmuşoğlu, Mughan & Zamantili (2012) con un enfoque de investigación cualitativa, menciona que las herramientas y servicios de promoción de exportaciones (EPS) como un factor importante para un mejor desempeño de las empresas.

Los autores se refieren a estos “EPS” como medidas públicas de apoyo hacia estos exportadores potenciales y que los seminarios, asesoramientos, manuales de inducción para la exportación, información acerca del mercado, financiamiento, calidad y diversos programas, así como la participación en ferias, participación en empresas extranjeras y boletines informativos hizo que aumente sus ventas en el extranjero. Los resultados de la investigación indican que las EPS tuvieron una relación significativa con relación al incremento de las exportaciones.

Dicho *paper* aporta a la determinante capacitación, la cual se menciona además en “descripción de variables”, puesto que muestra como la incertidumbre, la falta de conocimiento sobre exportaciones por parte de las microempresas y escasez de recursos son limitantes y cómo estos servicios de promoción de las exportación es (EPS), creados por las entidades públicas y demás gobiernos podrían generar una mejora para su desempeño. En cuanto a los resultados obtenidos en dicho *paper* señalan que las empresas que utilizaron EPS tuvieron un mejor desempeño exportador que aquellas que no accedieron.

En segundo lugar, en el *paper* extraído Scopus “*Impact of Export Promotion Programs on Export Performance*” realizado por Mota, Moreira & Alves (2021), con un enfoque cuantitativo indica que los Programas de Promoción de Exportaciones (PPE) son de

apoyo al desarrollo de las compañías, ya que estas cuentan con recursos limitados para poder realizar exportaciones por ellos mismos.

EL *paper* indica que las Mypes no aprovechan su potencial exportador debido principalmente a la falta de conocimiento, información, motivación y recursos financieros; por esa razón las asociaciones regionales de desarrollo realizan programas de apoyo enfocados en la capacitación, encontrar nuevos mercados y brindar información necesaria para la internacionalización. Los resultados mostraron que aquellas empresas que se acogieron a los PPE mejoraron en sus exportaciones, sin embargo; se demostró que se tiene un impacto mayor si las empresas que se acogen a los programas tienen experiencia previa.

Este *paper* nos brinda un aporte para la determinante de capacitación, puesto que los programas del estado aportan información a las microempresas y estas se sienten más familiarizadas y motivadas para realizar exportaciones exitosas, pues adquieren conocimientos más específicos, así como la data necesaria derivada de la participación en ferias, información y estadísticas sobre mercados.

En tercer lugar, la tesis “*Export Performance of SMEs in Emerging Markets: The Role of Market Orientation, Learning and Trust*” elaborada por Md Daud & Mohd Azwardi y extraída de Scopus, se menciona acerca de las variables capacitaciones y orientación hacia el mercado repercute en el desarrollo exportador en las empresas pequeñas y medianas. Dicha investigación plantea un enfoque cuantitativo.

Para la metodología se realizó encuestas a 193 Pymes utilizando el método de multicolinealidad. Mediante el cálculo de la confiabilidad compuesta los valores de la fiabilidad mostraron un resultado no significativo para la variable orientación al mercado; sin embargo, en cuanto a las variables orientación al aprendizaje (capacitaciones) sí se

mostró un resultado con un efecto moderador positivo con la orientación hacia las exportaciones.

El aporte de dicha investigación se ve reflejado en la determinante capacitación, ya que es importante que las pequeñas empresas desarrollen el aprendizaje organizacional. Asimismo, se señala que la orientación dinámica del aprendizaje influye en la internacionalización y la orientación al mercado, puesto que de esta manera se responde ante los requisitos y exigencias del cliente de manera predecible, confiable y rápida.

En cuarto lugar, en el *paper* indexado en Scopus “*Contribution of technology to the productivity of small and medium-sized enterprises in the textile industry in Ecuador*” realizado por Benavides, Ibujés (2017) con un enfoque cuantitativo, se realiza un estudio acerca de la tecnología y su importancia para la productividad y su desarrollo en las Pequeñas y medianas empresas del sector textil en Ecuador. Asimismo, la tecnología juega un papel fundamental en las empresas, incrementando su eficiencia, eficacia y competitividad.

Dentro de la investigación se define tecnología como herramientas que transforman la materia prima y se relacionan con la productividad utilizando una menor cantidad de recursos posibles, haciéndola mucho más competitiva. Asimismo, se relaciona con tecnología otros factores como calidad, mano de obra, materia prima, maquinaria, energía, capital y productos terminados. Los resultados mostraron que la variable tecnología aporta de forma efectiva en la productividad de las empresas dentro del sector textil.

El aporte de la investigación se refleja en la determinante tecnología, la cual además se utilizó para definir dicha variable dentro de “teoría relacionada”. Los autores mencionaron que la tecnología cumple un rol fundamental dentro de la administración de las empresas con el propósito de que estas sean más eficientes, eficaces y competitivas; del mismo modo se relaciona a la variable con la productividad en la empresa.

En quinto lugar, en la siguiente tesis elaborada por Nicolas (2014) “Factores asociados al comportamiento exportador de las Pymes industriales argentinas”, extraída del repositorio de la Universidad Nacional de Mar de Plata; la cual posee un enfoque cuantitativo, se mencionan algunas variables entre las que destaca “calidad” y tecnología que está relacionada con innovación. En cuanto a calidad, se refiere a este como un determinante estratégico clave para la competitividad, enfocada en la satisfacción del cliente, obtención de una ventaja competitiva sostenible y capacidades organizacionales.

Asimismo, en cuanto a la determinante calidad, el autor relaciona dicho factor con “certificación”, pues es importante que los productos exportados cuenten con certificaciones de calidad según las normas establecidas en los mercados externos. Por otro lado, en cuanto al factor tecnológico, se destaca la importancia de añadir nuevas tecnologías en el sistema productivo, pues representa una mejora en las operaciones de la empresa. Se menciona también que la mejora tecnológica es producto de la experiencia en la empresa, lo cual se relaciona como resultado de la capacidad de producción.

En conclusión, por medio del modelo regresión logística, se demostró que las variables certificaciones de calidad, productividad, actividades de innovación y tamaño de las empresas incrementa la actividad exportadora. Asimismo, la investigación nos da un aporte en cuanto a las determinantes de calidad y tecnología, por un lado, se mencionan a las certificaciones que demuestran calidad y por el otro, la mejora en la capacidad de producción producto de la mejora tecnológica. El estudio además se ve reflejado en la descripción de la dimensión de calidad.

En sexto lugar, el *paper* indexado en Scopus, “*Incidence of innovation and technology in the competitive development of the small and medium-sized enterprises exporters of Guayas-Ecuador*” escrito por Carvache, Frías & Gutiérrez (2018), con un

enfoque cuantitativo, señala que factores internos como la tecnología, innovación, recursos y entorno aportan a la ventaja competitiva en una Pyme y aportan a su temprana internacionalización.

En cuanto al factor tecnológico, se menciona que las exportadoras exitosas son innovadoras y lo demuestran adaptando su tecnología en sus procesos, asimismo, el factor tecnológico va relacionado con la optimización de la eficiencia y la calidad de los productos, es por ello que innovar de manera tecnológica representa una estrategia ante la globalización, sin embargo es aún una limitante para muchas Pymes en Latinoamérica, esto debido a un escaso nivel de información, baja actitud empresarial hacia las tecnologías e impedimento individual para realizar investigación.

Finalmente, en la presente investigación se analizó si la tecnología y la innovación inciden positivamente en la competitividad de las Pymes de exportación del Guayas, por lo que mediante un método mixto secuencial se pudo llegar a la conclusión de que la tecnología se encuentra ligada favorablemente con la competitividad de las Pymes. Asimismo, las empresas en estudio incursionaron más en tecnología que en innovación. Esta investigación, nos proporciona un aporte para la determinante tecnológica.

En séptimo lugar, en el *paper* extraído de Science direct “*Factors influencing the propensity to export: A study of UK and Portuguese textile firms*”, con un enfoque cuantitativo, realizado por Abdou, Pointon, Serra (2012), se investiga sobre los factores que repercuten a la tendencia exportadora dentro de un sector que se encuentra en declive. Para ello se enfoca en el sector textil y la confección de los países Portugal y Reino Unido.

Entre los factores estudiados se determinó que los variables que generan una mayor propensión hacia las exportaciones dentro del sector textil son planificación, publicidad, promoción, ventaja competitiva, calidad y tecnología. Asimismo, los autores se refieren a la

calidad en el producto como una ventaja competitiva al momento de internacionalizarse. Dentro de la investigación se define calidad como un “producto único y duradero”. En cuanto a la variable tecnología, la mejora e intensidad tecnológica mejoran las exportaciones en el sector, además de que cuentan con mejores condiciones para ingresar al mercado extranjero.

Este *paper* nos da un aporte para las determinantes calidad y tecnología; en cuanto a calidad los resultados mostraron que la ventaja competitiva relacionada con el producto tiene una mayor tendencia a exportar, señalando una correlación positiva. De igual manera, se pudo probar la hipótesis en cuanto a tecnología, la cual asegura que las empresas que poseen una mayor orientación tecnológica están más propensas a exportar de manera exitosa. El aporte de la tesis se especifica en el acápite de síntomas y causas del problema de investigación.

En octavo lugar, en la tesis extraída de Proquest, “*The effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation*” elaborada por F. Gentu y Kotabe se menciona acerca de participación de marketing de exportación y promociones de exportación del gobierno como variables que influyen en el desempeño exportador. Para ello se efectuó una metodología mixta, mediante un tipo de investigación correlacional; asimismo, se realizaron cuestionarios 162 empresas y se entrevistaron a 20 expertos.

Los resultados expresan que la participación de las empresas en la comercialización de la exportación y la asistencia a los programas estatales de exportación son fundamentales para el desarrollo exportador. De igual forma, estos resultados fueron significativos en un nivel de 0.05 para cada medida de rendimiento para el análisis de los resultados y prueba de hipótesis se realizaron cuestionarios y entrevistas a expertos.

El aporte que nos brinda dicha investigación se encuentra en la determinante capacitación, mediante programas de exportación por parte del gobierno, los cuales implica servicios como seminarios para exportadores potenciales, programas de desarrollo en el mercado, participación en ferias internacionales y análisis de mercado.

En noveno lugar, en la tesis extraída de Scielo, “Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile” elaborada por Poblete & Amorós (2013), de enfoque cuantitativo, se menciona acerca de la importancia de la rapidez de la internacionalización para el desarrollo de la empresa para lo cual se identifican variables como el apoyo gubernamental, nivel tecnológico, tamaño de la empresa y la experiencia previa del emprendedor como referencia a capacitación; las cuales según la literatura afectan en el comportamiento de las compañías.

En cuanto al análisis, se utilizó una muestra de 112 Pymes chilenas y se aplicó el modelo de regresión logística, las conclusiones señalaron que la variable con un mayor nivel de significancia fue experiencia previa en la exportación; es decir, para la internacionalización se requiere de un enfoque con conocimientos en las exportaciones, capacitaciones previas y desarrollo de habilidades.

El aporte de dicha investigación aporta en la determinante capacitación, puesto que los tesisistas fundamentan que las Pymes deben desarrollar habilidades y conocimientos previos acerca de las exportaciones, los procesos y la documentación que ello implica con el objetivo de realizar la internacionalización de sus productos de manera exitosa.

En décimo lugar, la tesis extraída de Proquest, “*The Relationship Between Government Support Programs and Performance of Small and Medium Enterprises in Gambia*” realizada por Musa. L., & Pakkirappa tiene como objetivo evaluar la relación entre los programas de soporte creados por el estado y el rendimiento de las Pymes en la región

de Brikama de Gambia. Por el lado de las dimensiones analizadas para la presente investigación fueron asistencia en capacitación, asistencia financiera y marketing. En cuanto al enfoque del estudio fue cuantitativo.

El método utilizado para la investigación fue el muestreo estratificado, para lo cual se realizó un cuestionario a 80 Pymes, asimismo, se utilizó técnica de Chi - cuadrado y Pearson para el análisis de los datos. En cuanto a los resultados, se encontró una asociación estadísticamente significativa entre las ventas y asistencia a las capacitaciones.

El aporte que nos brinda dicha investigación se refleja en la determinante capacitación mediante los programas de apoyo brindados por el gobierno, puesto que se realiza un riguroso análisis sobre cómo mejorar el rendimiento de las pequeñas y medianas empresas (Pyme), representando una mejora en las ventas gracias a los beneficios que recibieron mediante estos programas de asistencia a la capacitación.

En onceavo lugar, en la tesis *“Success Factors in the Internalisation of Export Companies in Colombia”* elaborada por Escandón-Barbosa & Estrada Ochoa (2021), extraída de Proquest, se estudia las variables que afectaron en el éxito de las exportaciones en las empresas colombianas. Las variables se dividen en dos grupos, compromiso exportador, experiencia internacional y estrategia exportadora y programas de asistencia a la exportación, redes empresariales, legislación arancelaria, tamaño del sector e innovación sectorial. El enfoque de dicha investigación fue cuantitativo.

Los resultados demostraron una confiabilidad positiva, mostrando una relación favorable entre el compromiso y el éxito exportadores de las empresas, asimismo la experiencia internacional, la estrategia exportadora, los programas de exportación, participación en redes empresariales y el tamaño del sector también demostraron tener validación.

El aporte de dicha investigación se enfoca en la determinante capacitación, debido a los programas de exportación; asimismo, el resultado obtenido mostró una correlación positiva para la determinante y el desarrollo exportador; de la misma manera, se refuerza este resultado con otros estudios seleccionados dentro de la investigación, los cuales demostraron que existe un efecto directo que conecta a los programas de capacitación con el éxito en las exportaciones.

En decimosegundo lugar, en el *paper* “Factores determinantes del éxito exportador. El papel de la estrategia exportadora en las cooperativas agrarias” elaborada por M.^a del Valle Fernández, Moreno Isidro Peña García-Pardo & Felipe Hernández Perlina (2008) se menciona sobre los determinantes que influyen en el logro de las exportaciones en cooperativas agrarias de la D.O Castilla la Mancha. El enfoque usado en la investigación es cuantitativo y se entrevistaron a 62 empresas exportadoras.

El resultado obtenido en la investigación fue analizado mediante la técnica estadística regresión lineal e indicaron que la estrategia exportadora se vincula de manera significativa con el desarrollo exportador. Asimismo, dentro de la estrategia exportadora se aplican variables como conocimiento de los mercados de exportación, creación de una imagen de marca, calidad de los productos, mano de obra cualificada, desarrollo de productos diferenciados, entre otros.

El aporte que nos brinda dicha investigación es en cuanto a la variable dependiente “exportaciones”, ya que nos mencionan diversas dimensiones que aplican las empresas para el cumplimiento de los objetivos basados en el volumen de ventas exteriores, cuota de mercado y crecimiento de esta cuota.

Tabla 6. Antecedentes Internacionales

Titulo	Autor	Fuente	Objetivo	Variables	Conclusiones	Tipo de Documento	Aporte
<i>“The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: A multidimensional view of export performance”</i>	Serdar S. Durmuşoğlu; Gerhard Apfelthaler. Dilek Zamantili Nayir; Roberto Álvarez; Terry Mughan	Science Direct	Determinar el efecto la utilización de servicios de promoción de exportaciones creados por el gobierno en el cumplimiento de los objetivos de las pequeñas y medianas empresas	- Servicios de promoción de exportaciones - Desempeño de las exportaciones - Capacitación	- Ciertos programas de EPS se crearon para facilitar nuevos conocimientos a las empresas exportadoras y aportar positivamente con la internacionalización -	<i>Paper</i> de investigación (2014)	El aporte se refleja en la dimensión capacitación, ya que los servicios de promoción de las exportaciones (EPS), creados por las entidades públicas y generar una mejora para su desempeño
<i>Impact of Export Promotion Programs on Export Performance</i>	Mota, Jorge; Moreira, Antonio & Alves, Alexandra	Scopus	Determinar el impacto de exportar promoción programas sobre exportar rendimiento	- Servicios de promoción de exportaciones - Desempeño exportador - Capacitación	- Los programas de ayuda para la exportación por parte de las entidades son de gran ayuda para el desarrollo de las Mypes que se acogen a estos programas pues, reciben capacitaciones e información pertinente sobre las exportaciones.	<i>Paper</i> de investigación (2021)	Aporta a la dimensión capacitación debido a que se menciona sobre el aprendizaje organizacional y su importancia para responder de manera efectiva y rápida ante las exigencias del cliente, así como agilizar con el aprendizaje el proceso de

					Asimismo, las empresas que poseen una mayor experiencia tienen un mayor impacto.		internacionalización
<i>Export Performance of SMEs in Emerging Markets: The Role of Market Orientation, Learning and Trust</i>	Md Daud & Mohd Azwardi	Scopus	Determinar como la inclinación al conocimiento (capacitaciones) y manejo hacia el mercado respaldan en la mejora de las exportaciones en Pymes.	-Determinación hacia el aprendizaje (capacitaciones) e inclinación hacia el mercado	La variable orientación al aprendizaje (capacitaciones) sí se mostró un resultado con un efecto moderador positivo con la orientación hacia las exportaciones.	Paper de investigación	Aporta en la determinante capacitación, menciona la importancia del aprendizaje dentro de la organización.
<i>Contribution of technology to the productivity of small and medium-sized enterprises in the textile industry in Ecuador</i>	Ibujés Villacís, Juan M.; Benavides Pazmiño, María A	Scienc Direct	Determinar cómo la utilización tecnológica está ligada con el nivel de productividad de las Pymes de la industria textil en Ecuador.	- Producción, capital, tecnología, mano de obra - Procesos productivos en las organizaciones	La tecnología juega un papel fundamental en las empresas, incrementando su eficiencia, eficacia y competitividad.	<i>Paper</i> de investigación (2020)	Aporta a la determinante tecnología, pues esta dimensión es fundamental para la gestión en las empresas haciéndolas más competitivas.
<i>Factores asociados al comportamiento exportador de las Pymes industriales argentinas</i>	Nicolas, Juan Ignacio	Repositorio Universidad Nacional de Mar de Plata	Indagar acerca de los factores relacionados con el funcionamiento exportador de las pequeñas y	La tecnología y el impacto positivo en la competitividad de las Pyme.	Se demostró que las variables certificaciones de calidad, mayor productividad, operaciones en	Tesis para optar la licenciatura en Economista (2014)	La tesis aporta en las determinantes calidad y tecnología, en cuanto a calidad se menciona la importancia de las

			medianas empresas industriales en Argentina	- Eficiencia y la calidad del producto	innovación y un incremento en el tamaño de las empresas incrementa la actividad exportadora de las Pymes en Argentina.		certificaciones y en cuanto a tecnología se menciona sobre la capacidad de producción, aspectos importantes para la internacionalización.
<i>Incidence of innovation and technology in the competitive development of the small and medium-sized enterprises exporters of Guayas-Ecuador</i>	Carvache, Daniel; Frías, Camilo; Gutiérrez Glenda	Scopus	Evaluar la influencia de la innovación y la tecnología en la competitividad de las PYMES exportadoras del Guayas-Ecuador	Innovación y tecnología - Competitividad en las Pymes - Capacidad exportadora	La tecnología está relacionada positivamente con la competitividad de las Pymes, sin embargo, para la innovación no se encontró suficiente evidencia empírica.	<i>Paper</i> de investigación (2018)	El aporte se da para la determinante tecnológica, a la cual se le relaciona positivamente con la competitividad.
<i>Factors influencing the propensity to export: A study of UK and Portuguese textile firms</i>	Abdou, Hussein Pointon, Juan; Serra, Francisco	ScienceDirect	Hallar los factores influyentes en la exportación en el sector textil de Reino Unido y Portugal.	-Planificación, publicidad, promoción, ventaja competitiva, calidad y tecnología - Factores que influyen en las exportaciones	Las determinantes de calidad en el producto como parte de la ventaja competitiva de la empresa y tecnología son factores que contribuyen con el desarrollo exportador y mejoran el acceso a	<i>Paper</i> de investigación (2012)	La tesis aporta en las determinantes de calidad y tecnología, en cuanto a calidad se relaciona a esta con una mayor ventaja competitiva y en cuanto a tecnología, una mayor orientación tecnológica incrementa el

					mercados internacionales		desarrollo y la tendencia a exportar.
<i>The effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation</i>	F. Gentu, Esra y Kotabe, Masaabe	Proquest	Determinar la participación de marketing de exportación y promociones de exportación del gobierno como variables que influyen en el desempeño exportador.	Marketing de exportación, programas de exportación del Gobierno	La participación de las empresas en la comercialización de la exportación y el uso por parte de las empresas de programas diseñados por los Gobiernos sobre asistencia a la exportación son fundamentales para el desarrollo exportador.	<i>Paper de investigación (2011)</i>	El aporte está en la determinante capacitación, mediante programas de exportación creados por parte del gobierno, los cuales son un gran aporte para el desarrollo de las exportaciones.
Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile	Poblete, Carlos & Amorós, J. E.	Scielo	Determinar de qué manera las alianzas estratégicas, redes de apoyo, nivel tecnológico, distancia psíquica, tamaño de empresa y experiencia influye en la internacionalización de las empresas exportadoras chilenas.	Alianzas estratégicas, redes de apoyo, nivel tecnológico, distancia psíquica, tamaño de empresa y experiencia	Las pymex chilenas estarían presentando una alta centralización en la toma de decisiones	Artículo de investigación (2013)	El aporte se da para la dimensión tecnología y el modelo gradual Uppsala.

<p><i>“The Relationship Between Government Support Programs and Performance of Small and Medium Enterprises in Gambia</i></p>	<p>Musa. L., Faal & Pakkirappa. P</p>	<p>Proquest</p>	<p>Evaluar la relación entre los planes de apoyo generados por el gobierno y esfuerzo de las pequeñas y medianas empresas en Gambia.</p>	<p>Asistencia en capacitación, asistencia financiera y marketing.</p>	<p>Se concluye que el resultado mostro una referente significativa entre las ventas y la asistencia de capacitación.</p>	<p><i>Paper de Investigación (2019)</i></p>	<p>El aporte que nos brinda dicha investigación se encuentra en la determinante capacitación.</p>
<p><i>Success Factors in the Internalisation of Export Companies in Colombia</i></p>	<p>Escandón-Barbosa, Diana & Estrada Ochoa, Adriana</p>	<p>Proquest</p>	<p>Determinar las variables que contribuyen en el éxito de las exportaciones de las empresas colombianas.</p>	<p>-Programas de asistencia de exportación -Redes cooperativas -Tamaño del sector -Estrategia de exportación. -Compromiso exportador. -Experiencia internacional.</p>	<p>Relación favorable entre el éxito exportador y el compromiso, la experiencia internacional, la estrategia exportadora, los programas de exportación, participación en redes empresariales y tamaño del sector.</p>	<p><i>Paper de investigación (2021)</i></p>	<p>El aporte se dio en la determinante capacitación debido a los programas de capacitación.</p>
<p>Factores determinantes del éxito exportador. El papel de la estrategia exportadora en las cooperativas agrarias</p>	<p>Fernández Moreno M^a del Valle; Peña García-Pardo, Isidro & Hernández Perlina, Felipe</p>	<p>EBSCO</p>	<p>Determinar en qué medida la estrategia exportadora afecta el resultado exportador</p>	<p>Variable independiente: Dimensiones de la estrategia de exportación Variable dependiente: Resultados de las estrategias de exportación</p>	<p>Los resultados obtenidos indicaron que la estrategia exportadora se liga de manera positiva con el desempeño exportador.</p>	<p><i>Paper de investigación (2008)</i></p>	<p>El aporte se refleja en la variable exportaciones, así como las dimensiones de estas y sus indicadores.</p>

1.3 Bases Teóricas

En este subcapítulo se desarrollaron las bases teóricas claves, las cuales sirvieron de apoyo para entender e interpretar el desarrollo de los determinantes que repercuten en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco.

Respecto a la definición de bases teóricas Bryman y Bell (2007, como se citó en Arbaiza, 2014) indica que estas implican un grado mayor de abstracción en relación con los hallazgos de las investigaciones, pero que a su vez dichas teorías acerca del tema no forman la visión teórica de una tesis. Asimismo, las bases teóricas se sustentan en la revisión de la literatura con la finalidad de relacionarlas con el problema de investigación (Arbaiza, 2014).

Entre los conceptos más importantes que fueron son la internacionalización de las empresas, teoría del comercio internacional UPPSALA y Modelo de innovación, la modalidad de negocios internacionales - exportación y los determinantes capacitación, tecnología y calidad, los cuales influyen en las exportaciones y el modelo de las ventajas competitivas de las naciones.

1.3.1 Internacionalización de las Empresas

Ortega & Espinosa (2015), en su obra “Plan de internacionalización empresarial Manual práctico” se refiere a la internacionalización como la búsqueda de nuevos mercados y señala que una empresa incurre en internacionalización cuando vende productos y se posiciona productivamente en otra nación, crea filiales en el exterior y/o busca nuevos socios comerciales.

Asimismo, el escaso conocimiento sobre internacionalización por parte de las micros, pequeñas y medianas empresas es una limitante, pues genera que estas desistan salir a los mercados exteriores por falta de recursos como la planificación y preparación. Estos

son indispensables para una adecuada internacionalización, la cual requiere un cambio de actitud y constante en la empresa, por parte de los directivos y de todos los recursos humanos para hacer efectiva la planificación en los procesos. Por lo tanto, la empresa debe poseer un nivel superior de cultura empresarial y conocimientos continuos sobre mercados. (Ortega & Espinosa, 2015).

Según el *paper "Emerging market internationalizing firms: Learning through internationalization to achieve entrepreneurial orientation"*, se menciona que las empresas en mercados emergentes incrementan su orientación empresarial gracias a instituciones locales, recursos que dispongan y la industria de su nación. Además, indica que el principal método por el cual llevan a cabo sus operaciones al exterior es mediante las exportaciones, pues a través de estas obtiene grandes conocimientos del cómo solucionar de forma innovadora sus problemas (Purkayastha, Et al, 2021).

En cuanto a las determinantes, la capacitación es relevante ante el escaso conocimiento sobre internacionalización ya que en el *paper* elaborado por Mota, Et al (2021), "*Impact of Export Promotion Programs on Export Performance*" los Programas de Promoción de Exportaciones (PPE) brindan capacitaciones a las Mypes en materia de comercio exterior y facilitan la búsqueda de nuevos mercados proporcionando información relevante para su internacionalización.

Por otro lado, la tecnología es una determinante fundamental para la internacionalización ya que en la tesis "Factores que influyen en la internacionalización en pymes de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015" menciona que es fundamental contar con tecnología actualizada si se trata de una internacionalización temprana, puesto que esta permite ingresar al mercado de manera rápida y con mayores volúmenes de producción, así como gestionar respuestas rápidas y satisfacer a los clientes (Bardales, 2019).

De igual manera, la calidad es una determinante fundamental al momento de realizar internacionalización, en la tesis realizada por Nicolas (2014) “Factores asociados al comportamiento exportador de las Pymes industriales argentinas” se menciona que para la internacionalización es fundamental que las empresas pequeñas y medianas desarrollen ventajas externas, tales como mejorar la imagen del producto, para lo cual las certificaciones son cruciales, ya que se demuestra la calidad del producto.

Los autores mencionados indican que la internacionalización permite que las empresas de mercados emergentes sean cada vez más competitivas. En caso las Mypes textiles de la región de Cusco, según el secretario técnico de exportación de la Dirección Regional de Comercio Exterior en Cusco (GERCETUR), Gonzalo Álvarez, menciona en lo referente a capacitaciones que instituciones como GERCETUR, MINCETUR y PROMPERÚ realizan programas de capacitación en los cuales se impulsa a la internacionalización. (G. Álvarez, comunicación personal, 19 de diciembre de 2021)

Referente a tecnología y calidad, las Mypes en Cusco acceden a programas de soporte creados por el CITE Textil Camélidos Cusco, la cual es una entidad pública que promueve la transformación de la fibra de alpaca con el objetivo de aumentar la competitividad mediante la innovación tecnológica. Asimismo, posee laboratorios, en los cuales se determina la calidad de la fibra de alpaca (CITE, 2019).

1.3.2 Teoría del comercio Internacional desde la Perspectiva del Proceso

Según Cardozo, Et al (2007) las teorías descritas dentro de la perspectiva del proceso abordan la internacionalización como un desarrollo de aprendizaje, el cual se lleva a cabo de forma gradual, mediante la acumulación de conocimientos y el aumento de los recursos. Asimismo, indica en que momentos estas empresas se encuentran aptas para lograr cada uno de los niveles de internacionalización. En cuanto a lo descrito, los modelos que se asocian con el presente tema de investigación son el de UPPSALA e Innovación

1.3.2.1 Modelo UPPSALA

El modelo Uppsala fue desarrollada por Johanson y Wiedersheim-Paul en la Universidad de Uppsala en Suecia 1975 y su finalidad es demostrar como las pequeñas y medianas empresas se internacionalizan de forma gradual, en el cual incrementa de manera paulatina su compromiso y su capacidad de aprendizaje (Cardozo, et al. 2008).

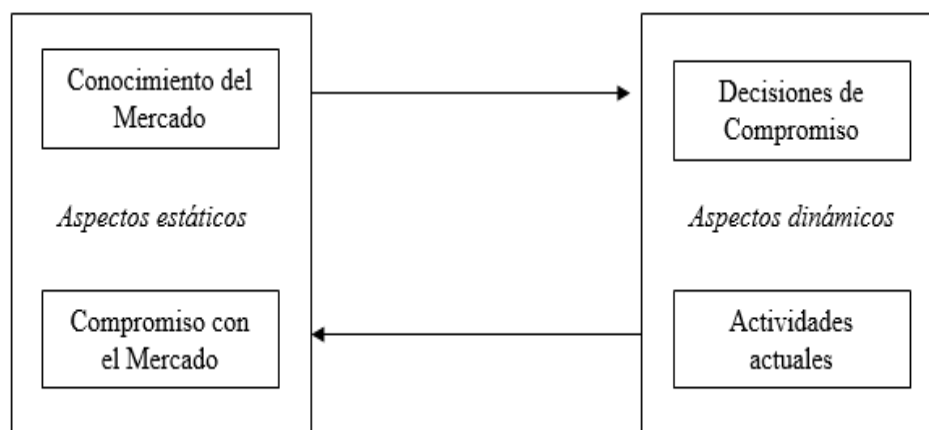
Por su parte Johanson & Vahlne (1990, citado Cardozo, et al. 2008), señalan que el escaso conocimientos y recursos son considerados los principales obstáculos para la internacionalización, los cuales se reducen a medida que la empresa escala en el desarrollo del modelo gradual, adquiriendo además nuevos conocimientos.

Dentro del modelo, se proponen cuatro etapas, estas son denominadas como “Cadena de establecimiento”, en la cual cada empresa avanza mientras obtiene nuevos conocimientos. La primera etapa son actividades no regulares de exportación, en las cuales una empresa realiza actividades esporádicas de exportación; en la segunda etapa se dan exportaciones mediante representantes independientes; la tercera etapa se caracteriza por establecer una sucursal en el país extranjero y finalmente, se establece una unidad productiva en el exterior (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975, citado en Ortega & Espinosa, 2015). (Véase figura 2).

Asimismo, en la revista de investigación “El porqué, el cómo y el dónde de la internacionalización de la empresa” se señala que el modelo UPPSALA analiza el proceso de internacionalización, más no el porqué de la internacionalización. Sin embargo, se hace un previo análisis de dos enfoques por los cuales la empresa inicia sus exportaciones. Estos son, de carácter proactivo cuando la empresa cuenta con exceso de capacidad instalada y, por otro lado; son de carácter reactivo, con origen externo como, por ejemplo, estímulos por parte del gobierno para que las empresas realicen más exportaciones. (Renau. J, 1996)

Por otro lado, como se señala en el estudio de investigación “Modelos de internacionalización para PYMES - sector textil (prendas de vestir) en Bogotá D.C. (Enmarcados en Born Global y Uppsala)”. Díaz (2015). el modelo Uppsala permite que las empresas creen un sistema de negocios internacionales minimizando riesgos, ya que en una primera etapa la internacionalización se da hacia mercados con similitudes en el aspecto cultural, con el objetivo de explorar de manera progresiva otros mercados con la experiencia ganada y de este modo reducir la incertidumbre al exportar.

Figura 2. Etapas del Modelo UPPSALA



Fuente: Johanson y Wiedersheim-Paul: Modelo UPPSALA. Elaboración Propia

Finalmente, el modelo UPPSALA está relacionado con los determinantes de capacitación y tecnología. En la tesis “Factores que influyen en la internacionalización en pymes de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015” se menciona sobre la importancia de una constante capacitación y captación de información por parte de las Mypes en temas de comercio exterior con el objetivo de reducir las indecisiones, adoptar una visualización mejorada ante las barreras, riesgos y ganar mayores ventajas para la internacionalización de manera gradual (Abanto & Gómez, 2020).

Asimismo, los autores mencionan que es importante que las empresas se proyecten a mejorar en cuanto a tecnología, las empresas tienen que ir mejorando de manera frecuente,

puesto que esta va cambiando con el tiempo. De igual manera, es necesario que se desarrollen mejoras en este aspecto al explorar en nuevas etapas.

En tal sentido, en las Mypes de la región de Cusco, se tiene un enfoque tanto proactivo como reactivo, ya que según Renau. J. la primera perspectiva se basa en la capacidad instalada, siendo el caso aplicado a nuestra tesis el factor diferencial, pues según noticias, que se abordaron en la realidad problemática, sobre el sector en la región estas empresas buscan diferenciarse. En cuanto al enfoque reactivo se da con los diversos programas de capacitación generado por Gercetur - Cusco, PROMPERÚ. CITE TEXTIL, entidades del gobierno, que brindan diversas asesorías y capacitaciones en materia de comercio exterior que impulsan las exportaciones.(Renau. J, 1996)

1.3.2.2 Modelo de la innovación

Como se señala en el libro “Plan de internacionalización empresarial. Manual práctico” se considera este modelo como una base para las empresas de tamaño pequeñas y medianas en países en desarrollo. Dicho modelo propone que las empresas tienen que realizar innovaciones de manera creativa y deliberada con el objetivo de aumentar el compromiso internacional. Estas innovaciones generadas por las empresas tienen determinados límites impuestos por el mercado y por las capacidades internas de la empresa. Asimismo, el modelo está dividido en cinco etapas de desarrollo de la empresa exportadora (Ortega & Espinoza, 2015):

- Mercado doméstico: Se refiere a la comercialización en el mercado local; es cuando la empresa aún no ha realizado ninguna exportación.
- Pre Exportadora: En esta etapa las empresas tienen pensado realizar exportaciones, sin embargo, poseen ciertas limitaciones que se generan debido a la falta de recursos.

- Exportadora experimental: Las empresas rara vez realizan actividades de exportación. Esto debido primordialmente a las escasas en los recursos como la capacidad productiva y falta de capacitación, por lo que no adquieren la información necesaria.
- Exportadora activa: En esta etapa las empresas realizan comercialización en el mercado local; sin embargo, también realizan exportaciones.
- Exportadora comprometida: En esta fase las empresas expanden su internacionalización hacia nuevos mercados.

De igual manera, la capacitación es un factor relacionado con el modelo de innovación, pues una de las limitantes para realizar innovación, tiene que ver precisamente con la capacitación interna (Ortega & Espinosa, 2015). Para una adecuada capacitación interna se requiere del aporte de los miembros, quienes tienen que estar informados y actualizados sobre avances tecnológicos, nuevas investigaciones, tendencias de mercados, etc. Para ello, es fundamental que se considere el apoyo de entidades públicas mediante programas de apoyo (Jamaica, 2015).

El aporte del modelo de la innovación para la tesis radica en que las micro, medianas y grandes empresas desarrollen constantemente su capacidad de innovación, ya que como mencionan Aguilar & Bastidas (2018) la innovación tecnológica se vincula con el desarrollo tecnológico.

Escandón & Hurtado (2014, como se citó en Aguilar & Bastidas, 2018) mencionan que una empresa se vuelve innovadora en cuanto sus factores internos como ingresos, nivel tecnológico, mano de obra, calidad, nivel de ventas se lo permitan. Asimismo, Hamel (2007, como se citó en Aguilar & Bastidas, 2018) distingue diversos tipos de innovación tales como la innovación de producto, la cual se caracteriza por ser un bien con características novedosas

y de calidad la innovación de procesos, mediante la cual se implementan nuevas formas de implementar el trabajo en los procesos del producto, la tecnología juega un rol fundamental.

Por otro lado, se tiene un enfoque hacia el valor agregado que poseen los productos, pues la calidad puede estar reflejada mediante certificaciones, la cual genera mayor confiabilidad hacia los clientes. En cuanto a las etapas que se mencionan en el modelo de innovación, pues según fuentes descritas en la realidad problemática, las Mypes Textileras de guantes y suéteres de lanas o pelos finos en la región de Cusco se encuentran dentro de dos etapas. La exportación experimental debido a las salidas esporádicas de sus mercaderías y la exportación activa, por su comercio frecuente tanto en el mercado local e internacional. (G. Álvarez, comunicación personal, 19 de diciembre de 2021)

1.3.3 Modalidades de Negocios Internacionales – Exportación

Hill (2011), mencionó que la forma en como las empresas puedan ingresar al mercado internacional son las exportaciones, contrato llave en mano, licenciamiento, franquicia, empresas conjuntas, subsidiaria con propiedad absoluta. Para fines de la presente tesis se desarrolló la exportación, debido a que según lo mencionado en la realidad problemáticas las Mypes textileras Cusqueñas tienen como principal modalidad de internacionalización la exportación (PERX - CUSCO, 2021)

Las exportaciones son los envíos de cualquier bien o servicio que se pactan a través del pago al mercado extranjero, las ventajas incluidas en este proceso son evitar costos propios del establecimiento, que se pueda lograr economías de localización basada en la curva de aprendizaje, mientras que en sus desventajas se presenta la fabricación de las exportaciones desde la sede central, ya que estas pueden incrementar sus costes por flete, las barreras arancelarias y delegar su marketing de ventas y servicios a un agente local (Hill, 2011).

De igual manera, las exportaciones son aquella actividad donde se comercializan bienes y servicios en mercados extranjeros producidos por una empresa en determinado país (Daniels, Radebaugh & Sullivan, 2013). En el libro “*International business: Strategy and the multinational company*” se menciona acerca de las exportaciones como aquél intercambio de bienes y servicios entre compañías de distintos países, asimismo gracias a la globalización, este proceso se realiza de manera rápida, puesto que el contacto con las empresas extranjeras se realiza de manera más sencilla (Cullen & Parboteeah, 2010).

Insertar un producto en el mercado local es un reto, pero un desafío mayor es colocarlo en el mercado internacional, pues se necesita tener información y conocimiento suficientes para llevar a cabo esta operación. Para Valdéz (2004), en su libro titulado “Exportación Efectiva”, indica que las formas más comunes para participar en el comercio internacional son las exportaciones directas e indirectas.

Las exportaciones indirectas se llevan a cabo a través de un intermediario local quien inserta los productos en el mercado extranjero y asume funciones de investigación del mercado sobre el país de destino, gestión de exportación, entre otras. Dicha forma de exportación puede favorecer al productor si se identifica a las compañías interesadas en sus productos, ya que su éxito dependerá de la inteligencia y capacidad de interpretar las necesidades de quien exporta. Dado que se mantendrá informado sobre las necesidades del mercado extranjero y luego encontrar oportunidad para exportar directamente (Valdéz, 2004).

En cuanto a la exportación directa, esta se da cuando las transacciones comerciales entre las empresas exportadoras y sus clientes en el país de destino se genera mediante un contacto directo, permitiendo al exportador tener un mayor control sobre las actividades de distribución. Del mismo modo, este tipo de exportación permite incrementar las ganancias,

obtener rentabilidad y mantener un crecimiento empresarial sólido a mediano y largo plazo (Valdéz, 2004).

Según el Plan Regional Exportador - PERX Cusco, las Mypes cusqueñas del sector textil y confecciones han incluido como proceso de internacionalización la modalidad exportadora, ya que su función es la de mejorar la oferta exportable para mejorar el potencial de la región. En cuanto a las exportaciones de guantes de lanas o pelos finos con subpartida nacional 6110.19.10.90 entre el año 2017 al 2020 se exportó un total de US\$ 982 miles , mientras que la exportación de suéteres de lanas o pelos finos con subpartida nacional 6116.91.00.00 en el periodo mencionado fue US\$ 1520 miles.

1.3.4 Modelo de las Ventaja Competitiva de las naciones

Considerada una teoría económica, la ventaja competitiva fue descrita por Michael Porter e indica el valor que una empresa es capaz de producir. Asimismo, la definición de “valor” se refiere a aquello por lo cual el cliente está dispuesto a pagar y esto principalmente se alcanza al ofrecer beneficios exclusivos en el mercado y generar valor Porter (1990). Michael Porter dentro de su teoría menciona que los costos en la producción dependen de la eficiencia que se tenga con relación a los factores productivos los cuales se dividen en dos, los básicos y avanzados (Porter, 1990).

Con relación a los factores básicos estos se refieren a aquellos que se obtienen y encuentran de manera natural en menor o mayor grado en los países, como los recursos naturales, capital y mano de obra no especializada. Por otro lado, en cuanto a los factores avanzados estos no se encuentran de manera natural tales como la mano de obra especializada, los sistemas de comunicación, infraestructura científica.

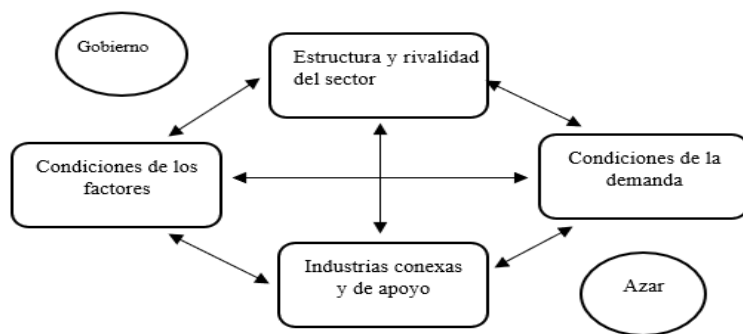
Asimismo, dentro de la teoría indica que se deben considerar otros elementos para el desarrollo de la competitividad, tales como las condiciones de la demanda doméstica, la

industria relacionada, el grado de rivalidad del sector, la condición de los factores, y el papel del gobierno.

Este modelo es conocido como el “Diamante de la Competitividad”, el cual muestra una serie de variables que anteriormente no se consideraban y hoy en día explican como las empresas logran desarrollar ventajas competitivas en mercados mucho más exigentes. El modelo aporta un conjunto de factores que son decisivos para tomar decisiones lógicas del cómo y por donde se debe internacionalizar las operaciones en una empresa.

La competitividad de una nación radica en la capacidad de la industria para mejorar e innovar. Las empresas o Mypes en el caso de estudio lograr obtener ventajas a razón de las mejoras de los competidores a nivel mundial y a la presión de los nuevos desafíos. Esta se beneficia al tener competidores altamente capacitados a nivel nacional e internacional. A continuación, se muestran los elementos del Diamante de Competitividad (véase figura 3).

Figura 3. Modelo de las Ventajas Competitivas



Fuente: Ventaja Competitiva. Michael Porter . Elaboración Propia.

- Estructura y rivalidad del sector

Porter menciona que la rivalidad que existe entre las empresas competidoras representa uno de los elementos más importantes dentro del Diamante de Porter, las estrategias que posee una empresa o sector pueden llegar a ser exitosas mientras se otorgue

una ventaja competitiva sobre las estrategias de las empresas rivales. La competitividad que se presenta conlleva a las empresas a reducir precios, mejorar la calidad, extensión de garantías e incremento de la publicidad. (Fred & Forest, 2017).

En cuanto a los países a nivel mundial que exportan subpartidas del sistema armonizado de las partidas 611019 y 611691 están China, Bangladesh, Vietnam y Pakistan (Trademap, 2021)

Tabla 7. Ranking de países exportadores a nivel mundial de la partida (61.10.19) en el periodo 2017 -2020 en miles de dólares.

Año	2017	2018	2019	2020
China	17.3	18.1	18.9	16.1
Bangladesh	4.7	5.4	5.7	5.1
Vietnam	2.9	3.5	3.9	3.4
Italia	2.8	3.2	3.5	3

Nota: Datos expresados en miles de US\$. Adaptado: Trademap. Elaboración Propia

Tabla 8. Ranking de países exportadores a nivel mundial de la partida (61.16.91) en el periodo 2017 -2020.

Año	2017	2018	2019	2020
China	2.5	2.9	2.9	2.5
Sri Lanka	25	29	29	32
Pakistán	17	16	20	26
Vietnam	14	18	23	25

Nota: Datos expresados en miles de US\$. Adaptado: Trademap. Elaboración Propia

Según lo observado en las tablas se puede evidenciar que uno de los competidores más importantes en el sector es China, según la revista china Xinhua se menciona que en el 2014 se importó un aproximado de 1,000 alpacas provenientes de Australia, la ventaja que posee el país asiático radica en sus niveles de producción a bajos costos. Por otro lado, en

cuestión de calidad Perú no se queda atrás, puesto que el mercado se posiciona y diferencia debido a esta determinante. Asimismo, Perú cuenta con la crianza de más de 3 millones de alpaca lo cual según datos de Mincetur representa al menos el 80% de la especie en el planeta. (Gestión, 2019)

Es por ello por lo que el mercado peruano de prendas elaboradas a base de fibra de alpaca tiene aún mucho por desarrollar; por su parte en las Mypes en la región de Cusco se deberían generar más estrategias de desarrollo conjunto, ya que se distingue mucha lejanía entre ellas ocasionando bajos niveles de producción de prendas. (G. Álvarez, comunicación personal, 19 de diciembre de 2021).

- Condiciones de la demanda:

Las condiciones de la demanda según Porter se refieren a aquellos mecanismos mediante los cuales se transfiere a los mercados internacionales las preferencias domésticas que tiene una nación. Se considera que para generar una ventaja competitiva mediante la demanda la calidad es más importante que la cantidad. (Longoria, 2018).

En cuanto a las condiciones de la demanda, los envíos de las prendas con fibra de alpaca tienen que cumplir con determinados requisitos al momento de exportar, con las especificaciones detalladas de su composición, para ello se emiten determinadas certificaciones como el certificado de origen, ISO 9001 y ETNO. (Promperú, 2017).

El principal mercado al cual se exportan los productos en estudio de la región de Cusco es Estados Unidos, la demanda de dicho país se caracteriza por ser exigente en cuanto a las regulaciones y especificaciones. Sin embargo, es un mercado que requiere de mayores cantidades de estas prendas debido a su baja producción. Asimismo, existe un mayor

consumo de este tipo de prendas en zonas con clima más invernal, como por ejemplo aquellas que se ubican más al norte de Estados Unidos. (Mincetur, 2016)

Por otro lado, el cliente de Estados Unidos suele hacer uso de Sweaters durante la época de frío, sin embargo, no suele hacer uso de prendas pesadas ni gruesas, puesto que la mayoría de las personas en invierno pasa más tiempo en sus hogares y en las oficinas donde es obligatorio el uso de calefacción. Pese a ello, entre las prendas más usadas en dicho país se encuentran principalmente los sweaters, ponchos, bufandas y guantes. Finalmente se considera a Alaska y Michigan como zonas en las que es recomendable el mercado de alpaca. (Mincetur, 2016)

- Industrias conexas y de apoyo

En cuanto a las industrias conexas, estas representan industrias proveedoras y otras relacionadas que demuestren que son competitivas de manera internacional y generen un impacto positivo para la internacionalización del producto (Machinea, 2007).

En cuanto al sector, la región de Cusco cuenta con el Cite Textil Camélidos Cusco, institución la cual promueve el desarrollo de aquellos negocios que se dedican a la transformación de la fibra de alpaca contribuyendo con la competitividad en el mercado, entre los servicios que se ofrece están la asistencia técnica, capacitación, soporte productivo, certificación, información tecnológica e I&D. (Cite Textil Camélidos Cusco, 2021)

- Condiciones de los factores

La condición de los factores indica el estado en el que se encuentran aquellos factores que contribuyen con la producción, tales como la mano de obra calificada, infraestructura y aquellos necesarios para competir en determinada industria. (Machinea, 2007).

Actualmente las Mypes reciben capacitaciones por parte de las entidades gubernamentales, lo cual coopera hacia la competitividad de dichas empresas. Por otro lado, en cuanto a infraestructura, Cusco es una de las regiones que posee una mayor población de alpacas. Asimismo, en cuanto a calidad, la fibra de alpaca peruana tiene una ventaja frente a fibras de otros países, puesto que tiene una textura, resistencia y suavidad inigualable.

- Gobierno

El Gobierno mediante diversos programas genera apoyo para las empresas ayudándoles a desarrollar un elevado nivel de desempeño competitivo; asimismo les proporciona las condiciones como permisos, licencias, incentivos y subsidios. (Machinea, 2007).

En cuanto a las prendas de alpaca en la región de Cusco, se recibe apoyo por parte de Mincetur, quienes brindan diversas capacitaciones a las Mypes, asimismo desarrolla programas de apoyo mediante los cuales se les ayuda a encontrar a sus clientes potenciales y apoyar con el desarrollo en ferias. Por otro lado, también existen organismos gubernamentales como la mesa técnica, la cual se encarga de fortalecer el desarrollo en la región mediante la elaboración de estrategias y la diversificación.

- Azar

Son aquellos escenarios fortuitos en donde las empresas y el estado son ajenos a las situaciones que se producen y pueden afectar o beneficiar a las compañías (Michael Porter, 2007). Algunos de los factores que repercutirán en la producción de las prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca son fenómenos climatológicos, enfermedades que puedan complicar el bienestar de los camélidos y la inestabilidad de los precios de la fibra de alpaca.

1.3.5 Determinantes que Influyen en las Exportaciones

En este segmento se procedió a analizar de manera genérica los determinantes que repercuten en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las micro y pequeñas empresas de la Región Cusco en el periodo 2017 al 2020. Para ello los determinantes que se analizarán son capacitación, tecnología y calidad, los cuales fueron extraídos de los antecedentes epistemológicos.

1.3.5.1 Capacitación

La capacitación dentro de una empresa es importante puesto que se genera una mayor ventaja competitiva. Talbi, Tanane, Radid y Kemal (2013), señalan en el *paper* “*Training for effective skills in SMEs in Morocco*” que la capacitación genera competencia para el individuo dentro de la empresa, la cual se establece como la habilidad del individuo para implementar sus recursos, conocimientos, experiencia y cualidades con el fin de concretar los objetivos de la compañía. De igual manera, genera que las habilidades de cada colaborador se adapten a las nuevas demandas laborales.

Además, la capacitación se genera principalmente de manera externa, con el apoyo de entidades gubernamentales, las cuales manejan programas de capacitación a Mypes orientadas hacia la exportación e incentivan en ellas la cultura exportadora. Como se señala en el *paper* “*Impact of Export Promotion Programs on Export Performance*” los Programas de Promoción de Exportaciones (PPE) son de mucho apoyo para el desarrollo de exportaciones. Mota, Moreira & Alves (2021).

Por otro lado, en el *paper* extraído de Scopus “*The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: A multidimensional view of export performance*” menciona cómo los instrumentos y servicios de exportación (EPS) son fundamentales para fortalecer la capacitación en la empresa, para

ello se adoptan medidas públicas de apoyo hacia exportadores los cuales incluyen información, seguimiento para realizar exportaciones de manera efectiva, manuales, seminarios, asesoramientos, así como participación en ferias. Álvarez et al. (2012)

De igual manera, Aguilar y Bastidas (2018), concluyen que la capacitación es una herramienta que se debe utilizar de manera frecuente en las Mypes encontrando un método más adecuado para cada organización, de la misma forma, los resultados mostraron que si hay una asociación de los programas de capacitación y la gestión empresarial

Sin embargo, en las naciones en vía de desarrollo se observa la escases de capacitación representando una limitante para el crecimiento de las Mype. Según estudios realizados dentro del trabajo de investigación “Factores que influyen en las exportaciones de prendas y complementos de vestir de punto para bebés de las Mipymes de Lima Metropolitana: Formalización, Capacitación, Innovación y Financiamiento, durante el periodo 2015-2019”, los resultados demuestran que en las Mipymes se invierte en capacitación y la frecuencia en la que son llevadas es recurrente, ya que las consideran puntos claves para su crecimiento. Abanto y Gómez (2020)

Asimismo, cabe precisar que el Perú está en el constante reforzamiento y capacitación de su oferta exportable en el sector textil y confecciones, un ejemplo de esto se da mediante el programa de gestión moda y producto exportable de Promperú, en alianza con la Universidad Mayor de San Marcos y el Business Fashion Project capacitan en los meses de mayo y junio a los empresarios dedicados a la fabricación de productos a base de alpaca para que puedan tener éxito en sus exportaciones (Promperú, 2021).

Entre los temas brindados en el programa se encuentran los de innovación social, gestión de calidad, branding, marca, redes sociales, así como una perspectiva global respecto a las nuevas tendencias.

El aporte de la definición de capacitación sirve a la descripción en el apartado de operacionalización de las variables, ya que nos brinda los conocimientos necesarios para entenderla y poder definir a su vez indicadores que son relevantes para su medición.

1.3.5.2 Calidad

En la tesis “Gestión de la calidad y la mejora continua en pequeñas y medianas empresas” se verifica que la calidad es un factor que influye de manera positiva para la constante mejora de las empresas, ya que se enfoca en el manejo óptimo del control de calidad en los procesos y la elaboración del producto. De igual manera, se señala que crear un sistema de calidad es adecuado para crear una cultura de calidad en las pequeñas empresas. Para ello se centran en un enfoque basado en los procesos, en los cuales las actividades de operacionalización están relacionadas. (Huaman, 2019).

Una estrategia utilizada para mantener la calidad de los productos son los estándares y certificaciones de calidad, las cuales se menciona en la tesis “Factores que influyen en las exportaciones de palta hass de las empresas de la región La Libertad - Perú: características de la empresa, nivel de producción, estándares y certificaciones de calidad en el periodo 2014-2018” donde se menciona que asegurar la uniformidad mediante certificaciones y estándares en los productos es relevante para las empresas exportadoras, pues deben de cumplir con especificaciones de calidad descritas por el cliente (Jauregui & Ramírez, 2021).

En este sentido los autores mencionan que la certificación de calidad otorga a las empresas un alto grado de competencia ya que los clientes de hoy se sienten mucho más seguros al adquirir un producto con altos estándares de calidad y porque en un mercado cada vez más exigente es fundamental contar con esta.

En cuanto al progreso de la competitividad en el sector textil y confecciones, se requiere de estrategias que impulsen el desarrollo, uno de los factores estratégicos se centra

en las certificaciones, puesto que proporciona mayor credibilidad hacia el cliente. De igual manera, en el *paper* “Certificación de calidad ISO 9001 y su efecto en la competitividad de las empresas del sector textil en Colombia” menciona que la certificación ISO 9001 es un método para el reconocimiento y genera oportunidades de mercado en el sector textil. Tener este tipo de certificaciones garantiza el control óptimo en los procesos para el desarrollo de productos de calidad. (Estrada, 2018).

Estas certificaciones son adquiridas con diferentes propósitos, ya sea con el objetivo de ganar una mayor ventaja competitiva, obtener una mayor calidad en la producción o cumplir con los requisitos y exigencias del mercado internacional. Sin embargo, los certificados son relevantes para la competitividad de la empresa y de igual manera para generar mayor confiabilidad por parte de los clientes. (Castagnino, T, 2006).

Por otro lado, Shewhart (1980, citado en González & Arciniegas, 2016) la calidad se comprende cómo un problema con variaciones que puede ser prevenida y controlada, mediante la depuración de las causas que las provocan de tal forma que se pueda cumplir con las tolerancias específicas durante la producción de un diseño en específico. Asimismo, puede ser definida desde diferentes ópticas, esta dependerá sí se enfoca desde el proceso productivo, del cliente o usuario del producto o de la entidad que brinde el servicio de certificación.

En cuanto a los tipos de calidad referidas por Gonzales & Arciniegas, 2016 menciona que estas se clasifican en:

- Calidad General: Hace referencia al grado en que el servicio o producto sea del agrado y satisfaga las necesidades del cliente

- Calidad relativa: Se denomina relativa por la percepción, en la cual un producto o servicio es percibido por el cliente y su valor es determinado por este.
- Calidad de diseño: Adaptación de un servicio o producto para satisfacer una necesidad específica para la cual fue creada
- Calidad de manufactura: Es el grado en que el producto cumple con las especificaciones de la manufactura.

En cuanto a calidad, las prendas de alpaca se caracterizan por tener una calidad relativa, asimismo, actualmente la tendencia del mercado indumentario tiene una mayor preferencia hacia las prendas de alpaca que son elaborados con materiales de calidad superior, en el diseño, seguridad, comodidad y duración de los productos. (MINCETUR, 2020). El mencionar los certificados y estandarización de los procesos inserta a este producto en una nueva escala de superioridad en calidad, ya que los vuelve mucho más competitivos en un mercado en donde los clientes son mucho más exigentes.

Cabe precisar que, si de calidad se refiere, la fibra de alpaca se diferencia de fibras como el mohair, camello, angora, cachemir, lana entre otras por las propiedades que posee, tales como la resistencia, suavidad, aislante térmico, capacidad hipoalérgica. Estas características que posee la fibra de alpaca la convierten en un producto de calidad cotizado por diversos países. (Azabache, Campero, Gallardo & Ramírez, 2021).

Por el lado de las certificaciones estas tienen un vocabulario determinado en cada ámbito profesional. Asimismo, su definición proviene de las normas ISO 8402, ISO 65 y la guía ISO/CEI 2. Cabe precisar que las certificaciones es una garantía de conformidad que el producto se elabora rigiéndose de ciertas normas. Además, el contar con un documento de certificación indica

cierto nivel de confianza que el producto, servicio o proceso está elaborado de acuerdo con las normas creadas para su fin (FAO, 2019)

Según Promperú, para dar conformidad que las prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca tienen la composición detallada y se rigen bajo las exigencias del mercado es que se emiten algunas de estas certificaciones: Certificación de origen, ISO 9001, ISO 14001, de comercio justo, GOTS, OEKO-TEX y ETNO (Promperú, 2017)

- Certificado de Origen: Aquella que acredita cumplir con los requisitos de origen y dan confinidad a las disposiciones de acuerdos comerciales y régimen preferencial. La entidad que lo emite es VUCE.
- Certificación ISO 9001: Es un sistema de gestión de calidad que puede ser adquirida por entidades privadas o públicas y no implica su tamaño o actividad empresarial. Dicha certificación es considerada un método de mejora la calidad del producto o servicio, así como la satisfacción del cliente. Las entidades que lo emiten son consultoras asociadas IAF.
- Certificación ISO 14001: Dicha certificación apoya al manejo de un plan ambiental en organizaciones públicas o privadas. Las entidades que lo emiten son consultoras asociadas IAF.
- Certificado Comercio Justo: Es aquella que certifica existe un grado elevado de responsabilidad corporativa y se brinda un trato ético a los animales de donde se extrae, la entidad que lo certifica es la coordinación Nacional de Comercio Justo Perú.
- Certificado ETNO: Es aquella que certifica la calidad de las fibras de alpaca que son utilizadas para la elaboración de productos, la entidad que la emite es la Asociación Internacional de Alpaca.

- **Certificación GOTS:** Certifica la estandarización y demuestra que los textiles y tejidos elaborados están elaborados por al menos el 70 % de fibras orgánicas. Una de las empresas que emite el certificado es la consultora Ecocert.
- **Certificación OEKO-TEX:** Aquella certificación que los textiles elaborados no contienen sustancias nocivas. Una de las consultoras que emite el certificado es la consultora Sustant Perú.

Estas son algunas de las certificaciones que se pueden evidenciar dentro de las operaciones para la exportación de prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca en la región del Cusco por parte de las Mypes que mide y certifica la calidad de sus productos.

1.3.5.3 Tecnología

Se define como tecnología como aquellos conocimientos industriales los cuales generan procesos de elaboración de nuevos artefactos. Asimismo, la tecnología permite la integración de diferentes técnicas, ya sea mediante máquinas o sistemas integrados los cuales permiten lograr un resultado final (Cegarra, 2012).

En el artículo de investigación extraído de Science Direct “Contribución de la tecnología a la productividad de las pymes de la industria textil en Ecuador”, se menciona que la tecnología es una determinante relevante para las mejoras de las Pymes, pues las vuelven más eficaces, eficientes y competitivas; de igual manera, se concluye que la productividad en este tipo de empresas incrementa gracias a la tecnología (Benavides & Ibujés, 2018).

Por otro lado, en la tesis “Factores que influyen en la internacionalización en pymes de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015” se analiza que la mejora tecnológica en las Pymes representa una internacionalización más rápida. Esto debido a que

las nuevas tecnologías permiten una mejor gestión del conocimiento, acceso a nuevos mercados, mercados financieros, trabajar en redes locales y externas, gestionar respuestas rápidas para la implementación de nuevas ideas, satisfacer a los clientes e incrementar la capacidad de producción para satisfacer la demanda. (Bardales, 2019).

La tecnología es un factor que desarrolla también actividades de innovación enfocadas principalmente en el proceso productivo. Es importante que en las Mypes se impulse la cultura innovadora desde un ámbito interno a lo largo de la misma, con el objetivo de generar mejoras para el proceso. Dentro del proceso se toma mucha importancia al aspecto tecnológico, puesto que se relaciona las mejoras tecnológicas con la mejora en la calidad y por ende se genera una mejora en la productividad (Ponce & Zevallos, 2017).

Finalmente, con respecto al factor tecnológico en la región de Cusco, existe el programa público CITE Textil Camélidos Cusco, su objetivo es fomentar el desarrollo de negocios que se dedican a la transformación de la fibra de alpaca, incrementando la competitividad, productividad y optimizando procesos mediante conocimiento, innovación, transferencia tecnológica, capacitación y asesorías especializadas (Andina, 2020).

En cuanto a las maquinarias utilizadas para la fabricación de prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca se puede encontrar las maquinas Silver Reed modelos SK840 o SK 860, Galga, Shima Seiki o Stoll, estas permiten el uso de programas de diseños con patrones electrónicos (Promperú, 2017).

1.4 Normativa Relacionada

En este apartado se tomó en consideración las normas relevantes en el proceso de producción de las prendas de vestir de las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00.

1.4.1 Norma Técnica N.º 231.301-2014

Dentro del sector textil y confecciones en la elaboración de prendas de vestir compuesta por fibra de alpaca existe la Norma Técnica Peruana 231.301.2014. Esta fue elaborada por el Comité Técnico de Normalización de Fibra de Alpaca y presentada a la Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barrera Comerciales no Arancelarias para su inspección y posterior publicación. La presente norma técnica tiene como objetivo establecer la definición, clasificación por tipos de calidad, requisitos en la rotulación de los envases de los productos elaborados con fibra de alpaca (Indecopi, 2014).

Para el contexto de la comercialización de la Prendas de Vestir elaboradas con fibra de alpaca, la Norma Técnica Peruana o NTP ha favorecido considerablemente, pues ha regularizado un mercado altamente competitivo estableciendo acuerdo para los compradores como vendedores. (Alpaca Peru, 2014).

Es fundamental que se aplique la norma técnica, puesto que además permite que se distinga la calidad en la fibra de alpaca haciendo una mejor categorización del ganado. La crianza del ganado se da de manera más tecnificada, con más alternativas de cuidado y una proyección hacia la mejora de la calidad, factor fundamental en un mercado altamente competitivo. La normativa representa además un beneficio en el sector, puesto que los beneficios se pagan en función a la calidad de la fibra. (Alpaca Peru, 2014).

1.5 Análisis del Sector / Producto

En este apartado se explicó sobre las empresas del Perú, exportaciones del sector textil y confecciones a nivel nacional y regional Cusco, la definición de prendas y complementos de vestir, los tipos de alpaca, la fibra de alpaca, distribución geográfica de estos camélidos, cadena de valor del proceso productivo y la explicación de los productos exportados con subpartida nacional 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00.

1.5.1 Empresas en el Perú

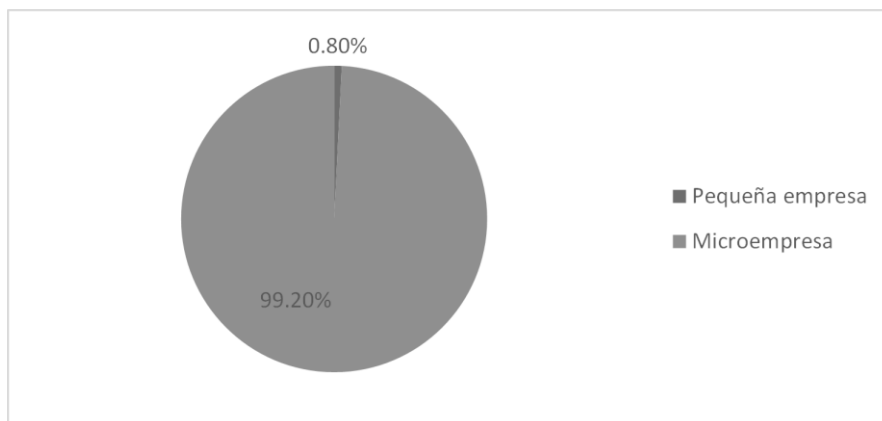
Según la Ley N°. 30056 – Congreso de la República, las empresas en el Perú están clasificadas en "Micro", "Pequeña", "Mediana" y "Gran empresa". Las "microempresas" se caracterizan por tener ventas anuales máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y que cuenten con hasta diez trabajadores; las "pequeñas empresas" se caracteriza por tener ventas entre los 150 y 1700 UIT; las "medianas empresas" se caracterizan por tener ventas anuales superiores a 1700 UIT hasta un monto máximo de 2300 UIT. Y, por último, las "grandes empresas" se caracteriza por tener ventas anuales superiores a las 2,300 UIT (Ley 30056, 2013, art 5).

Los regímenes tributarios en el Perú se clasifican en cuatro: el nuevo régimen único simplificado (NRUS), el régimen especial de impuesto a la renta (RER), el régimen Mype Tributario (RMT) y el régimen general (RG). Para fines de la presente tesis se desarrolló el concepto del régimen Mype en el punto 1.1.12. En cuanto a la participación de cada uno de estos regímenes dentro del sector textil y confecciones, el régimen con siglas RUS cuenta con una participación del 28.3%, el RER 43.1%, el RMT 22.4% y el RG 6.2% (PRODUCE, 2021).

En ese sentido, según la estadística sectorial de Ministerio de Producción a nivel nacional, en el año 2020, las empresas grandes del sector textil y confecciones contaron con una participación del 0.3% que equivale a 73 empresas, mientras que las medianas empresas cuentan con 0.1% equivalente a 24 empresas. En cuanto a la distribución de las empresas estudiadas en la presente tesis, para el año 2020, PRODUCE indicó que el porcentaje de pequeñas empresas es del 2.8% (686 empresas) y para las microempresas son 96.8% (23,737 empresas). (PRODUCE, 2021).

Respecto a nivel regional hacia las Mypes en Cusco, en el año 2020 la cantidad de empresas formales fueron de 370, distribuyéndose en 0.8% para las pequeñas empresas y 99.2% para las microempresas (PRODUCE, 2021) (véase figura 4).

Figura 4. Distribución por Tamaño de Empresa



Fuente: PRODUCE. Elaboración Propia.

El presente estudio se enfocará en analizar las pequeñas y medianas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones, que exportan las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 en la región del Cusco. A continuación, se detalla las Mypes peruanas del sector textil y confecciones, Mypes exportadoras a nivel nacional y regional de Cusco de las subpartidas estudiadas dentro del periodo 2017 - 2020 (véase tabla 9). Además, se puede evidenciar la relación de empresas en el anexo 6.

Tabla 9. Mypes Peruanas Exportadoras de las Subpartidas Nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00

Detalle	Cantidad
Mypes peruanas totales del sector textil y confecciones	24,438
Mypes peruanas exportadoras 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00	306
Mypes cusqueñas exportadoras 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00	35

Nota: Relación de cantidad de Mypes del sector textil y confecciones a nivel nacional, Mypes exportadoras a nivel nacional y región Cusco de las subpartidas estudiadas en el periodo 2020.

Fuente: PRODUCE, Promperú, ADEX DATA TRADE. Elaboración Propia

1.5.2 Sector Textil y Confecciones

En el año 50 el precio de la materia prima de algodón se incrementa y permite un aumento en las exportaciones del Perú. A razón de lo mencionado y gracias a la transferencia de técnicas y mejoras provenientes de Europa es que el sector textil y confecciones logra un avance en relación con otros sectores. Entre el alza de los productos hechos de algodón por su composición fina, resalta la materia prima derivada de los camélidos, siendo ambos los que constituyen productos bandera para la economía peruana y podrían ser utilizados para vestir a estratos socioeconómicos altos (PRODUCE, 2015).

Según PRODUCE, la industria manufactura en el Perú tiene como sector el de textil y confecciones. Este a su vez se desglosa en dos: el sector textil y el sector confecciones, siendo el primero la fabricación de productos textiles y el segundo en la producción de prendas de vestir; adobo y teñido de piel. Cabe precisar que el sector confecciones tiene como subsector el de prendas de vestir, el cual abarca la producción de suéteres y guantes que se exportan y que se plasmaron en la presente tesis. (PRODUCE, 2021).

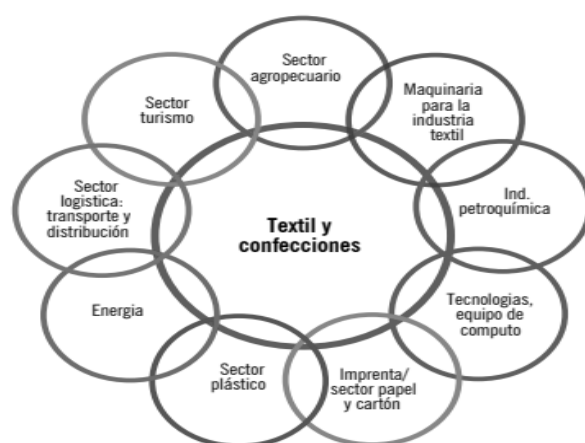
El sector textil y confecciones, según el Ministerio de la Producción se caracteriza por la amplitud que tiene no sólo en cuanto a sus operaciones, sino que también en cuanto a la gama de modelos confeccionados; entre las actividades de operacionalización se incluye la fabricación, el diseño, preparación de muestras, compra de materias primas, contacto con proveedores y confeccionistas y la venta de los productos terminados (PRODUCE, 2013).

Asimismo, en cuanto a la gama de diseños, se incluyen las prendas de vestir para diferentes ocasiones, como ropa de diario, prendas de etiqueta, prendas para ocasiones especiales y prendas elaboradas como cinturones, guantes, chales, corbatas, etc. (PRODUCE, 2008).

Se considera al sector textil y confecciones como un sector altamente integrado debido al uso de recursos naturales para la elaboración, esta característica favorece a otros sectores generando demanda. Entre estos sectores se encuentran el agrícola, para el cultivo del algodón; el ganadero, del cual se extraen los pelos finos; plásticos, para los botones y cierres si lo requiere y la industria química, para el uso de insumos. En el sector se debe tener en cuenta que mientras exista una mayor integración en las actividades, mayor será la escala de la empresa, puesto que se permite una mayor optimización a lo largo de la cadena productiva. (PROMPERÚ, 2015)

A continuación, se presentará una imagen que indica los sectores integrados al de textil y confecciones (Véase figura 4).

Figura 5. Integración del Sector Textil y Confecciones



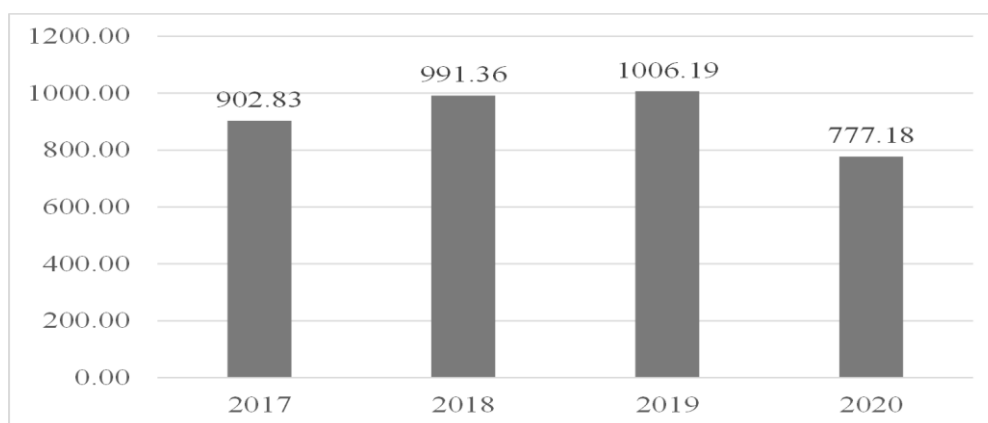
Fuente: Promperú. Elaboración propia.

1.5.3 Exportaciones del Sector Textil y Confecciones a Nivel Nacional

En cuanto a las exportaciones del sector textil y confecciones a nivel nacional, se puede evidenciar que mantuvo un crecimiento constante desde el año 2017 hasta el 2019 (BCRP, 2021). La razón del aumento es producto de la demanda de prendas elaboradas con algodón, hilados de lana de oveja, hilados de alpaca. En cuanto al 2020 dicho crecimiento se

contrajo debido la crisis sanitaria producto de la COVID-19, ya que se paralización las actividades industriales, emergencia sanitaria, dificultades logísticas y la escasez de demanda de nuestros principales socios comerciales (IEE, 2021) (véase figura 6).











Figura 6. Exportaciones del Sector Textil y Confecciones a Nivel Nacional 2017 - 2020



Nota: Datos expresados en millones de US\$. Adaptado: Banco Central de Reserva del Perú. Elaboración propia.

Según la Estadística de cifras de exportación de Promperú, se plasma el ranking de los 10 principales países importadores del sector textil y confecciones para el Perú dentro del periodo 2017 – 2020. Cabe resaltar la primacía de Estados Unidos como principal socio comercial y demandante de las productos incluidos dentro del sector, ya que la mayoría de los productos peruanos ofrece el “*fair Trade*” y la calidad con la que confeccionan en comparación del mercado local y aquellos importados de otros países es reconocida a nivel mundial (Promperú, 2017) (véase tabla 10).

Tabla 10. Ranking de los 10 Principales Países Importadores del Sector Textil y Confecciones a Nivel Nacional

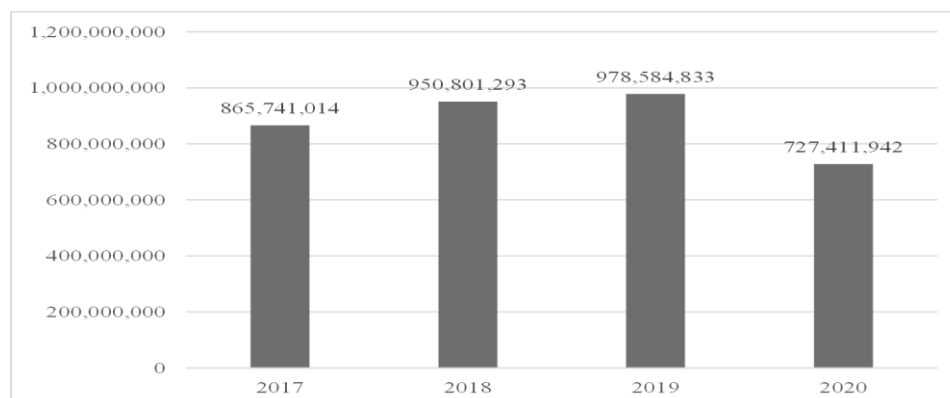
-	Año	2017			2018			2019			2020		
		Mercado	FOB USD	Var.%	Part.%	FOB USD	Var.%	Part.%	FOB USD	Var.%	Part.%	FOB USD	Var.%
	Estados Unidos	629,139,243	3.8 %	49.4%	679,556,000	8.0 %	48.5%	699,740,122	3.0 %	51.7%	552,810,694	-21.0 %	53.8%
	Chile	59,356,455	10.6 %	4.7%	64,428,994	8.5 %	4.6%	70,170,145	8.9 %	5.2%	46,813,148	-33.3 %	4.6%
	Brasil	56,983,899	19.8 %	4.5%	70,224,019	23.2 %	5.0%	61,670,443	-12.2 %	4.6%	48,286,902	-21.7 %	4.7%
	Colombia	57,373,969	-1.1 %	4.5%	59,465,820	3.6 %	4.2%	57,408,319	-3.5 %	4.2%	40,259,747	-29.9 %	3.9%
	Ecuador	62,298,913	23.3 %	4.9%	55,995,371	-10.1 %	4.0%	52,175,222	-6.8 %	3.9%	32,402,153	-37.9 %	3.2%
	China	56,905,214	201.7 %	4.5%	57,935,530	1.8 %	4.1%	26,196,723	-54.8 %	1.9%	26,371,365	0.7 %	2.6%
	Italia	33,905,803	-1.2 %	2.7%	44,988,362	32.7 %	3.2%	46,704,311	3.8 %	3.4%	23,723,970	-49.2 %	2.3%
	Alemania	31,890,472	-10.6 %	2.5%	37,533,044	17.7 %	2.7%	35,892,957	-4.4 %	2.6%	25,015,955	-30.3 %	2.4%
	Bolivia	33,684,942	6.1 %	2.6%	34,821,175	3.4 %	2.5%	33,755,086	-3.1 %	2.5%	24,632,576	-27.0 %	2.4%
	Canadá	26,281,289	10.3 %	2.1%	29,744,137	13.2 %	2.1%	30,067,370	1.1 %	2.2%	29,644,721	-1.4 %	2.9%

Nota: Datos expresado en Valor FOB US\$. Fuente: Promperú 2021

1.5.3.1 Exportaciones del subsector prendas de vestir a Nivel Nacional

Respecto a las exportaciones del subsector prendas de vestir a nivel nacional, según la estadística de ADEX, se puede apreciar que ha mantenido un crecimiento constante, teniendo un declive en el periodo 2020 debido a la crisis sanitaria mundial. (ADEX DATA TRADE, 2021) (véase figura 7)

Figura 7. Exportaciones del Subsector Prendas de vestir a Nivel Nacional



Nota: Datos expresados en US\$. Adaptado: ADEX DATA TRADE. Elaboración propia.

En cuanto al ranking de exportaciones del mismo subsector, a nivel nacional las subpartidas 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 que se estudiaran ocupan el puesto 22 y 59 respectivamente (véase tabla 11).

Tabla 11. Ranking de Subpartidas Nacionales del Subsector Prendas de Vestir a Nivel Nacional y Montos Exportados.

Nº	Partida	Descripción Arancelaria	2017	2018	2019	2020
1	6109100031	T-SHIRTDE ALGODON P HOMB.O MUJ.,D TEJ.TEÑIDO D UN SOLO COLOR UN	147,206,545	149,064,097	165,690,911	124,803,225
2	6109100039	LOS DEMAS "T-SHIRTS" DE ALGODON, PARA HOMBRES O MUJERES	97,404,933	126,985,127	126,076,701	110,493,129
3	6109909000	T-SHIRTS Y CAMISETAS INTERIORES DE PUNTO DE LAS DEMAS MATERIAS T	60,605,894	43,985,539	55,550,315	44,924,768
4	6105100041	CAMISAS D PTO.ALG.C/ABERT.DEL.PARC.,C.Y PUÑ.DE TEJ.ACAN.P HOMB.,TE	28,732,808	31,989,807	35,813,312	37,959,630
5	6105100051	CAMISAS D PTO.ALG.C/CUE.Y ABERT.DEL.PARC.P HOMB.,D TEJ.TEÑIDO D UN	62,138,482	62,667,169	60,765,600	26,134,611
22	6110191090	DEMÁS SUÉTERES (JERSEYS), DE PUNTO, DE LAS DEMAS LANAS O PELOS FI	10,605,054	11,606,255	9,957,418	6,727,329
59	6116910000	GUANTES,MITONES Y MANOPLAS DE PUNTO DE LANA O PELO FINO	1,285,911	1,532,387	1,580,067	1,275,094

Nota: Datos expresados en US\$. Fuente: ADEX DATA TRADE. Elaboración propia.

En cuanto a las exportaciones por mercado de destino, al igual que en el sector textil y confecciones, el subsector prendas de vestir tiene como principal importador a Estados Unidos, el cual en los periodos 2017 al 2019 ha mantenido un incremento en la demanda de los productos incluidos dentro del subsector (véase tabla 12)

Tabla 12. Ranking de los 10 Principales Países Importadores del Subsector Prendas de Vestir a Nivel Nacional

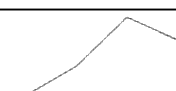
N.º	País	Valor FOB (US\$)			
		2017	2018	2019	2020
1	ESTADOS UNIDOS	582,078,993	625,886,319	655,229,509	494,567,313
2	BRASIL	41,220,043	56,915,139	52,177,446	38,974,139
3	CANADA	23,338,729	26,126,726	26,472,544	26,592,089
4	ALEMANIA	24,892,466	30,445,462	28,605,964	21,444,899
5	CHILE	25,777,121	25,544,388	34,783,465	20,313,972
6	FRANCIA	17,696,872	24,599,654	22,752,279	17,732,977
7	REINO UNIDO	12,915,359	14,084,261	15,028,160	13,647,670
8	JAPON	8,205,024	9,760,607	10,114,749	8,751,037
9	MEXICO	9,914,086	11,900,965	12,352,407	8,453,984
10	ECUADOR	9,536,842	11,830,722	11,554,929	7,360,348

Nota: Datos expresados en US\$. Fuente: ADEX DATA TRADE. Elaboración propia.

1.5.4 Exportaciones del sector Textil y Confecciones región Cusco

El sector textil y confecciones en la región del Cusco, sin duda ha mostrado un crecimiento paulatino de sus exportaciones, habiendo alcanzado su punto más alto dentro de sus exportaciones en el periodo del 2019, logrando una variación porcentual del 26.09% desde el 2017. Cabe precisar que el aumento de las exportaciones se debe a un trabajo articulado entre los empresarios y el gobierno quienes han impulsado la oferta exportable haciendo que la Región de Cusco muestre lo mejor de su oferta regional altoandina a nivel internacional (Promperú, 2020) (Véase tabla 13).











Tabla 13. Exportaciones del Sector Textil y Confecciones a Nivel Regional Cusco 2017 - 2020

Total	2017	2018	2019	2020	Tendencia
Sector Textil y Confecciones - Región Cusco	1,187,576	1,391,258	1,754,228	1,586,074	

Nota: Datos expresados en US\$. Fuente: Resumen de cifras de exportación Promperú. Elaboración propia.

En cuanto a los principales países que se exportan los productos dentro del Sector Textil y Confecciones en la región del Cusco se puede evidenciar los que se muestra en la tabla 14.

Tabla 14. Ranking de los 10 Principales Países Importadores del Sector Textil y Confecciones a Nivel Regional Cusco

-	Año	2017			2018			2019			2020		
		Mercado	FOB USD	Var.%	Part.%	FOB USD	Var.%	Part.%	FOB USD	Var.%	Part.%	FOB USD	Var.%
	Estados Unidos	241,740	-15.3 %	20.4%	356,481	47.5 %	25.6%	456,694	28.1 %	26.0%	549,659	20.4 %	34.7%
	Alemania	319,332	136.8 %	26.9%	372,702	16.7 %	26.8%	138,958	-62.7 %	7.9%	408,786	194.2 %	25.8%
	Suiza	92,048	-56.8 %	7.8%	134,006	45.6 %	9.6%	510,448	280.9 %	29.1%	263,006	-48.5 %	16.6%
	Austria	198,047	4.2 %	16.7%	229,027	15.6 %	16.5%	282,335	23.3 %	16.1%	63,171	-77.6 %	4.0%
	Reino Unido	171,675	-7.9 %	14.5%	118,215	-31.1 %	8.5%	134,304	13.6 %	7.7%	127,084	-5.4 %	8.0%
	Dinamarca	59,662	149.2 %	5.0%	47,472	-20.4 %	3.4%	56,346	18.7 %	3.2%	99,037	75.8 %	6.2%
	Canadá	9,511		0.8%	34,958	267.6 %	2.5%	53,019	51.7 %	3.0%	55,687	5.0 %	3.5%
	Australia	16,855	-36.5 %	1.4%	35,062	108.0 %	2.5%	39,235	11.9 %	2.2%	1,218	-96.9 %	0.1%
	Italia	21,751	-25.4 %	1.8%	18,682	-14.1 %	1.3%	20,840	11.6 %	1.2%		-100.0 %	
	Francia	12,456	-2.1 %	1.0%	12,068	-3.1 %	0.9%	8,113	-32.8 %	0.5%		-100.0 %	

Nota: Datos expresado en Valor FOB US\$. Fuente: Promperú 2021

1.5.4.1 Exportaciones del subsector prendas de vestir región Cusco

Respecto a las exportaciones del subsector prendas de vestir a nivel de regional en la provincia Cusco se puede evidenciar que los productos demás suéteres y guantes de pelos finos se encuentran en los dos primeros lugares en el periodo 2017 – 2020. Estos productos elaborados con fibra de alpaca aumentaron debido a que las entidades del estado fomentaron la participación de ferias, misiones, ruedas comerciales de las empresas, la creación del Cite Textil Camélidos e implementación de un currícula en diseño para las instituciones de moda (PERX - CUSCO, 2021)

En la siguiente figura se plasma el ranking de las cinco principales exportaciones según la asociación de exportadores (ADEX, 2021) (véase tabla 15)

Tabla 15. Ranking de Subpartidas Nacionales del Subsector Prendas de Vestir de la Región Cusco

Nº	Partida	Descripción Arancelaria	2017	2018	2019	2020
1	6110191090	DEMÁS SUÉTERES (JERSEYS), DE PUNTO, DE LAS DEMAS LANAS O PELOS FINO	232,164	252,658	419,560	614,967
2	6116910000	GUANTES, MITONES Y MANOPLAS DE PUNTO DE LANA O PELO FINO	105,376	270,271	296,984	310,427
3	6117100000	CHALES, PAÑUELOS DE CUELLO, BUFANDAS, MANTILLAS, VELOS Y ARTICUL	58,742	87,394	110,016	99,550
4	6110193000	CARDIGANES, DE PUNTO, DE LAS DEMÁS LANAS O PELOS FINOS	76,711	15,089	59,004	98,665
5	6110201090	DEMÁS SUÉTERES (JERSEYS), DE PUNTO, DE ALGODÓN	46,532	85,466	150,010	72,495

Nota: Datos expresados en US\$. Fuente: ADEX DATA TRADE. Elaboración propia.

En cuanto a los principales países que se exportan los productos dentro del subsector prendas de vestir en la región del Cusco se puede evidenciar aquellas que se muestra en la tabla 16.

Tabla 16. Ranking de los 10 Principales Países Importadores del Subsector Prendas de Vestir a Nivel Regional Cusco.

N.º	País	Valor FOB (US\$)			
		2017	2018	2019	2020
1	ESTADOS UNIDOS	240,480	342,414	444,517	537,109
2	ALEMANIA	316,245	368,350	138,913	405,620
3	SUIZA	78,558	131,145	510,052	262,918
4	REINO UNIDO	170,985	106,088	131,176	127,084

5	DINAMARCA	59,662	47,472	56,346	88,431
6	AUSTRIA	197,887	227,235	282,223	62,336
7	CANADA	4,370	21,979	41,209	44,095
8	JAPON	0	0	23,935	5,044
9	CHILE	2,246	4,650	9,015	2,951
10	PUERTO RICO	4,020	7,032	8,347	1,955

Nota: Datos expresados en US\$. Fuente: ADEX DATA TRADE. Elaboración propia

Cabe precisar que el aumento de las exportaciones en cada una de las cadenas productivas es indispensable, ya que Cusco en el reporte comercial anual 2020, es la 6° provincia que contribuye a la economía nacional, teniendo una participación del PBI del 3.1% al cierre del informe. Sin embargo, es importante precisar que el sector textil y confecciones en las exportaciones de productos de lanas y pelos finos se ha visto incrementa en más 20 % en comparación del 2019. (Mincetur, 2020).

Dicha posición lo vuelve relevante, pues el incrementar su producción en sectores donde exista valor agregado en los productos exportados, incrementará la población económicamente activa y reducirá la tasa de pobreza de su región (Mincetur, 2020).

1.5.4.1.1 Prendas y complementos, de vestir, de punto de lanas o pelos finos

Dentro del sector textiles y confecciones, se encuentran diversos capítulos que clasifican arancelariamente las subpartidas que se exportan. Con relación a las prendas y complementos de vestir de punto de lanas o pelos, según la SUNAT, el capítulo 60 comprende productos elaborados con fibras de otros animales, entre estos están la Alpaca, Oveja, Vicuña y demás camélidos (SIICEX, 2016).

Para la presente investigación nosotros abordaremos los productos elaborados con fibra de alpaca, ya que esta materia prima es la principal con la que se elaboran las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 que son fuente de estudio.

1.5.4.1.2 Tipos de alpacas

Las alpacas siguen siendo una especie que forma parte de nuestra cultura milenaria y es parte de la vida cotidiana en las regiones andinas de nuestro país (Produce, 2020). A continuación, se describirán las dos principales clases de alpacas, las cuales se caracterizan por su calidad y finura

- **Huacaya:** Esta clase de alpaca se caracteriza por su pelaje y tener una variedad de colores. Además, la densidad folicular bordea los 15.93/mm², su contenido de grasa es de 0,5 - 4,0%, la higroscopicidad es del 8%.
- **Suri:** Esta clase de alpaca se caracteriza por su fibra, la cual es larga, lacia, sedosa y brillante. Asimismo, su amplia gama de colores va desde tonos beige, marrones, grises hasta negros. En cuanto a su densidad folicular está bordea los 17.29/mm², su contenido de grasa es de 0,5 – 4.0%, la higroscopicidad es del 8%.

1.5.4.1.3 Fibra de Alpaca

Es aquella fibra que cubre a la alpaca o como se determina científicamente a la Vicugna pacos, dicha fibra proviene de dos razas la Huacaya y Suri, ambas contienen aspectos diferentes y se presentan en colores básicos como el blanco, beiges, cafés y negros (Indecopi, 2014)

Respecto a las calidades que contiene la fibra esta se comprenden mediante la finura y longitud, pudiendo alcanzar y dar a origen a otras subcategorías, entre las más destacadas calidades se consideran las siguientes:

- **Alpaca super baby:** Caracterizada por contar con una fibra que tiene una finura igual o menor a los 20 μm y su longitud media mínima es 65 mm.
- **Alpaca baby:** Caracterizada por contar con una fibra que tiene una finura en el rango de 20,1 μm a 23 μm y su longitud media mínima es 65 mm.

- **Alpaca fleece:** Caracterizada por contar con una fibra que tiene con una finura en el rango de 23,1 μm a 26,5 μm y su longitud media mínima es de 70 mm.
- **Alpaca medium fleece:** Caracterizada por contar con una fibra que tiene una finura en el rango de 26,6 μm a 29 μm y su longitud media mínima es de 70 mm.
- **Alpaca huarizo:** Caracterizada por contar con una fibra que tiene una finura en el rango de 29,1 μm a 31,5 μm y su longitud media mínima es de 70 mm.
- **Alpaca gruesa:** Caracterizada por contar con una fibra que tiene una finura mayor de 31,5 μm y su longitud media mínima es de 70 mm.
- **Alpaca corta:** Caracterizada por contar con una fibra que cuenta con una finura menor a 50 mm.

Según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) el uso y forma de las fibras de alpaca se emplea para la elaboración de prendas textiles o textiles del hogar. Cabe precisar que los productos de mayor demanda comercial son: tops, hilos industriales / artesanales, tejidos en punto y plano (chompas, mantas, chalinis, suéteres, abrigos, chullos, entre otros). Es considerada como fibra especial o de pelos finos (Promperú, 2019).

Características que se atribuyen a los productos que se estudiarán, los cuales se denominan demás Suéteres (Jerseys), de punto, de las demás lanas o pelos finos y guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino (véase tabla 17)

Tabla 17. Características de la Fibra de Alpaca

Nombre común / comercial	Fibra de alpaca de color
Nombre científico	Vicygna Pacos
Familia	Camelidae
Origen	Perú, zona ecosistema andina
Descripción	Tambor de vellón, de diversos colores enteros que pueden variar hasta 22 toneladas Rango de diámetro de fibra: - Royal: 8.5 micras - Baby: hasta 23 micras - Fleece/superfino: de 23.1 a 26.5 micras - Medium fleece: 26.6 a 29.0 micras - Huarizo de 29.1 a 31.5 micras - Gruesa: de 31.5 a más Excelente propiedad térmica, aislante, resistente a la tensión, fácil de lavar
Usos y formas de presentación	Es utilizado como materia prima para la elaboración de prendas textiles o textiles de hogar, y considerada como fibra especial o pelo fino. Por sus características y la gama de colores que existe es cotizada exclusivamente en segmentos de mercados internacionales exigentes. Ente los productos de mayor demanda comercial son: tops, hilos industriales / artesanales, tejidos en punto y plano (chompas, mantas, chalinas, suéteres, abrigos, chullos, entre otros)

Fuente: Promperú. Elaboración Propia

Cabe precisar que la fibra de alpaca es la principal materia prima con la que se elabora los demás suéteres (jerseys), pulóveres, cárdigan, chalecos y artículos similares, de punto con subpartida nacional 6110.19.10.90 y guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino con subpartida nacional 6116.91.00.00 (MINAGRI, 2020), productos que ocuparon los primeros lugares de exportación en la Región del Cusco en los periodos 2017-2020 (ADEX, 2021) y son la base de nuestra investigación.

1.5.4.1.4 Distribución geográfica de la fibra de alpaca

La fibra de alpaca es producida en las provincias donde el nivel del mar está por encima de los 3,800 y es sustento económico de las familias que se dedican a la pequeña agricultura y crianza de camélidos. En cuanto a las cinco principales provincias que producen la materia para la confección y exportación de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos son Puno, Cusco, Pasco, Ayacucho, Junín. De este modo, en base a lo extraído de la estadística del MINAGRI, la región de Puno representa la mayor concentración con un

61.63%, Cusco con 14.22%, Pasco con un 4.88%, Ayacucho con 4.18% y Junín con 3.56% (MINAGRI, 2019).

1.5.4.1.5 Cadena de valor del proceso productivo

La Fibra de Alpaca pasa por diversos procesos para finalmente convertirse en un producto terminado, cada eslabón se realiza de manera cautelosa con el fin de cuidar la calidad en el producto. Asimismo, la cadena se establece tanto en el espacio rural como en el espacio industrial. (Ascalpe, 2020). A continuación, se describe cada eslabón de la cadena (véase figura 8).

- **Crianza de la alpaca y esquila:** El primer eslabón a realizarse es de crianza de la alpaca y esquila, en cuanto a la crianza de la alpaca, esta actividad se realiza en las zonas altoandinas del Perú muchas veces por familias en condición de pobreza. Sin embargo, también existen empresas que han desarrollado procesos de crianza de alpaca que se encargan de esta actividad. De esta manera se extrae la Fibra de Alpaca, para dar paso a la esquila, mediante la cual se corta y se separa el vellón de la alpaca.
- **Acopio y Clasificación:** Se desarrolla el acopio y la clasificación; durante el acopio se involucra aquel proceso de unir la producción, dando lugar a la actividad de clasificación, en los cuales se separa cuidadosamente el vellón; este proceso es elaborado por personas calificadas.
- **Transformación primaria:** La transformación primaria incluye el lavado de la Fibra eliminando materias extrañas y suciedad que se presenta en los hilados, asimismo, en este eslabón se incluye el cardado, en el cual se va limpiando de manera progresiva cada mecha de fibra.

- **Transformación textil:** Una vez que se mantiene limpia la fibra, se procede a la transformación textil, en la cual se procede al peinado, de la cual se obtiene una mecha uniforme de fibra; luego se procede al hilado, el cual estará listo para realizar las prendas terminadas.
- **Elaboración y diseño de prendas:** Se procede con el diseño, la confección y la tejeduría de la prenda, se involucran las actividades de diseño, corte, costura, lavado, vaporizado y acabado.
- **Comercialización:** En este proceso se realiza la venta y comercialización tanto interna como externa de las prendas terminadas.

Figura 8. Cadena de Valor del Proceso Productivo



Fuente: PROSUR 2009. Elaboración propia.

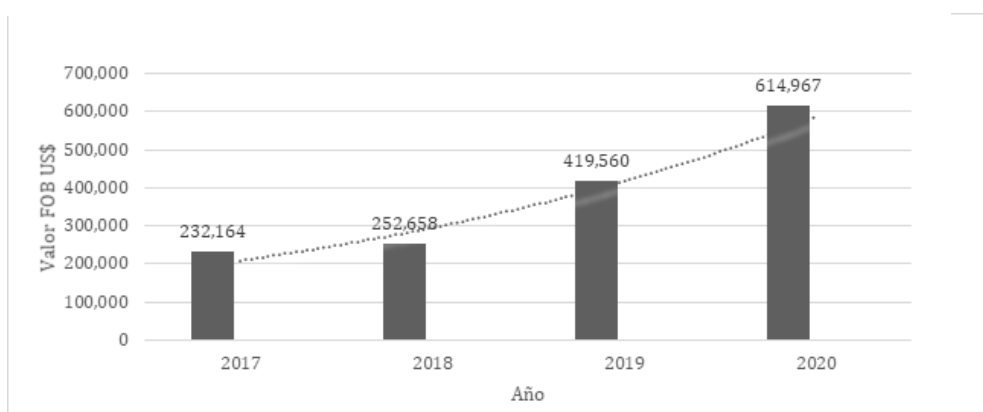
Una vez descrita la principal materia y la cadena de producción de los productos con lo que se elabora los demás suéteres y guantes de lana o pelos que son materia de estudio se procedió a explicar su comportamiento en el mercado mundial desde la región de Cusco.

1.5.4.1.6 Los demás suéteres (jerseys) de punto de lana o pelo fino

El siguiente producto tiene como subpartida nacional 6110.19.10.90. Dentro de dicha partida arancelaria se incluyen los suéteres (jerseys), los cuales están elaborados a base de fibra de alpaca, insumo que representa un valor agregado para dichos productos, puesto que representa calidad por las fibras térmicas. En el anexo 7 se puede observar la ficha técnica del mencionado producto.

En cuanto a las exportaciones de dicha partida en la región de Cusco, se puede apreciar que hubo un aumento constante desde el año 2017 hacia el 2020 (véase gráfico 9), (ADEX DATA TRADE, 2021). Este crecimiento se sustenta principalmente debido al incremento en las compras de EE. UU, por el apoyo de las entidades gubernamentales como Gercetur Cusco y el acceso a ferias internacionales capacitaciones y reconocimiento de los certificados de calidad como ventaja competitiva. (MINCETUR, 2020).

Figura 9. Exportaciones en US\$ de la subpartida 6110.19.10.90 de la Región Cusco 2017 – 2020



Fuente: Adex Data Trade. Elaboración propia.

Por otro lado, los principales países a los cuales se exportó la partida 6110.19.10.90 desde la región Cusco fueron EE. UU con un precio FOB en el 2020 de US\$ 367,462, Alemania con US\$ 113,115.90 y Suiza con US\$ 71,105.90 (véase tabla 18). En cuanto a las

empresas, como se señala en el Anexo 6 son las principales empresas que exportaron la partida en la región de Cusco.

Tabla 18. Exportaciones de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) en US\$, periodo 2017 - 2020

País	2017	2018	2019	2020
Estados Unidos	57,422.06	140,621.20	187,402.40	367,462.00
Alemania	73,501.90	37,898.00	46,786.41	113,115.90
Suiza	20,460.50	16,825.00	120,832.40	71,105.90
Dinamarca	57,422.06	45,243.45	46,213.23	62,674.75
Australia	6,069.00	3,575.60	1,170.00	0.00

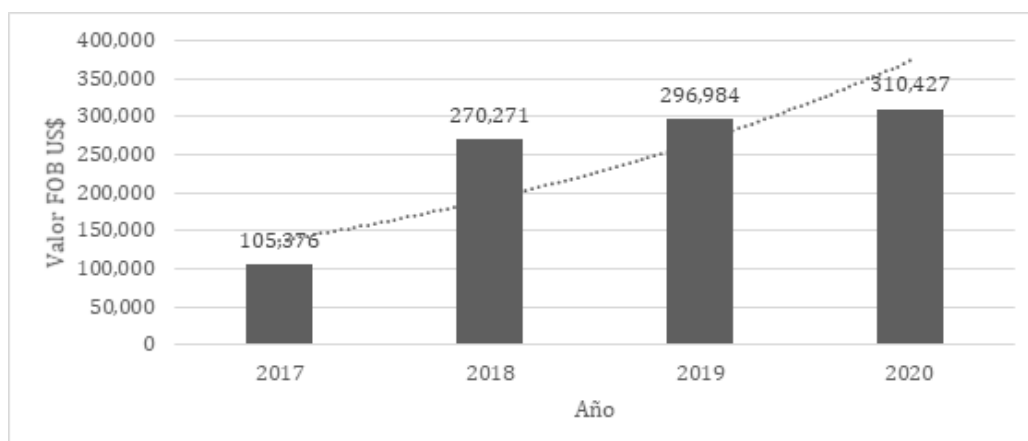
Fuente Adex Data Trade. Elaboración Propia.

1.5.4.1.7 Guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino

La partida 6116.91.00.00, tiene entre sus principales prendas Guantes, mitones y manoplas hechas de lana o pelo fino, se utilizan con mayor frecuencia en lugares con bajas temperaturas, debido a la composición con fibras de alpaca, las cuales se caracterizan por ser suaves, duraderas, caliente, sedosa, lujosa e hipoalergénicas, además posee reconocimiento en el mercado de vestir abrigador y es considerada como artículo de lujo. (MINAGRI, 2018). La ficha técnica del producto se puede evidenciar en el anexo 8.

Asimismo, en cuanto a las exportaciones de la partida, en la región de Cusco, se observa un crecimiento constante a lo largo del periodo 2017 - 2020; hacia el año 2018 ha incrementado de manera porcentual en un 61.01%, hacia el 2019, en un 9.88% y finalmente en el último periodo 2020, ha incrementado en un 4.27%, porcentaje más reducido en comparación con el año 2018, debido a la crisis sanitaria (véase figura 10). Del mismo modo, cabe precisar que la Región de Cusco, representa el segundo lugar en exportaciones de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino.

Figura 10. Exportaciones de subpartida 6116.91.00.00 en US\$ de la Región Cusco periodo 2017 - 2020.



Fuente: Adex Data Trade. Elaboración propia.

Finalmente, los principales países a los cuales se exportó la partida 6110.19.10.90 desde la región Cusco en el 2020 fueron Alemania con un precio FOB de 164,273.88, Suiza exportó 128,467 y EE.UU. 12,003 (véase tabla 19). En cuanto a las principales empresas que exportaron dicha partida, se encuentran Alpacottons apu kuntur SCRL, Quispe gutierrez Rodolfo y Yugana inversiones empresa individual de responsabilidad limitada.

Tabla 19. Exportaciones de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino (6116.91.00.00) en US\$, periodo 2017 - 2020.

País	2017	2018	2019	2020
Alemania	90,883.81	181,755.90	28,630.00	164,273.88
Suiza	8,873.40	55,462.70	241,813.20	128,467.00
Estados Unidos	3,017.50	28,480.50	16,653.20	12,003.00
Canadá	546.12	3,175.39	6,383.91	5,448.45
Francia	1,845.44	1,182.65	1,591.34	0.00

Fuente: ADEX DATA TRADE. Elaboración Propia.

1.6 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite realizar una evaluación de la situación actual de una empresa, producto o persona identificando los factores externos e

internos. En cuanto a los factores externos, se analizan las oportunidades y amenazas, mientras que en el factor interno se analizan las fortalezas y debilidades. Esta metodología es considerada como una herramienta que facilita la toma de decisiones. (Sánchez. D, 2020).

En cuanto a los factores externos estos son difíciles de controlar, por un lado, están las oportunidades, las cuales se caracterizan por poseer aspectos que representan una mejora en la organización; por otro lado, se encuentran las amenazas, las cuales representan factores negativos, sin embargo, se pueden convertir en oportunidades. Dentro de los factores internos, por su parte, se encuentran las fortalezas, las cuales son aquellas destrezas o atributos que tiene la empresa; finalmente, las debilidades, consideradas como los aspectos desfavorables que tiene la empresa. (Riquelme. M. 2016).

Para el desarrollo del análisis FODA se tomó información de la revista de promoción de exportaciones en confecciones de Alpaca elaborado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en el 2018 (véase figura 11)

Figura 11. Matriz FODA de Ambas Partidas

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Perú posee una cultura textil • Disponibilidad de materia prima • Perú posee la mayor disponibilidad de alpacas con el 80% • Perú es el primer productor de fibra de alpaca en el mundo • La cadena de valor está integrada (desde lo pecuario hasta el desarrollo de marca) 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de alpaca a través de la marca Perú • Acceso al mercado internacional mediante los tratados de libre comercio • Mayor tendencia de consumo de fibras naturales • Nichos de mercado en busca de productos exclusivos
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de la fibra de Alpaca como fibra de lujo y de sus beneficios • Falta de promoción de los productos del sector textil • Falta de incentivos a exportadores • Bajo salario a los productores • Ausencia de incentivos para la crianza de alpaca 	<ul style="list-style-type: none"> • Creciente producción de camélidos en EE. UU., Australia y China con mayor tecnología y respaldo • Productos sustitutos • La demanda de la fibra depende de la moda y tendencia de los grandes compradores • Faltan leyes que protejan a la fibra de alpaca como producto peruano • Solo dos empresas en el País representan más del 80% de la demanda

Fuente: Promperú. Elaboración Propia.

1.7 Modelo de las cinco Fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas de Porter sirven para analizar el entorno competitivo de una industria. Dicho modelo permite la comprensión de como se desarrolla la industria y la naturaleza entre las relaciones de diferentes mercados en donde la empresa progresa. Asimismo, identifica los factores de rendimiento, influencia del sector y evalúa como los cambios de una industria pueden afectar la rentabilidad (Michaux & Cadiat, 2016).

En cuanto a las cinco fases que comprende las fuerzas de Michael Porter, estas son el poder de la negociación de los compradores, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de los productos sustitutos, la amenaza de productos entrantes, la rivalidad entre los competidores.

Para el desarrollo de las cinco fuerzas de Porter se tomó como referencia información del Reporte Alpaca del Semestre 2021 de Promperú, data estadística del gremio de exportadores ADEX, Veritrade, Trademap y noticias locales.

- **Poder de Negociación de los compradores**

Actualmente, la WSGN compañía que se encarga de realizar pronósticos de tendencia sobre moda ha elaborado un reporte en donde indica que el periodo otoño invierno 22/23 tendrá una inclinación a lo natural, denominada “Naturaleza Reconnectada” tendencia predominante que se basa en que los consumidores cada vez intentan conectarse con el medio ambiente, explorando la naturaleza, así como la inquietud de encontrar la sostenibilidad en las fibras (Promperú, 2020).

Por otro lado, la oferta exportable en el subsector prendas de vestir para la región del Cusco en el periodo 2017- 2020 de las prenda elaboradas con fibra de alpaca ha mantenido un incremento constante, por su reconocimiento a nivel mundial por ser una de las fibras

más finas y míticas en el mercado (Promperú, 2020). Se puede observar en el reporte elaborado por la asociación de exportadores ADEX, que dicho subsector ha mantenido un crecimiento constante. Para precisar de ello, se puede observar la figura 12, en donde se plasma el ranking de los cinco principales países importadores, así como el valor FOB de cada uno de los periodos estudiados.

Figura 12. Ranking de los Principales Países Importadores del Subsector Prendas de Vestir Cusco 2017 - 2020

Nº	País	Valor FOB (US\$)			
		2017	2018	2019	2020
	TOTAL	1,151,559	1,337,647	1,717,913	1,539,753
1	ESTADOS UNIDOS	240,480	342,414	444,517	537,109
2	ALEMANIA	316,245	368,350	138,913	405,620
3	SUIZA	78,558	131,145	510,052	262,918
4	REINO UNIDO	170,985	106,088	131,176	127,084
5	DINAMARCA	59,662	47,472	56,346	88,431

Nota: Datos expresados en US\$. Fuente: ADEX DATA TRADE. Elaboración propia

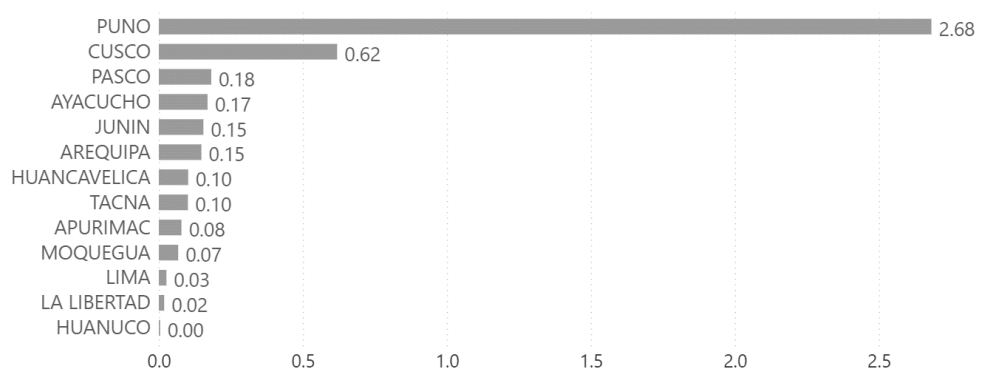
Sin duda la situación en dicho sector es favorable, ya que existe una tendencia de crecimiento en la adquisición de los productos existentes en el subsector prendas de vestir. Además de ello, el Perú es el país que cuenta con una población de alrededor del 72% de los camélidos alpaca. Razón por la que según el análisis descrito podemos concluir que el poder de negociación de los compradores es bajo – Favorable .

- **Poder de Negociación de los Proveedores**

El Perú es considerado como el proveedor principal de fibra de alpaca en el mundo. Asimismo, se estima que la población mundial de alpacas actualmente es de 6 millones, de las cuales el 80% son criadas en nuestro país. (MIDAGRI, 2021). Del mismo modo, según estadística del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, la provincia de Cusco está ubicada en el segundo lugar cómo mayor proveedor de fibra de alpaca a nivel nacional (véase figura 13). Razón por la cual se facilita el acceso de adquisición de la materia prima en su fase no procesada para hilado,

Por otro lado, se identificó que los empresarios cuentan con dificultad a la hora de cotizar los precios de las fibras de alpaca procesadas para su hilado, puesto que existe un monopolio de empresas como Michell, Prosur e Inca Tops que comercializan fibra de alpaca en Arequipa. Dicha situación es controversial, ya que estas empresas imponen sus propias condiciones en término de costes y calidad. Ante dicho suceso, la Sociedad Peruana de Criadores de Alpaca y Llamas en sus siglas SPAR Cusco trabaja constantemente en disminuir el acceso a intermediarios. (Agronoticias, 2021)

Figura 13. Ranking de Departamentos del Perú Productores de Fibra de Alpaca



Nota: Minagri, por PRODUCE

En cuanto al nivel de poder de negociación se puede concluir que tiene una calificación intermedia, ya que sí bien la región Cusco es el segundo productor de fibras de alpaca a nivel nacional, la producción y elaboración del hilado se realiza en mayor medida por el monopolio existente de las empresas mencionadas en la región Arequipa.

- **Amenaza de los nuevos competidores**

De acuerdo con el informe especializado “Desempeño de la Línea de Alpaca 2020” las personas están en la búsqueda de seguir una tendencia de estilo al cuidado del medio ambiente y esto se puede apreciar con la adquisición de prendas de vestir que no cuente con un procesamiento agresivo al medio ambiente en los insumos y de la materia prima. Por lo

cual las fibras ecológicas hoy en día han tomado fuerza en el mercado internacional. En el caso de las prendas de vestir elaboradas con prendas de alpaca (Promperú, 2021).

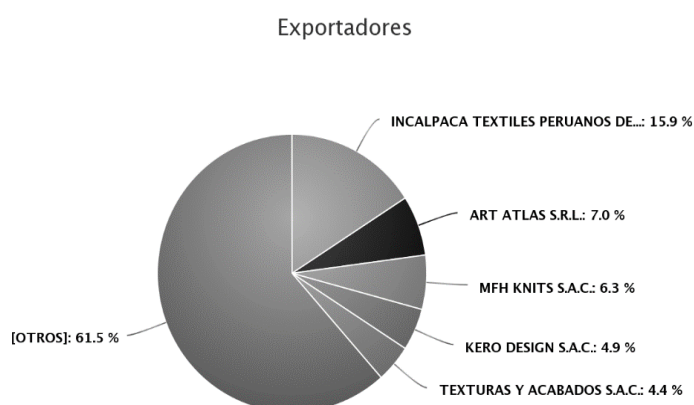
En cuanto a los competidores nacionales de la subpartida del sistema armonizado de las partidas 611019 y 611691 podemos observar en la figura 14 la relación de las 10 principales empresas exportadoras a nivel nacional. Asimismo, podemos observar la distribución porcentual en la figura 15.

Figura 14. Relación de Empresas Exportadoras con Subpartida del sistema armonizado de las 611019 y 611691.

EXPORTADORES [TODOS]	REGISTROS	TOTAL US\$ FOB	%	TOTAL KG	US\$ / KG	
INCALPACA TEXTILES PERUANOS DE EXPORT SA	1,922	10,930,298	16.85%	64,009	170.762	<input type="checkbox"/>
ART ATLAS S.R.L.	338	4,880,368	7.05%	49,499	98.191	<input type="checkbox"/>
MFH KNITS S.A.C.	808	4,343,524	6.30%	40,574	107.051	<input type="checkbox"/>
KERO DESIGN S.A.C.	701	3,352,577	4.88%	27,481	121.996	<input type="checkbox"/>
TEXTURAS Y ACABADOS S.A.C.	221	2,999,488	4.35%	38,412	82.376	<input type="checkbox"/>
NAKAYAMA DEL PERU S.A.C.	847	2,742,470	3.98%	74,703	36.712	<input type="checkbox"/>
IFER KNITWEAR SAC	450	2,320,353	3.37%	30,443	76.219	<input type="checkbox"/>
BELLUCCI INTERNATIONAL JAPAN E.I.R.L.	81	1,413,591	2.05%	11,929	118.497	<input type="checkbox"/>
ALPACOTTONS APU KUNTUR SOCIEDAD [...]	418	1,374,327	1.99%	11,576	118.727	<input type="checkbox"/>
TRADING VENTURES S.A.C.	179	1,216,679	1.76%	10,178	119.537	<input type="checkbox"/>
Totales	27,255	68,947,613	100.00%	750,421		

Nota: SUNAT, por VERITRADE

Figura 15. Porcentaje de las Principales Empresas Exportadoras con Subpartida del sistema armonizado de las 611019 y 611691



www.veritra.upc.elogim.com

Nota: SUNAT, por VERITRADE

En cuanto a los países que exportan subpartidas del sistema armonizado de las partidas 611019 y 611691 se encuentran Bolivia, Panamá, México, Brasil, Ecuador, Honduras, Chile (Trademap, 2021).

- **Amenaza de Productos Sustitutos**

En el mercado de textiles se pueden encontrar diversas prendas de vestir elaboradas con diferentes insumos muy aparte de la que se menciona en la presente tesis que pueden sustituir al producto. Las prendas pueden ser elaboradas de algodón, poliéster o de fibras que pueden sustituir al de la alpaca, tales como la fibra de oveja, de camello y de vicuña (Alvarado, Arraíza & Huaracha, 2017)

- **Rivalidad entre los competidores.**

Actualmente en el Perú existe competencia relacionada con la producción de prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca en específico de las que tienen como subpartida nacional 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00. Un claro ejemplo es de la empresa Inalpaca Textiles que según la ponderación obtenida por Veritrade, cuenta con un 15.9 % de participación en el mercado, porcentaje mayor a las demás empresas existentes en el mercado (Veritrade, 2022).

Tabla 20. Criterios de puntuación para la tabulación de las 5 fuerzas de Porter. Elaboración propia

Conclusión	Calificación	Industria	Calificación
Favorable	3	Atractiva	13-15
Neutra	2	Neutra	9-12
Desfavorable	1	No es atractiva	5-8

Nota: Elaboración Propia

Tabla 21. Resumen de la Ponderación de las Fuerzas de Porter

Cinco fuerzas de Porter	Grado	Puntuación
Poder de negociación de los proveedores	Moderada: Neutra	2
Poder de negociación de los compradores	Baja : Favorable	3
Amenaza de nuevos competidores	Alto: Desfavorable	1
Amenaza de productos sustitutos	Moderado: favorable	3
Rivalidad competitiva entre competidores existentes	Alto: Neutro	2
	TOTAL	11

Nota: Elaboración Propia

Como se puede observar luego de haber realizado el análisis y la ponderación en la tabla de tabulaciones se concluyó que la industria manufacturera, en su sector textil y confecciones con subsector prendas de vestir se ubica con un puntaje de 11 haciendola un una industria neutra. Cabe precisar que las prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca cuentan con un valor diferencial, ya que su valor comercial es reconocido a nivel mundial por la calidad y textura de las fibras con las que se elaboran estos productos.

Además, tal como se detallo en amenaza de nuevos competidores, el subsector de prendas de vestir cuenta con una gran cantidad de empresas en el mercado nacional que elaboran los productos de las subpartidas nacionales. Asimismo, cabe resaltar que en el mercado internacional también se ha visto el interes por la creciente demanda de estos productos. Tal es el caso de China, en donde dicha nación ha empezado a exportar prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca por el reconocimiento y aceptación que estas tienen en el mercado extranjero (Gestión, 2019).

Por otro lado, al cierre del primer capítulo es importante precisar que cuando se pretende entender la realidad problemática de una tesis es importante ahondar en su marco teórico, ya que este nos brinda el conocimiento y soporte para desarrollar lo que se pretende estudiar. Es así, que en el presente capítulo se desarrollaron los antecedentes nacionales e internacionales, los cuales fueron extraídos de diversos repositorios tanto a nivel local como internacional.

Estos fueron de gran aporte para el análisis de la investigación, ya que brindó información relevante sobre nuestros determinantes y, además, contribuirá al soporte académico de nuestras bases teóricas, descripción de variables, metodología de la investigación, desarrollo del análisis y discusión de los resultados obtenidos. Por último, se describió el análisis del sector y las partidas analizadas en la presente tesis.

CAPITULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN

En el capítulo actual se detalló el plan de investigación. En primer lugar, se elaboró la realidad problemática. Luego de ello, se formuló el problema de investigación, el cual abarca el problema principal y secundario de la investigación. De ahí se planteó el objetivo general, los objetivos específicos, hipótesis general e hipótesis específicas. Por último, se detalló la justificación teórica, práctica y temporal respecto al tema a investigar y a la línea de investigación (véase figura 16).

Figura 16. Subcapítulos del Plan de Investigación



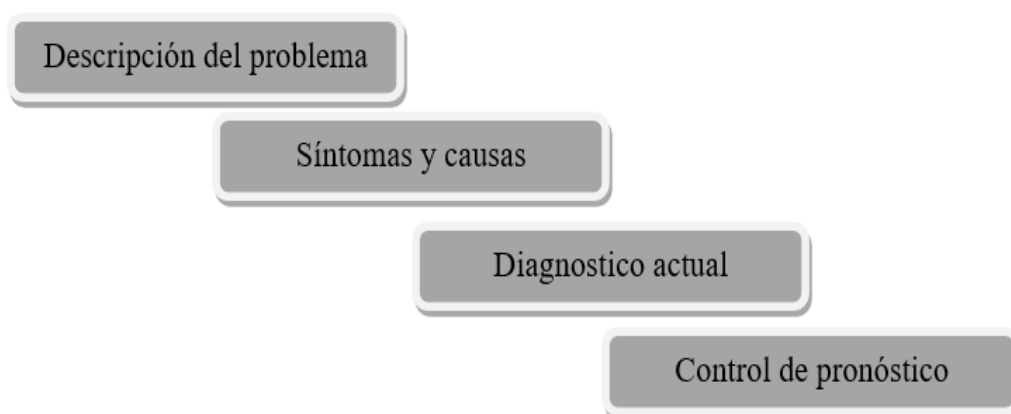
2.1 Realidad Problemática

Bernal (2010, como se citó en Arbaiza, 2014), menciona que un problema de investigación es aquello que se convierte en objeto de meditación y sobre el cual se observa la necesidad de aprender y por ende estudiar. Por su parte, según Gómez (2006, como se sostiene en Arbaiza), el planteamiento de un problema debe implicar la posibilidad de realizar una prueba empírica o recolección de datos.

De igual forma, Méndez (2011), indica que formular un problema es realizar una proposición precisa, la cual deriva a un planteamiento que busca describir el problema, explicar sus síntomas y causas, abordar un diagnóstico y plantear un control del pronóstico, puntos que nos harán comprender lo esencial del problema de investigación.

Para la explicación de la realidad problemática se abordará los cuadrantes que se presenta en la siguiente figura (Véase figura 17).

Figura 17. Cuadrantes de la Realidad Problemática de la presente investigación



Nota: Adaptada de Méndez (2011). Elaboración propia.

2.1.1 Descripción del Problema

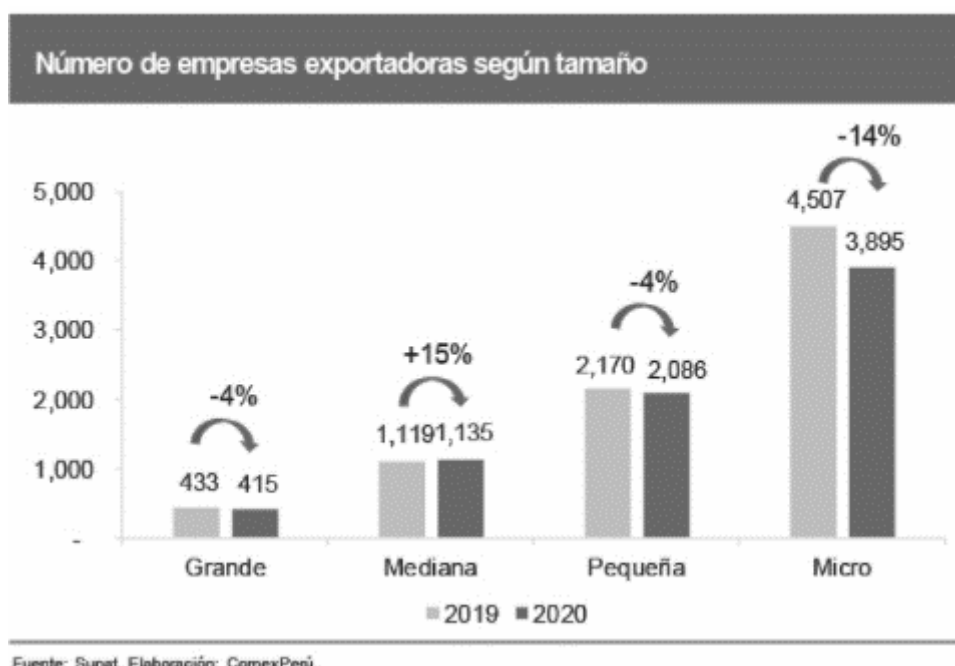
Según, los especialistas del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el comercio exterior favorece a los países que hacen un correcto uso de sus recursos, pues cada nación puede aplicarse y ser mucho más eficiente al momento de comercializar sus productos. Dicha eficiencia se plasma a nivel empresarial, pues el incremento de las exportaciones facilita la disminución del desempleo porque incremento la oferta laboral en cada una de las provincias, independientemente si las empresas son micro, pequeñas, medianas o grandes (MINCETUR, 2017),

Asimismo, dichas empresas hoy en día enfrentan desafíos al momento de su internacionalización. Según Restrepo & Venegas (2015), estos se derivan del mismo dinamismo de la globalización y el pacto de tratados de libre comercio. De igual manera, debido a esas exigencias es que se busca analizar su capacidad de internacionalización con relación a las habilidades, capacidades y recursos con la finalidad de desarrollar estrategias que logren su participación de manera óptima y adecuada.

En la última década, las empresas peruanas han tomado la iniciativa de internacionalizarse, aunque dicho crecimiento no ha sido del todo veloz debido a factores determinantes como conocimiento de comercio internacional, escasez de tecnología, exigencia del mercado entre otros. Esto sin mencionar la paralización de las actividades comerciales producto de la llegada del Coronavirus en el 2020, muchas de ellas truncaron sus procesos de expansión. Para tener una noción del escenario descrito el total de empresas del 2020 disminuyó a 7,531 de 8,229 en el 2019, provocando una caída de 8.5% (Comex, 2021).

Respecto a la disminución de empresas existentes en el mercado peruano y según reporte de la SUNAT, las microempresas representaron el 51.7% del total de empresas exportadoras, mientras que las pequeñas cuentan con un 27.7%, las medianas y grandes con un 20.6%. No obstante, el impacto producto de la paralización de actividades producto de la Covid-19 afectó mayormente a las pequeñas y microempresas, las cuales se redujeron un 14% y un 4%, respectivamente (Comex, 2021).

Figura 18. Número de Empresas Exportadoras según su tamaño



Respecto a la disminución de las empresas a nivel nacional, cabe mencionar que las Mypes son aquellas que cuentan con un mayor porcentaje de participación en las exportaciones y más aún aquellas que pertenecen al sector textil y confecciones, ya que están han mantenido un crecimiento constante desde el periodo 2017 al 2019, habiendo un declive en el 2020 por la COVID 19 (Gestión, 2021), (véase figura 6).

Cabe destacar que dentro del sector textil y confecciones se puede evidenciar la fabricación de prendas de vestir, la cual está incluida en el subsector prendas de vestir y están elaboradas por lanas o pelos finos y que según el “Estudio de Mercado Reporte de Oportunidades Comerciales para Productos de Alpaca”. Las empresas importadoras de estos productos califican a estos productos de alta calidad. (Promperú, 2021)

Sin embargo, entre los desafíos que se hallaron hacia el productor peruano se encuentran el uso de intermediarios en las exportaciones, volúmenes bajos de fabricación, tiempos de entrega lentos, escasez en estándares de calidad y capacidad para el desarrollo de nuevos productos, determinantes que impiden se comercialice a mayor volumen las prendas de vestir a nivel nacional (Promperú, 2021).

En cuanto a las provincias que presentan una mayor productividad de lanas o pelos finos se puede evidenciar que la región del Cusco es el segundo productor de lanas o pelos finos (Promperú, 2021). Siendo las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 aquellas que presentan mayor exportaciones en esta región (Adex, 2021).

Asimismo, en cuanto al subpartidas nacionales a analizar estas son producidas en su mayoría por Mypes y se encuentran dentro del sector textiles y confecciones, ya que estas destacan por ser de fibras naturales entre ellas la de alpaca, según lo señalado en el reporte del Ministerio de Producción (PRODUCE, 2015). Respecto a la descripción de los productos a analizar, estos se denominan demás suéteres y guantes de punto de lana o pelo fino con

subpartida nacional 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 respectivamente, según la Asociación de Exportadores del Perú (ADEX, 2021).

En cuanto a las exportaciones a nivel de América Latina y el Caribe de la subpartida arancelaria 61.10.19 con denominación suéteres "Jersey", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares de punto (exc. chalecos acolchados), según el portal *Trademap* (2021), el promedio de los cinco principales países que comercializan este producto fue Perú con US\$ 15.75 mil, Panamá con 15.64 mil, Bolivia con US\$ 1,62 mil, México con US\$ 43.5 mil y Honduras con US\$ 13.5 mil. (Véase tabla 22).

Tabla 22. Ranking de países exportadores de América Latina y el Caribe de la partida (61.10.19) en el periodo 2017 - 2020 en miles de dólares.

Año	2017	2018	2019	2020
Perú	16.91	19.04	15.56	11.47
Panamá	3.54	50	4.80	4.21
Bolivia	1.84	1.98	1.61	1.06
México	4	17	22	131
Honduras	0	0	0	54

Fuente: Trademap. Elaboración Propia.

De igual manera, en cuanto a la subpartida 61.16.91 con denominación de guantes, mitones y manoplas, de punto (exc. para bebés), según *Trademap*, los países predominantes en exportaciones fueron Bolivia US\$ 80.75 mil, Ecuador US\$ 10 mil, Perú US\$ 141.3 mil, Brasil US\$1.25 mil, Chile con US\$ 1 mil. Cabe precisar que los montos para ambas partidas están expresados en miles de dólares americanos y son un promedio del periodo 2017 - 2020 (*Trademap*, 2021) (Véase tabla 23).

Tabla 23. Ranking de países exportadores de América Latina y El Caribe de la partida (61.16.91) en el periodo 2017 -2020 en miles de dólares

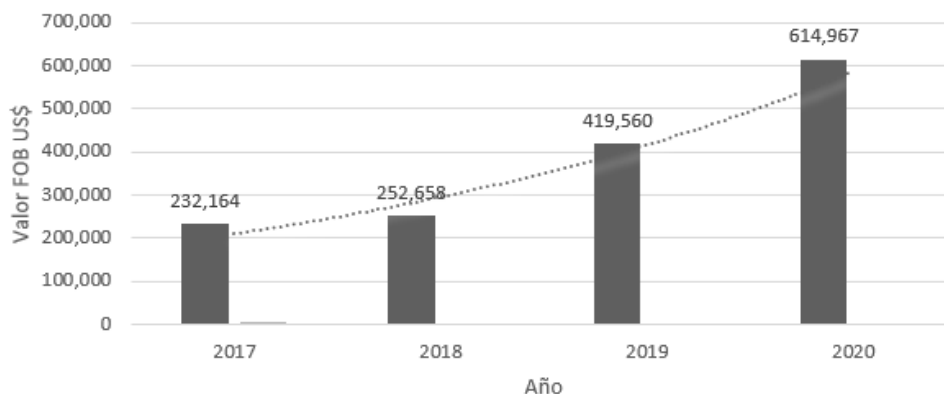
Año	2017	2018	2019	2020
Bolivia	89	85	77	72
Ecuador	15	5	12	8
Perú	1.29	1.52	1.56	1.27
Brasil	2	0	2	1
Chile	1	2	0	0

Fuente: Trademap. Elaboración Propia.

Con relación a lo observado se puede apreciar que el Perú ocupa uno de los principales puestos en exportación, esto debido a la producción que se da a nivel provincial, siendo la Región de Cusco la tercera provincia a nivel nacional que produce los productos que tienen como subpartida nacional 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00, según la estadística de la Comisión de Promoción para la Estadística y el Turismo (PROMPERU, 2021).

Por otro lado, en cuanto a las exportaciones de la provincia regional del Cusco durante el periodo 2017- 2020 de la partida con denominación de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) ha obtenido un incremento consecutivo de sus envíos al mercado extranjero (Adex Data Trade, 2021). (Véase figura 20).

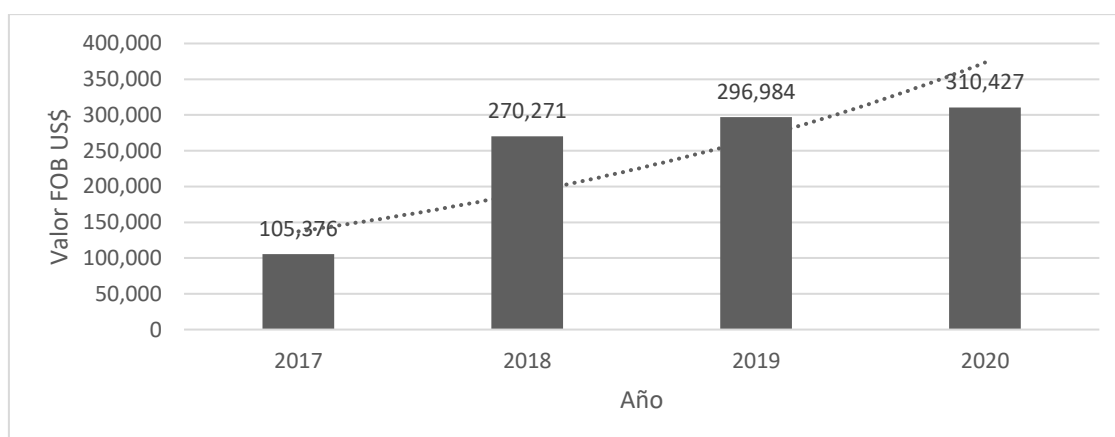
Figura 19 . Exportaciones de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) en US\$ de la Región Cusco periodo 2017 - 2020.



Nota: Datos expresados en US\$. Adaptado: Adex Data Trade. Elaboración propia.

Mientras que la subpartida nacional 6116.91.00.00 (Véase figura 21) también ha obtenido un incremento sostenido. Porcentualmente se incrementó del 2017 al 2018 en un 61.01%, del 2018 al 2019 en un 9.88% y en relación con el último periodo se incrementó en un 4.27%. Esta variación positiva es un reflejo de la comparación que observo de las exportaciones a nivel de América Latina y el Caribe. Cabe precisar que la Región del Cusco, ocupa el segundo lugar en exportaciones de la comercialización de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino.

Figura 20. Exportaciones de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino en US\$ de la Región Cusco periodo 2017 - 2020.



Nota: Datos expresados en US\$. Adaptado: Adex Data Trade. Elaboración propia.

Como se mencionó según el reporte de oportunidades de mercado de Promperú, los productos hechos por fibra de alpaca o pelos finos son muy demandados en el mercado internacional, aunque existan desafíos que aún el empresario peruano deba confrontar. Es por ello, a partir de dicho estudio se analizó los determinantes calidad, capacitación y tecnología que influenciaron en las exportaciones de las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 (Promperú, 2021).

Entre los determinantes que repercuten en el incremento de las exportaciones se encuentra el de calidad, el cual es fundamental sea considerada debido a que los mercados cada vez más exigentes solicitan a las exportadoras peruanas cuenten con productos que les brinden seguridad en calidad y certificados que avalen dichos estándares. Según Jauregui & Ramírez 2021, el que una empresa no cuente con estándares de calidad y certificados es un problema, ya que estos garantizan a la compañía que sus procesos están regularizados y cumplan con las normas establecidas.

En cuanto a la capacitación de talento humano, hoy en día es fundamental que los empresarios y colaboradores se encuentren informados y cuenten con los conocimientos para que puedan desarrollar con éxito negociaciones en el exterior. Es por ello, que el estado peruano ofrece diversas capacitaciones para que puedan llevar con éxitos sus operaciones en el extranjero, siendo Promperú uno de los organismos que brinda capacitaciones relacionados a la venta de productos hacía otros países.

Respecto a la determinante tecnología, esta es importante debido que al no contar con maquinaria actualizada y en buen estado, la producción y volúmenes de entrega pueden verse afectado, tal como menciona el reporte de oportunidades de Promperú, uno de los

desafíos es la tardía respuestas de las empresas en entregar volúmenes de exportación (Promperú. 2021).

Con la data analizada de Adex se llega a la conclusión que la Región Cusco, se encuentra en una posición favorable en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos con subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 respectivamente. Es así, que para conocer a detalle el incremento de las exportaciones se analizará los síntomas y causas de los principales determinantes que influyen en las exportaciones de suéteres y guantes de pelos en las Mypes de Cusco en el periodo 2017 – 2020.

2.1.2 Síntomas y causas

Las Mypes en Perú concentran el 79% del total de empresas exportadoras, cifra inferior al 2019 debido a la crisis sanitaria que se sufrió por la COVID 19 , COMEXPERU (2020),

Asimismo, la internacionalización de las Mypes en el Perú se ven afectadas por factores diversos como los recursos económicos, tecnológicos, administrativos, gubernamentales, capacidades empresariales, entre otros, los cuales se desarrollan en el *paper Factors influencing the propensity to export: A study of UK and Portuguese textile firm*, los autores delimitan a la planificación, publicidad, promoción, ventaja competitiva, calidad y tecnología como factores que repercuten en las exportaciones de las Mypes (Abdou, et al. 2012)

Del *paper* mencionado se destaca los factores de tecnología y calidad, ya que si se busca incrementar las exportaciones estos factores son considerados ventajas competitivas que aportan considerablemente el desarrollo y aumento de las exportaciones. Respecto a la

tecnología las empresas que reciben una mayor orientación tecnológica son más propensas a un uso correcto, eficiente y eficaz de esta, logrando hacer frente a altos volúmenes de exportaciones. En cuanto a calidad, se requiere que los productos tengan altos estándares para hacer frente a un mercado y clientes mucho más competitivos.

Por otro lado, en la tesis “Relación de los Programas de Capacitación en la Gestión Empresarial de las Mypes Exportadoras del Sector Textil Localizadas en la Región Junín 2017” se menciona lo importante que son los programas de capacitación para la exportación de las Mypes en el Perú, ya que el conocimiento sobre materia de comercio exterior es un factor que repercute en las exportaciones, pues logra incrementarlas (Aguilar & Bastidas, 2018).

Relacionando y sustentado con los antecedentes mencionados y artículos, en el presente trabajo de investigación se analizarán la variable determinantes de la exportación en sus dimensiones capacitación, tecnología y calidad que influyen en las exportaciones.

En primer lugar, las habilidades duras o *hard skill* son competencias que el individuo desarrolla con la finalidad de adquirir conocimientos, a través de estudios técnicos o universitarios, especializaciones, capacitaciones, entre otras. Con relación a ello, se considera que la capacitación en talento humano es sumamente importante, pues ayuda a que los empresarios de las Mypes puedan enfrentarse a cualquier tipo de dificultad dentro del marco del comercio exterior (AFP HABITAT, 2020).

A razón de lo importante que es mantener un cierto nivel de conocimientos sobre las actividades de exportación, actualmente existen organismos gubernamentales, tal es el caso de la mesa técnica de textiles y artesanías creada con motivo para las exportaciones. Su función radica en conformar un área de entidades privadas y públicas que velen por el desarrollo regional promoviendo esfuerzos orientados a la diversificación, fortalecimiento,

desarrollo de la competitividad de la oferta exportable mediante la promoción y elaboración de estrategias, proyectos, actividades, entre otros (ITP, 2020)

Dentro de otras organizaciones que ofrecen los servicios de capacitación, están las Oficinas Internacionales (OCEX), las cuales están adjudicadas en PROMPERÚ, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cusco (GERCETUR), Cite Textil Camélidos – Cusco, los cuales conjuntamente realizan trabajos de capacitación para las Mypes abocadas al sector textil. Estas capacitaciones se basan en mantener a los empresarios informados acerca de las tendencias internacionales en el rubro textil, encontrar clientes potenciales, aportar con el desarrollo de las ferias, entre otras.

En cuanto al desarrollo tecnológico, este cumple un rol importante en el proceso de internacionalización de las Mypes, ya que al obtener mejores tecnologías su nivel de productividad será mucho mejor al reducir costos y entregando productos con un alto estándar de calidad. Acciones, que generan grandes brechas de diferenciación, pues al mejorar en lo ya indicado, hace a las Mypes más competitivas en un mercado globalizado. Tal como ha concluido Alvarado & Balladarte (2020).

Es por ello, que las Mypes deben atender los nuevos cambios tecnológicos que surjan en la industria, pues de esto dependerá la capacidad para que puedan atender la necesidad de sus clientes. Al respecto la Sociedad de Comercio Exterior del Perú señala que las Mypes tienen que estar al tanto de los cambios que se pueda producir en la industria, pues él no hacerlo condicionaría su competitividad, así como el de incorporar herramientas tecnológicas para mejorar sus procesos y su capacidad de respuesta sea optimo (COMEXPERÚ, 2020).

Una baja orientación tecnológica genera una baja capacidad de producción para la empresa, por lo que no se podrán realizar exportaciones a grandes volúmenes. En las Mypes aún falta mucho por desarrollar en cuanto a gestión tecnológica para mejorar la capacidad de producción tanto al mercado local como el internacional (COMEXPERÚ, 2020).

Finalmente, en cuanto a la determinante calidad, esta se entiende como las características que posee determinado producto que satisfacen las necesidades del cliente; asimismo la Norma Internacional ISO 9000:2015 se refiere a calidad como “el grado en el que se proporciona valor a un producto mediante el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes. La calidad es importante para el desarrollo de las Mypes, pues se genera una ventaja competitiva (Jauregui & Ramírez, 2021)

Las empresas exportadoras en el sector textil tienen que cuidar de la calidad en sus productos, pues estos serán comercializados en mercados internacionales con estándares altos. Asimismo, se determina que el mercado internacional de fibras naturales y pelos finos se caracteriza por tener un alto grado de competitividad. Es por ello por lo que las Mypes tienen que optar por presentar una calidad de excelencia para los consumidores, realizando en primer lugar una evaluación del mercado internacional y cuáles son las exigencias de este dentro de un ambiente cada vez más exigente (Azabache. Et al, , 2021).

2.1.3 Diagnóstico Actual

Las Mypes son un porcentaje importante para el desarrollo de la economía peruana, ya que contribuyen al desarrollo de su nación por parte del incremento del producto bruto, ayudan a la generación de empleos de la productividad y comercio exterior (PSQ, 2017).

Actualmente, las Mypes disputan mantenerse en el mercado de las exportaciones a pesar de las limitaciones que poseen, entre los determinantes que afrontan están la falta de

tecnología, la capacitación en materia de exportación y sobre todo en la calidad de sus productos. Al respecto, Orlandini (2014) indica:

A pesar de la importante participación de las Mypes en la actividad económica, la mayoría no participa activamente en el comercio internacional. Las principales desventajas de las Mypes pasan por el acceso al financiamiento, la tecnología, el desarrollo de los recursos humanos y el *networking*. (p,1)

En relación con la literatura revisada, esta se contrasta con la situación de la Región del Cusco en el periodo 2017 - 2020 y se puede observar que la provincia mencionada estuvo manteniendo un paulatino crecimiento en las exportaciones de las subpartidas arancelarias 6110.19.10.90 (Véase tabla 24) y 6116.91.00.00 (Véase tabla 25). Razón por la cual se considera que el entorno cada vez más competitivo de las Mypes exportadoras ha ocasionado que las empresas en Cusco mejoren en cada momento los procesos, calidad del producto y gestión empresarial, pues estas la encaminan a ser mucho más competitivas.

Tabla 24. Exportaciones de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) en US\$ de la región Cusco periodo 2017 - 2020

Descripción Arancelaria	2017	2018	2019	2020
Demás suéteres (jerseys), de punto, de las demás lanas o pelos finos	232,164	252,658	419,560	614,967

Fuente: Adex Data Trade. Elaboración propia.

Tabla 25. Exportaciones de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino (6116.91.00.00) en US\$ de la región Cusco periodo 2017 - 2020.

Descripción Arancelaria	2017	2018	2019	2020
Guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino	105,376	270,271	296,984	310,427

Fuente: Adex Data Trade. Elaboración propia.

En efecto, a razón de una creciente cantidad del valor de las exportaciones, el sector textil y confecciones debe procurar invertir en tecnología e incorporarlos en sus procesos, con la finalidad de modernizar la productividad de sus productos y continuar con su curva de crecimiento. Cabe mencionar que hoy en día las Mypes se encuentran en mercados mucho más exigente, en donde es importante considerar el tema de la calidad en los productos. Es importante que se pueda ofrecer productos con alto valor agregado para llegar al proceso de internacionalización eficientemente y sobre todo ser competitivos en el mercado internacional (Mota, et al. 2021)

De igual manera, según la entrevista realizada al secretario técnico de exportación de la Dirección Regional de Comercio Exterior en Cusco (GERCETUR), Gonzalo Álvarez, mencionó que una forma de incentivar las exportaciones de las Mypes es mediante capacitaciones; para ello se generó la mesa técnica de textiles y artesanías de exportación, el cual es un programa que tiene como rol fundamental conformar un espacio entre entidades públicas y privadas, las cuales estén comprometidas con el desarrollo regional y generen estrategias que impulsen, diversifiquen y fortalezcan la oferta exportable mediante actividades (G. Álvarez, comunicación personal, 19 de diciembre de 2021).

El programa mencionado inicio en el 2018, con aproximadamente 18 empresarios exportadores del sector textil y confecciones, a quienes además de capacitaciones se les

facilitó materiales como catálogos virtuales y también se fomentaron actividades como la participación en ferias.

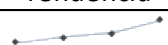



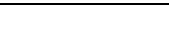
Por otro lado, en el Anexo 1, se muestra la relación de las principales empresas de las Región Cusco que exportan los demás suéteres (jersey), pulóveres, cardigán, chalecos y artículos similares, de punto con subpartida nacional (6110.19.10. 90).

De igual manera, en el Anexo 2, se muestra las principales empresas en la Región Cusco que exportan guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino con subpartida nacional (6116.91.00.00).

Las Mypes han sido relevantes para la economía nacional y regional, ya que representaron el 95% de las empresas en peruanas y emplearon el 47.7% de la población económicamente activa. (COMEX, 2019).

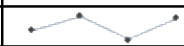
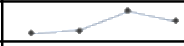

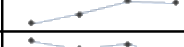

En lo que respecta a los principales destinos de exportación de demás suéteres de punto de lana o pelos finos durante el periodo 2017 – 2020 fueron Estados Unidos, Alemania, Suiza, España y Dinamarca (Véase tabla 26), mientras que las exportaciones de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino tuvieron como principales de destino a Alemania, Suiza, Estados Unidos, Canadá y Francia (Véase tabla 27).

Tabla 26. Exportaciones Regional de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) en US\$, periodo 2017 - 2020

País	2017	2018	2019	2020	Tendencia
Estados Unidos	57,442.06	140,621.20	187,402.40	367,462.00	
Alemania	73,501.90	37,898.00	46,786.41	113,115.90	
Suiza	20,460.50	16,825.00	120,832.40	71,105.90	
Dinamarca	57,442.06	45,243.45	46,213.23	62,674.75	
Australia	6,069.00	3,575.60	1,170.00	0.00	

Fuente: Adex Data Trade. Elaboración propia

Tabla 27. Exportaciones Regional de guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino (6116.91.00.00) en US\$, periodo 2017 - 2020

Pais	2017	2018	2019	2020	Tendencia
Alemania	90,883.81	181,755.90	28,630.00	164,273.88	
Suiza	8,873.40	55,462.70	241,813.20	128,467.00	
Estados Unidos	3,017.50	28,480.50	16,653.20	12,003.00	
Canadá	546.12	3,175.39	6,383.91	5,448.45	
Francia	1,845.44	1,182.65	1,591.34	0.00	

Fuente: Adex Data Trade. Elaboración propia

2.1.4 Control de Pronóstico

Las Mypes cusqueñas contribuyen significativamente con el PBI para el Perú, asimismo, son generadoras de empleo. Sin embargo, aún falta apoyo por parte del gobierno para generar una mayor competitividad (Albujar, Janampa, Odar & Osorio, 2008).

Asimismo, los empresarios de las Mypes necesitan cambiar su visión, pues se requiere de una mentalidad más innovadora, dispuestos a competir en un mercado cada vez más exigente con productos que tengan una calidad superior, que asuman riesgos. Para ello, se tiene que fortalecer la motivación en los microempresarios; dentro del sector textil y confecciones en la región de Cusco, aún falta generar una visión más amical hacia las exportaciones de las Mypes, muchos empresarios del sector no se dedican a las exportaciones debido al temor y falta de información (G. Álvarez, comunicación personal, 19 de diciembre de 2021).

A pesar de algunas limitantes existentes en el sector, entidades públicas como GERCETUR de Cusco, representa desarrollo para estas Mypes; el aporte principal se otorga mediante capacitaciones, información sobre tendencias de mercado, inteligencia comercial, participación en ferias, asesorías y branding. Asimismo, mediante la Mesa Técnica de Textiles se genera un espacio entre entidades públicas y privadas donde se generan estrategias para el desarrollo y apoyo del sector (G. Álvarez, comunicación personal, 19 de diciembre de 2021).

Del apoyo de las entidades gubernamentales, parte el fortalecimiento de las Mypes; es necesario que se otorgue una capacitación adecuada, la cual se pueda transmitir en toda la organización y también contribuya con la capacitación interna, la cual se dirige hacia el personal y así generar un funcionamiento de una manera articulada e integrada (G. Álvarez, comunicación personal, 19 de diciembre de 2021).

Dentro de la presente investigación se busca determinar el impacto que influyo la capacitación, calidad y tecnología para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes en la Región Cusco. Sin embargo, las limitantes mencionadas dificultan la posibilidad que las Mypes amplíen su capacidad de producción y por ende no se realicen exportaciones en gran volumen, e incluso algunas decidan desistir del rubro (G. Álvarez, comunicación personal, 19 de diciembre de 2021).

Es por ello, se considera relevante tener un mayor enfoque en estos factores para alcanzar un mayor desarrollo ampliando las exportaciones, diversificando mercados, tener un mejor posicionamiento, tener una mayor capacidad de producción, mayor alcance y liderazgo, obtener mayor liquidez, enfocarse en alcanzar una mayor innovación y cooperar con las comunidades de la zona generando mayores puestos de trabajo.

2.2 Formulación del Problema

Según Carrasco (2008), luego de dejar en claro y distinguir la realidad problemática, se procede a formular el problema de investigación, el cual consiste en expresar una interrogativa. Esta pregunta debe ser coherente y precisa, de tal forma que el objeto de estudio sea claro.

2.2.1 Problema Principal

¿En qué medida la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?

2.2.2 Problemas Específicos

Según Carrasco (2008), los problemas secundarios o específicos son un elemento valioso, pues permiten un abordaje detallado del problema principal, respecto a componentes como indicadores de las variables. Asimismo, para plantear los problemas secundarios, se debe tener en consideración la revisión literaria que se desarrolló en el apartado de los Antecedentes investigación, pues de ahí se toma como referencia las dimensiones y se extrae las variables que se plasmaron en el problema principal.

- Problema secundario 1:

¿En qué medida la capacitación influye en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?

- Problema secundario 2:

¿En qué medida la tecnología influye en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?

- Problema secundario 3

¿En qué medida la calidad influye en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?

2.3 **Objetivos**

Según Carrasco (2008), los objetivos son el camino para que el investigador pueda resolver el problema planteado. Estos son importantes, pues son parte de la guía metodológica que cumplen con la finalidad de verificar y comprobar que los instrumentos de medición han sido los adecuados.

2.3.1 *Objetivo Principal*

Determinar de qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

2.3.2 *Objetivos Específicos*

- Determinar en qué medida la capacitación influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.
- Determinar en qué medida la tecnología influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.
- Determinar en qué medida la calidad influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

2.4 **Hipótesis**

Carraco (2008), la hipótesis es una posible respuesta al problema de investigación formulado. Por otro lado, Hernández-Sampierí & Mendoza (2018), las hipótesis son aquellas respuestas que tratamos de probar y son contestaciones provisionales a la pregunta de investigación que se afirman o no al concluir el estudio.

2.4.1 Hipótesis Principal

La capacitación, tecnología y calidad influyen positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

2.4.2 Hipótesis Específicos

- La capacitación influye directamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.
- La tecnología influye directamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.
- La calidad influye directamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

2.5 Justificación de la Investigación

Bernal (2010) señaló que la justificación es el motivo por el cual se va a realizar la investigación; asimismo, atiende a la resolución de un problema, que contenga argumentación relevante para su desarrollo. Carrasco (2008) mencionó que todo proyecto de investigación tiene que ser debidamente justificado respondiendo a la pregunta “Por qué se investiga”. Hernández-Sampieri (2018) coincidió con el mismo argumento, por tanto, tiene que haber un propósito definido en la investigación.

2.5.1 Justificación Teórica

La justificación teórica se basa en profundizar aquellos enfoques teóricos con el fin de proporcionar un mayor conocimiento en una línea de investigación (Ñaupas. el. al, 2018).

Asimismo, Bernal (2010) señaló que la justificación teórica tiene el propósito de generar discusión y reflexión sobre un conocimiento que ya existe.

Dicha investigación contiene un aporte teórico, puesto que proporciona información tanto para mejorar el desarrollo en Mypes exportadoras, como para incentivar a las entidades públicas a impulsar el fortalecimiento de programas de apoyo brindando información pertinente sobre la influencia de las determinantes capacitación, tecnología y calidad en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la región Cusco. Para el desarrollo del sustento teórico se revisó y estudió *papers* indexados en *Scopus*, *Science Direct*, *Proquest* y tesis nacionales como internacionales.

En primer lugar, en la tesis “Relación de los Programas de Capacitación en la Gestión Empresarial de las Mypes Exportadoras del Sector Textil Localizadas en la Región Junín 2017”, se sustenta que existe una relación entre los programas de capacitación y la gestión empresarial, lo cual genera un mejor desarrollo exportador. En la tesis se investiga acerca del aporte de programas de capacitación para el desarrollo cognoscitivo como desarrollo de habilidades en exportación, capacidad de negociación, investigación de mercados, disposición de calidad y mejoramiento continuo (Aguilar & Bastidas, 2018).

En segundo lugar, en la tesis “Factores determinantes de las exportaciones de aceite de palma: tecnología, capacitación y calidad de la región Ucayali durante el periodo 2013-2018” (Alvarado & Ballarte, 2020), se analiza las variables calidad, capacitación y tecnología como factores que influenciaron en el crecimiento de las exportaciones. El autor menciona la relevancia de mejorar las tecnologías, capacitar regularmente al personal y mejorar la calidad del producto, pues juntas logran un aporte a la ventaja diferencial entre las empresas.

En tercer lugar, cómo se sostiene en la tesis “Gestión de la calidad y la mejora continua en pequeñas y medianas empresas” (Huamán, 2019), en el que se analiza a la gestión de calidad como un factor que influye en la adecuada administración e internacionalización de medianas y pequeñas empresas, puesto que, al mejorar continuamente la calidad, se obtiene un mejor desempeño en cuanto al producto terminado y a la satisfacción del cliente por recibir un producto de calidad.

Asimismo, en la tesis "Factores que influyen en las exportaciones de prendas y complementos de vestir de punto para bebés de las Mipymes de Lima Metropolitana: Formalización, Capacitación, Innovación y Financiamiento, durante el periodo 2015-2019" (Abanto & Gómez, 2020), en la cual se menciona que factores como la formalización de empresas, capacitación e innovación en los procesos de manufactura han aportado de forma positiva al crecimiento de las exportaciones.

Por otro lado, también se analizó el *paper* “*The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: A multidimensional view of export performance*”, en el cual se mencionó que uno de los determinantes importantes es la capacitación y para ello es fundamental la participación de las entidades públicas mediante el desarrollo de programas de desarrollo, en el cual no solo se capacita, sino también se incentiva la cultura exportadora mediante boletines informativos, participación en ferias, asesorías, entre otros. (Álvarez. et. al, 2012).

La investigación además de presentar sustento mediante el análisis de los antecedentes también presenta sustento teórico, el cual según Arbaiza (2014), son conceptos teóricos que demuestran la razón por la cual dicho tema debe ser investigación. Dentro de este sustento se menciona la internacionalización de las empresas, la cual según Ortega & Espinosa (2015), la definen como la búsqueda de nuevos mercados. En las bases teóricas

también se mencionó sobre el modelo UPSSALA, el cual tiene un proceso de internacionalización gradual y el modelo de la innovación que se produce de forma creativa.

De igual manera, se mencionó a la exportación como modalidad de negocios internacionales. Hill (2011) define exportación como los envíos hacia el extranjero de cualquier bien o servicio que se pactan a través del pago al mercado internacional.

En la presente tesis también se mencionan determinantes como calidad, la cual según Surgey, et. al (2012), se define como “excelencia”, orientada hacia la satisfacción de todos los grupos de interés. Además, se menciona la determinante de capacitación, la cual tiene un enfoque hacia el desarrollo de la fuerza laboral y se define como aquella preparación a los individuos para el logro de los objetivos. (Martínez E, et. al. 2009). Finalmente, la determinante tecnología productiva, la cual es cualquier técnica, proceso, método, equipo o herramienta mediante la cual se amplifica la capacidad humana. (Ollivier, 2005).

Finalmente, en cuanto a las exportaciones de los productos en estudio, Los demás guantes de lanas o pelos finos con subpartida nacional 6110.19.10.90 y Los demás suéteres de lanas o pelos finos con subpartida nacional 6116.91.00.00. se encuentran en los dos primeros lugares en la región del Cusco durante el periodo 2017 – 2020 (ADEX, 2021).

Los estudios hallados para la presente tesis tanto a nivel nacional como internacional dan soporte al tema investigado, respaldando además a las determinantes capacitación, tecnología y calidad. Del mismo modo, dentro de este apartado se menciona cuatro tesis y un *paper*, sin embargo, dentro del acápite de antecedentes se detalla con mayor sustento diversas tesis y *papers* adicionales, las cuales fueron de suma importancia para justificar el tema investigado, además que representa la amplia investigación que se realizó sobre el tema en estudio.

2.5.2 Justificación Metodológica

Mediante la justificación metodológica se menciona sobre aquellos instrumentos y técnicas utilizadas para la presente investigación, los cuales también se aplicaron en otros trabajos de investigación similares. (Ñaupas, Mejía, Novoa & Villagómez, 2018)

A continuación, el presente trabajo de investigación se caracteriza por ser una investigación básica, pura o fundamental, ya que se busca profundizar el conocimiento sobre las variables (Ñaupas, et. al. 2018). De igual manera, el enfoque estadístico fue mixto (cualitativo y cuantitativo), representando un estudio no experimental, ya que solo se observan los fenómenos sin manipular de manera deliberada las variables (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Finalmente, la investigación tuvo un alcance explicativo, puesto que se buscan los factores que dieron origen a la existencia del fenómeno. (Carrasco, 2008).

En cuanto al enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), este tuvo sustento en diversos antecedentes. En la tesis “Factores que influyen en la exportación de maíz blanco Gigante del Cusco: Calidad, promoción y características de la empresa durante el período 2014 - 2018” elaborada por Flores & Mendoza (2021), se muestra un enfoque mixto, con diseño no experimental de tipo explicativo; además se demostró una relación positiva entre las variables calidad, promoción y características de la empresa que influyen de manera positiva en las exportaciones de maíz blanco de Cusco.

Asimismo, en la tesis “Factores que influyen en las exportaciones de palta hass de las empresas de la región La Libertad - Perú: características de la empresa, nivel de producción, estándares y certificaciones de calidad en el periodo 2014-2018”, elaborada por Jauregui & Ramírez (2021), se realizó un enfoque de investigación mixta, con un alcance explicativo, en el cual se concluye que los estándares y certificaciones de calidad influyen de manera positiva en las exportaciones.

Con relación a otros estudios investigados también se menciona la tesis “Relación de los Programas de Capacitación en la Gestión Empresarial de las Mypes Exportadoras del Sector Textil Localizadas en la Región Junín 2017” de los autores Aguilar & Bastidas (2016) con un enfoque mixto y diseño no experimental se demostró una correlación positiva entre los programas de capacitación y las exportaciones de las Mypes exportadoras del sector textil en la región Junín.

Por otro lado, la tesis “Calidad, financiamiento y tecnología como factores que influyen en las exportaciones de camisones y pijamas de punto de algodón para mujeres o niñas de las Pymes de Lima Metropolitana en el periodo 2016-2020” elaborada por Contreras & Toscano (2021), la cual tiene un enfoque mixto con un diseño no experimental y un resultado positivo en la correlación de las variables en estudio.

Para el alcance explicativo uno de los estudios realizados se sustenta en la tesis titulada “Innovación tecnológica y competitividad en las Mypes agroindustriales de la provincia de Pasco – 2017” elaborada por Vicente (2019), cuyo alcance es explicativo y se concluye cómo influye de manera positiva el factor tecnológico.

Por otro lado, también en la tesis “Factores que influyen en la exportación de maíz blanco Gigante del Cusco: Calidad, promoción y características de la empresa durante el período 2014 - 2018” realizada por Flores & Mendoza (2021), también se realiza un alcance explicativo y se demuestra que factores como la calidad influye directamente en la exportación de maíz blanco.

2.5.3 Justificación Práctica

Mediante la justificación práctica se busca contribuir con la solución del problema a través de información significativa de un determinado tema a tratar. Asimismo, dentro de dicha justificación, se explica la importancia y la conveniencia de llevar a cabo la investigación, así como los beneficios que esta aporta. (Bernal, 2010).

El presente trabajo de investigación se enfocó en las exportaciones de prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca en la región de Cusco, material que se caracteriza por ser una fibra fina y de alta calidad. Asimismo, en el 2020 el mercado peruano ha logrado una recuperación acelerada en el rubro registrando un incremento del 36% en el mes de setiembre producto de la reactivación económica a causa de la COVID -19 (La Cámara, 2021).

En cuanto a las exportaciones a nivel de América Latina y el Caribe, el Perú se posiciona dentro de los cinco primeros países exportadores de suéteres y guantes de punto de lanas o pelos finos. Logrando dentro del periodo de estudio exportaciones equivalentes a US\$ 62.98 mil y US\$ 5.62 mil respectivamente (Trademap. 2021). Cabe mencionar que según el portal de estadística de Adex, Adex Data Trade, la región de Cusco a nivel de exportaciones de los demás suéteres y guantes de punto de las lanas o pelos finos posiciona a estos productos en el primer y segundo lugar respectivamente (ADEX, 2021) .

Finalmente, mediante la información plasmada en el presente trabajo de investigación se pretende impulsar e incentivar el desarrollo exportador del sector, puesto que la región de Cusco se caracteriza por tener no solo una variedad significativa con respecto a los diseños y colores en las prendas, sino que además se presenta una calidad natural indiscutible al poseer fibras de alpaca, las cuales se caracterizan por retener el calor. (Alpaca del Perú, 2020). De igual manera, mediante la presente investigación se busca

incentivar a las entidades gubernamentales a incrementar el desarrollo exportador en la región de Cusco.

El desarrollo de la industria textil y confecciones sería un impulso no sólo para el crecimiento económico a nivel país y para los microempresarios, sino que también impulsa a comunidades tejedoras de la región. Sin embargo, aún hay muchos aspectos que mejorar para poder impulsar el sector; elementos que van desde la capacidad productiva a raíz de la falta tecnológica, así como el impulso y la motivación que se podría llevar a los microempresarios, quienes muchas veces desisten por la falta de información y debida capacitación que además se debería proporcionar mediante las entidades públicas. (G. Álvarez, comunicación personal, 19 de diciembre de 2021).

2.5.4 Justificación Temporal

Otro elemento ineludible para el planteamiento del problema de investigación es definitivamente delimitar el espacio temporal, ya que nos permite tomar en cuenta el periodo de tiempo de los hechos, fenómenos que se estudiarán. (Carrasco, 2008). El presente trabajo de investigación cuenta con una línea temporal partiendo desde el año 2017 hasta el 2020.

Según la Red de Comunicación Regional las exportaciones en el periodo 2017 de prendas de vestir a base de fibra de alpaca provenientes de la región de Cusco se han visto incrementadas en un 5% en comparación del periodo anterior. Dicho acogida se ve influenciada por que la fibra de alpaca tiene un diferencial en cuanto a su procedencia, puesto que vive en un ecosistema ambiental sostenible y hoy en día los consumidores valoran bastante la protección que las empresas tienen ante el medio ambiente y además el mercado al que se le oferta es de lujo (RCT, 2017)

Cabe precisar que en dicho periodo el Perú contaba con más de 250 empresas exportadoras de prendas elaboradas a base de fibra de alpaca, cifra que fue inferior hace una

década pues se contaba con 100. Dicha información hace hincapié que al haber una oferta exportable más empresas han decidido incursionar en el rubro (RCT, 2017). Asimismo, a inicios del 2017 se realizó en la región de Cusco un evento denominado Rueda de Negocios Sur Exporta 2017, en el cual se reunieron representantes de diferentes países y quedaron sorprendidos por los trabajos realizados en las prendas de fibra de alpaca, lo cual incrementó el volumen de exportación

Es en el periodo donde se inicia la investigación que los productos que tuvieron mayor acogida fueron prendas de vestir como el Cardigans, suéter, guantes, accesorios entre otros y que fueron elaborados por fibra de alpaca o pelos finos. Es así como según la evidencia mostrada en la tabla 15, los productos que se mantuvieron en los primeros lugares de exportación fueron los que tienen por denominación las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 (Adex, 2021).

En relación a la continuidad de la línea temporal Gonzalo Álvarez secretario técnico de exportación de la Dirección Regional de Comercio Exterior DIRCETUR indicó que en el 2018 se crea de la mesa técnica de textiles y artesanías de exportación, el cual tiene como rol fundamental conformar un espacio entre entidades públicas y privadas, las cuales están comprometidas con el desarrollo regional y generen estrategias que impulsen, diversifiquen y fortalezcan la oferta exportable mediante actividades.

El periodo de cierre de esta investigación es el 2020, puesto que existe información completa hasta ese entonces de un cierre anual de las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos. Por otro lado, no se considera el 2021, ya es que aún está en curso y la información que se puede extraer está inconclusa.

En resumen, el período de investigación de la presente tesis se centra para cuatro años de investigación del 2017 hasta el 2020. El periodo de investigación se dio por el

incremento de exportaciones que tuvieron las partidas 6110.19.10.90 (los demás suéteres (jerseys), pulóveres, cárdigan, chalecos y artículos similares, de punto) y 6116.91.00.00 (guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino) en la región de Cusco durante este período, (véase figura 22 y 23).

Figura 21. Exportaciones en US\$ de la subpartida 6110.19.10.90 de la Región Cusco 2017 – 2020

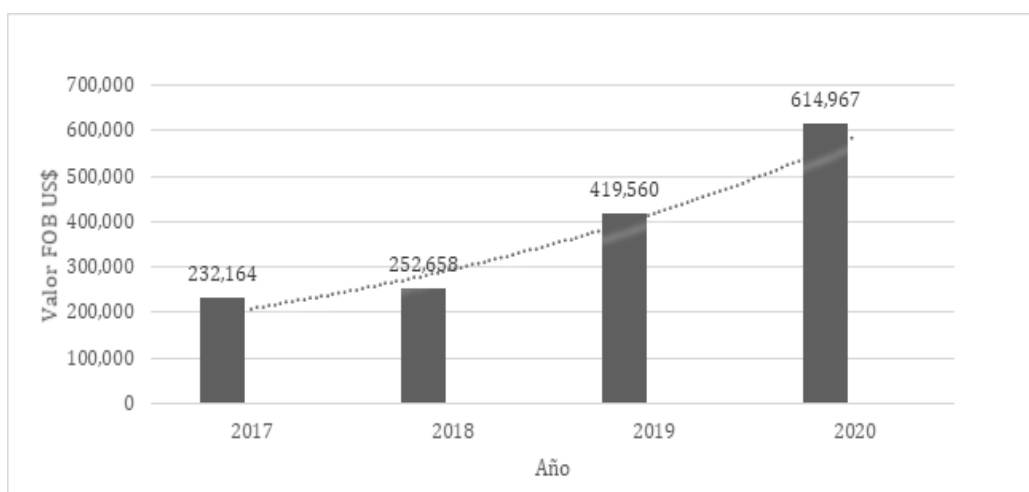
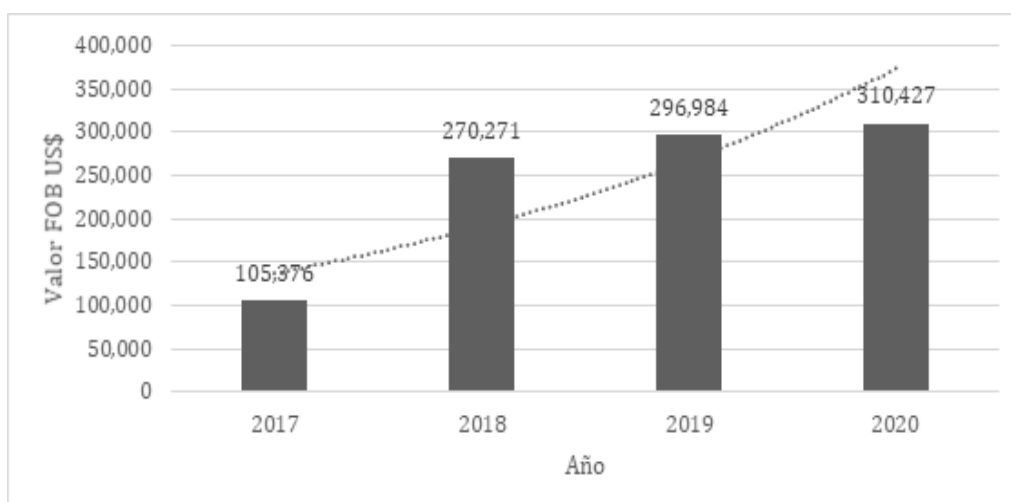


Figura 22. Exportaciones de subpartida 6116.91.00.00 en US\$ de la Región Cusco periodo 2017 - 2020.



Este incremento se dio principalmente por las compras por parte de EE. UU y también por el apoyo de las entidades gubernamentales como Gercetur, el apoyo se sustenta

en cuanto a capacitaciones y diversas herramientas otorgadas para el desarrollo exportador, así como el acceso a ferias internacionales. (MINCETUR, 2020).

2.6 Relación del Tema con la Línea de Investigación

La presente investigación se ha elaborado con relación a la línea de investigación Estrategia y Gestión de la Internacionalización. La elección de esta línea de investigación se basa en que los negocios internacionales comprenden una porción grande y creciente de todos los comercios del mundo y hoy en día más empresas buscan internacionalizarse con la finalidad de ampliar sus servicios o productos a otros mercados para obtener utilidades.

Con relación a lo mencionado Jhon D. Daniels (2018), en su libro titulado "Negocios Internacionales" señala que las empresas que inician en los negocios internacionales lo hacen con la finalidad de realizar intercambios de bienes y servicios, personas, capital o tecnología que se encuentre fuera de sus límites territoriales. Asimismo, las razones pueden clasificarse de acuerdo con tres criterios, lo cuales son incrementar sus ventas, adquirir recursos y minimizar los riesgos

En primer lugar, el aumento de las exportaciones está relacionado con el incremento de sus ventas, ya que la mayoría de las empresas se internacionalizan por la búsqueda y la obtención de mayores utilidades. Una clara descripción es el incremento de las exportaciones del periodo 2017- 2020 de las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 señaladas en la descripción del problema, mientras que para la adquisición de recursos se enfoca en conseguir eficiencia en la producción, a través de tecnología y de productos diferenciados.

Por último, minimizar riesgos se contrasta con la diversificación de su recursos. Dicha diversificación no podría llevarse a cabo si no se cuenta con los conocimientos necesarios para realizarlos, por lo que es importante para las empresas el buscar

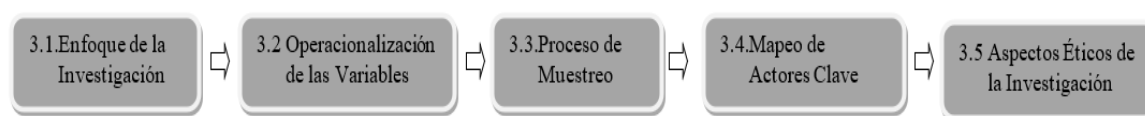
asesoramiento y reducir la incertidumbre a través de programas gubernamentales o privados que los capacite.

En base a lo mencionado, la presente investigación busca determinar en qué medida calidad, capacitación y tecnología han sido determinantes que han impulsado la internacionalización de las Mypes exportadoras de la región del Cusco de las subpartidas 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 del sector textil y confecciones. La relación con la línea de investigación se centra en elaborar teorías que afirmen lo sustentado dentro de las bases teóricas y se plasman en la descripción de la realidad problemática.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

El capítulo metodología de la investigación se centra en desarrollar la parte estadística que sustenta la relación de las variables con el problema de investigación. En cuanto a la estructura de este capítulo se detalló el enfoque de investigación, la operacionalización de las variables, el proceso de muestreo, el mapeo de actores clave, la instrumentación aplicada y los aspectos éticos de la presente investigación (véase figura 24).

Figura 23. Subcapítulos de la Metodología de la Investigación



Fuente: Índice UPC. Elaboración propia

En cuanto a la metodología esta se considera como una guía mediante la cual se dirige la investigación sistematizando los métodos y técnicas necesarias para llevarla a cabo. Eyssautier de la Mora (2006). Asimismo, estos métodos escogidos por el investigador facilitan el hallazgo de nuevos resultados de manera confiable que aportarán con un mayor conocimiento y posteriormente solucionarán los problemas planteados (Rojas, 2002, como se citó en Arbaiza, 2014)

3.1 Enfoque de la investigación

En el plazo que se vienen desarrollando los estudios sobre la investigación han surgido corrientes o pensamientos de como indagar los fenómenos que nos rodean. Las investigaciones se dan inicio con el planteamiento de una idea y es necesario conocer la ruta o enfoque por la que se trazaré y que previamente fue construida por la comunidad científica. Existen tres enfoques, la cuales son la cuantitativa, cualitativa y mixta (Hernández - Sampieri & Mendoza, 2018).

En primer lugar, el enfoque cuantitativo o enfoque tradicional se fundamenta en usar técnicas cuantitativas y en medir las unidades de análisis, el muestreo y tratamiento estadístico Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, E. (2018). Como menciona Hernández - Sampieri & Mendoza, (2018), este enfoque busca probar hipótesis, por lo que puede ser representado en datos numéricos ya que mide las magnitudes de los fenómenos; de la misma manera, sigue un esquema secuencial con orden riguroso, en los cuales no se puede omitir pasos.

En segundo lugar, el método no tradicional o cualitativo orienta al investigador a profundizar casos específicos y no deben generalizarse (Bernal, 2010). Para el desarrollo de este enfoque el investigador también sigue un estudio de manera sistemática; sin embargo, los resultados no se comprueban con apoyo de datos y resultados, sino mediante la observación en sí. Asimismo, en dicho enfoque se generan preguntas antes, durante y después de la recolección y análisis de datos, como menciona Hernández - Sampieri & Mendoza, (2018).

Finalmente, se hace referencia al enfoque mixto, el cual se caracteriza por entrelazar ambos enfoques (cuantitativo y cualitativo) y se hace uso de datos verbales, numéricos, visuales, textuales, entre otros que aporten para la comprensión del problema. (Hernández - Sampieri & Mendoza, 2018). De igual modo, se define que la investigación mixta nos permite un aporte significativo a los resultados, mediante lo cual un mismo objeto de estudio, es tratado desde diferentes perspectivas, que finalmente enriquece la interpretación y entendimiento de la realidad (Silvestre & Huamán, 2019).

A razón de lo que se pretende mostrar del presente trabajo, es que se asimila el enfoque mixto, ya que según Chen (2006, como se citó en Hernández - Sampieri & Mendoza 2018) este enfoque puede ser usado cuando se pretende examinar una interrogante de

investigación desde puntos diferentes y aclarar descubrimientos inesperados. Además, se obtiene resultados más precisos y se necesita realizar cuestionarios con preguntas cerradas y entrevistas semiestructuradas que faciliten la medición de las variables (Creswell & Zhang, 2009; Tashakkori & Teddlie, 2003, como se cita en Gallarda, 2017).

Por tal motivo, como señala Hernández - Sampieri & Mendoza (2018), los problemas de investigación deben estar planteados por preguntas, por ende, al emplear un enfoque mixto se plantean preguntas para el enfoque cualitativo y cuantitativo.

- Fase 1

Corresponde a la ejecución del enfoque cualitativo para responder a la siguiente pregunta:

- P.1 ¿De qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?

- Pregunta Cuantitativa

Corresponde a la ejecución del enfoque cuantitativo para responder a las tres últimas preguntas de la presente investigación:

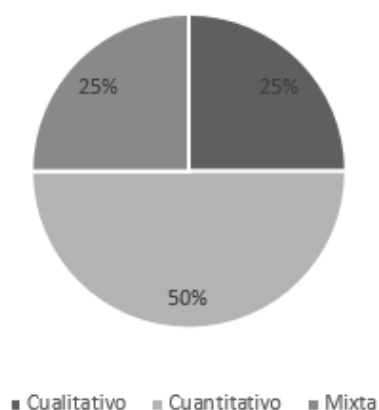
- P.2 ¿En qué medida la capacitación influye en las exportaciones de los demás suéteres y. guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?

- P.3 ¿En qué medida la tecnología influye en las exportaciones de los demás suéteres y. guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?

- P.4 ¿En qué medida la calidad influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?

Por otro lado, con relación a lo investigado en los antecedentes epistemológicos se identificó que el 25% usó un enfoque cualitativo, mientras que el mixto usó 25% y el 50% desarrolló un enfoque cuantitativo (véase figura 25)

Figura 24. Porcentaje de los enfoques de antecedentes



Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se detalla en tabla un resumen de los diversos enfoques de investigación que se utilizaron para la redacción de los antecedentes, los cuales se encuentran en el punto 3.1 (véase figura 26).

Figura 25. Enfoque de los antecedentes utilizados

Autores	Enfoque
Farfán, Palomino y Ruiz (2018)	Cualitativo
Aguilar & Bastidas (2018)	Mixto
Huamán (2019)	Cuantitativa
Bardales (2019)	Cuantitativa
Vicente (2019)	Cualitativo

Abanto & Gómez (2020)	Mixto
Espinoza & Maier (2020)	Cuantitativa
Alvarado & Ballarte (2020)	Cualitativo
Casafranca (2016)	Cuantitativa
Huancahuari (2019)	Cualitativo
Contreras & Toscano (2021)	Mixto
Flores & Mendoza (2021)	Mixto
Jauregui & Ramírez (2021)	Mixto
Alvarez, Apfelthaler, Durmuşoğlu, Mughan & Zamantili (2014)	Cualitativo
Mota, Moreira & Alves (2021)	Cualitativo
Md Daud & Mohd Azwardi	Cuantitativo
Benavides, Ibujés (2017)	Cuantitativa
Nicolas (2014)	Cuantitativa
Carvache, Frías, Gutiérrez (2018)	Cuantitativa
Abdou, Pointon, Serra (2012)	Cuantitativo
F. Gentu y Kotabe	Mixto
Poblete & Amorós (2013)	Cuantitativo
Musa. L., & Pakkirappa (2019)	Cuantitativo
Escandón-Barbosa & Estrada Ochoa (2021)	Cuantitativo

Es importante señalar que para la elección del enfoque de investigación de la presente tesis se tomó en consideración antecedentes que en su mayoría guarden relación con el sector textil y las variables que se pretendían estudiar. Por lo que, al encontrarse una variedad de antecedentes cualitativos, cuantitativos y mixto se plasmará a continuación el aporte de estos a la investigación.

En primer lugar, en la tesis titulada “Relación de los Programas de Capacitación en la Gestión Empresarial de las Mypes Exportadoras del Sector Textil Localizadas en la Región Junín 2017” de los autores Aguilar & Bastidas (2016), cuyo tipo de investigación es descriptivo correlacional, con un enfoque científico mixto y diseño no experimental, en la cual, los resultados de la investigación mostraron una correlación positiva.

En segundo lugar, en la tesis “Análisis de los factores que inciden en la exportación de las Mypes del sector textil-confecciones: casos de estudio: corporación stealth, nevi plus size y pijamas rozze latina del emporio comercial de gamarra” elaborada por Farfán, Palomino y Ruiz (2018), el cual posee un estudio de investigación cualitativo, con un tipo de investigación exploratorio de carácter descriptivo y diseño no experimental. Asimismo, se realizaron encuestas a tres Mypes del sector y tres expertos, mediante lo cual se obtuvo una correlación positiva.

En tercer lugar, la tesis “Factores que influyen en las exportaciones de prendas y complementos de vestir de punto para bebés de las Mipymes de Lima Metropolitana: Formalización, Capacitación, Innovación y Financiamiento, durante el periodo 2015-2019” realizada por Abanto & Gómez (2020), cuyo enfoque fue mixto con un tipo de investigación descriptivo de alcance correlacional y explicativo. Para el experimento se realizó 40 encuestas a Mipymes, de lo cual se obtuvo un resultado positivo.

En cuarto lugar, la tesis “Calidad, financiamiento y tecnología como factores que influyen en las exportaciones de camisones y pijamas de punto de algodón para mujeres o niñas de las Pymes de Lima Metropolitana en el periodo 2016-2020” realizada por Contreras & Toscano (2021), cuenta con un enfoque mixto, diseño no experimental, con un alcance correlacional. Mediante encuestas realizadas a 36 empresas Pymes exportadoras de

camisones y pijamas de punto de algodón de Lima Metropolitana se validaron las hipótesis en estudio.

En quinto lugar, la tesis “Factores que influyen en las exportaciones de palta hass de las empresas de la región La Libertad - Perú: características de la empresa, nivel de producción, estándares y certificaciones de calidad en el periodo 2014-2018” elaborada por Jauregui & Ramírez (2021), con un enfoque mixto, de alcance descriptivo en primera instancia, seguidamente se aplicó un alcance explicativo y finalmente correlacional. Para obtener los resultados se realizaron encuestas a 25 empresas, con lo cual se pudo validar las hipótesis en estudio.

3.1.1 Tipo de Investigación

Según Solis (2008, como se cita en Ñaupas) la investigación se divide en tres tipos, investigación básica, investigación aplicada e investigación científica; el presente trabajo de investigación se caracteriza por ser una investigación básica, pura o fundamental, la cual surge a partir de la curiosidad científica y mediante la cual se realiza un estudio con el objetivo de profundizar el conocimiento acerca de las variables en estudio.

3.1.2 Alcance de la investigación

Para definir el alcance de la investigación, esta dependerá del problema planteado y su propósito de estudio, así como lo que se pretende alcanzar por parte de los investigadores Arbaiza (2010). Con respecto al alcance Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) indica que un estudio puede ser exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. Sobre la base de lo explicado, la presente investigación se realiza abordando el alcance explicativo, el cual se caracteriza por encontrar aquellas causas o factores que dieron lugar a la existencia de un fenómeno (Carrasco, 2008).

Asimismo, Lafuente y Marín (2008, citados en Arbaiza, 2010), aseguran que el elegir una investigación explicativa sirve para comprender cómo los factores influyen en las variables con el objetivo de establecer predicciones. Por otro lado, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) indican que la investigación de alcance explicativa se centra en desarrollar y explicar por qué ocurre un fenómeno o por qué se relacionan dos o más variables.

En síntesis, el tipo de investigación es explicativa, ya que la finalidad del estudio es conocer cómo influyen las variables independientes capacitación, tecnología y calidad en las exportaciones, variable dependiente, de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos.

3.1.3 Diseño de la investigación

Carrasco (2008), indica que el diseño metodológico es considerado como un plan o sistema de procedimiento y técnicas que orientan la formulación del problema, así como toda la ejecución hasta el punto de verificar y dar respuesta a la hipótesis. Además, Hernández -Sampieri & Mendoza (2018), señala que el diseño lleva al investigador a alcanzar los objetivos de estudio, es decir responder las interrogantes planteadas y analizar la hipótesis formulada.

La tesis al ser mixto comprende diseños para ambos enfoques. Con relación a ello, el diseño que se emplea para el enfoque cuantitativo es del tipo no experimental, ya que según lo expuesto por Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), indica que el diseño no experimental es aquel que se lleva a cabo sin manipular deliberadamente las variables. Lo que realiza es una medición, observación de fenómenos y variables que se dan en un contexto natural para luego ser analizados.

En cuanto al corte sería el transeccional explicativo o causal, debido a que su particularidad se centra en recopilar datos en un único momento dado y permite al

investigador estudiar y analizar la relación de los hechos y fenómenos de las variables con el fin de comprender el nivel de influencia o ausencia de ellas (Carrasco, 2008).

Asimismo, en cuanto al enfoque cualitativo se desarrollará un diseño del tipo teoría fundamentada. Según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), la teoría fundamentada es un diseño de investigación en el cual el investigador produce una teoría respecto a un fenómeno, acción o interacción que se lleva a cabo en un contexto específico y que se genera de la recolección de datos en el campo. De igual manera, Cuñat (2007, citado en Arbaiza, 2014), la teoría fundamentada es un método de investigación válido para campos de la creación de empresas y su economía.

3.1.4 Limitaciones de la investigación

Una de las limitaciones fueron las fuentes de información de los portales web para conseguir el directorio de las empresas a encuestar, ya que la mayoría de estas entidades no cuenta con una data actualizada al 100%, por lo que se tuvo que recurrir a entidades gubernamentales como Promperú Cusco y presentar una solicitud para que se nos brinde la información adicional que contaban en una base datos que no se encontraba expuesta al público.

Otra de las limitaciones que se produjo en la investigación fue el difícil acceso a la información pública extraída de portales web del estado, tales como Promperú, Minagri, INE, BCRP ya que no hay mucha información sobre los productos a analizar y las variables de estudio. En cuanto a la búsqueda de información cuantitativa fue un reto, pues se tuvo que ahondar en las páginas de ADEX DATA TRADE, Trademap, SIICEX, PROMPERÚ para conseguir la información requerida para la región del Cusco.

Asimismo, otra gran limitante se produjo al recolectar las encuestas por parte de las empresas de la región del Cusco, pues la mayoría de las empresas al ser Mypes tienden a

tener desconfianza de los individuos que se acercan a solicitar información considerada sensible por tratarse de variables que impulsan las exportaciones. Entre las empresas que demoraron al responder a la encuesta se encuentran Alpasuri SAC, Yungana Inversiones y Kata Alpaca.

Por otro lado, a razón de la coyuntura actual producto de la COVID - 19, este escenario nos produjo un reto al concretar las entrevistas con los actores claves, ya que el incremento de las funciones producto del *home office* no nos dio la seguridad que las reuniones se lleven a cabo a la fecha y hora acordada, por lo que nos tuvimos que adecuar al tiempo de los entrevistados.

3.2 Operacionalización de las variables

En cuanto a las variables y sus dimensiones estas se definen en un proceso metodológico, el cual consiste en descomponer o desagregar deductivamente las variables partiendo de lo general hasta llegar al nivel más concreto. En otras palabras, las variables se descomponen en dimensiones, índices, subíndices ítems (Carrasco, 2008).

3.2.1 Descripción de las variables

En la presente investigación se analizará los determinantes como calidad, capacitación y tecnología que influyen en las exportaciones de demás suéteres o guantes de pelos finos en Mypes de la Región del Cusco. De este modo, se puede evidenciar cómo variable independiente a los determinantes que influyen, ya que es esta la que se controla con la finalidad que ejercen influencia o permiten determinar su relación con el aumento de las exportaciones en las Mypes. Cabe resaltar, que esta última es la variable dependiente y su resultado dependerá de la relación con los determinantes calidad, capacitación y tecnología.

Es importante indicar que cada una de las variables contiene dimensiones y estas a la vez indicadores, los cuales han sido obtenidos de los antecedentes epistemológicos. Lo mencionado se puede evidenciar en la “Matriz de Operacionalización” (véase tabla 28)

3.2.2 Definiciones conceptuales de variables/categorías y dimensiones

En el siguiente apartado se definirá la variable independiente, la cual se compone de los determinantes que influyen en la internacionalización y la variable dependiente, que es las exportaciones.

3.2.2.1 Variable Independiente N°1: Determinantes que influyen en la internacionalización

Aaby y Slater (1989 citado en Farfán, et al. 2018), mencionan que existen muy pocos modelos que expliquen los determinantes que influyen en la internacionalización de las Mypes. Sin embargo, los autores mencionados proponen un modelo que hasta la actualidad es referente en investigaciones sobre la internacionalización. Este describe un modelo integrador, el cual incluye determinantes internos como la capacitación, tecnología y calidad en la gestión de las exportaciones y que miden la internacionalización.

De igual manera, Espinoza & Maier (2020), mencionan que los determinantes con las que se mide la internacionalización es la calidad y que esta influye de manera positiva al momento de exportar, así como la importancia de las certificaciones las cuales influyen en cuanto al posicionamiento que tiene el producto y son propicias ante las exigencias del mercado. Asimismo, indica la importancia de la tecnología para la internacionalización, de igual manera menciona que para toda tecnología adquirida se debe tener en cuenta la satisfacción del cliente. Ambos factores son importantes para la internacionalización.

Alvarado & Ballarte (2020), mencionan que entre los factores que ayudan con la internacionalización se encuentran las determinantes en estudio la inversión en tecnología,

capacitación y calidad. Asimismo, el autor afirma que para que se brinde una buena calidad, se debe tener también una excelente capacitación y tecnología. La calidad es una determinante muy valorada en el mercado exterior.

Carvache Et al (2018) menciona que el factor tecnológico aporta de manera positiva para una internacionalización temprana. Asimismo, menciona que innovar en tecnología es una estrategia para la globalización.

La presente investigación tiene como variable independiente los determinantes que influyen en la internacionalización de las exportaciones. Dicha variable se compone por dimensiones como la calidad, capacitación y tecnología que a su vez cuentan con indicadores y serán descritas en líneas posteriores.

3.2.2.1.1 Dimensión 1: Calidad

Según Tarí (2000, cómo se citó en Huamán 2019), indica que la calidad debe ser considerada una estrategia que conforme la gestión de toda una organización, ya que esta debe tener como objetivo el orientarse a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. Del mismo modo, indica que dos principios para mantener la calidad a lo largo del tiempo son el compromiso de la alta gerencia y el involucramiento de todos los colaboradores.

Por otro lado, Jauregui & Ramírez (2021) indica que la calidad está relacionada con “certificación”, pues es importante que los productos exportados cuenten con certificaciones de calidad según las normas establecidas en los mercados externos y genera confianza a los clientes por los productos que adquiere. Además, señala que la calidad es un determinante clave para la competitividad, la cual es buscada por la mayoría de las empresas, ya que buscan destacar unas de otras.

En cuanto a la incorporación de mejora continua, Huamán (2019) en su tesis titulada “Gestión de la calidad y la mejora continua en pequeñas y medianas empresas” menciona la importancia de aplicar la mejora continua para medir la gestión de calidad total. Con relación a la calidad como factor diferencial Espinoza y Maier (2020) en su tesis “Análisis de los factores que inciden en la internacionalización de las pymes de la selva peruana exportadoras de cacao en grano, durante el periodo 2009-2019” menciona que mientras mayor sea la calidad de los productos que se ofrezcan mejor posicionadas estarán en el mercado.

Cabe precisar que, de los autores, Jauregui & Ramírez, Huamán y Espinoza se extraen los indicadores que se muestran a continuación:

Indicadores

- 1.- Porcentaje de Mypes que cuentan con certificación de calidad
- 2.- Porcentaje de empresa que realiza mejora continua en los productos
- 3.- Nivel de calidad como factor diferencial

3.2.2.1.2 Dimensión 2: Capacitación

Según Mota Et al (2021) la capacitación y/o conocimiento garantiza el éxito en las exportaciones ya que muchas de las empresas que se involucran en comercio exterior tienden a fracasar por no tener claro los procedimientos que requiere el internacionalizarse. Huancahuari (2019) además menciona que la falta de capacitación es una limitante tanto para permanecer en el mercado como para lograr estrategias de internacionalización ya que no cuentan con los conocimientos necesarios en comercio internacional y muchas veces no poseen experiencia previa. Los mencionados autores aportan al indicador Número de negociaciones cerradas derivadas de capacitación.

Abanto & Gómez (2020) indican que las pequeñas y medianas empresas en la región de Lima Metropolitana acuden a capacitaciones de manera frecuente, puesto que aportan al desarrollo exportador y les brindan conocimientos para hacer frente a un mercado cada vez más competitivo. En cuanto a los autores mencionados estos brindan un aporte al indicador frecuencia de capacitaciones asistidas, ya que esta permite medir la relación de la capacitación como determinante en las exportaciones.

Por otro lado, Casafranca (2016) en su tesis “Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las Mypes del sector cafetalero en las exportaciones a través de cooperativas a los mercados de EE. UU. y Europa, distrito de Satipo, año 2015”, menciona que es fundamental realizar inversiones en capacitación puesto que tanto para la transformación productiva como organizacional se requiere de colaboradores que adquieran conocimientos sobre la actividad comercial, manejo de operaciones y el trabajo en sí; además estos aspectos generan que las Mypes se desarrollen de una manera más productiva.

Indicadores

- 1.- Número de negociaciones cerradas derivadas de capacitación.
- 2.- Frecuencia de capacitaciones asistidas.
- 3.- Inversión destinada para su capacitación.

3.2.2.1.3 Dimensión 3: Tecnología

Según Farfán Et al (2018), una de las limitantes para la internacionalización de pequeñas empresas es la falta de tecnología. Además, los autores mencionan que la tecnología hace a las pequeñas empresas más innovadoras y competitivas.

Para seleccionar los indicadores de la dimensión tecnología se consideró diversas tesis, *papers* y libros que respaldan su importancia. En cuanto al determinante tecnológico,

la tesis “Innovación tecnológica y competitividad en las Mypes agroindustriales de la provincia de Pasco - 2017 “(Vicente, 2019) menciona lo importante que es para las Mypes tener una renovación gradual de las máquinas que se emplean en el proceso de producción, ya que estas tienden a ser un factor diferencial en relación con la reducción de costos al automatizar o industrializar los procesos, estos ayudan a que las Mypes se consoliden en el mercado.

Asimismo, el autor mencionado con anterioridad (Vicente, 2019) indica también lo importante que es la automatización de procesos en las Mypes, ya que desarrollar esta estrategia les permite no solo hacer frente a los volúmenes que solicita el cliente internacional, sino que es un factor diferencial que genera ventaja competitiva. Del autor indicado se extraen los indicadores frecuencia de renovación de maquinaria y reducción de costos por automatización de procesos.

En cuanto a la tesis “Factores que influyen en la internacionalización en pymes de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015” (Bardales, 2019), indica en cuanto las empresas tengan nuevas tecnologías es imprescindible que se realice las capacitaciones correspondientes para que puedan lograr óptimos resultados en procesos y por ende al producto terminado. Es por ello, que el preparar a los colaboradores para el uso de las nuevas tecnologías es importante, ya que el invertir en ello puede favorecer a la temprana internacionalización.

Indicadores

- 1.- Frecuencia de renovación de maquinaria básica
- 2.- Reducción de costos por automatizar los procesos
- 3.- Nivel de capacitación en la implementación de tecnología

3.2.2.2 Variable Dependiente N°2: Exportaciones

Daniels Et al (2013), define la exportación como el conjunto de bienes y servicios realizados por empresas nacionales y que son ofrecidos hacia un mercado extranjero con la finalidad de obtener divisas.

Por otro lado, según Cavusgil y Nevin (1981, citado en Fernández, García y Hernández, 2008), indica que la exportación es el proceso de internacionalización que más se aplica cómo método de entrada a mercados extranjeros. Además, Aulakh Et al (2000, citado en Fernández et al, 2008), define las exportaciones a partir de tres dimensiones: estrategia de expansión, estrategia competitiva y grado de adaptación.

Por otro lado, Abanto & Gómez (2020) indican que las exportaciones son el método más practico he usado por las micro, pequeñas y medianas empresas al momento de buscar su internacionalización. Además, define los indicadores del valor FOB, cantidad exportada y países de destino para medir y validar los efectos de la variable dependiente exportación.

3.2.2.2.1 Dimensión N°1: Estrategia de expansión

La estrategia de expansión, según indica Moreno et al., (2008) permite identificar el número de mercados exteriores a los cuales se dirige la empresa exportadora y cómo las decisiones estratégicas tomadas por la empresa pueden generar resultados importantes para su rendimiento global. Asimismo, dentro de una estrategia de expansión las empresas buscan ampliar su mercado principalmente mediante la diversificación, lo cual proporciona una mayor cobertura en el mercado, acceso a mayores economías de escala, mayor conocimiento sobre mercados internacionales y mayor rentabilidad de las empresas.

Indicador:

1.- Mercados destino

3.2.2.2.2 Dimensión N°2 Estrategia competitiva

Moreno et al. (2008) señala en cuanto a la estrategia competitiva que la capacidad que tiene una empresa para establecer una actividad exportadora de manera regular depende de la posición competitiva que se tenga en los mercados exteriores. Cabe destacar que las empresas son las que eligen diferentes procedimientos para competir en mercados internacionales. Del mismo modo, la orientación estratégica que posee la empresa hacia la exportación se puede reflejar en niveles superiores de resultado como ventas, cuota de mercado o crecimiento de mercado.

Indicador:

1.- Valor FOB de las exportaciones

3.2.2.2.3 Dimensión N°3: Estrategia del producto

La estrategia del producto se enfoca en las decisiones que toma la empresa con respecto al producto con el fin de comprobar cuál es el efecto que tienen dichas decisiones sobre los resultados de las exportaciones, los cuales se pueden interpretar en el volumen exportado. Las decisiones que se establecen acerca de las estrategias se dividen en estandarización, lo cual consiste en la comercialización de los mismos productos en todos los mercados y en adaptación en la cual se ajustan las condiciones del producto a las exigencias del mercado, enfocada principalmente a la calidad. Moreno et al. (2008).

Indicador:

1.-Volumen de las exportaciones

Los autores mencionados en este subcapítulo han aportado significativamente a la operacionalización de las variables, sus dimensiones e indicadores que serán de apoyo para constatar si estas han sido influencia de las exportaciones en nuestro caso de estudio.

Tabla 28. Matriz de Operacionalización de Variables

Matriz de Operacionalización de Variables				
Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable dependiente: Exportación de las Mypes de la región Cusco.	Se entiende como el conjunto de bienes y servicios ofrecidos por un país a un mercado extranjero, con la finalidad de generar ingresos. Daniels, Radebaugh, Sullivan (2013)	Es la salida de bienes o servicios hacia el mercado internacional con la finalidad de generar ingresos.	Estrategia competitiva	Valor FOB
			Estrategia del producto	Exportación Volumen
			Estrategia de expansión	Mercado destino
Variable independiente: Determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) y guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino con subpartida nacional (6116.91.00.00).	<p>Calidad: el grado en el que se proporciona valor a un producto mediante el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes. Valls (2007).</p> <p>Capacitación: Capacidad del individuo para implementar sus conocimientos y experiencia. Talbi, Tanane, Radid y Kemal (2013).</p> <p>Tecnología: conocimientos industriales los cuales generan procesos de elaboración de nuevos artefactos. Cegarra. J. (2012)</p>	Los determinantes de la internacionalización son los elementos, eventos o consecuencias que lograron una mejora en el incremento de las exportaciones de diversos productos	Calidad	Porcentaje de Mypes que cuentan con certificación de calidad
				Porcentaje de empresa que realiza mejora continua en los productos
				Nivel de calidad como factor diferencial
			Capacitación	Número de negociaciones cerradas derivadas de capacitación
				Frecuencia de capacitaciones asistidas.
				Inversión destinada para su capacitación.
			Tecnología	Frecuencia de renovación de maquinaria
				Reducción de costos por automatizar los procesos
				Capacitación en la implementación de la nueva tecnología

3.3 Proceso de muestreo: Tamaño y selección de la muestra

La presente sección está dividida en dos partes, en el primero se desarrolla la población en estudio, mediante la cual se determinará la población total de la investigación. En segundo lugar, se hará una selección de la muestra, la cual será calculada mediante el muestreo aleatorio simple que analiza el total de empresas encuestadas y será utilizada para el desarrollo cuantitativo de la investigación.

3.3.1 Población de estudio

Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) mencionaron que la población es el conjunto de personas, animales o cosas siendo el universo de interés con la finalidad de recolectar datos necesarios para responder la formulación de un problema de investigación. Además, es sumamente importante definir la unidad de análisis de personas, instituciones, entre otros. De igual forma, se indica tener demasiado cuidado al seleccionar la muestra, pues al errar en ello las inferencias serán equivocadas (Arbaiza, 2014).

Consecuentemente, para la presente investigación, se extrajo el universo o población de las Mypes peruanas del sector textil y confecciones del portal de estadística sectorial del Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2020). La información muestra que existe un total de 24,522 Mypes en el mercado peruano del sector textil y confecciones en el periodo 2017 - 2020.

Asimismo, del total de empresas en el mercado nacional, existen 241 Mypes que exportan demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90), mientras que 265 exportan guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino (6116.91.00.00), dicha información fue extraída del portal inteligencia comercial de mercado PROMPERUSTAT (PROMPERÚ, 2020).

Delimitando la población materia de estudio y enfocado a la región de Cusco, ubicación donde se centrará el trabajo de investigación, se extrajo información de ADEX DATA TRADE (2021) y se filtró las empresas de la región del cusco que exportan la subpartida nacional 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00. Además, para corroborar dicha información se solicitó a la especialista en prendas de vestir de Promperú en la Región de Cusco la Ing. Maritza Bejarano Chacón la relación de empresas y su directorio para constatar la información extraída de sistema de inteligencia comercial ADEX.

El formato de solicitud y la conversación por WhatsApp con la encargada de prendas de vestir se puede evidenciar en el anexo 9. La relación de empresas que exportan ambas partidas es de 35 (véase anexo 6). En la siguiente tabla se observa la selección de las muestras:

Tabla 29. Proceso de selección de la muestra

Detalle	Cantidad
Mypes peruanas totales	24,522
Mypes peruanas exportadoras de la partida 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00	506
Mypes de la región del Cusco que exportan la partida 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00	35

Fuente: PRODUCE, PROMEPERÚSTAT, ADEX DATA TRADE. Elaboración

Propia

La extracción de la información para obtener la población de la región del Cusco se sustenta en varias fuentes, debido a que en los portales web existentes no existe data actualizada al 100%, por lo que es necesario hacer un filtro más exhaustivo para encontrar la información correspondiente.

En la presente investigación, la población está conformada por 35 Mypes exportadoras del sector textil y confecciones, según la data estadística de ADEX DATA TRADE (2021) e información de la Ing. Maritza Bejarano correspondiente a los años periodo 2017 – 2020 a nivel provincial de la Región del Cusco.

3.3.2 *Tamaño y selección de la Muestra*

Para determinar el tamaño de la muestra se empleó el muestreo probabilístico aleatorio simple, ya que como menciona Vara (2012, como se cita en Arbaiza, 2014) este muestreo es el más adecuado para describir poblaciones como muestras. Asimismo, Hernández Sampieri & Mendoza (2018), indican que el usar el muestreo probabilístico disminuye considerablemente el error causado por las predicciones.

En cuanto al tipo de la muestra, se aplicará de tipo probabilístico, ya que todas las unidades, casos o elementos de la población tienen al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño adecuado de la muestra y por medio de una selección aleatoria de las unidades de muestreo (Hernández y Mendoza, 2018). En referente al tipo El muestreo aleatorio se aplica a poblaciones pequeñas en las cuales es posible elaborar el listado de individuos o miembros del universo (Silvestre & Huamán, 2019).

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

Donde:

N: Tamaño total de la población = 35

K: Constante y depende del nivel de confianza = 1.96

E: Error de estimación (asumido por el investigador) = 5%

P: Probabilidad del éxito a favor = 50%

Q: Probabilidad de fracaso o en contra, que es igual a $(1-p) = 50\%$

Z: Nivel deseado de confianza = 95 %

$$n = \frac{(50\% \times 50\%) \times (1.96)^2 \times 35}{(5\%)^2 \times (43 - 1) + (1.96)^2 \times (50\% \times 50\%)}$$

$$n = 32 \text{ Mypes}$$

Para el presente trabajo se tendrá una muestra de 32 empresas que exportan la subpartida nacional 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 a las cuales se les aplicará entrevistas y cuestionarios a los colaboradores responsables en materia de comercio exterior. De la misma forma se realizará entrevistas a expertos del sector textil y confecciones de entidades gubernamentales como entidades privadas con la finalidad de ampliar los conocimientos.

3.4 Mapeo de actores clave (MAC)

En este punto se muestra los principales actores que tienen un alto nivel de importancia en el presente estudio, para ello se emplea la herramienta de Mapeo de actores clave (Véase Tabla 30).

De igual manera, en cuanto a la muestra seleccionada, en la presente investigación para el enfoque cualitativo del estudio se realiza un muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual se caracteriza por seleccionar muestras basadas en un juicio subjetivo y no de manera aleatoria; del mismo modo, no todos los elementos son seleccionados, pues su finalidad no es la generalización en términos de probabilidad, la elección de los datos dependerá de las características de la investigación (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

En cuanto a la clase de muestreo, este se da por conveniencia, mediante el cual la muestra se encuentra formada por los casos a los cuales se tiene acceso (Battaglia, 2008, citado en Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Tabla 30. Matriz de Actores Claves

Grupo de actores	Actor	Rol en el proyecto de investigación	Relación predominante	Jerarquización en su poder	Perfil de entrevistado
Mypes exportadoras	-Jorge Flores Encala gerente de Interandina importac.y exportac E.I.R.L -Gretel Gonzales Sierra gerente General de Cariluis S.A.C -Heber Herman Ccahua Surco gerente de Aramyus Art - Jesus Humani Santos gerente de Alpacamanta	Mypes exportadoras y comercializadoras del sector textil y confecciones de prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca	Información relevante sobre las Mypes exportadoras de demás suéteres de punto de lana o pelos finos	Tiene un nivel de aporte alto en la investigación, de acuerdo con la participación del sector	Gerentes de Mypes exportadoras de demás suéteres y guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino subpartidas (6110.19.10.90) (6116.91.00.00) localizadas en la Región de Cusco

	-Inés Callañaupa Quillahuaman gerente de Awana Ilaqta				
Experto en el Tema	José Flores Sociedad Nacional de Industrias	Identifica oportunidades de internacionalización, valida la literatura utilizada	Relevante, ya que nos brinda información sobre el sector, desarrollo de las Mypes, sus exportaciones, la influencia en calidad, tecnología y capacitación	Tiene un nivel de aporte alto, ya que fortalece la literatura utilizada	Funcionario público
Entidades Públicas	-Raúl Valdivia-CITE Cusco -Mónica Chávez -CITE Cusco	Brinda Información objetiva y veraz sobre el desarrollo y	Relevante información sobre	Nivel de aporte alto en la investigación, brinda información	Funcionarios públicos que pertenezcan al área

	<p>-Aldahir Romaní-CITE Cusco</p> <p>-Maritza Bejarano- Promperú Cusco</p> <p>-Gonzalo Álvarez Gercetur Cusco</p>	<p>asistencia en tema de capacitación, tecnología y calidad al sector textil y confecciones</p>	<p>las Mypes exportadoras</p>	<p>estadística, son de apoyo a las Mypes y son quienes impulsan el comercio exterior</p>	<p>de exportaciones en la Región del Cusco</p>
--	---	---	-----------------------------------	--	--

3.5 Instrumentación

Los métodos de instrumentación vienen a ser un conjunto de procedimientos que el investigador utiliza para lograr determinadas metas o resolver un problema en específico (Silvestre & Huamán, 2019). Asimismo, Yang et al (2006, como se citó en Arbaiza), señala que se selecciona el método de investigación de acuerdo con el control aplicado sobre la muestra, del mismo modo, entre otros factores que influyen para la elección son la accesibilidad a la información, cultura, idiomas y los medios de comunicación disponibles en el área geográfica en la cual se desarrolla el estudio.

De igual manera, en cuanto a la instrumentación de investigación Carrasco (2008) indica que cumplen un rol importante al momento de recolectar los datos, ya que mediante estas se mide las variables de estudio y posteriormente se procesarán para convertirse en conocimientos verdaderos con carácter riguroso.

Por otro lado, Arbaiza (2014), establece dos fuentes principales de información, las primarias y secundarias; en cuanto a la información primaria, son las que se obtienen de manera directa, mediante la aplicación de un instrumento de medición basado en la observación o comunicación directa; asimismo, Lafuente y Marín (2008, como se citó en Arbaiza) afirman que la técnica más adecuada para este tipo de información es la encuesta, la cual será elaborada según el estudio de investigación. La información secundaria, por su parte, se obtiene de estudios que fueron elaborados por terceros y que fueron debidamente interpretados, como libros, documentos y revistas.

Por su parte, Kothari (2004, como se citó en Arbaiza), menciona que, en un enfoque cuantitativo, la técnica de recolección de datos más usada es la encuesta; del mismo modo, en un enfoque cualitativo, son las entrevistas estructuradas y no estructuradas. Para el presente trabajo, la técnica propuesta para el enfoque cualitativo

serán entrevistas no estructuradas, mientras que para el enfoque cuantitativo se emplearán encuestas.

3.5.1 Técnica de recolección de datos: Investigación Cualitativa

La recolección de datos en la investigación cualitativa se centra en obtener datos de personas o comunidades con la finalidad de que estas se conviertan en información Hernández-Sampieri & Mendoza (2018). Asimismo, la recolección de datos para este enfoque se lleva a cabo en los ambientes cotidianos de las personas.

Según, Bernal (2010, citado en Arbaiza, 2014) en cuanto a las técnicas más usadas de recolección de datos para un enfoque cualitativo son las entrevistas estructuradas y no estructuradas, observación sistemática y no sistemática, anécdotas, relatos, grabaciones en audio y video entre otras.

El instrumento que se empleó para la recolección de datos fueron las entrevistas y se llevó a cabo a los actores plasmados en la matriz en los actores claves (Véase tabla 30). En cuanto a este enfoque se realizó entrevistas a los gerentes o especialistas de comercio exterior de las Mypes y entidades gubernamentales como CITE Textil camélidos, Promperú y Gercetur de la región del Cusco. El instrumento se puede apreciar en el anexo 2

3.5.2 Técnica de recolección de datos: Investigación Cuantitativa

Para comprender las técnicas de recolección de datos cuantitativos, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), mencionaron que recolectar datos significa aplicar diversos instrumentos de medición y que estas deben de elaborarse mediante un plan detallado con la finalidad que guíen a reunir los datos con propósitos específicos para alcanzar la información adecuada de las variables del estudio.

Dentro de las principales técnicas de recolección de datos para estudios con enfoque cuantitativo, Bernal (2010, citado en Arbaiza, 2014), menciona que estas son encuestas, entrevistas, observación sistemática, escala de actitudes, análisis de contenido, test de estandarización, pruebas estadísticas, entre otras.

Para la recolección de datos, se utilizó como instrumento de medición los cuestionarios con preguntas cerradas y en escalamiento tipo Likert del 1 al 5 y se tendrá que requerir del permiso o autorización de las Mypes de la Región del Cusco exportadoras de las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 con la finalidad de acceder a la información o personas de contacto para recolectar datos con fines estrictamente académicos. Además, estas tendrán que ser válidas por un experto.

La validación de estas preguntas se realizó con especialistas del sector y de un docente metodológico del curso de investigación de mercado, estos expertos fueron: Maritza Bejarano Chacón especialista de Promperú en prendas de Vestir, el Lic. Raúl Valdivia especialista en Gestión Empresarial y Transferencia de la Innovación y el docente Alexander Toribio profesor de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas del curso de investigación de mercado. Posteriormente se plasmó las preguntas elaboradas en el formulario de Google form y se generó el Link para que ingresen los encuestado. Este enlace <https://acortar.link/4BYKOF> se presentó a los encuestados mediante correos, WhatsApp y también por llamada telefónica.

Las preguntas estarán basadas en la percepción de los empresarios y los factores que determinan las exportaciones. Una vez realizada las encuestas, se empleará el manejo del software estadístico SPSS IBM v.27 o llamada también “Paquete estadístico para las Ciencias Sociales”, ya que nos permitirá evaluar estadísticamente la relación del incremento de las exportaciones con los determinantes calidad, capacitación y tecnología.

3.5.3 Técnica de recolección y forma de procesamientos de los datos

En cuanto a la parte cualitativa, se realizarán entrevistas a los principales actores claves que se pueden observar en la matriz del mismo nombre (Véase tabla 30). Las entrevistas hacia estos expertos serán de gran aporte para validar las hipótesis. Para el procesamiento de los datos obtenidos se empleará el programa desarrollado en la Universidad Técnica de Berlín por Thomas Muhr, ATLAS Ti versión 22, ya que nos permitirá realizar codificaciones abiertas, axiales o selectivas y construir teorías.

Para la parte cuantitativa cómo menciona Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), en la actualidad existen diversos programas para la codificación, entre ellos están Microsoft Office Excel, el IBM SPSS, Minitab, entre otros. Para el desarrollo procesamiento y evaluación de la información se empleará la herramienta IBM SPSS versión 27, ya que es aquella que los investigadores tienen experiencia en su utilización.

En tanto que, los valores registrados en el programa provendrán de los cuestionarios, escalas de actitudes entre otras de las Mypes exportadoras de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de la Región Cusco y que según la muestra encontrada son un total de 32. El instrumento se puede apreciar en el anexo 2

3.5.4 Análisis de datos

En cuanto al análisis de los datos estos implican una serie de labores, desde el vaciado de datos, la codificación, clasificación, tabulación y análisis estadístico hasta su interpretación. Las actividades mencionadas permiten que se organice, interprete y pueda elaborar una conclusión del estudio y responda las hipótesis planteadas Arbaiza (2014). Asimismo, se realizarán los siguientes análisis:

3.5.4.1 Análisis de datos cuantitativos

Dado que la parte cuantitativa se divide en estadística descriptiva e inferencial, según Arbaiza (2014), se detallará el análisis de la información para cada una de ellas.

Cabe precisar que para el análisis de ambos se utilizara el software IBM SPSS versión 27.

3.5.4.1.1 Análisis estadístico descriptivo

El análisis de datos se llevará a cabo realizando estadísticos descriptivos que para el caso de variables cuantitativas se presentará tablas de frecuencia, para un mayor entendimiento de las variables de estudio. Asimismo, se determinará el alfa de Cronbach para conocer la confiabilidad o fiabilidad del instrumento de investigación, con el uso de estadísticos de tendencia central y dispersión se logrará conocer el comportamiento de las variables exportaciones, calidad, capacitación y tecnología (Galindo - Domínguez, 2020).

3.5.4.1.2 Análisis estadístico inferencial

En esta etapa se contrastó la hipótesis general y específicas utilizando para ellos pruebas estadísticas, tales como la prueba de normalidad de Shapiro Wilks que determino la normalidad de los datos. Una vez contrastada la normalidad se procede a la comprobación de las hipótesis mediante la prueba estadística Correlación de Pearson, mientras que si no existe normalidad en los datos se empleó Rho Spearman.

3.5.4.2 Análisis de datos Cualitativos

En cuanto al análisis de datos cualitativos la recolección y análisis pueden llevarse a cabo en paralelo. Según, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), para una mejor comprensión del tipo de análisis a utilizar en estudiantes que inician investigaciones cualitativas, se propone un análisis genérico o básico, los cuales incorporan las concepciones de distintos marcos teóricos y que está relacionado con la teoría fundamentada. La finalidad del análisis cualitativo se centra en explorar datos, imponer una estructura, describir las experiencias de los participantes, descubrir conceptos, categorías y patrones presentes en los datos, comprender profundamente el contexto,

reconstruir hechos, vincular los resultados del contenido y generar una teoría fundamentada con los datos.

3.5.5 Validez del contenido instrumento cualitativo y confiabilidad del cuantitativo

Según Arbaiza (2014), se describe como “confiable” un instrumento cuando al ser aplicado a un mismo grupo de personas en diferentes oportunidades y en condiciones similares, el resultado sigue siendo el mismo obteniendo mediciones congruentes y consistentes. Para un correcto uso de los instrumentos es importante que estos se validen para su confiabilidad, ya que la validación garantizará los resultados esperados al momento de realizar el estudio de investigación Bernal (2010, citado en Arbaiza, 2014).

Asimismo, Arbaiza (2014) indica que el valor de confiabilidad es determinado por el alfa de Cronbach, si este resultado indica un coeficiente de 0.25, este representa una confiabilidad baja, un coeficiente de 0.50 representa una confiabilidad media, un coeficiente de 0.75 es aceptable y un coeficiente de 0.90 representa una confiabilidad elevada. Por otro lado, es importante realizar validaciones previas a la aplicación del instrumento; Vara 2012, (como se citó en Arbaiza, 2014), menciona que dichas validaciones se consiguen comparando los resultados obtenidos con las valoraciones hechas por un evaluador externo.

En este sentido, en el presente trabajo de investigación, para el desarrollo de la fase cualitativa se realizaron tres validaciones de las encuestas hechas por Mayra Zorrilla Morris, quien es profesora a tiempo completo y coordinador de carrera Negocios Internacionales EPE en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Alexander Toribio López, docente en investigación de mercados de la UPC y Miguel Arroyo Rizo, especialista en Marketing Internacional y docente de la UPC. (véase anexo 3)

En cuanto a la fase cualitativa, se realizaron dos validaciones de la guía de preguntas elaboradas por Gonzalo Álvarez Mejía, encargado de la Sub-Gerencia de Gobernanza de las Gerencias Regionales de Comercio Exterior y Turismo Cusco (GERCETUR), quien además cuenta con 6 años de experiencia en el cargo y Maritza Bejarano Chacón, especialista de vestimenta en Promperú, quien lleva 12 años de experiencia laboral en el cargo. Véase Anexo 3.

En cuanto a la confiabilidad que se aplicará en el presente trabajo, será la confiabilidad por consistencia o coherencia interna (homogeneidad). Arbaiza (2014) menciona que dicha confiabilidad se emplea cuando se quiere evaluar la relación existente entre ítems de los instrumentos cuantitativos, Para la comprobación de la consistencia del instrumento se utiliza el Alfa de Cronbach (α) utilizando para ello la herramienta del SPSS.

La confiabilidad se realizó mediante un cuestionario en escala de Likert que cuenta con los siguientes valores: 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni en acuerdo ni desacuerdo, 4 = De acuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo. El resultado del alfa de Cronbach, luego de ser analizado por el software IBM SPSS versión 27 para las 32 encuestas que se procesaron, es de 0.890 (véase figura 27).

Figura 26. Confiabilidad del Instrumento

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	32	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	32	100.0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.890	12

Fuente: Elaboración Propia, obtenido de IBM SPSS 27

3.6 Aspectos éticos de la investigación

Es necesario recalcar que el presente trabajo de investigación ha respetado la autoría intelectual, es decir derechos de autor que provienen de las fuentes primarias y secundarias. Acción que se ve reflejada en aplicación de las normas Apa de 7° edición que evidencia la autenticidad de cada trabajo citado.

Por otro lado, en cuanto a la realización de las entrevistas y encuestas, se solicitó el consentimiento de los involucrados para poder grabar y utilizar la información extraída, procesarla y presentarla con fines académicos.

Finalmente, en el presente capítulo se analizó el diseño metodológico con el objetivo de analizar el enfoque, el tipo, alcance, diseño y limitaciones de la investigación. Asimismo, se detalló y precisó la operacionalización de las variables en donde se describió cada una de ellas y su medición mediante indicadores, los cuales fueron extraídos de los antecedentes nacionales e internacionales.

Además, se precisó la población y determino el tamaño de la muestra del estudio para la fase cuantitativa mediante el método aleatorio simple y para la fase cualitativa se empleó el mapeo de actores claves . Por último, los instrumentos y técnicas de recolección fueron las encuestas y entrevistas no estructuradas, las cuales apoyaron al desarrollo - aplicación y que se plasmaron en el capítulo IV de la presente tesis.

CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN

Para el presente capítulo se desarrolló análisis tanto en la fase cualitativa como cuantitativa con la finalidad de validar los objetivos e hipótesis planteados (véase figura 28).

Figura 27. Subcapítulos del Desarrollo y Aplicación de las fases



Para llevar a cabo el desarrollo de la parte cuantitativa se utilizaron instrumentos de medición, tales como cuestionarios a los gerentes de las Mypes exportadoras Cusqueñas. Mientras que para la parte cualitativa se llevó a cabo entrevistas a expertos de instituciones gubernamentales como Cite Textil Camélidos Cusco, Promperú Cusco, Gercetur Cusco, un especialista de la Sociedad Nacional de Industrias y gerentes generales de las Mypes cusqueñas exportadoras de las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00.

Cabe precisar que para el análisis de la parte cualitativa las entrevistas se encuentran validadas por tres expertos en la materia. En cuanto al desarrollo y transcripción de las entrevistas, estas se encuentran en el anexo 4 entrevistas a especialistas.

Asimismo, en cuanto al desarrollo del análisis cuantitativo, esta se llevó a cabo mediante cuestionarios realizadas a las Mypes exportadoras de las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 en la región del Cusco, dicho cuestionario se encuentra en el anexo 2, al igual que el instrumento utilizado para el primer enfoque se encuentra validada.

4.1 Desarrollo Cualitativo

Según Arbaiza (2014) la investigación cualitativa permite analizar las características y comprender las tendencias o comportamiento del entorno de la población que se está estudiado. Asimismo, como indica Whayuni (2012, citado en Arbaiza, 2014), para un correcto análisis de los datos cualitativos es importante seguir una secuencia de tres pasos:

- El almacenamiento de los datos
- Transcripción de audios
- Depuración de los datos

Como se ha venido mencionado, para el desarrollo del enfoque cualitativo se aplicaron entrevistas a expertos, los cuales aportaron significativamente para establecer la relación entre los determinantes capacitación, calidad y tecnología con las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos en la región del Cusco. Asimismo, la transcripción de los audios se encuentra en el anexo 4.

En el siguiente enlace <https://drive.google.com/drive/folders/1c2VLwkU3pyPJKMugBZ1HRyzJwhKqkQGo?usp=sharing> se puede evidenciar los audios de las once entrevistas no estructuradas realizadas a los expertos.

4.1.1 Perfil de los entrevistados

Para el desarrollo de la investigación se ha identificado como actores claves a los colaboradores de entidades gubernamentales, tales como Cite Textil Camélidos Cusco Gercetur Cusco, PROMPERÚ Cusco, un especialista de la Sociedad Nacional de Industria y a los gerentes generales de las Mypes exportadoras en la región del Cusco de las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00. Gracias al apoyo de cada uno

de estos actores se pudo evaluar los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación.

A continuación, se describen los perfiles de los actores mencionados en el párrafo anterior.

4.1.1.1 Entrevistas a trabajadores de las entidades del Estado

➤ Raúl Valdivia Saravia

Figura 28. Fotografía de Raúl Valdivia Saravia



- Puesto Actual: Especialista en Innovación y Transferencia Tecnológica
- Experiencia Laboral: jefe del proyecto vicuñas y gerencia de Desarrollo Económico en el Gobierno Regional Cusco, Especialista en tecnología en la Municipalidad Distrital De Ocongate – Cusco.
- Años de experiencia: 10 años
- Contacto: Presencial en entidad Cite Textil Camélidos Cusco

- Fecha de la Entrevista: 29/11/2021
- Lugar de la Entrevista: Instalaciones de las Oficinas de Cite Textil Camélidos Cusco

➤ Mónica Alexandra Chaves Llantay Sánchez

Figura 29. Fotografía de Mónica Alexandra Chaves Llantay Sánchez.



- Puesto Actual: Especialista en Gestión Empresarial y Transferencia de la Innovación
- Experiencia Laboral: Gerente General en Ticsart – Cofunder & Project Manager, Evaluadora de Proyectos de Innovación.
- Años de experiencia: 6 años
- Contacto: Presencial en entidad Gercetur Cusco
- Fecha de la Entrevista: 29/11/2021
- Lugar de la Entrevista: Instalaciones de las Oficinas de Cite Textil Camélidos Cusco.

➤ Aldahir Romaní Yerrén

Figura 30. Fotografía de Aldahir Romaní Yerrén



- Puesto Actual: Especialista en Gestión de Conocimiento y Vigilancia Tecnológica.
- Experiencia Laboral: Analista en Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Estratégica, Consultor en Vigilancia Tecnológica – PRODUCE.
- Años de experiencia: 3 años
- Contacto: Presencial en entidad Gercetur Cusco
- Fecha de la Entrevista: 29/11/2021
- Lugar de la Entrevista: Instalaciones de las Oficinas de Cite Textil Camélidos Cusco.

➤ Carlos Gonzalo Alvarez Mejía

Figura 31. Carlos Gonzalo Alvarez Mejía



- Puesto Actual: Profesional en Comercio Exterior Cusco - Gercetur
- Experiencia Laboral: Administrador Feria Expo Cusco - Huancaro 2018, Técnico de Unidad Formuladora Dirección Regional de Agricultura Cusco, Planificador en la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo
- Años de experiencia: 6 años
- Contacto: Presencial en entidad Gercetur Cusco
- Fecha de la Entrevista: 30/11/2021
- Lugar de la Entrevista: Instalaciones de las Oficinas de Gercetur Cusco

➤ Maritza Bejarano Chacón

Figura 32. Fotografía de Maritza Bejarano Chacón



- Puesto Actual: Especialista en Industria de la Vestimenta y Artículos de Decoración
- Experiencia Laboral: Analista de región, especialista en el sector vestimenta PROMPERÚ.
- Años de experiencia: 12 años
- Contacto: Presencial en Promperú Cusco
- Fecha de la Entrevista: 15/12/2021
- Lugar de la Entrevista: Instalaciones de las Oficinas de Promperú Cusco

4.1.1.2 Entrevista a especialista de la Sociedad Nacional de Industria

➤ José Flores Fernández

Figura 33. José Flores Fernández



- Puesto Actual: Abogado y agente de aduana
- Experiencia Laboral: Asesor externo en el comité textil de la Asociación Nacional de la Industria, Asesor externo de Tecnología Textil S.A.
- Años de experiencia: 20 años
- Contacto: Virtual Sociedad Nacional de Industria
- Fecha de la Entrevista: 27/12/2021
- Lugar de la Entrevista: Plataforma digital Google Meet

4.1.1.3 Entrevista a empresas Mypes exportadoras de la Region del Cusco

En segundo lugar, se entrevistaron a los representantes de las Mypes que exportan las subpartidas nacionales 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 en la región del Cusco dentro del periodo 2017 -2020. Las entrevistas a estos actores es fundamental, ya que nos darán a conocer su percepción sobre si los determinantes calidad, capacitación y tecnología influyeron en las exportaciones de las partidas mencionadas.

➤ **INTERANDINA IMPORTAC.Y EXPORTAC.E.I.R.L.**

- Entrevistado: Jorge Flores Encala
- Puesto Actual: Gerente General
- Experiencia Laboral: Contador Publico
- Asesor de empresas relacionadas al rubro de exportación
- Años de experiencia: 20 años
- Fecha de entrevista: 4 /12/2021
- Lugar de la entrevista: Presencial en su oficina

Figura 34. Logo de la empresa Interandina E.I.R.L



Fuente: Interandina

➤ **CARILUIS ALPACA E.I.R.L**

- Entrevistada: Gretel Gonzales Sierra
- Puesto Actual: Gerente Comercial
- Experiencia Laboral: Arquitecta – Diseñadora de Moda
- Años de experiencia: 6 años
- Fecha de entrevista: 06 /12/2021
- Lugar de la entrevista: Presencial en su oficina

Figura 35. Logo de la empresa CariLuis Alpaca

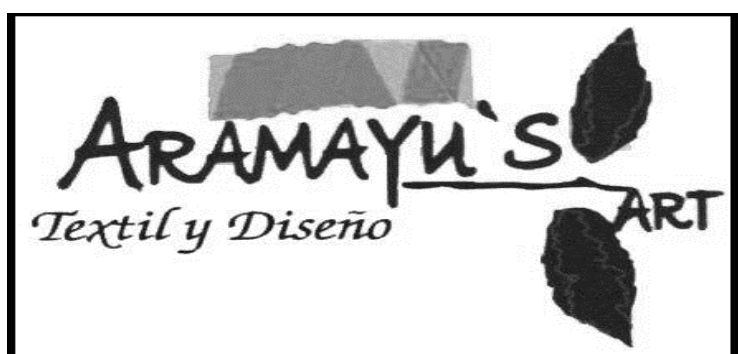


Fuente: Cariluis Alpaca

➤ ARAMAYUS ART

- Entrevistada: Ccahua Surco Heber Herman
- Puesto Actual: Gerente General
- Experiencia Laboral: Empresario Emprendedor
- Años de experiencia: 6 años
- Fecha de entrevista: 10 /12/2021
- Lugar de la entrevista: Presencial en su oficina

Figura 36. Logo de la empresa Aramayus Art



Fuente: Aramayus Art

➤ ALPACAMANTA

- Entrevistado: Jesus Humani Santos
- Puesto Actual: Gerente General
- Experiencia Laboral: Lic. Negocios Internacionales – Gerente General

- Años de experiencia: 6 años
- Fecha de entrevista: 15 /12/2021
- Lugar de la entrevista: Virtual vía plataforma de Google Meet

Figura 37. Logo de la empresa Alpacamanta



Fuente: Alpacamanta

➤ AWANA LLAQTA

- Entrevistada: Ines Callañaupa Quillahuaman
- Puesto Actual: Gerente General
- Experiencia Laboral: Empresario Emprendedor
- Años de experiencia: 6 años
- Fecha de entrevista: 15 /12/2021
- Lugar de la entrevista: Virtual vía plataforma de Google Meet

Figura 38. Logo de la Awana Llaqta



Fuente: Awana Llaqta

4.1.2 Análisis y resultados de las entrevistas

Para realizar el análisis cualitativo, es preciso transcribir las entrevistas realizadas a nuestros 11 expertos (véase anexo 4) para luego ser procesadas por medio del uso del software Atlas.ti®, se procedió a la creación de redes de relaciones entre las diferentes categorías y subcategorías que se identificaron durante el análisis de las entrevistas. Mediante dicho análisis, se obtuvieron 21 códigos, como se puede apreciar en la figura 40. El razonamiento para esta categorización fue el nivel de relación que tiene con las variables del tema de investigación.

A continuación, se presentan los códigos creados en ATLAS. Ti 22 (véase anexo 10) y la relación de categorías establecidas en el Atlas Ti para cada objetivo.

Figura 39. Códigos creados en ATLAS. Ti 22 correspondientes a las entrevistas a expertos. Elaboración Propia.

Nombre	Enraizamien... ▾	Densidad
● ◇ CAPACITACIÓN	26	3
● ◇ CALIDAD	21	7
○ ◇ INNOVACIÓN	19	4
● ◇ TECNOLOGÍA	15	5
○ ◇ INVERSION	14	5
○ ◇ CERTIFICACION	13	4
○ ◇ MAQUINARIA	12	1
○ ◇ NIVEL DE CAL...	8	2
○ ◇ CAPACIDAD...	8	3
○ ◇ LOGISTICA	8	2
○ ◇ DEMANDA	7	3
○ ◇ FALTA DE PER...	7	1
○ ◇ MEJORA CON...	6	4
○ ◇ CANTIDAD D...	6	4

Elaboración Propia, obtenida del software Atlas Ti

Tabla 31. Categorías establecidas en Atlas TI por cada objetivo

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS EN ATLAS TI
Determinar de qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017-2020.	Herramientas digitales
	Maquinaria
	Entidades capacitadoras
	Automatización
	Reducción de costos
	Capacidad productiva
	Nivel de calidad
	Diferenciación
Determinar en qué medida la Calidad influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.	Materia prima
	Mejora continua
	Demanda
	Generación de confianza con el exportador
	Certificaciones
	Innovación
	Cantidad de mercados
Determinar en qué medida la Calidad influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.	Materia prima
	Mejora continua
	Demanda
	Generación de confianza con el exportador
	Innovación
Determinar en qué medida la Capacitación influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco	Cantidad de mercados
	Certificación
	Inversión

Elaboración Propia, obtenida del software Atlas Ti

Con el análisis realizado en las entrevistas a nuestros 11 expertos se logró conocer más a detalle en qué medida influye cada una de nuestras variables en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las MYPES de la región Cusco. Del mismo modo, es fundamental mencionar que se encontró una nueva variable además de la Calidad, Capacitación y Tecnología, que también es relevante para nuestro tema de investigación, que es la innovación ya que gran parte de nuestros entrevistados la mencionan.

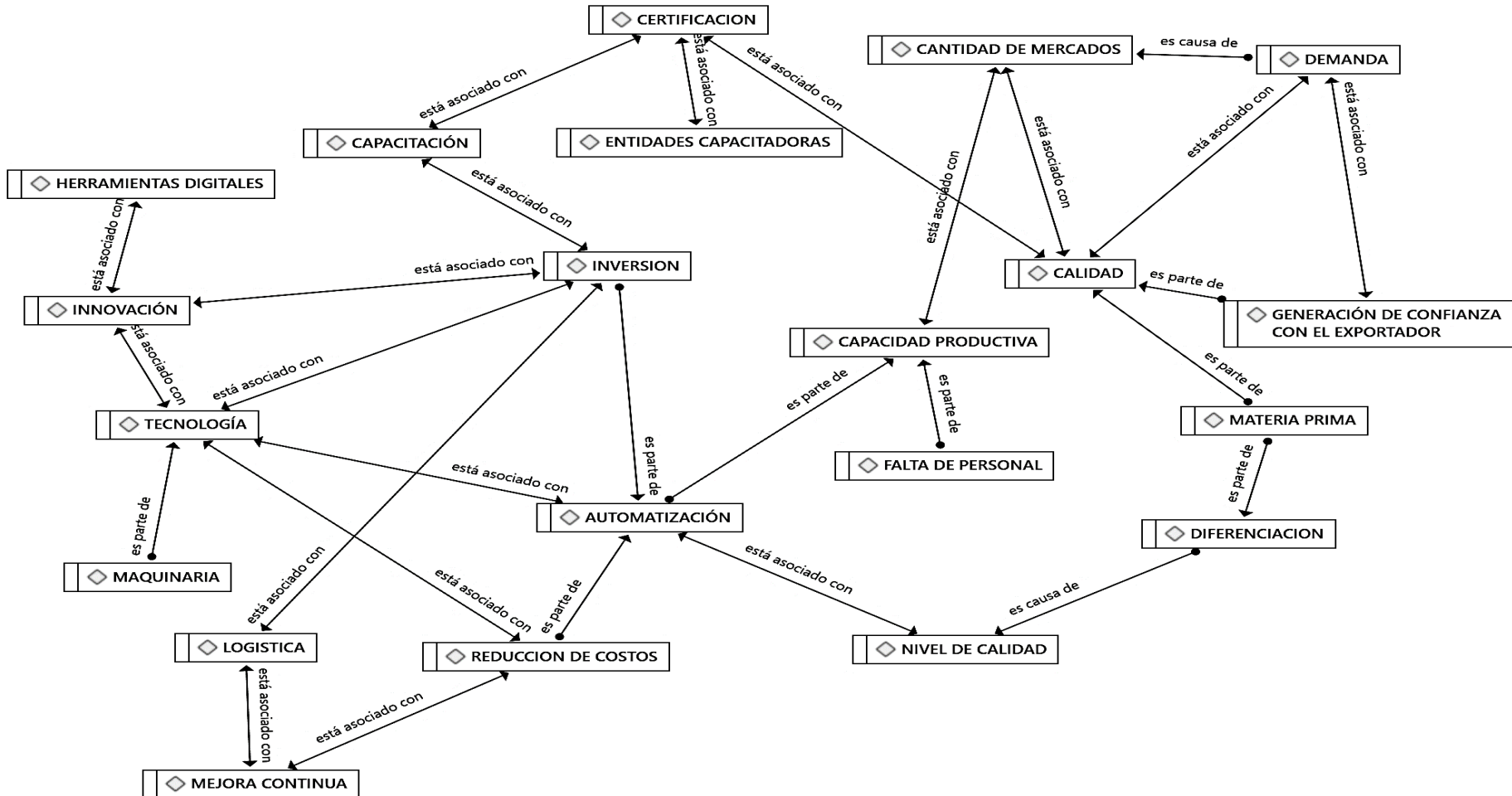
4.1.2.1 Resultados de las entrevistas.

Objetivo General: Determinar de qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

En base al objetivo general de nuestra investigación, se entrevistaron a 11 expertos respaldados por su extensa experiencia en la comercialización y exportación en el sector textil y confecciones de prendas de vestir elaboradas con fibra de alpaca. Pertenecientes tanto al sector público como privado. Es así, que de acuerdo con los resultados de las entrevistadas podemos determinar que la calidad, capacitación y tecnología son factores que influyeron en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Asimismo, se ha elaborado el grafico de red representado en la figura 41 en donde observamos que la inversión está relacionada con la tecnología, capacitación e innovación que son 2 de los 3 determinantes que influyen en la exportación de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco, posicionándose como un actor clave, sin este no es posible el desarrollo exitoso de ninguno de los mencionados anteriormente.

Figura 40. Vista de red de “Determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana de pelo fino de la región Cusco”. Procesado a través del Software Atlas.ti ®. Elaboración propia



La presente vista de red nos muestra las 21 categorías que se obtuvieron a raíz del análisis realizado en el software ATLAS. Ti 22.

A continuación, se mostrará el análisis de las categorías de Calidad, Capacitación y Tecnología ya que son determinantes que influyen positivamente en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana de pelo fino de la región Cusco.

Objetivo Específico 1: Determinar en qué medida la Calidad influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Figura 41. Análisis del objetivo 1. en el software Atlas.ti® a partir de las entrevistas realizadas. Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti.

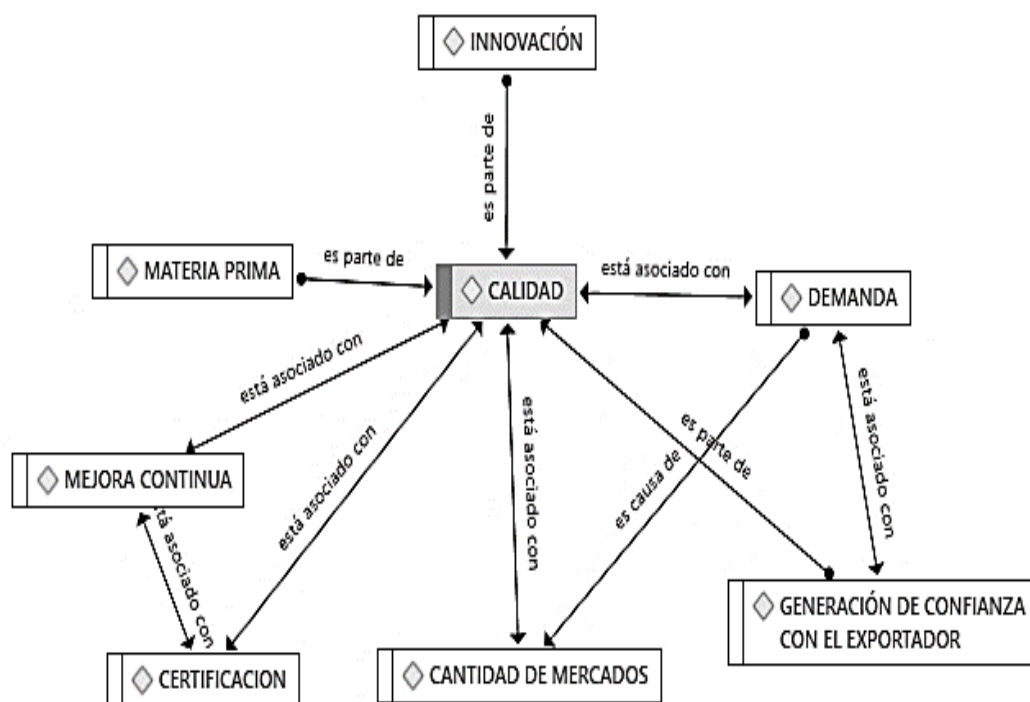
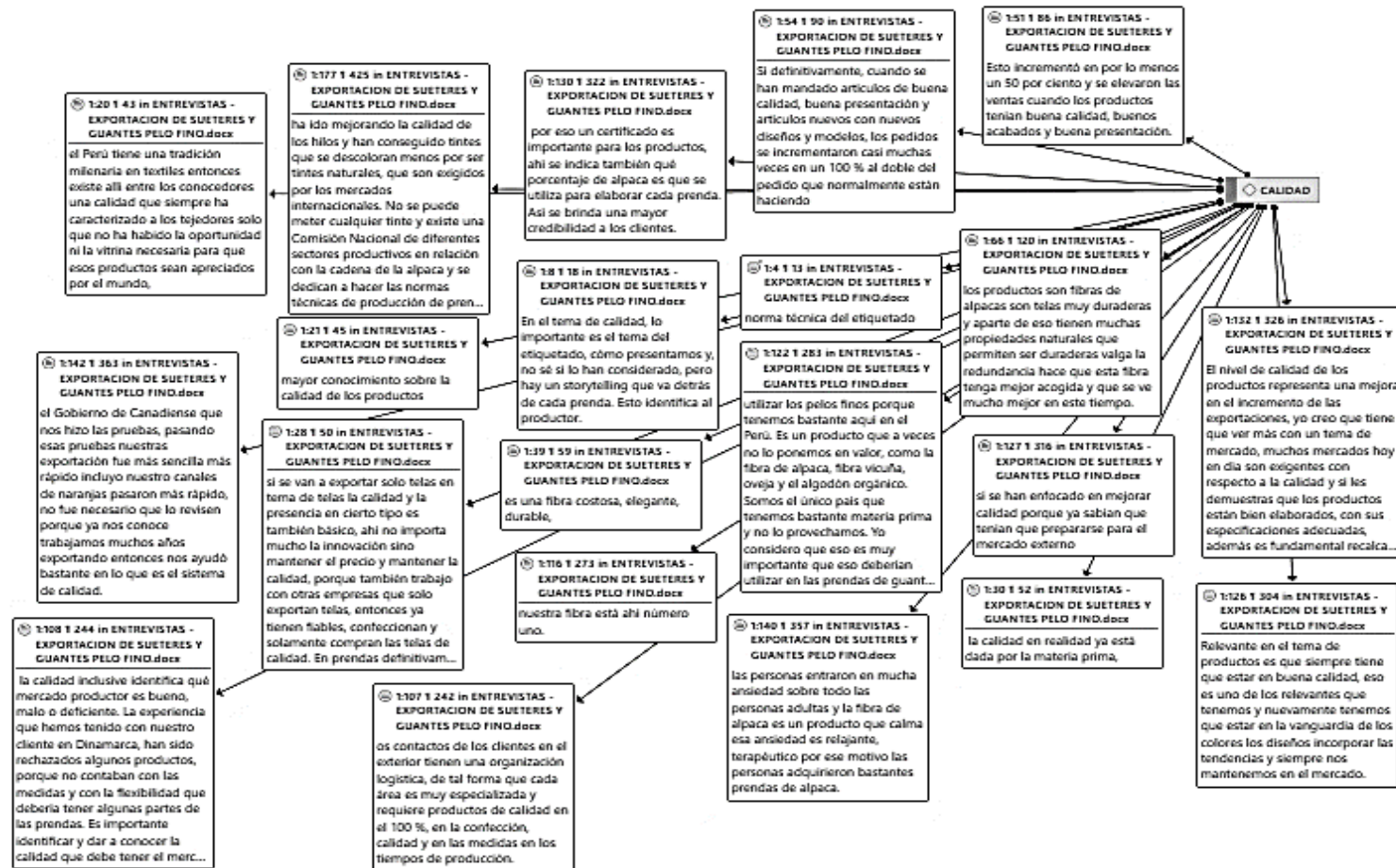


Figura 42. Vista de Red "Calidad". Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti.



Tras realizar las entrevistas a los expertos, podemos relacionar a la determinante “Calidad” con 7 variables, que son: La materia prima, Mejora continua, demanda, generación de confianza con el exportador, las certificaciones, la innovación y la cantidad de mercados.

En lo que se refiere a calidad, los entrevistados refieren:

“El pelo fino todavía es exclusivo, no es para todos, porque es una fibra costosa, elegante, durable, muchos prefieren reemplazar el pelo fino por las fibras sintéticas, podrían cumplir la misma función de abrigar, pero no hay distinción” (Flores,2021)

“La calidad depende de la cantidad de fibra de la alpaca (Bejarano, 2021).

“Este tipo de material empezó a tener reconocimiento por su calidad, finura y adaptación de estos a la temperatura corporal de quien lo usa. Además de ser muy cómodo” (Romaní, 2021).

“Está aumentando este rubro de la alpaca porque (...) es un producto terapéutico, natural, muy cómodo, se adecua al clima y por todas esas razones se está subiendo esta tendencia de exportar prendas en alpaca” (Huamani 2021).

Asimismo, la calidad del material está relacionada con los niveles de exportación de suéteres y guantes de lana o pelo fino, por lo que los expertos señalan la importancia de la generación de confianza con el exportador con el fin de mantener el lazo comercial.

Los entrevistados refieren:

“Una certificación de calidad incrementa su posibilidad de aumentar tu flujo de clientes, porque te hace productivo” (Flores 2021).

“Considero que la certificación ayuda a una Mype a inspirar una mayor confianza en el comprador hacia afuera, te da predictibilidad en tus productos, porque sabes cómo se va a comportar la mercancía frente a ciertas circunstancias y hay confianza en el comprador” (Flores 2021).

“La fidelidad de sus clientes, ya que al ser los mismos compradores siguen produciendo y generar los volúmenes de exportaciones. Me atrevería a decir que la confianza que tiene con ese tipo de clientes que no se rompe” (Valdivia, 2021).

Con respecto a las citas mencionadas anteriormente, el contar con una constante de calidad promueve que el comprador valore el producto y continúe con el lazo comercial cada vez que requiera los suéteres y guantes de lana o pelo fino.

Importante recalcar además la importancia de las certificaciones para poder demostrar la calidad de los materiales, al respecto los expertos comentan:

“Las certificaciones de calidad usualmente son pasos complejos de dar, pero necesarios para marcar la diferencia incrementa tu posibilidad de aumentar tu flujo de clientes” (Flores, 2021).

“Tener un certificado aportaría mayores beneficios como empresa, brindando al cliente una mayor credibilidad; es importante que las empresas se den cuenta de que con este proceso pueden generar mayores ventajas” (Valdivia, 2021).

“La certificación es como un requisito para verificar si realmente se cumple lo que se ofrece con el producto, porque en el mercado siempre existe la falsedad” (Caya, 2021).

“El certificado de origen es bueno para poder hacer una exportación, ya que uno debe de saber de dónde sale el producto, el certificado del ISO, el certificado de calidad, certificado natural orgánico, todos esos certificados si nos sirven, no mucho, pero se puede decir el 90%. Hay algunos certificados que nosotros no necesitamos” (Callañaupa, 2021).

De acuerdo con los autores, el contar con las certificaciones es primordial, no solo porque te brinda una ventaja diferencial ante la competencia local, sino porque permite brindar seriedad al proceso de exportación debido a que los clientes pueden dar fe que lo que están ofreciendo las MYPES cusqueñas realmente es material de primera.

Asimismo, de acuerdo con la opinión de nuestros 11 expertos entrevistados, “Uno de los factores relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco es la innovación en tema del diseño y el trabajo que se viene desarrollando con la alianza de diseñadores (Bejarano, 2021), debido a que “Los diseños o un teñido marcan la diferencia y en prendas definitivamente la innovación es parte de la naturaleza del mercado”. (Flores, 2021)

Por tanto y después de contar con la opinión de expertos en el rubro podemos concluir que la determinante Calidad influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las MYPES de la región Cusco.

Objetivo Específico 2: Determinar en qué medida la Capacitación influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Figura 43. Análisis del objetivo 2. en el software Atlas.ti® a partir de las entrevistas realizadas. Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti.

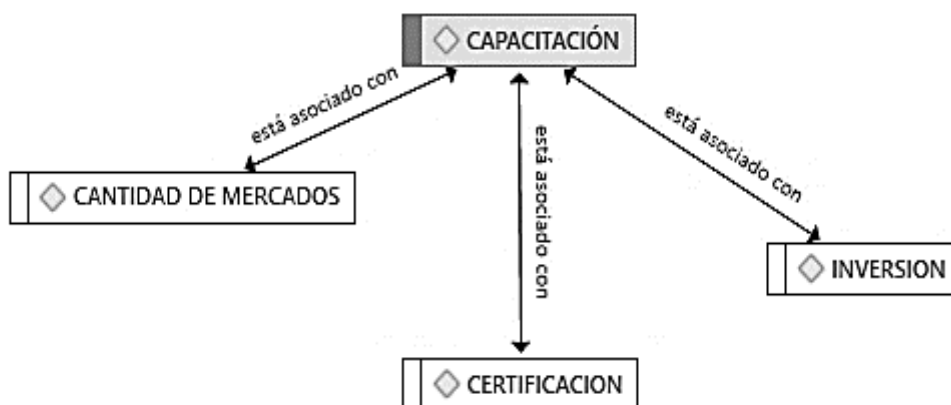
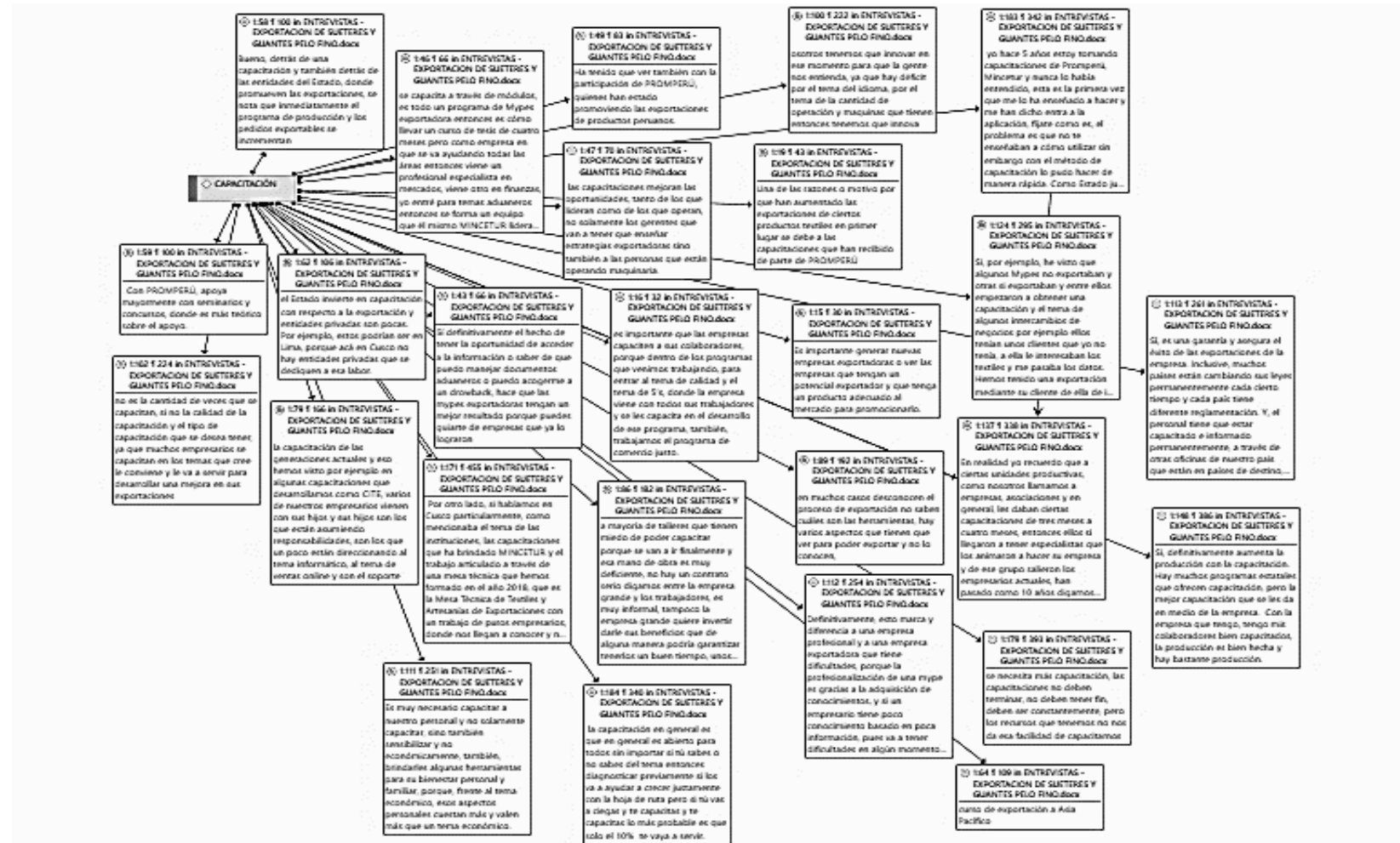


Figura 44. Vista de Red "Capacitación". Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti



En lo que respecta al segundo objetivo, debemos tener en cuenta que, a lo largo de las entrevistas realizadas a los expertos, estos toman en cuenta 2 tipos de capacitación. La primera es la capacitación para el crecimiento y apertura de mercados de las MYPES exportadoras; pero refieren también la necesidad de capacitar a su personal en cuanto a comercio exterior y herramientas tecnológicas.

Esta variable, además, relaciona a la determinante “Capacitación” con 3 variables que son: Cantidad de mercados, certificación e inversión. En cuanto a la cantidad de mercados, los expertos señalan:

“Gracias a las capacitaciones, se trabajó con mayor cantidad de mercados, con la oferta, a través de las promociones que vamos haciendo y se incrementó el número de empresas exportadoras de la región Cusco” (Bejarano, 2021).

“Existe relación entre las Mypes que acudieron a programas de capacitación con el incremento de la cantidad exportada, ya que te ayuda a conocer y contar con experiencia práctica” (Gonzales, 2021).

“Las capacitaciones que damos son las más básicas posibles porque queremos que la gente haga lo más básico” (Chavez,2021).

“Es necesario tener aliados estratégicos personales que estén siempre capacitados” (Callañaupa, 2021).

“El hecho de tener la oportunidad de acceder a la información o saber de qué puedo manejar documentos aduaneros o puedo acogerme a un drawback, hace que las Mypes exportadoras tengan un mejor resultado porque puedes guiarte de empresas que ya lo lograron” (Flores,2021).

“Las Mypes tienen y están obligadas a capacitar a su personal, quienes van a tener el tema de la exportación”. (Flores Encalada, 2021).

“A través de las capacitaciones, se reforzó el tema de algunos intercambios de negocios por ejemplo ellos tenían unos clientes que yo no tenía, a ella le interesaban los textiles y me pasaba los datos” (Callañaupa, 2021).

Podemos entonces confirmar que gracias a las capacitaciones y ferias que brindan los diferentes organismos como Promperú, Mincetur, ferias como: Procolombia y Prochile, es posible incrementar la cantidad de mercados de exportación puesto que en este tipo de eventos las MYPES son capaces de conocer sobre los tramites de exportación

de los diversos países en los cuales hay posibilidad de crecimiento, pero también es una vitrina para poder intercambiar contactos que puedan convertirse en potenciales compradores.

Debemos tener en cuenta que las capacitaciones también nos permiten conocer qué tipo de certificaciones debemos tener o en que debemos especializarnos para que nuestra cantidad exportada pueda incrementarse. Los expertos encuestados indican lo siguiente:

“Si representa una mejora para las exportaciones, se genera un conocimiento continuo, pero siempre y cuando estas capacitaciones sean completas y de calidad en el sentido de que se debe generar además de conocimientos, motivación para las empresas” (Valdivia, 2021).

“Cuando tengo a los colaboradores bien capacitados, la producción es bien hecha y hay bastante producción” (Huamani 2021).

“Es muy importante que las Mypes capaciten porque cada año cambian los países del extranjero sus formas, piden nuevos certificados, nuevas estrategias tienen entonces sí o sí; tenemos que estar siempre en las capacitaciones y ver que está pasando por eso que uno tiene que estar informado” (Callañaupa, 2021).

“En el Cuzco no encontramos mucha mano de obra calificada” (Gonzales, 2021).

“Existen certificaciones, como por ejemplo las hizo ISO 9001 y la 14001, que es para el tema de calidad y el otro es para el tema de protección con el medio ambiente” (Alvarez,2021).

De acuerdo con las citas de los entrevistados, se puede resaltar que la capacitación para manejo de certificaciones, comercio exterior y tecnología es importante para el crecimiento de las Mypes, ya que la falta de mano de obra capacitada en cusco puede retrasar e incluso limitar el crecimiento de la industria textil.

Un factor importante para analizar es la inversión que existe para la continuidad de capacitaciones y crecimiento de las Mypes, en este punto los expertos señalan:

“La inversión destinada a las capacitaciones no es suficiente, por eso es por lo que muchas Mypes que desean continuar liderando recurren a Promperú o a las capacitaciones del miércoles del exportador porque saben de qué pueden encontrar información especializada por parte del Estado para el beneficio de las Mypes” (Flores,2021)

“La inversión no es suficiente, sino que siempre tenemos que estar invirtiendo en las capacitaciones para que las empresas puedan seguir exportando” (Callañaupa, 2021).

“Cada vez que hay intervención del Estado, para promover las exportaciones, es cuando se ve el incremento de exportación.” (Flores Encalada, 2021).

“La inversión no es suficiente ya que tiene que ver mucho con la motivación que tiene los empresarios para capacitarse” (Valdivia, 2021).

“Es importante generar nuevas empresas exportadoras o ver las empresas que tengan un potencial exportador y que tenga un producto adecuado al mercado para promocionarlo” (Bejarano 2021).

En conclusión, podemos señalar que es importante que el personal esté capacitado en materia de exportación y tecnología como lo indican los entrevistados; aunque ello tenga como consecuencia una inversión considerable ya que una correcta capacitación se traduce en el incremento de las exportaciones de suéteres y guantes de lana o pelo fino.

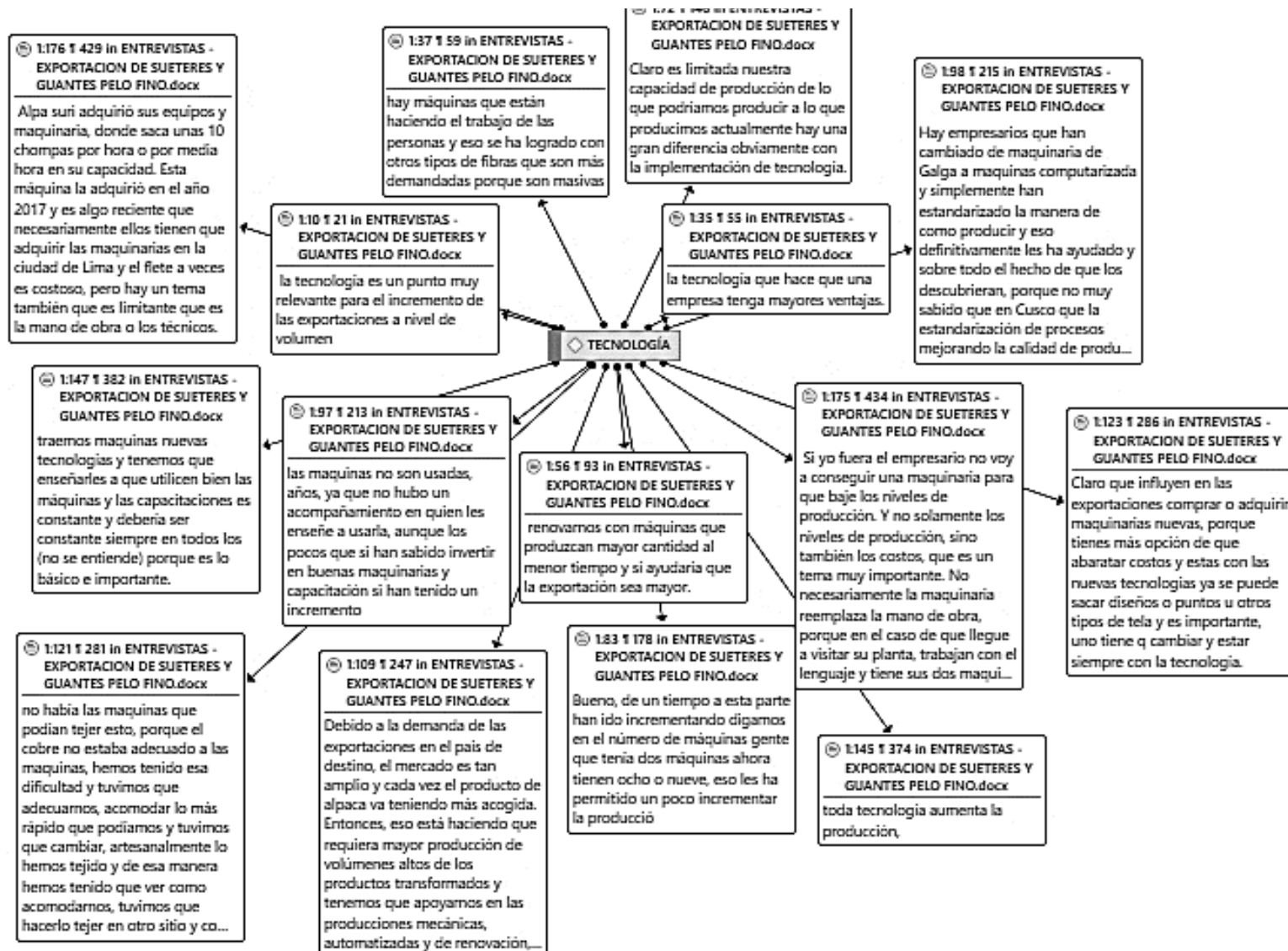
Asimismo, mencionar que, a pesar que los expertos indican que existe apoyo de algunas entidades del gobierno, se debe impulsar a que estas capacitaciones sean separadas por módulos de acuerdo al nivel de experiencia en la que se encuentra cada empresa; también sería importante que se promueva una oferta exportable en conjunto con las diferentes Mypes ya que el sumar esfuerzos reduce la cantidad de inversión que se requiere para la compra de máquinas, mejoramiento de las telas e innovación de diseños.

Objetivo Específico 3: Determinar en qué medida la Tecnología influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Figura 45. Análisis del objetivo 3. en el software Atlas.ti® a partir de las entrevistas realizadas. Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti



Figura 46. Vista de Red "Tecnología". Fuente: Elaboración propia con la herramienta Atlas ti



El tercer objetivo para analizar nos permitirá conocer si la tecnología es un es una determinante en las exportaciones de guantes y suéteres, cabe resaltar que esta determinante se relaciona con 5 variables, las cuales son: innovación, inversión, automatización, reducción de costos y maquinarias.

Debemos considerar que la automatización y la reducción en costos son variables que van de la mano debido a que si se consigue una mejora en los procesos en consecuencia vamos a reducir costos, asimismo los expertos mencionan lo siguiente:

“La automatización de procesos productivos definitivamente va a reducir los costos de producción, sin embargo, en la región de Cusco aún estamos lejos de automatizar e implementar” (Valdivia,2021).

“Los tiempos que exige el cliente son cortos y manualmente no se puede cumplir” (Caya,2021).

“La automatización de los procesos reduce costos y, también, reduce personal (Bejarano,2021).

“La automatización es necesaria actualmente, porque la competencia también es de China, por ejemplo, este tiene capacidad de producción alta y nosotros necesitamos también estar igual que ellos, en competencia de tecnología y producción” (Caya, 2021).

Debemos tomar en cuenta que, aunque la automatización es necesaria en la industria textil esta requiere de otras determinantes para que pueda ser implementada. Asimismo, específicamente en la fabricación de los guantes y suéteres de lana o pelo fino este proceso puede ser un poco lento puesto que como señalan los expertos a lo largo de sus entrevistas, el factor diferencial de estas prendas son los acabados a mano, proceso que no puede ser automatizado y en consecuencia no reduciría los costos.

La siguiente determinante para analizar es la inversión, la cual está ligada al uso de maquinarias e innovación en los procesos, al respecto los expertos comentan:

“No podemos abastecernos por falta de capital y si hubiera capital tomaría mano de obra, aumentaría la tecnología, ampliaría mi taller” (Huamani, 2021).

“De un tiempo a esta parte han ido incrementando digamos en el número de máquinas galga que tenía dos máquinas ahora tienen ocho o nueve, eso les ha permitido un poco incrementar la producción” (Valdivia, 2021).

“Renovarnos con máquinas que produzcan mayor cantidad al menor tiempo y sí ayudaría que la exportación sea mayor”. (Flores Encalada, 2021).

“La tecnología es un punto muy relevante para el incremento de las exportaciones a nivel de volumen” (Bejarano, 2021).

“Influyen en las exportaciones comprar o adquirir maquinarias nuevas, porque tienes más opción de que abaratar costos y estas con las nuevas tecnologías ya se puede sacar diseños o puntos u otros tipos de tela y es importante, uno tiene que cambiar y estar siempre con la tecnología” (Callañaupa, 2021).

“Comprar una máquina que verdaderamente pueda tejer el cobre de hilos de alpacas y poder cumplir al cliente” (Callañaupa, 2021).

“Renovar maquinaria no es fácil, he sacado adelante proyectos cuando las Mypes cada 5 a 10 años porque es costoso y aun así lo hacen con un leasing, también hemos renovado maquinaria con maquinaria en segundo uso, pero de buena calidad y ha resultado muy bien mejora sobre todo para el acabado, los diseños o un teñido marca la diferencia según el tipo de máquina y por supuesto que sí sería la tecnología que hace que una empresa tenga mayores ventajas” (Flores 2021).

Se debe considerar que, si bien existe interés por los empresarios de innovar y abastecerse de nuevas tecnologías a través de maquinarias, el costo de estas y la falta de inversión de los sectores público y privado y las nulas facilidades para el financiamiento no permiten cumplir este objetivo trazado por algunas de las Mypes ya que los montos de inversión son bastante altos y muchas veces difíciles de afrontar.

Finalmente, debemos considerar que tal como lo descrito en los objetivos, estos tres determinantes: Calidad, capacitación y tecnología influyen positivamente en las exportaciones de Suéteres y guantes de lana o pelo fino de las MYPES de la región cusco pero que a su vez deben complementarse con otros factores que se hallaron a través de las entrevistas a expertos como lo son la innovación en los tejidos, diseños y forma de fabricación de los materiales; así como la inversión que se debe realizar para lograrlo puesto que sin ello no será posible un incremento sustancial de las exportaciones.

Existen también algunos puntos a tomar en cuenta como lo es la centralización del apoyo únicamente en Lima y el impacto que tiene con las demás provincias como lo es Cusco; debido a que en las diferentes entrevistas realizadas muchos coinciden en que existen gastos de fletes, distribución logística y falta de capacitación del personal técnico (arreglo de maquinaria) que está centralizada en la capital lo que promueve que el costo de estos servicios no sea rentable para las empresas que recién están empezando, provocando de este modo que los exportadores se desanimen y baje la oferta exportadora de suéteres de lana o pelo fino de las MYPES de Cusco.

4.2 Desarrollo cuantitativo: Análisis de datos

Como se planteó en el capítulo III para el análisis de la fase cuantitativo se realizó encuestas a las Mypes Exportadoras de las subpartidas 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 de la región del Cusco. Estos encuestados están representados por Gerentes generales, Gerente General, Asistente de Gerencias.

El cuestionario está compuesto por 12 preguntas, las cuales fueron desarrolladas tomando en consideración y alienándose a las variables y objetivos del presente estudio. Además, por cada dimensión se formuló también una pregunta, con la finalidad de abarcar la mayor información posible de forma clara y precisa con la finalidad que contribuya con la resolución de los objetivos. El método de medición es un cuestionario en escala de Likert que contiene las siguientes opciones 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni en acuerdo ni desacuerdo, 4 = De acuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo

4.2.1 Difusión de la encuesta

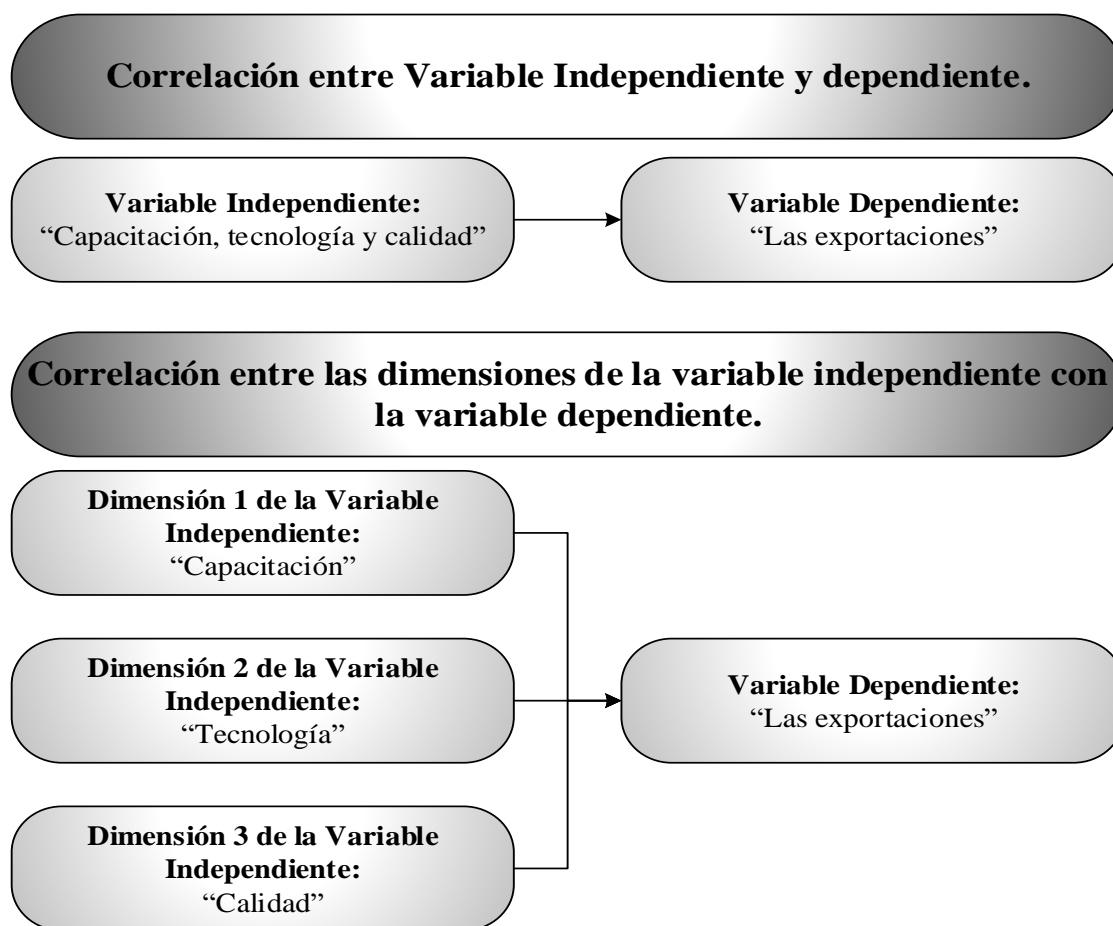
Para la difusión de la encuesta se contactó con representantes de Mypes exportadoras de la subpartida nacional 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00. Para lo cual se obtuvo una base de datos proporcionada por Maritza Bejarano Chacón especialista de Promperú en prendas de Vestir. Posteriormente, se procedió a realizar el contacto con las

empresas, principalmente mediante visitas a sus oficinas, llamadas telefónicas, correo electrónico y redes sociales.

4.2.2 Desarrollo del método estadístico elegido

Teniendo en cuenta que se requiere conocer la influencia de la capacitación, tecnología y calidad en las exportaciones, se consideró como variable independiente a la “Capacitación, tecnología y calidad” y como variable dependiente “Las exportaciones” de suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020: para tal fin, se hace necesario determinar la correlación entre ambas variables, así como conocer la correlación entre las dimensiones de la variable independiente con la variable dependiente, tal como se muestra en el siguiente esquema.

Figura 47. Esquema de análisis de correlaciones de variable independiente y sus dimensiones con la variable dependiente



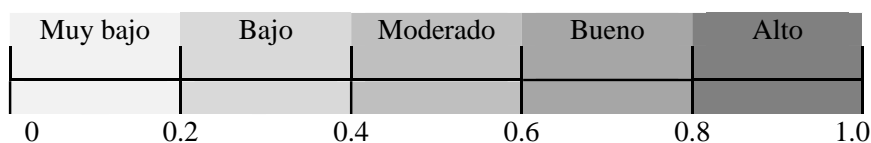
Fuente: Elaboración propia.

El análisis estadístico se realizó a través del programa estadístico SPSS Versión 25; donde, teniendo en cuenta que el instrumento de la presente investigación está dado por la escala de Likert en 5 alternativas, se procedió de la siguiente manera:

1° Se realizó la validación del cuestionario por medio de tres jueces expertos en el tema de investigación. (Véase Anexo 3)

2° Se determinó la confiabilidad por medio del Alfa de Cronbach, el cual resultó igual a 0.890, teniendo en cuenta la escala de valores del Alfa de Cronbach descritos en la siguiente figura, se tiene que este valor se encuentra entre 0.8 y 1.0, calificándolo como de Alta confiabilidad.

Figura 48. Escala de valores: Alfa de Cronbach



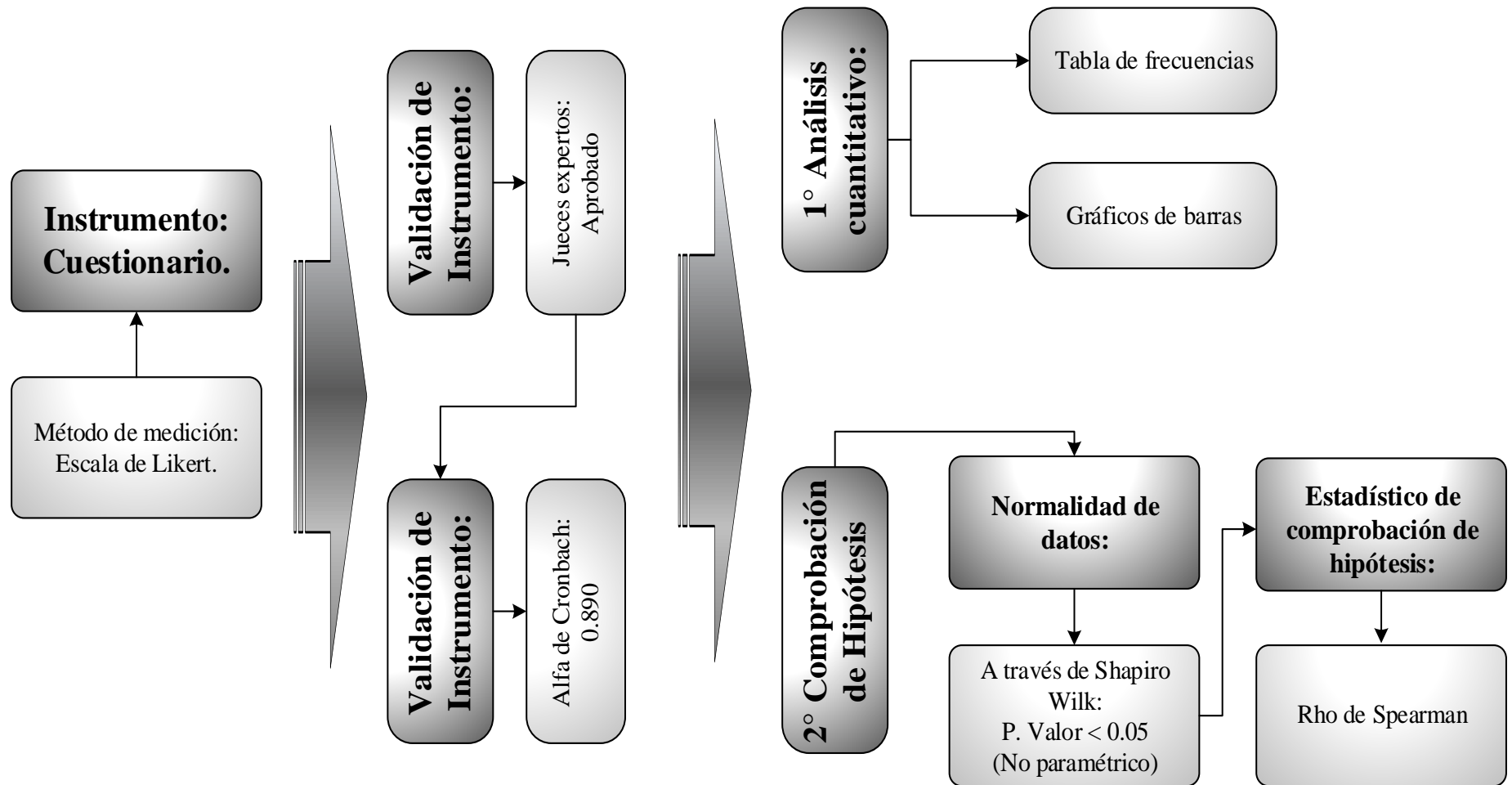
3° Para el análisis cuantitativo se procedió a obtener y analizar la tabla de frecuencias y gráficos de barras para cada uno de los ítems del cuestionario.

4° Se procedió a determinar si los datos se comportan o no de manera normal, encontrando que el P. Valor o Sig. menor a 0.05 para todos los casos, concluyendo que los datos no se comportan de manera normal, es decir son no paramétricos.

5° Una vez determinada la normalidad de los datos, se procedió a realizar la comprobación de las hipótesis por medio del estadístico Rho de Spearman, estadístico utilizado para determinar la correlación cuando los datos son no paramétricos.

En la siguiente figura se presenta el esquema de análisis utilizado para presentar los resultados cuantitativos y la comprobación de hipótesis:

Figura 49. Esquema de análisis cuantitativo y de comprobación de hipótesis



Fuente: Elaboración propia.

4.2.3 *Análisis estadístico*

Hernández et al. (2018) determina dos maneras para realizar análisis estadísticos. Estos se dividen en análisis paramétricos y no paramétricos; en el primer caso, este se caracteriza por poseer una distribución de normalidad, la cual es parte del universo, además uno de los requisitos que tiene que cumplir es que las variables en estudio sean numéricas. Asimismo, Ñaupas. et. al, (2018), señala que dicho análisis, ayuda al investigador a determinar la significatividad de los resultados.

Por otro lado, en el análisis no paramétrico, Ñaupas. et. al, (2018) lo define como aquél que no requiere la normalidad en la distribución de los datos, del mismo modo no exige el cumplimiento de supuestos y el nivel de medición puede ser ordinal. En este análisis se puede hacer uso de diferentes pruebas estadísticas, para el presente trabajo se utilizó la prueba estadística del coeficiente de correlación de Rho Spearman, debido a la naturaleza de las variables ordinales, además de que tiene como objetivo evaluar el nivel de relación entre dos variables (Mondragón, 2014).

El análisis estadístico para la fase cuantitativa se realizó con base a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las Mypes exportadoras de suéteres y guantes de lanas o pelos finos en la región del Cusco. Con las respuestas de 32 empresas encuestas se procedió al procesamiento de información mediante el software IBM SPSS 27, con el fin de aplicar la prueba estadística del coeficiente Rho de Spearman.

Con base al método señalado se analizaron las variables de la presente tesis para identificar su relación entre ellas. A continuación, se presenta mediante 12 tablas realizadas en el software IBM SPSS 25, los resultados de las encuestas aplicando la distribución de frecuencia para cada pregunta realizada y la interpretación de cada una. Asimismo, en la tabla 32 se observa la relación de las 32 Mypes encuestadas.

Tabla 32. Relación de Mypes cusqueñas participantes de la encuesta.

N°	RUC	RAZÓN SOCIAL	CONTACTO	DNI	CARGO
1	20602908331	ALPASURI S.A.C.	MAMANI MAMANI LUCIO FRAIDDY	01296789	GERENTE GENERAL
2	20527634874	ALPACOTTONS APU KUNTUR S.C.R.L	PFUÑO GIL JUAN OSWALDO	23961432	GERENTE GENERAL
3	20528099751	QORI ALPACA E.I.R.L.	SANTA CRUZ FARFAN CESAR	40363937	GERENTE GENERAL
4	20527026581	CARYLUIS ARTESANIAS E.I.R.L.	GRETHEL GONZALES SIERRA	24004136	GERENTE GENERAL
5	20605323902	YUNGANA INVERSIONES E.I.R.L	JESUS HUAMANI SANTOS	41397805	GERENTE COMERCIAL
6	20600373227	ARAMAYUS'ART S.R.L.	CCAHUA SURCO HEBER HERNAN	23863785	GERENTE GENERAL
7	20277652111	INTERANDINA IMPORTAC.Y	FLOREZ ENCALADA JORGE	23816039	GERENTE GENERAL
8	20601466784	AWANALLAQTA S.A.C.	CALLAÑAUPA QUILLAHUAMAN INES	43776478	GERENTE GENERAL
9	20526937725	AYNIART E.I.R.L.	DAVALOS DE LEZAMA GEORGINA	23892225	GERENTE GENERAL
10	20490716638	GRUPO INKA MODA S.R.L.	GARCIA ARAUJO VARIGNIA	70022559	GERENTE GENERAL
11	20558078503	ALLPAQA ALTURAS S.A.C.	BEJARAPAZA MONICA	29422362	GERENTE GENERAL
12	20528095179	ALPACAS ARTE S.R.L.	MAMANI MAMANI DOMINGO NEMESIO	23979429	GERENTE GENERAL
13	20509252182	PERU ETNICO S.A.C.	MOLINA FERNANDEZ BACA JORGE ENRIQUE	23833726	GERENTE GENERAL
14	10251875273	QUISPE GUTIERREZ RODOLFO	QUISPE GUTIERREZ RODOLFO	25187527	GERENTE GENERAL
15	20601388791	TEJIDOS & FIBRAS DE PERU E.I.R.L	FERNANDEZ ESTRADA JUAN CARLOS	24718927	GERENTE GENERAL
16	20491926903	TOM GUTIE COMPANY S.A.C	SOTA GUTIERREZ TOMAS	24365680	GERENTE GENERAL
17	20527003700	ALMACEN SANTA BEATRIZ S.A.C.	MURILLO VELASQUEZ HERBERT ERNESTO	29245288	GERENTE GENERAL
18	20564305392	ALPACAS RURAL E.I.R.L.	APAZA SALAS ASUNCION MARIO	01326454	GERENTE GENERAL
19	20533205209	T & H CAPLINA E.I.R.L.	JULCA REYES MARIA ALCIRA	44471783	GERENTE GENERAL
20	10806303211	MOSOQ ALPACA	AYMA MACEDO DAVID	80630321	GERENTE GENERAL
21	20226076426	INDIANA CREACIONES E I R LTDA	PACHECO PEREZ NANCYA.	23813017	GERENTE GENERAL
22	20511259836	MUNDO ALPACA S.A.C.	JUAN CARLOS FONSECA GRANADOS	07678541	GERENTE GENERAL
23	10238508865	GONGORA ORE LUZ MARINA	GONGORA ORE LUZ MARINA	23850886	GERENTE GENERAL
24	20601857813	AUQU COLLECTION E.I.R.L.	LOAYZA LOAYZA MARTIN ALBERTO	23988854	GERENTE GENERAL
25	20527891842	INKAMODA PERU S.C.R.L	GARCIA CASTELO RONALD	23980045	GERENTE GENERAL
26	20602909183	KATA ALPACA E.I.R.L.	MUÑOZ PRADO EDILBERTO OSIRIS	29247459	GERENTE GENERAL
27	20442442763	PROAN E.I.R.L.	QUISPE ACHAHUANCO DONATO	23836533	GERENTE GENERAL
28	20600057601	ALPACA D & C COMPANY S.A.C.	AYMACHOQUE PILARES NELLY	20088327	GERENTE GENERAL
29	20604488444	INDUSTRIAS TEXTILES ARTESA E.I.R.L.	CUTIPA SUCLE SANTOS	41834769	GERENTE GENERAL
30	20601495822	ALPCAS BETH S.R.L	HUILLCA PUMA HERNAN	24715943	GERENTE GENERAL
31	20602784054	TEXDISA EXCLUSIVE ALPACA S.A.C.	CARRASCO PEDRAZA JOHAN MARVIN	43899114	GERENTE GENERAL
32	10239499754	QUISPE SANABRIA RUFINO	QUISPE SANABRIA RUFINO	23949975	GERENTE GENERAL

Fuente: Maritza Bejarano Chacón especialista de Promperú, Adex. Elaboración propia.

4.2.3.1 Análisis cuantitativo de la Variable “Exportaciones”:

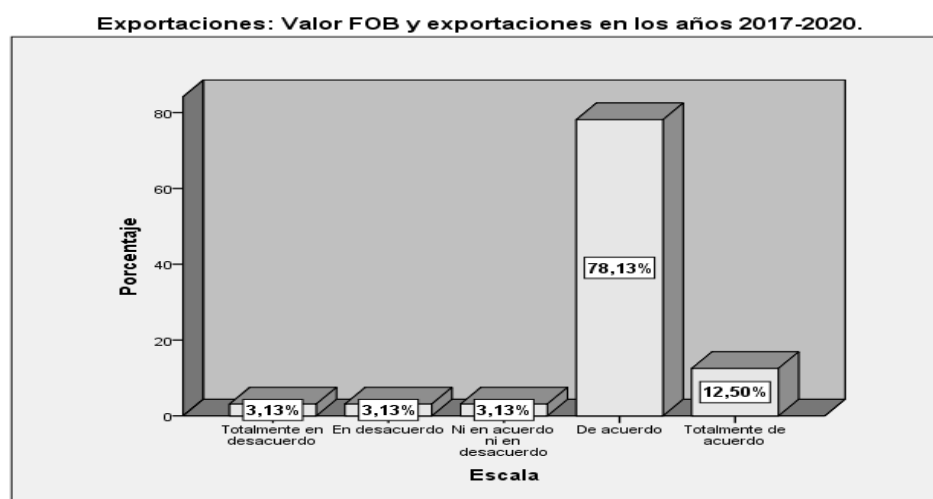
Ítem 1: Considera que la tendencia del Valor FOB en las exportaciones de su empresa ha incrementado entre los años 2017 - 2020.

Tabla 33. Tendencia del Valor FOB en las exportaciones en la empresa entre los años 2017 - 2020.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.1	3.1	3.1
En desacuerdo	1	3.1	3.1	6.3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	3.1	3.1	9.4
De acuerdo	25	78.1	78.1	87.5
Totalmente de acuerdo	4	12.5	12.5	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 50. Tendencia del Valor FOB en las exportaciones en la empresa entre los años 2017 - 2020.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 51 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto si el valor FOB en las exportaciones ha incrementado en la empresa Mype entre los años 2017-2020, el 78.13% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 12.50%

indicaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 3.13% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, otro 3.13% indicaron estar “En desacuerdo” y 3.13% “Totalmente en desacuerdo”.

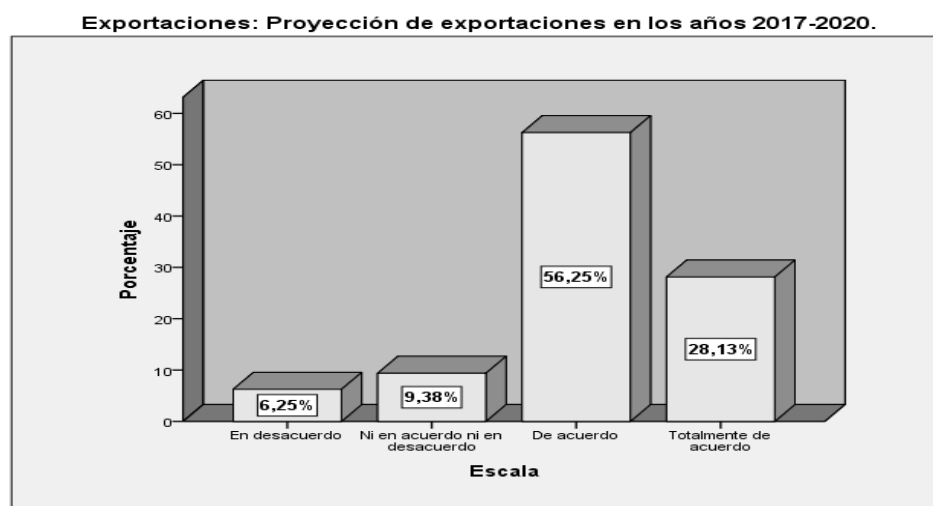
Ítem 2: Considera que las proyecciones de volumen en las exportaciones de su empresa han incrementado entre los años 2017 -2020.

Tabla 34. Incremento de proyecciones de volumen en las exportaciones en la empresa entre los años 2017 - 2020.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	6.3	6.3	6.3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	3	9.4	9.4	15.6
Válido De acuerdo	18	56.3	56.3	71.9
Totalmente de acuerdo	9	28.1	28.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 51. Incremento de proyecciones de volumen en las exportaciones en la empresa entre los años 2017 - 2020.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 52 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto al incremento de proyecciones de volumen en las exportaciones en la empresa entre los años 2017 - 2020, el 56.25% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 28.13%

indicaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 9.38% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, mientras que sólo el 6.25% indicaron estar “En desacuerdo”.

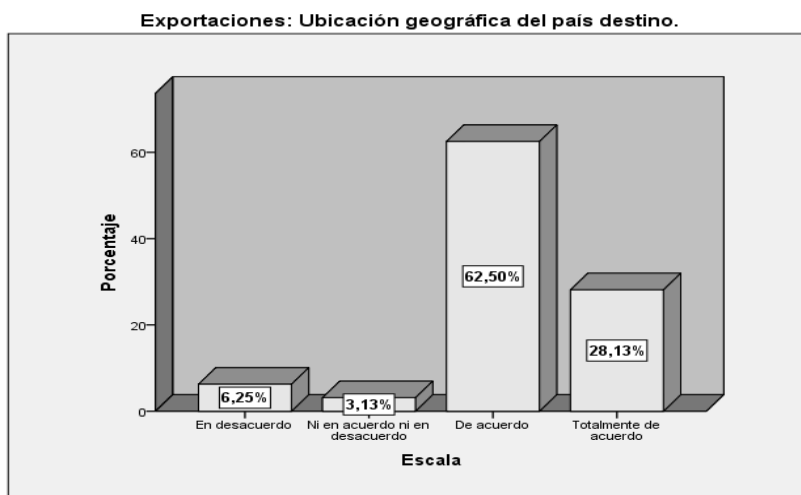
Ítem 3: Considera relevante para sus ventas la proximidad geográfica con el país de destino.

Tabla 35. Incidencia de la proximidad geográfica con el país de destino con las ventas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	6.3	6.3	6.3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	3.1	3.1	9.4
Válido De acuerdo	20	62.5	62.5	71.9
Totalmente de acuerdo	9	28.1	28.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 52. Incidencia de la proximidad geográfica con el país de destino con las ventas.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 53 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto a la incidencia de la proximidad geográfica con el país de destino con las ventas, el 62.50% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 28.13% indicaron estar “Totalmente

de acuerdo”, el 3.13% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, mientras que el 6.25% indicaron estar “En desacuerdo”.

4.2.3.2 Análisis cuantitativo de la Dimensión “Calidad”:

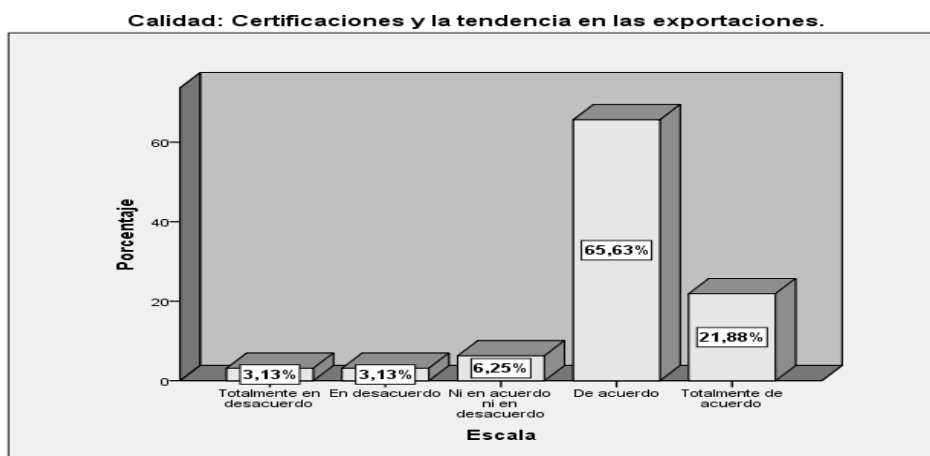
Ítem 4: Considera que las certificaciones de calidad obtenidas por su empresa influyen en las exportaciones.

Tabla 36. Las certificaciones de calidad obtenida por la empresa y su influencia en las exportaciones.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.1	3.1	3.1
En desacuerdo	1	3.1	3.1	6.3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	2	6.3	6.3	12.5
De acuerdo	21	65.6	65.6	78.1
Totalmente de acuerdo	7	21.9	21.9	100.0
Válido				
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 53. Las certificaciones de calidad obtenida por la empresa y su influencia en las exportaciones



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 54 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto a las certificaciones de calidad obtenida por la empresa y su influencia en las exportaciones, el 65.63% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 21.88% indicaron

estar “Totalmente de acuerdo”, el 6.25% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 3.13%” indicaron estar “En desacuerdo” y 3.13% “Totalmente en desacuerdo”.

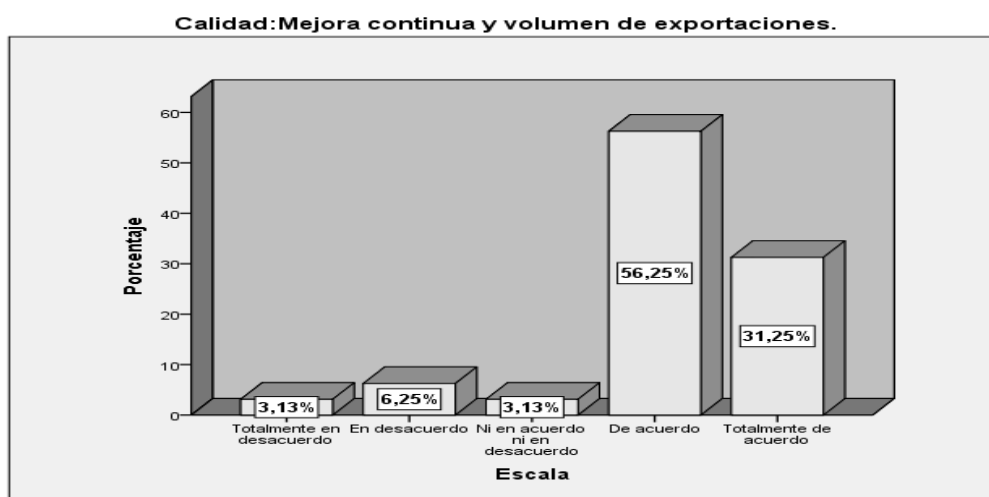
Ítem 5: Considera que la mejora continua en los productos aporta al incremento de las exportaciones.

Tabla 37. La mejora continua en los productos y su aporte al incremento de las exportaciones.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.1	3.1	3.1
En desacuerdo	2	6.3	6.3	9.4
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	3.1	3.1	12.5
De acuerdo	18	56.3	56.3	68.8
Totalmente de acuerdo	10	31.3	31.3	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 54. La mejora continua en los productos y su aporte al incremento de las exportaciones.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 55 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto a la mejora continua en los productos y su aporte al incremento de las

exportaciones, el 56.25% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 31.25% indicaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 3.13% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 6.25% indicaron estar “En desacuerdo” y 3.13% “Totalmente en desacuerdo”.

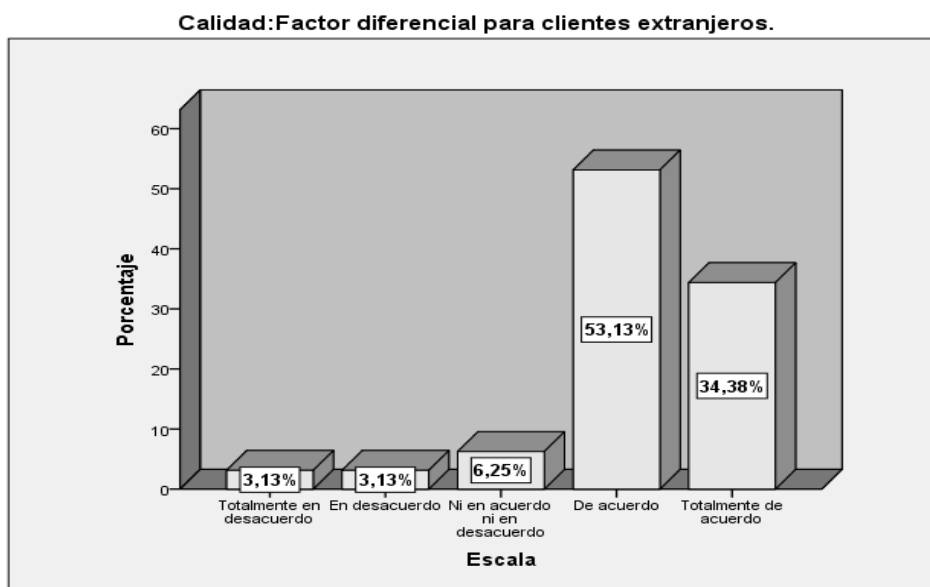
Ítem 6: Considera que la calidad es un factor diferencial frente a los clientes extranjeros.

Tabla 38 Calidad como un factor diferencial frente a los clientes extranjeros.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.1	3.1	3.1
En desacuerdo	1	3.1	3.1	6.3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	2	6.3	6.3	12.5
De acuerdo	17	53.1	53.1	65.6
Totalmente de acuerdo	11	34.4	34.4	100.0
Válido				
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 55. Calidad como un factor diferencial frente a los clientes extranjeros.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 56 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto a la calidad como un factor diferencial frente a los clientes extranjeros, el 53.13% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 34.38% indicaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 6.25% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 3.13% indicaron estar “En desacuerdo” y 3.13% “Totalmente en desacuerdo”

4.2.3.3 Análisis cuantitativo de la Dimensión “Tecnología”:

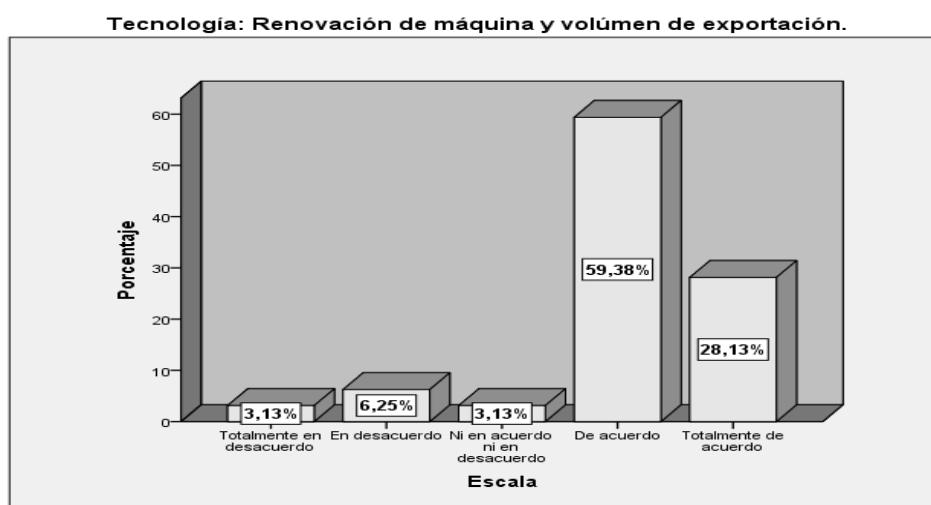
Ítem 7: Cree Ud. que la renovación de nuevas maquinarias incrementa las exportaciones.

Tabla 39. Renovación de nuevas maquinarias y el incremento de las exportaciones.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.1	3.1	3.1
En desacuerdo	2	6.3	6.3	9.4
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	3.1	3.1	12.5
De acuerdo	19	59.4	59.4	71.9
Totalmente de acuerdo	9	28.1	28.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 56. Renovación de nuevas maquinarias y el incremento de las exportaciones.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 57 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto a la renovación de nuevas maquinarias y el incremento de las exportaciones, el 59.38% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 28.13% indicaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 3.13% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 6.25% indicaron estar “En desacuerdo” y 3.13% “Totalmente en desacuerdo”

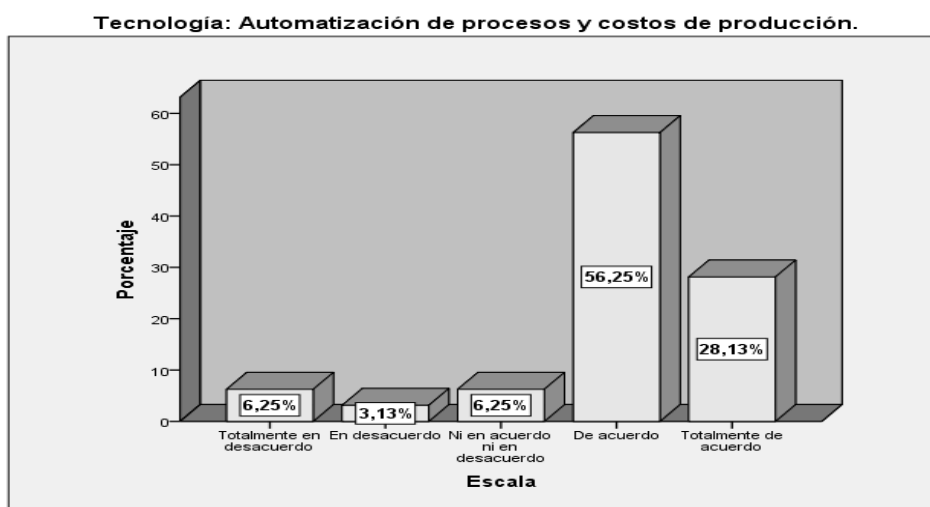
Ítem 8: Cree Ud. que la automatización de procesos, producto de nuevas tecnologías, reduce costos de producción en sus exportaciones.

Tabla 40. Automatización de procesos, producto de nuevas tecnologías y la reducción de costos en las exportaciones.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	6.3	6.3	6.3
En desacuerdo	1	3.1	3.1	9.4
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	2	6.3	6.3	15.6
De acuerdo	18	56.3	56.3	71.9
Totalmente de acuerdo	9	28.1	28.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 57. Automatización de procesos, producto de nuevas tecnologías y la reducción de costos en las exportaciones.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 58 se evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto a la automatización de procesos, producto de nuevas tecnologías y la reducción de costos en las exportaciones, el 56.25% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 28.13% indicaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 6.25% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 3.13%” indicaron estar “En desacuerdo” y 6.25% “Totalmente en desacuerdo”

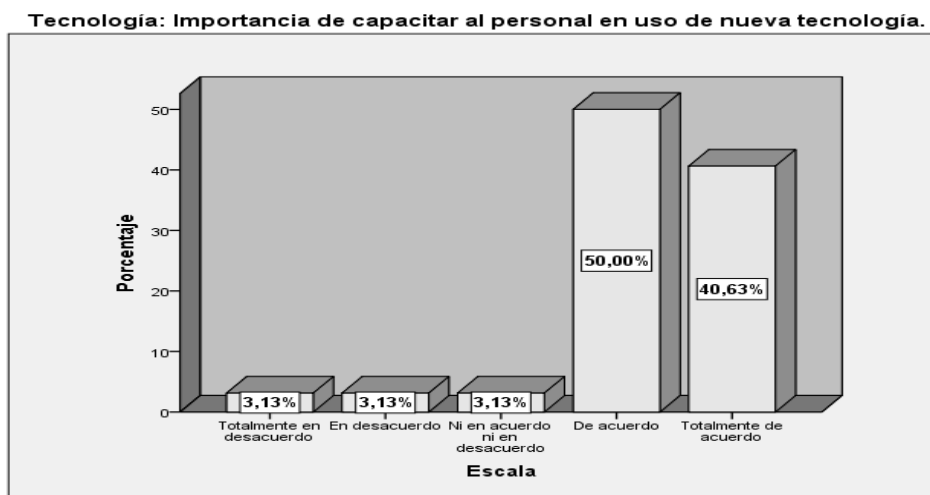
Ítem 9: Cree Ud. que la capacitación de los colaboradores para un uso adecuado de nuevas tecnologías es importante.

Tabla 41. Importancia de la capacitación de los colaboradores en el uso adecuado de nuevas tecnologías.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.1	3.1	3.1
En desacuerdo	1	3.1	3.1	6.3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	1	3.1	3.1	9.4
De acuerdo	16	50.0	50.0	59.4
Totalmente de acuerdo	13	40.6	40.6	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 58. Importancia de la capacitación de los colaboradores en el uso adecuado de nuevas tecnologías.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 59 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto a la importancia de la capacitación de los colaboradores en el uso adecuado de nuevas tecnologías, el 50% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 40.63% indicaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 3.13% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, otro 3.13% indicaron estar “En desacuerdo” y 3.13% “Totalmente en desacuerdo”

4.2.3.4 Análisis cuantitativo de la Dimensión “Capacitación”:

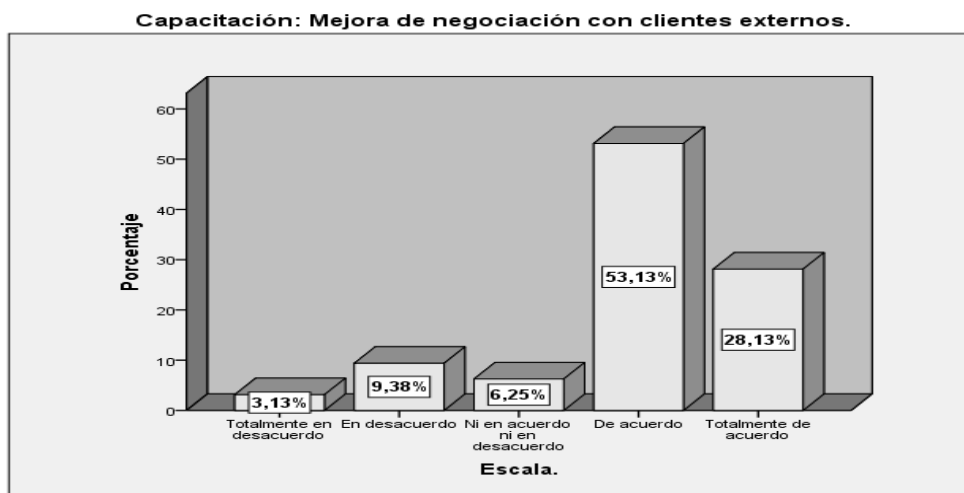
Ítem 10: Considera que las capacitaciones en materia de comercio exterior realizadas en su empresa influyen en la cantidad de negociaciones cerradas con clientes extranjeros.

Tabla 42. Influencia de las capacitaciones de comercio exterior en la cantidad de negociaciones cerradas con clientes extranjeros.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.1	3.1	3.1
En desacuerdo	3	9.4	9.4	12.5
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	2	6.3	6.3	18.8
De acuerdo	17	53.1	53.1	71.9
Totalmente de acuerdo	9	28.1	28.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 59. Influencia de las capacitaciones de comercio exterior en la cantidad de negociaciones cerradas con clientes extranjeros



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 60 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto a la influencia de las capacitaciones de comercio exterior en la cantidad de negociaciones cerradas con clientes extranjeros, el 53.13% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 28.13% indicaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 6.25% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 9.38%” indicaron estar “En desacuerdo” y 3.13% “Totalmente en desacuerdo”

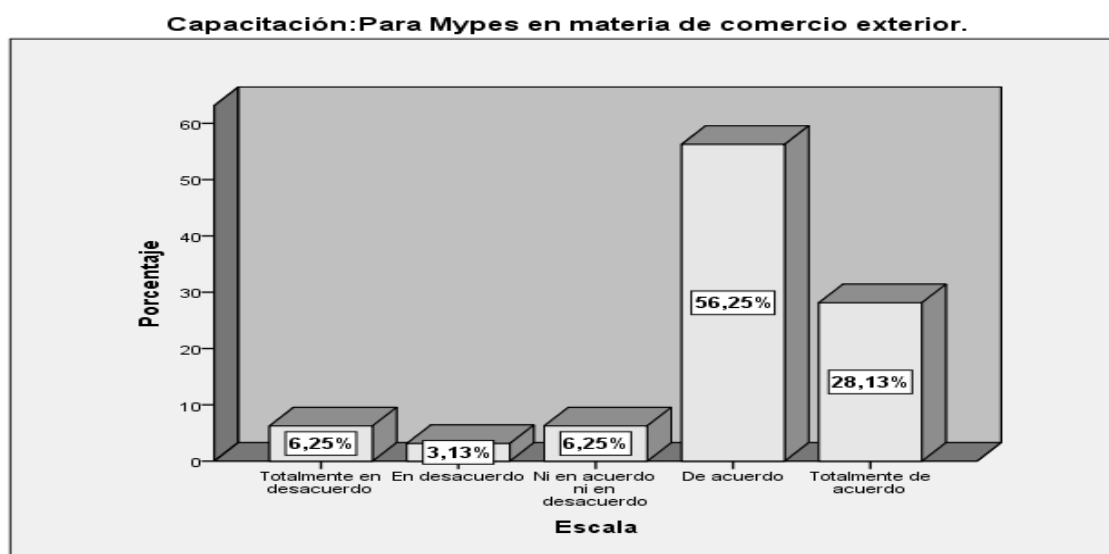
Ítem 11: Considera que las Mypes deberían asistir a capacitaciones en materia de comercio exterior.

Tabla 43. Importancia de asistir a capacitaciones sobre comercio exterior.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	6.3	6.3	6.3
En desacuerdo	1	3.1	3.1	9.4
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	2	6.3	6.3	15.6
De acuerdo	18	56.3	56.3	71.9
Totalmente de acuerdo	9	28.1	28.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 60. Importancia de asistir a capacitaciones sobre comercio exterior.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 61 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto a la importancia de asistir a capacitaciones sobre comercio exterior, el 56.25% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 28.13% indicaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 6.25% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 3.13% indicaron estar “En desacuerdo” y 6.25% “Totalmente en desacuerdo”

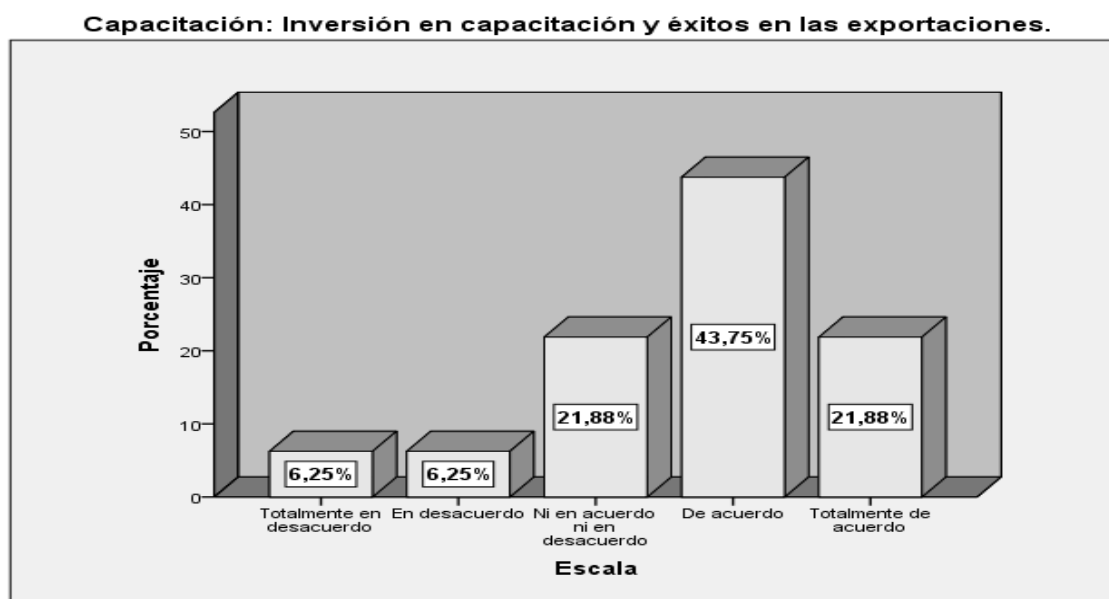
Ítem 12: Cree Ud. que se invierte lo necesario en su empresa en capacitación para realizar exportaciones exitosas.

Tabla 44. Inversión en capacitación para obtener éxito en las exportaciones.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	6.3	6.3	6.3
En desacuerdo	2	6.3	6.3	12.5
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	7	21.9	21.9	34.4
De acuerdo	14	43.8	43.8	78.1
Totalmente de acuerdo	7	21.9	21.9	100.0
Válido				
Total	32	100.0	100.0	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Figura 61. Inversión en capacitación para obtener éxito en las exportaciones.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Figura 62 evidencia que del 100% de Mypes encuestadas respecto a la inversión en capacitación para obtener éxito en las exportaciones, el 43.75% de Mypes indicaron estar “De acuerdo”, el 21.88% indicaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 21.88% indicaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el 6.25% indicaron estar “En desacuerdo” y otro 6.25% “Totalmente en desacuerdo”

CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo, se realizó una comparación entre las determinantes: Calidad, Capacitación y Tecnología, en cuanto a la influencia que tuvieron para las exportaciones de los productos en estudio con los hallazgos obtenidos en la investigación estadística, para lo cual se consideró la literatura consultada en los antecedentes nacionales e internacionales con el objetivo de analizar la relevancia de las determinantes en las exportaciones de las Mypes.

Asimismo, para el desarrollo del capítulo se realizaron entrevistas a expertos y encuestas a representantes de las Mypes cusqueñas con el objetivo de contrastar con la información recopilada y validar las hipótesis, de la misma manera se extrajo el análisis cualitativo realizado en el software Atlas TI 22. y para realizar la validación de hipótesis se procede a realizar los siguientes pasos a través del uso del programa estadístico SPSS Versión 27:

Paso 1: Determinar la normalidad de los datos por medio de Shapiro Wilks, porque los datos son menores a 50; por otro lado, si los datos se comportan de manera normal se procede a realizar la comprobación de hipótesis mediante la prueba estadística de Correlación de Pearson, mientras si los datos no se comportan de manera normal se procede a realizar la comprobación de hipótesis de acuerdo con la prueba estadística de Rho de Spearman. Teniendo en cuenta que el valor P, donde se tiene que si el P. Valor >0.05 se dice que los datos se comportan de manera normal, mientras que si P. Valor < 0.05 , se dice que los datos no se comportan de manera normal (Supo, 2020).

Paso 2: Realizar el planteamiento de hipótesis, donde la Hipótesis nula (H_0) representa la negación de la hipótesis del investigador, mientras que la Hipótesis alterna (H_a) representa la hipótesis del investigador.

Paso 3: Realizar el estadístico de prueba determinado a través del Paso 1, por medio del cual se valida la hipótesis del investigador, para lo cual se debe analizar el “Nivel de Significancia” determinado por el estadístico SPSS como “Sig. (bilateral)”. Donde, se debe cumplir una de las siguientes reglas: (Supo, 2020).

Regla 1: Si Sig. (Bilateral) es menor a 0.05, se rechaza la H_0 y se acepta la H_a .

Regla 2: Si Sig. (Bilateral) es mayor a 0.05, se rechaza la H_a y se acepta la H_0 .

Paso 4: Analizar el grado de correlación entre las variables en investigación, para lo cual se requiere analizar el resultado de correlación de acuerdo con la siguiente escala.

Tabla 45. Escala de rangos de correlación.

Rango	Significado de correlación
-1	Correlación negativa perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.70 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.40 a -0.69	Correlación negativa moderada
- 0.20 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	No existe correlación
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.20 a 0.39	Correlación positiva baja
0.40 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.70 a 0.89	Correlación positiva alta
0.90 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva perfecta

Fuente: Adaptado de (Ramírez, 2016).

5.1 Análisis del Objetivo y Validación de la Hipótesis General

El objetivo general en la presente investigación es: *“Determinar de qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.”*, esta guarda relación con la hipótesis general *“La capacitación, tecnología y calidad influyen positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.”* Esta se demostró mediante el desarrollo del sustento estadístico.

En cuanto a los antecedentes analizados, se mencionaron los siguientes, los cuales fueron de aporte para validar la hipótesis general:

En primer lugar, para M. del Valle Fernández, et al. (2008), mencionan que algunos determinantes competitivos que influyen en la estrategia exportadora son la tecnología, dentro de la cual se incluyen factores como plantas e instalaciones automatizadas, utilización de la planta productiva e innovación en los procesos de fabricación; la capacitación, en la cual es importante incluir factores mencionados como conocimiento en mercados internacionales y fuerza de ventas calificada; asimismo, también se menciona la calidad.

En segundo lugar, Mota, et al. (2021), mencionan sobre lo fundamentales que son los programas de capacitación para el desarrollo exportador debido al apoyo que brindan a las empresas en desarrollo, otorgándoles las herramientas necesarias como apoyo en cuanto a investigación de mercados, desarrollo exportador y participación en diversas ferias internacionales para que se desarrolle en cuanto a internacionalización, puesto que muchas empresas aún cuentan con recursos limitados para poder expandir sus exportaciones.

Por otro lado, en la investigación realizada por Abdou et al. (2012), se refieren a la calidad como una determinante que aporta ventaja competitiva frente al mercado

internacional, asimismo, esta determinante está enfocada en la satisfacción del cliente; el autor también menciona que la mejora en la calidad depende de la tecnología y menciona también que se mantiene fuerte correlación con la variable innovación.

Carvache, et al. (2018), mencionan que la tecnología es una determinante que aporta de manera positiva a la internacionalización de las empresas, asimismo, se relaciona a esta determinante con una mejora en la calidad y una mayor eficiencia; sin embargo, se considera a esta determinante como una limitante para muchas empresas debido principalmente a una baja actitud de dichas empresas hacia las tecnologías.

En cuanto a los modelos de internacionalización, la influencia de la determinante capacitación con las exportaciones se adecúa con el modelo UPPSALA, (Díaz, 2015) menciona que dicho modelo es fundamental para reducir riesgos y encontrar nuevos mercados gracias a la experiencia, la cual gran parte se obtiene mediante capacitaciones, En el caso de las Mypes del sector textil de la región de Cusco, las capacitaciones y programas brindados por las entidades del Estado otorgan conocimientos y apoyo a las entidades generando una mayor experiencia y fomentando un crecimiento gradual.

Asimismo, el modelo UPPSALA, se acopla a dicho análisis en cuanto a la determinante tecnología ya que es importante que a medida que la empresa explora nuevas etapas, también adapte sus tecnologías en cada proceso que implica su desarrollo, (Abanto, et. al, 2020) señala que la tecnología va cambiando con el tiempo y que a mayor demanda exigida por el mercado exterior esta tendrá que ser capaz de adaptar sus niveles de producción. (Álvarez, 2021) menciona que antiguamente las Mypes elaboraban las prendas de forma netamente artesanal y hoy en día se hace uso de ciertas máquinas como la Galga.

Del mismo modo, el modelo de la Innovación se alinea con el presente objetivo, (Ortega & Espinoza, 2015) señalan que, para incrementar el compromiso internacional, es

fundamental que se apliquen innovaciones de manera creativa, puesto que aporta un valor agregado, dicho factor se expresa mediante la elaboración rigurosa de las prendas.

En base a este modelo, Valdivia, (2021) en la entrevista realizada, menciona que, es fundamental que las prendas elaboradas a base de pelos finos sean elaboradas con un porcentaje del 100% de fibra de Alpaca, asimismo es fundamental que las certificaciones garanticen la elaboración de las prendas, es por ello por lo que las Mypes en Cusco se acogen a certificaciones tales como Comercio Justo y Etno.

A continuación, después de haber nombrado algunas investigaciones que fueron de aporte para la validación de la hipótesis general se procedió a comparar dicha información con algunas citas realizadas en las entrevistas hechas a expertos en el tema durante la fase cualitativa, esto con el objetivo de reforzar la investigación.

“Las empresas se han ido preparando y viendo nuevos mercados, asistiendo a eventos y ferias internacionales, que son temas muy importantes para lograr nuevos clientes.” (Álvarez, 2021).

“El volumen de las exportaciones se da básicamente, por los factores que tengo y ya los mencionaba sobre un tema de calidad y el tema de tecnología, que también es importante. Antiguamente, se hacía de forma artesanal y poco a poco ya algunas micros y microempresas se están introduciendo maquinaria para mejorar los procesos y economizar también” (Álvarez, 2021).

“Una de las razones o motivo por que han aumentado las exportaciones de ciertos productos textiles en primer lugar se debe a las capacitaciones que han recibido de parte de PROMPERÚ, del Estado, a través de programas de capacidades en tecnología, capacidades en comercio exterior” (Flores, 2021).

“El incremento en las exportaciones se dio básicamente por la influencia de los pelos finos a nivel internacional, es sabido que este tipo de material empezó a tener reconocimiento por su calidad, finura y adaptación de estos a la temperatura corporal de quien lo usa. Además de ser muy cómodo” (Romaní, 2021).

Como se puede analizar de los siguientes aportes, la capacitación, tecnología y calidad, determinantes en estudio, fueron fundamentales para las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco. Entre otras menciones realizadas por los expertos se encuentra que Bejarano (2021), indica que dentro las capacitaciones y programas brindados se trabajó con mayor cantidad de mercados con diversas promociones, asimismo, Álvarez (2021) también menciona que el apoyo por parte de diversas entidades que realizan trabajo conjunto es fundamental.

En base a lo aludido, se busca relacionar las variables de “exportación” y “determinantes” en sus dimensiones capacitación, tecnología y calidad. Previamente se realizó la prueba de Shapiro Wilks para determinar la prueba de normalidad, luego se procedió a realizar el análisis de la prueba de Rho de Spearman con el objetivo de validar la hipótesis general.

Paso 1: Normalidad de las variables: “Capacitación, tecnología y calidad” y “Exportaciones”

A continuación, se presenta la tabla 46 con la prueba de normalidad de las variables “Capacitación, tecnología y calidad” y “Exportaciones”, donde se tiene que el P. Valor para ambas variables son menores a 0.05; por tanto, se dice que los datos no se comportan de manera normal.

Tabla 46. Prueba de normalidad: “Capacitación, tecnología y calidad” y “Exportaciones”.

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Exportaciones	0.284	32	0.000	0.811	32	0.000
Determinantes	0.219	32	0.000	0.887	32	0.003

Fuente: SPSS. Elaboración propia.A

Paso 2: Planteamiento de la Hipótesis General

H0: La capacitación, tecnología y calidad no influyen positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Ha: La capacitación, tecnología y calidad influyen positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Paso 3: Prueba estadística

De acuerdo al “Paso 1”, los datos no se comportan de manera normal, es así que se presenta la tabla 47 con el resultado estadístico de la prueba Rho de Spearman, donde se tiene que el valor Sig. (Bilateral) es menor a 0.05; por tanto, se cumple la regla 1 establecido para el “Paso 3”, entonces se rechaza la Ho y se acepta la Ha, indicando que: La capacitación, tecnología y calidad influyen positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Tabla 47. Prueba estadística Rho de Spearman para la validación de la hipótesis general.

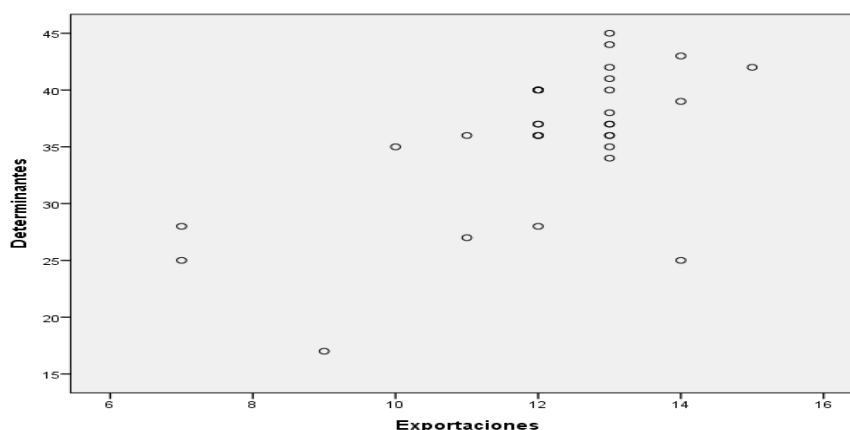
		Determinantes	Exportaciones
Rho de Spearman	Determinantes	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,501**
		N	32
Exportaciones	Exportaciones	Coeficiente de correlación	,501**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	32

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Paso 4: Análisis del grado de correlación entre las variables “Capacitación, tecnología y calidad” y “Exportaciones”.

De la tabla 47 se tiene que la correlación entre las variables: “Capacitación, tecnología y calidad” y “Exportaciones” es de 0.501, de acuerdo con la escala de rangos de correlación especificado en la tabla 45, se encuentra entre los rangos 0.40 y 0.69, lo cual indica que existe una correlación positiva moderada entre “Capacitación, tecnología y calidad” y “Exportaciones”, lo cual se evidencia en el gráfico de dispersión presentado en la figura 57.

Figura 62. Gráfico de dispersión entre las variables “Capacitación, tecnología y calidad” y “Exportaciones”



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al análisis estadístico, el 78.13% de las Mypes consideraron estar de acuerdo con que el valor FOB ha incrementado entre los años 2017-2020, por otro lado, el 56.25%, considera que las proyecciones de volumen en las exportaciones de su empresa han incrementado entre los años en estudio, finalmente el 62.50% de Mypes indicaron estar “De acuerdo” en que consideran la proximidad geográfica importante para sus ventas.

Finalmente, tras el análisis de los antecedentes, los resultados de las entrevistas obtenidas de los expertos para el desarrollo del enfoque cualitativo y hallar el resultado de la prueba de Rho de Spearman, se puede corroborar que existe una relación positiva entre la

variable dependiente " exportaciones" y la variable independiente "determinantes" con las dimensiones de capacitación, tecnología y calidad, validando de esta manera la hipótesis expuesta y el objetivo planteado.

5.1.1.1 *Análisis del Objetivo y Validación de la Hipótesis Especifica N°1*

En cuanto a la primera hipótesis específica, *La capacitación influye directamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020*, tiene como objetivo específico N°1 *Determinar en qué medida la capacitación influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020*.

En base al objetivo específico N°1 se planteó la primera hipótesis específica, la cual tiene como resultado en base a nuestro análisis estadístico, mediante el software SPSS una correlación positiva baja entre la variable independiente exportación y la variable dependiente capacitación. En otras palabras, las capacitaciones influyen en menor medida a las exportaciones de demás suéteres y guantes de lanas o pelos finos de las Mypes de Cusco en el Periodo 2017 – 2020.

Los antecedentes mencionados en el subcapítulo 1.2 aportaron al desarrollo de la validación de la hipótesis mencionada. Entre estos antecedentes podremos mencionar a los siguientes autores. De acuerdo con Bardales (2019), dentro de la variable factores del emprendedor, se puede evidenciar que la dimensión capacitación o el grado de instrucción que se forjaron los empresarios expresa una relación con el grado de internacionalización de las Mypes, ya que a mayor nivel del aprendizaje adquirido mayor es la probabilidad de realizar ventas a mercados extranjeros

Asimismo, el nivel educativo ejerce un papel importante para el empresario que desea internacionalizar sus productos al exterior, ya que les permite lograr se autosostenible en el

tiempo y mucho más competitivas al poder desarrollar estrategias adecuadas a su público objetivo.

Por otro lado, Aguilar y Bastidas (2018), indican que la variable programa de capacitación es sumamente importante para los microempresarios de la región Junín, ya que la mayoría de estos carecen de conocimientos empresariales que hoy en día las empresas requieren, pues el contar con conocimientos brinda nuevas oportunidades, es así que temas como los tratados de libre comercio que brindan preferencias arancelarias y la reducción de barreras no arancelarias facilita al ingreso de nuevos mercados.

Los autores concuerdan que gestionar la capacidad intelectual es una variable importante y básica al querer ingresar al mercado internacional, ya que se obtienen beneficios sustentables, como el ser competitivos en una era globalizada y cambiante.

Abanto y Gómez (2020), mencionan que la capacitación es una dimensión dentro de su variable factores que está relacionada con el desempeño exportador de las micro y pequeñas empresas en Lima. Así mismo, la capacitación para el personal es considerada una herramienta de competitividad, pues los colaboradores de las empresas necesitan tener conocimientos actualizados en relación con nuevas normas del mercado y otros aspectos considerados relevantes para una eficiente y eficaz internacionalización de sus empresas.

En el *paper* redactado por Mota, Moreira & Alves (2021), los programas de promoción de exportación o como indican en PPE están destinadas a mejorar el desempeño exportador, lo que influye en un ayuda, pues también aporta al aumento de las exportaciones de un país. Los PPE son favorables para las empresas, pues mejora el proceso de exportación y produce un efecto positivo en la actividad exportadora.

Farfán, Palomino y Ruiz (2018), aluden que los programas de capacitación en materia de exportación afectan de manera exponencial los envíos internacionales. Estos programas que también en muchos casos incluyen preparación académica hacia los empresarios les permiten desarrollar habilidades de negociación. Por otro lado, Huancahuari (2019) también menciona acerca de la importancia de los programas de capacitación para la internacionalización, en su investigación habla acerca de la Ruta Exportadora, la cual contribuye con asistencia técnica y capacitaciones.

Por otro lado, Alvarado y Ballarte (2020), menciona que la capacitación está ligada al factor de tecnología y calidad, puesto que la mano de obra dentro de las entidades debería especializar a sus colaboradores en materia de dichos factores y dar a conocer a profundidad el desarrollo de una mejor calidad en las prendas generando mayor ventaja competitiva. Asimismo, Casafranca (2016) menciona también que las capacitaciones representan un crecimiento para las Mypes y otorgan mayor rentabilidad para la empresa, sin embargo, la capacitación también debe dirigirse hacia las actividades productivas y comerciales.

En cuanto a algunas investigaciones internacionales Álvarez, et. al 2012 menciona cómo las empresas que se acogen a los servicios de promoción a las exportaciones (EPS) impulsados por el Gobierno tienen un mejor desempeño exportador. Gentu y Kotabe, en su investigación también aluden a los programas de investigación y su relevancia para el desarrollo de las exportaciones, los autores realizan un mayor enfoque hacia la asistencia técnica y apoyo en ferias internacionales, los procesos de exportación y la documentación necesaria.

En la región de Cusco, las Mypes reciben constantes capacitaciones por parte de entidades como Mincetur, Gercetur y Cite Textil, los cuales tienen programas que impulsan el desarrollo exportador, realizando diversas actividades tales como el apoyo en ferias,

proporcionando información sobre investigación de mercados internacionales e incluso brindando en algunos casos asistencia técnica y apoyo con certificaciones.

Con los resultados que se obtuvo de las respuestas que nos brindaron los expertos en las entrevistas durante la fase cualitativa, se recogieron las siguientes afirmaciones que refuerzan la validación de la hipótesis capacitación:

“Gracias a las capacitaciones, se trabajó con mayor cantidad de mercados, con la oferta, a través de las promociones que vamos haciendo y se incrementó el número de empresas exportadoras de la región Cusco.” (Bejarano, 2021)

“Existe relación entre las Mypes que acudieron a programas de capacitación con el incremento de la cantidad exportada, ya que te ayuda a conocer y contar con experiencia práctica” (Gonzales, 2021)

“Es necesario tener aliados estratégicos personales que estén siempre capacitados” (Callañaupa, 2021)

“El hecho de tener la oportunidad de acceder a la información o saber de qué puedo manejar documentos aduaneros o puedo acogerme a un drawback, hace que las Mypes exportadoras tengan un mejor resultado porque puedes guiarte de empresas que ya lo lograron” (Flores, 2021)

“Las Mypes tienen y están obligadas a capacitar a su personal, quienes van a tener el tema de la exportación”. (Flores Encalada, 2021)

Entre otros mencionados, cabe destacar también lo citado por (Álvarez, 2021), en la que señala que hubo capacitaciones continuas por parte de MINCETUR, con el objetivo de ver nuevos mercados internacionales, tendencias y logística. También menciona sobre la importancia de que las capacitaciones se destaquen más por la calidad que por la cantidad. Por otro lado, (Flores, 2021), señala que el haber recibido capacitaciones de ciertas entidades fue una oportunidad de crecimiento, ya que se crea un modelo de capacitación basado en otras empresas exportadoras que tuvieron éxito.

Según lo mencionado, se busca hallar la asociación que existe entre las variables "exportaciones" y "capacitación", la cual previamente se comprobó la normalidad de los

datos, mediante la prueba estadística Shapiro Wilks y se confirmó la hipótesis a través de la prueba estadística Rho de Spearman.

Paso 1: Normalidad de la dimensión “Capacitación” y la variable “Exportaciones”

A continuación, se presenta la tabla 48 con la prueba de normalidad de la dimensión “Capacitación” y la variable “Exportaciones”, donde se tiene que el P. Valor para ambas variables son menores a 0.05; por tanto, se dice que los datos no se comportan de manera normal.

Tabla 48. Prueba de normalidad: “Capacitación” y “Exportaciones”.

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Capacitación	0.248	32	0.000	0.854	32	0.001
Exportaciones	0.284	32	0.000	0.811	32	0.000

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Paso 2: Planteamiento de la Hipótesis específica 1

H0: La capacitación no influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017-2020.

Ha: La capacitación influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017-2020.

Paso 3: Prueba estadística

De acuerdo al “Paso 1”, los datos no se comportan de manera normal, es así que se presenta la tabla 49 con el resultado estadístico de la prueba Rho de Spearman, donde se tiene que el valor Sig. (Bilateral) es menor a 0.05; por tanto, se cumple la regla 1 establecido para el “Paso 3”, entonces se rechaza la H_0 y se acepta la H_a , indicando que: La capacitación influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Tabla 49. Prueba estadística Rho de Spearman para la validación de la hipótesis específica 1.

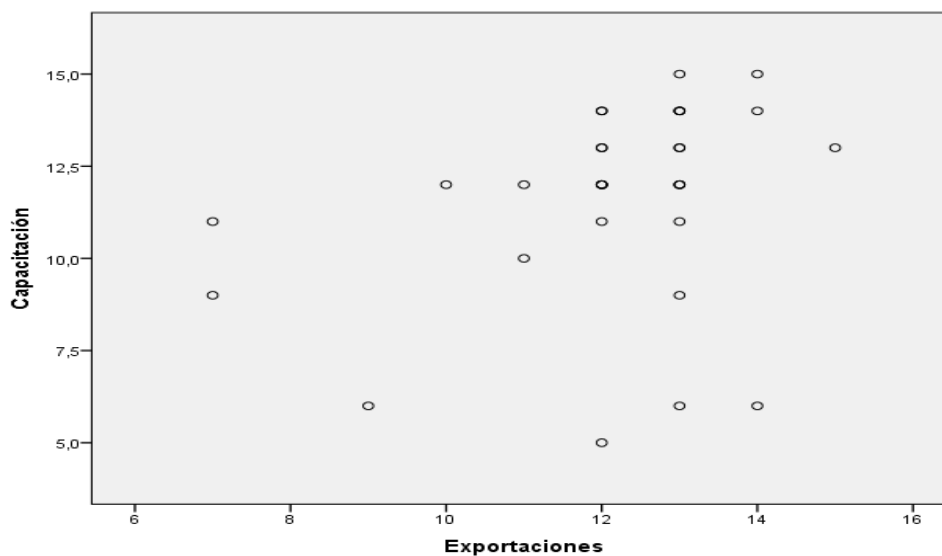
		Capacitación	Exportaciones
Rho de Spearman	Capacitación	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,377*
		N	32
	Exportaciones	Coeficiente de correlación	,377*
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	32

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Paso 4: Análisis del grado de correlación entre la dimensión “Capacitación,” y la variable “Exportaciones”.

De la tabla 49 se tiene que la correlación entre la dimensión: “Capacitación” y la variable “Exportaciones” es de 0.377, de acuerdo con la escala de rangos de correlación especificado en la tabla 45 se tiene que se encuentra entre los rangos 0.20 y 0.39, lo cual indica que existe una correlación positiva baja entre “Capacitación” y “Exportaciones”, lo cual se evidencia en el gráfico de dispersión presentado en la figura 58.

Figura 63. Gráfico de dispersión entre la dimensión “Capacitación” y la variable “Exportaciones”.



Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente en la parte de la estadística descriptiva, el 51.53% de los encuestados indicaron estar de acuerdo que las negociaciones cerradas se derivan de una buena capacitación de comercio exterior (ítem 10). El 56.25% de encuestados indicaron estar de acuerdo que las Mypes deben asistir a capacitaciones de comercio exterior (ítem 11). El 43.75% de encuestados está de acuerdo que se invierten lo necesario en capacitación para que su empresa realice exportaciones exitosas (ítem 12).

Con lo descrito anteriormente se puede evidenciar que existe una relación positiva baja entre la variable exportación y la variable determinante con relación a la dimensión capacitación, ya que algunos de empresarios entrevistados indicaron que falta actualización

5.1.1.2 Análisis del Objetivo y Validación de la Hipótesis N°2

La segunda hipótesis específica, *La tecnología influye directamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.*, tiene como objetivo específico N°2 *Determinar en qué*

medida la tecnología influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

En base al objetivo específico N°2 se planteó la segunda hipótesis específica, la cual tiene como resultado en base a nuestro análisis estadístico, mediante el software SPSS una correlación positiva moderada entre la variable independiente exportación y la variable dependiente determinantes, dimensión tecnología. En otras palabras, la tecnología influye en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lanas o pelos finos de las Mypes de Cusco en el Periodo 2017 – 2020.

Según lo detallado en los antecedentes epistemológicos, se puede nombrar a los siguientes autores que aportaron a la validación de la hipótesis específica N° 2. Bardales (2019) afirma que las capacitaciones en manejos de nuevas tecnologías cumplen un rol importante, ya que estas influyen al internacionalizarse debido a que los colaboradores tienen un manejo de adecuado de la maquinaria y por lo tanto se optimizan los tiempos de entrega de las mercaderías la hacer un uso óptimo de los recursos tecnológicos.

Vicente (2019), indica que la tecnología en las Mypes es importante para el crecimiento y desarrollo, debido al beneficio y ventajas competitivas que producen al momento de la internacionalización . Además, indican que es fundamental que se incorpore un proceso de automatización, la cual permite a las Mypes tomar decisiones en el momento o circunstancia inmediatas, ya que estas optimizan costos y mejoran los procesos.

Contreras & Toscano (2021), detallan que la tecnología cumple un rol importante en la internacionalización, pues se optimizan procesos, disminuye costos, de tal forma ayuda al crecimiento sostenido de las pequeñas y medianas empresas textiles y que a su vez obtengan muchos más beneficios. Del mismo modo, la tecnología aporta al incremento del

volumen exportado, pues facilita, agiliza la producción y repercute en que los despachos sean atendidos en los tiempos establecidos en los contratos

Carvache Et al (2018), observo que las pymes invierten en tecnología con la finalidad de mejorar las plantas de producción, ya que el hacerlo aumenta los niveles de producción, la calidad de los productos. Además, la tecnología es un factor interno que aporta ventajas competitivas en la temprana internacionalización.

Farfán Et al (2018) mencionan que para una mejora tecnológica la renovación de máquinas es un aspecto fundamental, así como la automatización de procesos, puesto que mejora la cantidad producida, generando mayores niveles en la capacidad de producción. Por otro lado, Espinoza & Maier (2020), mencionan que en el proceso de producción toda tecnología adquirida se debe tener en cuenta la satisfacción del cliente priorizando de esta manera la calidad en las prendas.

Benavides, Ibujés (2017), especifica que la tecnología juega un rol fundamental para las exportaciones incrementando su competitividad, asimismo guarda relación con la productividad que tiene la empresa y genera mayor eficiencia y eficacia reduciendo los tiempos de entrega del producto. Nicolás (2014) por su parte señala lo importante que es incluir nuevas tecnologías dentro de los procesos para incrementar un mejor desempeño en las operaciones de la empresa, asimismo se considera que la tecnología depende también de la experiencia que tenga la empresa y de la demanda que maneje.

Por su parte, Abdou, Pointon y Serra (2012) mencionan también que la tecnología es importante para generar una temprana internacionalización, puesto que se cuenta con mejores condiciones para ingresar al mercado y están más propensas a exportar de manera exitosa.

En base a los resultados obtenidos en las entrevistas a los expertos, se pudo reforzar la validar la hipótesis. Alguna de las afirmaciones que mencionan son las siguientes:

“La automatización de los procesos reduce costos y, también, reduce personal (Bejarano,2021)

“La automatización es necesaria actualmente, porque la competencia también es de China, por ejemplo, este tiene capacidad de producción alta y nosotros necesitamos también estar igual que ellos, en competencia de tecnología y producción” (Caya, 2021)

“De un tiempo a esta parte han ido incrementando digamos en el número de máquinas galga que tenía dos máquinas ahora tienen ocho o nueve, eso les ha permitido un poco incrementar la producción” (Valdivia2021)

“Renovarnos con máquinas que produzcan mayor cantidad al menor tiempo y sí ayudaría que la exportación sea mayor”. (Flores Encalada, 2021)

“Influyen en las exportaciones comprar o adquirir maquinarias nuevas, porque tienes más opción de que abaratar costos y estas con las nuevas tecnologías ya se puede sacar diseños o puntos u otros tipos de tela y es importante, uno tiene que cambiar y estar siempre con la tecnología”. (Callañaupa,2021)

Asimismo, cabe resaltar algunas citas que también fueron imprescindibles para la investigación, entre estas (Álvarez, 2021) señala que en Cusco no existen muchos técnicos que manejen máquinas más complejas, asimismo, menciona que aún falta automatización en muchas empresas en el sector. (Flores Encalada, 2021) también menciona que el tejido artesanal es el más característico en algunos mercados internacionales, por lo que las empresas deberían innovar en este tipo de producción.

Luego de analizar la fase cualitativa y determinar la asociación existente entre la variable “exportación” y los “determinantes”, en la dimensión tecnología se comprobó la relación cualitativa mediante el programa estadístico SPSS. Es así como previamente se comprobó la normalidad de los datos, mediante la prueba estadística Shapiro Wilks y se confirmó la hipótesis a través de la prueba estadística Rho de Spearman.

Paso 1: Normalidad de la dimensión “Tecnología” y la variable “Exportaciones”

A continuación, se presenta la tabla 50 con la prueba de normalidad de la dimensión “Tecnología” y la variable “Exportaciones”, donde se tiene que el P. Valor para ambas variables son menores a 0.05; por tanto, se dice que los datos no se comportan de manera normal.

Tabla 50. Prueba de normalidad: “Tecnología” y “Exportaciones”.

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Tecnología	0.309	32	0.000	0.784	32	0.000
Exportaciones	0.284	32	0.000	0.811	32	0.000

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Paso 2: Planteamiento de la Hipótesis específica 2

H0: La Tecnología no influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017-2020.

Ha: La Tecnología influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Paso 3: Prueba estadística

De acuerdo al “Paso 1”, los datos no se comportan de manera normal, es así que se presenta la tabla 51 con el resultado estadístico de la prueba Rho de Spearman, donde se tiene que el valor Sig. (Bilateral) es menor a 0.05; por tanto, se cumple la regla 1 establecido para el “Paso 3”, entonces se rechaza la Ho y se acepta la Ha, indicando que: La Tecnología influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Tabla 51. Prueba estadística Rho de Spearman para la validación de la hipótesis específica 2.

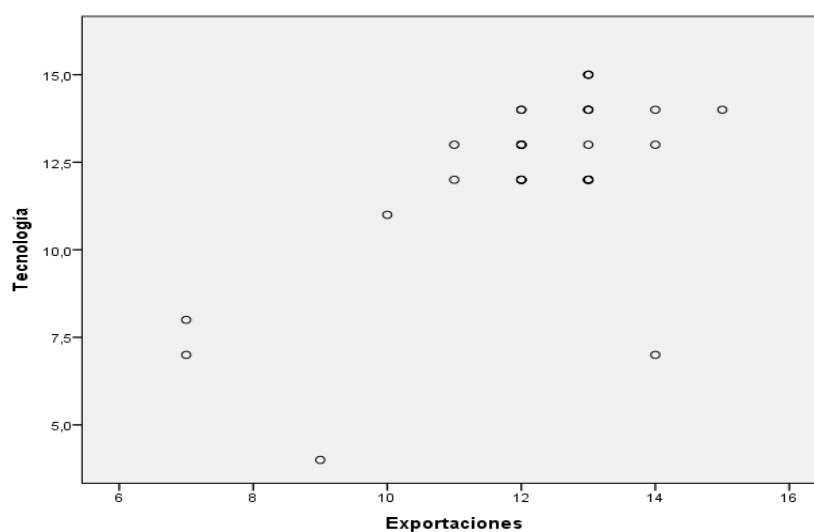
		Tecnología	Exportaciones
Rho de Spearman	Tecnología	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,453**
		N	32
Exportaciones	Coeficiente de correlación	,453**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.009
		N	32

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Paso 4: Análisis del grado de correlación entre la dimensión “Tecnología,” y la variable “Exportaciones”.

De la tabla 51 se tiene que la correlación entre la dimensión: “Tecnología” y la variable “Exportaciones” es de 0.453, de acuerdo con la escala de rangos de correlación especificado en la tabla 45 se tiene que se encuentra entre los rangos 0.40 y 0.69, lo cual indica que existe una correlación positiva moderada entre “Tecnología” y “Exportaciones”, lo cual se evidencia en el gráfico de dispersión presentado en la figura 59.

Figura 64. Gráfico de dispersión entre la dimensión “Tecnología” y la variable “Exportaciones”.



Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la parte de estadística descriptiva, el 59.38% de los encuestados indicaron estar de acuerdo que renovar maquinaria incrementa el volumen de las exportaciones (ítem 7). El 56.25% de encuestados indicaron estar de acuerdo que la automatización de procesos, producto de nuevas tecnologías, reduce costos de producción en sus exportaciones (ítem 8). El 50.00% de encuestados está de acuerdo que la capacitación de los colaboradores para un uso adecuado de nuevas tecnologías es importante s (ítem 9).

Con lo descrito anteriormente se puede evidenciar que existe una relación positiva baja entre la variable exportación y la variable determinante con relación a la dimensión tecnología.

5.1.1.3 Validación de Objetivos e Hipótesis Específica N°3

La primera hipótesis específica, *La calidad influye directamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.*, tiene como objetivo específico N°1 *Determinar en qué medida la calidad influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.*

En base al objetivo específico N°3 se planteó la tercera hipótesis específica, la cual tiene como resultado en base a nuestro análisis estadístico, mediante el software SPSS una correlación positiva baja entre la variable independiente exportación y la variable dependiente determinantes, dimensión calidad. En otras palabras, la calidad influye en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lanas o pelos finos de las Mypes de Cusco en el Periodo 2017 – 2020.

En referencia a lo mencionado en los antecedentes nacionales e internacionales, los siguientes autores aportaron a la validación de la hipótesis específica N° 3

Flores & Mendoza (2021) afirman que la calidad es considerada un factor competitivo de éxito, ya que está asociada a la percepción del consumidor hacia el producto y significa una aceptación positiva hoy en día en el mercado internacional. Se puede precisar que como consecuencia de la calidad en los productos se dé la posibilidad de que se aseguren compras a futuros.

Jauregui & Ramírez (2021), mencionan que los estándares y certificaciones de calidad son fundamentales e influyen en las exportaciones de las empresas. En cuanto a las certificaciones, estas garantizan la calidad de un producto y brinda un valor diferencial en comparación de otras que no cuentan con ellas. Adicional, aporta valor el contar con estas certificaciones en un mercado internacional cada vez más exigente.

Por otro lado, en la tesis desarrollada por Espinoza y Maier (2020), se menciona que uno de los determinantes más valorados por el cliente es la calidad, para ello es fundamental contar con certificaciones, puesto que se genera una mayor confianza para los clientes y también un mayor acceso a diferentes mercados. Asimismo, la calidad es fundamental para lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

Huamán (2019), señalan lo importante que es desarrollar una cultura de calidad pues esta está orientada a la satisfacción, necesidades y expectativas del cliente, sin embargo, para mantener a largo plazo, se requiere de compromiso por la alta dirección y la integración de todo el personal. Asimismo, se menciona sobre la certificación ISO 9001 el cual es uno de los referentes de calidad más importantes se centra en los procesos, fabricación, calificación a proveedores y satisfacción al cliente.

Espinoza y Maier (2020), en cuanto a calidad señalan que esta determinante cumple un rol fundamental en las exportaciones puesto que los mercados son exigentes en cuanto a las especificaciones, las cuales se sustentan mediante las certificaciones de calidad, dichas

certificaciones brindan a la empresa el posicionamiento adecuado generando confianza en los clientes. De igual manera, Contreras & Toscano (2021), señalan acerca de la exigencia en los mercados internacionales y lo importante que es cumplir con determinados parámetros de calidad e investigar las exigencias del cliente en dicho mercado.

Nicolás (2014), menciona que la calidad es un factor estratégico para la internacionalización, asimismo genera competitividad, puesto que se enfoca en la satisfacción del cliente lo cual proporciona ventaja competitiva. Asimismo, el autor señala acerca de la importancia de las certificaciones de calidad para la actividad exportadora.

Algunas afirmaciones citadas de nuestros expertos entrevistados son los que se mencionan a continuación y refuerzan la validación de la hipótesis.

“Una certificación de calidad incrementa su posibilidad de aumentar tu flujo de clientes, porque te hace productivo” (Flores 2021)

“La fidelidad de sus clientes, ya que al ser los mismos compradores siguen produciendo y generar los volúmenes de exportaciones. Me atrevería a decir que la confianza que tiene con ese tipo de clientes que no se rompe”.(Valdivia, 2021)

“La calidad depende de la cantidad de fibra de la alpaca (Bejarano, 2021)

“Este tipo de material empezó a tener reconocimiento por su calidad, finura y adaptación de estos a la temperatura corporal de quien lo usa. Además de ser muy cómodo” (Romaní, 2021)

Entre otros análisis expuestos por diversos entrevistados también es importante destacar el aporte de (Álvarez, 2021), quien señala que una de las certificaciones importantes es la ISO 9001 y la del Comercio Justo. Sin embargo, para el acceso a estas certificaciones tiene un proceso complejo que hace que los costos de las prendas encarezcan. (Flores Encalada, 2021) Menciona acerca de la importancia del acabado de las prendas, pues estas para ser enviadas deben tener un acabado impecable.

Paso 1: Normalidad de la dimensión “Calidad” y la variable “Exportaciones”

A continuación, se presenta la tabla 52 con la prueba de normalidad de la dimensión “Calidad” y la variable “Exportaciones”, donde se tiene que el P. Valor para ambas variables son menores a 0.05; por tanto, se dice que los datos no se comportan de manera normal.

Tabla 52. Prueba de normalidad: “Calidad” y “Exportaciones”.

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad	0.312	32	0.000	0.805	32	0.000
Exportaciones	0.284	32	0.000	0.811	32	0.000

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Paso 2: Planteamiento de la Hipótesis específica 3

H₀: La Calidad no influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

H_a: La Calidad influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Paso 3: Prueba estadística

De acuerdo al “Paso 1”, los datos no se comportan de manera normal, es así que se presenta la tabla 53 con el resultado estadístico de la prueba Rho de Spearman, donde se tiene que el valor Sig. (Bilateral) es menor a 0.05; por tanto, se cumple la regla 1 establecido para el “Paso 3”, entonces se rechaza la H₀ y se acepta la H_a, indicando que: La Calidad influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Tabla 53. Prueba estadística Rho de Spearman para la validación de la hipótesis específica 3.

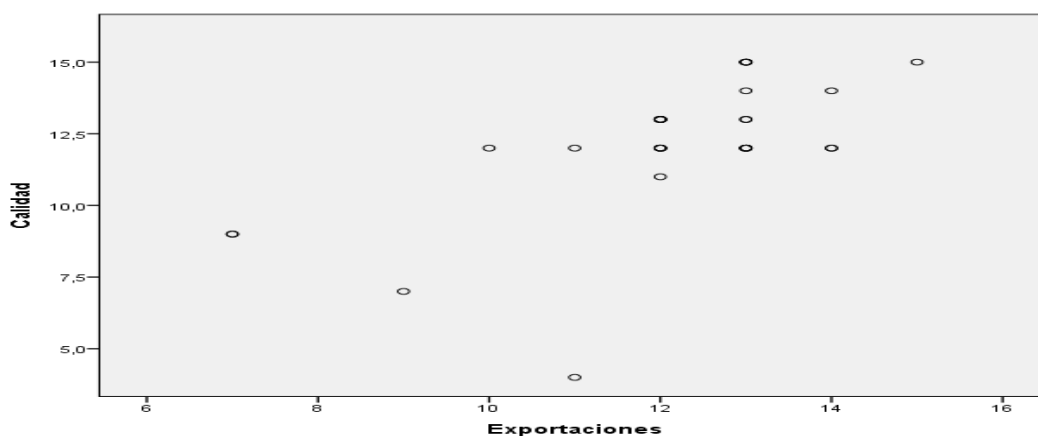
			Calidad	Exportaciones
Rho de Spearman	Calidad	Coefficiente de correlación	1.000	,563**
		Sig. (bilateral)		0.001
	N		32	32
	Exportaciones	Coefficiente de correlación	,563**	1.000
Sig. (bilateral)		0.001		
N		32	32	

Fuente: SPSS. Elaboración propia.

Paso 4: Análisis del grado de correlación entre la dimensión “Calidad,” y la variable “Exportaciones”.

De la tabla 53 se tiene que la correlación entre la dimensión: “Calidad” y la variable “Exportaciones” es de 0.563, de acuerdo con la escala de rangos de correlación especificado en la tabla 45 se tiene que se encuentra entre los rangos 0.40 y 0.69, lo cual indica que existe una correlación positiva moderada entre “Calidad” y “Exportaciones”, lo cual se evidencia en el gráfico de dispersión presentado en la figura 60.

Figura 65. Gráfico de dispersión entre la dimensión “Calidad” y la variable “Exportaciones”.



Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la parte de estadística descriptiva, el 65.63% de los encuestados indicaron estar de acuerdo que las certificaciones de calidad obtenidas por su empresa

influyen en las exportaciones (ítem 4). El 56.25% de encuestados indicaron estar de acuerdo que la mejora continua en los productos aporta al incremento de las exportaciones. (ítem 5). El 53.13% de encuestados está de acuerdo que la calidad es un factor diferencial frente a los clientes extranjeros (ítem 6).

Con lo descrito anteriormente se puede evidenciar que existe una relación positiva moderada entre la variable exportación y la variable determinante con relación a la dimensión calidad.

Finalmente, tras haber analizado el marco teórico, bases teóricas, antecedentes epistemológicos y la información obtenida por las entrevistas semiestructuradas realizadas a nuestros expertos en el tema para la fase cualitativa y los resultados obtenidos mediante la prueba estadística Rho de Spearman, se confirma que existe una relación positiva entre la variable “dependiente” exportación y la variable independiente “determinantes” en sus dimensiones calidad, capacitación y tecnología. Dando por validada el objetivo e hipótesis general y los objetivos específicos e hipótesis específicos.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

En el siguiente capítulo se detallaron las conclusiones obtenidas del resultado de la investigación que se llevó a cabo acerca de los determinantes que influyeron de forma positiva en las exportaciones de suéteres y guantes en los periodos del 2017 al 2020. Cabe precisar que para el desarrollo de este capítulo se tomó en consideración los resultados de la fase cualitativa y cuantitativa de la presente tesis. A continuación, se presentarán las conclusiones por cada uno de los objetivos propuestos.

En cuanto a la hipótesis general, se pudo corroborar una correlación positiva moderada entre la capacitación, tecnología y calidad como determinantes que influyen positivamente en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020, ya que el resultado obtenido mediante la prueba de Rho de Spearman es de 0.501. En cuanto al análisis estadístico también se pudo determinar que el 78,13% de las Mypes encuestadas consideró que la tendencia del valor FOB en las exportaciones incrementó.

Cabe precisar que la Mypes exportaras de la región del Cusco al tener conocimiento de la demanda y valoración que el mercado extranjero tiene hacia sus prendas de vestir elaborada con fibras de alpaca ha visto una oportunidad en incrementar sus volúmenes de exportaciones, logrando en cada proceso eficiencia y eficacia. Es así como las dimensiones calidad, capacitación y tecnología en su correcta aplicación ha aportado en la oferta exportable.

Esto sin duda comprueba lo que Ortega & Espinosa (2015), describe en su “Plan de internacionalización empresarial Manual práctico” en donde refiere que las micro, pequeñas y medianas empresas tienen como limitante la falta de recursos y planificación en sus

actividades, las cuales deben ser resueltas para dar impulso a sus exportaciones. (Ortega & Espinosa, 2015),

En cuanto a lo mencionado por Purkayastha, Kumar & Gupta (2021), se afirma que los mercados emergentes tienen apoyo de las instituciones gubernamentales quienes las apoyan a cambiar la orientación volviéndolas mucho más capaces al momento de gestionar sus operaciones al exterior (Purkayastha, Kumar & Gupta, 2021).

Con respecto a la hipótesis específica 1, se tuvo como resultado que la determinante capacitación tuvo una relación positiva con las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020. Las capacitaciones se brindan principalmente mediante programas dirigidos por diversas entidades del Estado como GERCETUR, PROMPERÚ y Cite Textil Camélidos Cusco. En cuanto al análisis estadístico, el 56,25% de Mypes señalaron que es fundamental asistir a capacitaciones en materia de comercio exterior.

Es sin duda la capacitación una determinante que se relaciona considerablemente con el modelo Uppsala, ya que esta menciona como las pequeñas y medianas empresas logran la internacionalización de forma gradual gracias al compromiso y su capacidad de aprendizaje. Al ser la capacitación indispensable para hacer frente a la demanda internacional por los conceptos, procesos entre otros de la internacionalización. Se concluye que lo afirmado por Aguilar & Bastidas (2018) que los programas de capacitación brindados por el gobierno aportan en gran medida a realizar mejores procesos de internacionalización.

Por otro lado, en cuanto a la hipótesis específica 2, se pudo concluir que la tecnología influyó de manera positiva en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020, en los resultados se obtuvo una correlación positiva moderada. Esto se debe principalmente que entre las Mypes

aún falta un mayor desarrollo tecnológico, sin embargo, la automatización de los procesos mediante nuevas tecnologías podría reducir los costos de producción.

Tal como señala Farfán, Palomino y Ruiz (2018), una de las limitantes para la internacionalización de pequeñas empresas es la falta de tecnología. Además, los autores mencionan que la tecnología hace a las pequeñas empresas más innovadoras y competitivas. En cuanto a lo mencionado por Vicente (2019) se afirma que la renovación gradual de las máquinas que se emplean en el proceso de producción es un factor diferencial en relación con la reducción de costos al automatizar o industrializar los procesos, estos ayudan a que las Mypes se consoliden en el mercado.

Finalmente, para la hipótesis específica 3, se concluye que la determinante calidad tuvo una correlación positiva moderada en cuanto a las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020; esto debido principalmente a la calidad que demuestra la fibra de alpaca en sus acabados y también de las certificaciones con las que cuenta las prendas, pues garantiza confiabilidad. En cuanto al análisis estadístico, el 65.63% indicaron que las certificaciones obtenidas por sus empresas influenciaron de manera positiva en las exportaciones.

Con relación a lo investigado por Jauregui & Ramírez (2021), la determinante calidad se validada con lo mencionado por los autores, ya que tanto en la investigación de campo se determinó que los estándares de calidad y certificaciones son elementos importantes que influyen en las exportaciones y garantizan calidad en el producto. Asimismo, brindan credibilidad al cliente satisfaciendo sus exigencias y necesidades en un mercado internacional riguroso. Por otra parte, Nicolas (2014) indica que la calidad es un determinante estratégico clave para la competitividad, enfocada en la satisfacción del cliente, obtención de una ventaja competitiva sostenible y capacidades organizacionales.

6.2 Recomendaciones

Luego de obtener los resultados en base a la investigación de la teoría y análisis de las entrevistas a nuestros principales actores claves y encuestas a nuestra muestra, se planteó recomendaciones para los futuros investigadores, entidades gubernamentales y Mypes exportadoras.

Para futuros investigadores

En base a los resultados obtenidos de las entrevistas, se recomienda analizar la variable “tecnología de la información”, debido al impacto que tendrán las nuevas generaciones en la gerencia, ya que estas tendrán un enfoque académico profesional en la administración de las operaciones de internacionalización en las Mypes exportadoras cusqueñas. Del mismo modo sería interesante analizar el impacto de la innovación en los procesos gerenciales y de producción hasta la fase final de la exportación.

Por otro lado, investigar como la sucesión de mando familiar de las nuevas generación impacta en el proceso de internacionalización de las Mypes exportadoras del sector textil y confecciones en la región del Cusco , ya que según lo analizado son los hijos de empresarios quienes están iniciando a asumir la administración de las empresas.

Para las Entidades Gubernamentales

Luego de haber analizado instrumentos de recolección de datos para los enfoque cualitativos y cuantitativos se recomienda a las entidades del Estado que las capacitaciones que se brinden tengan un mayor enfoque hacia las nuevas tendencias en diseños de moda, beneficios de la asociatividad en las exportaciones y marco legal, ya que muchos de los empresarios tienen como referencia que las capacitaciones brindadas por el estado no innovadoras en temas de tendencia y serviría para incrementar la oferta exportables.

Por otro lado, podría ser recomendable se actualicen los reportes de su página web sobre oportunidades en el mercado internacional de exportaciones en los productos elaborados de pelos finos. Actualmente Promperú cuenta con reportes publicados en su portal web, sin embargo, no se muestra la totalidad de los reportes hacia diferentes países que se exportan. Dicha información se tiene que solicitar mediante el portal web de transparencia. Repotenciar su portal web con la finalidad que se encuentre información anualizada de los reportes sería beneficioso.

Asimismo, se podría realizar capacitaciones y asistencia técnica en donde todas las entidades de la región del Cusco trabajen de forma articulada para mejorar la oferta exportable de la región y puedan identificar de forma óptima las deficiencias que tienen las empresas. Tales como el entablar negociaciones para que las empresas puedan asociarse con la finalidad de poder concretar ventas de gran volumen que favorecían a la exportaciones no solo de sector textil y confecciones, si no de la región.

Para las Mypes exportadoras

Se recomienda a las Mypes exportadoras en el sector textil que en ocasiones donde el volumen exportable supere su capacidad productiva, puedan asociarse para cumplir con la demanda exigida en los mercados internacionales y de esta manera concretar volúmenes de exportaciones que no lograrían llevar a cabo de manera individualista. Los beneficios obtenidos aplicarían para quienes se asocien

Por otro lado, el controlar la tasa de rotación de los colaboradores sería sumamente importante, ya que una de las deficiencias encontradas es que al trabajador no se le brinda la seguridad de trabajar por plazos determinados, provocando que el colaborador decida retirarse de la empresa en búsqueda de mejores beneficios provocando deficiencias en los procesos,

aumento de costos por personal y en casos más extremos paralización de la producción para ordenes de compra.

6.3 Hallazgos

Aún se mantiene el método tradicional de elaboración de prendas, sin embargo, la automatización de procesos y la implementación de tecnologías más avanzadas permiten que los niveles de producción sean más elevados, por lo que se podría incrementar las ventas en el extranjero y reducir costos, del mismo modo se requiere de mano de obra calificada para el manejo de estas nuevas tecnologías, la cual aún en el sector de Cusco es escasa. Por lo que se recomienda a las entidades crear un programa en el cual sin descuidar la mano de obra existente se genere capacitaciones en el uso de nuevas tecnologías.

Muchas veces el acceso a certificaciones es muy complejo, además que algunas empresas aún no son conscientes de la importancia de una certificación que avale la calidad de sus productos, por lo que se deberían crear programas que incentiven el manejo de certificaciones, así como impulsar la facilidad de acceso a estas.

En la región de Cusco, para el sector textil aún faltan especialistas en diseño de moda y escuelas que enseñen sobre esta materia, según (Álvarez, 2021), menciona que los productores y transformadores copian otros modelos similares, sin embargo, las prendas tendrían un mayor valor agregado si se capacitase más a la mano de obra en estos aspectos.

REFERENCIAS

Abanto & Gómez (2020). Factores que influyen en las exportaciones de prendas y complementos de vestir de punto para bebés de las Mipymes de Lima Metropolitana: Formalización, Capacitación, Innovación y Financiamiento, durante el periodo 2015-2019 [Tesis De Licenciatura, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC <http://hdl.handle.net/10757/653367>

ADEX (2021, 10 de octubre) Ranking de exportaciones del subsector prendas de vestir en la región del Cusco. Recuperado el 10 de octubre de 2021 de t.ly/llKQ

Adex (2021, 10 de octubre). Guantes, mitones o manoplas de puntos lana o pelo fino. Recuperado el 10 de octubre de 2021 de t.ly/DByA

Adex (2021, 10 de octubre) Demás Suéteres (Jersey) de puntos, de las demás lanas o pelos finos. Recuperado el 10 de octubre de 2021 de t.ly/YD3V

AFP HABITAT (2021, 26 de febrero). Habilidades Duras: ¿Qué Son Y Cuáles Son Buscadas?. Recuperado el 10 de octubre de 2021 de t.ly/KW3u

Aguilar & Bastidas (2018). Relación de los programas de Capacitación en la Gestión Empresarial de las Mypes Exportadoras del Sector Textil Localizadas en la Región Junín 2017”, Año 2018 [Tesis De Licenciatura, Universidad DE ROOSEVELT]. Repositorio Académico Universidad de ROOSEVELT. <http://repositorio.uroosevelt.edu.pe/handle/ROOSEVELT/116>

Albujur, Janampa, Odar & Osorio (2008). Sistema Nacional de Capacitación para la Mype Peruna. Recuperado [https://www.esan.edu.pe/publicaciones/serie-gerencia-para-el-desarrollo/2008/sistema-nacional-de-capacitacion-para-la-mype-peruana/..](https://www.esan.edu.pe/publicaciones/serie-gerencia-para-el-desarrollo/2008/sistema-nacional-de-capacitacion-para-la-mype-peruana/)

ALPACA PERÚ (05 de marzo 2018). Concepto e importancia de las Normas Técnicas de la Fibra de Alpaca . Recuperado el 05 de noviembre de 2021 de t.ly/Mugv

Alvarado y Ballarte (2020). Factores determinantes de las exportaciones de aceite de palma: tecnología, capacitación y calidad de la región Ucayali durante el periodo 2013-2018 [Tesis De Licenciatura, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/652731>

Álvarez, G (Comunicación personal, 01 de octubre de 2021) Desempeño de las Mypes exportadoras de prendas de vestir con fibra de alpaca en Cusco

ANDINA (2020) ministro recorre CITE Textil camélidos Cusco._Recuperado el 05 de noviembre de 2021de t.ly/BdYB

ARBAIZA L. (2014). Cómo Elaborar una Tesis de Grado. Editorial.ESAN.

ASCALPE (2021, 05 de agosto). Asociación Civil Alpaca del Perú . Recuperado el 04 de octubre de 2021 de [_t.ly/nAGp](https://t.ly/nAGp)

ASCALPE (2021, 05 de agosto). Características de la fibra de alpaca . Recuperado el 04 de octubre de 2021 de [Recuperado de_t.ly/pwAx](https://t.ly/pwAx).

Bardales (2019), Factores Que Influyen En La Internacionalización En Pymes De Emprendimiento En Etapa Temprana Del Perú En El Año 2015 2019 [Tesis De Licenciatura, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC <http://hdl.handle.net/10757/626296>

Bernal (2010) Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades , ciencias sociales. Repositorio Académico UPC <https://acortar.link/ZkQiG>

Cámara De Comercio Exterior. (2021, 12 de junio). Las Mypes peruanas y la Adopción de Nuevas Tecnologías. Recuperado el 11 de octubre de 2021 de t.ly/NuOD

Cardozo, Chavarro & Ramírez (2007) Teorías de la Internacionalización. 1- 20. Recuperado el 11 de octubre de 2021 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4780130.pdf>

Carlos Poblete¹, J.E. Amorós (2013) Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile 97 – 106 [Paper de investigación]. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v8n1/art10.pdf>

Carrasco S. (2008) Metodología De La Investigación Científica. San Marcos.

Carvache - Franco, O., Frías Castro, C., & Gutiérrez Candela, G. (2018, Julio 15). Incidence of innovation and technology in the competitive development of the small and medium-sized enterprises (PYMES) exporters of Guayas-Ecuador. [Revista de investigación]. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85056700226&origin=inward&txGid=eae2bdf77f4d88811f3c4ffa9101a9d5>

Casafranca (2016), Incidencia Del Financiamiento Y La Capacitación En La Rentabilidad De Las Mypes Del Sector Cafetalero En Las Exportaciones A Través De Cooperativas A Los Mercados De EE. UU. Y Europa, Distrito De Satipo, Año 2015 [Tesis De Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1940>

Castagnino T (2006) *Estándares Internacionales de Calidad y Desempeño Exportador*. [Revista de investigación] <http://www.cei.gov.ar/userfiles/7%20Estandares%20internacionales%20de%20calidad%20y%20desempe%20C3%20B1o%20exportador%20evidencia%20a%20nivel%20firma.pdf>

Cegarra, J. (2012). La Tecnología. Díaz de Santos. Recuperado el 04 de diciembre de 2021 de <https://t.ly/Au2N>

Chiavenato, (2007) *Administración de recursos humanos. Editorial Mcgraw-Hill Interamericana.* [Libro de investigación]
https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf

CITE (2019) Cite textil CAMÉLIDOS AREQUIPA. https://www.itp.gob.pe/nuestros-cite/indumentaria/citetextil_camelidos_arequipa/

Comex Perú (2019, 06 de setiembre) Mype Peruana Internacional: ¿Lista para el reto? Recuperado el 14 de octubre de 2021 de <https://t.ly/P1Q0>

Comex Perú (2020, 30 de abril). Mypes concentra el 70 % del total de empresas exportadoras. Recuperado el 14 de octubre de 2021 de <https://t.ly/tr4c>

Congreso Constituyente Democrático (2013) LEY N.º 30056 de 2013. Recuperado el 05 de octubre de 2021 de <https://t.ly/0Up6>

Contreras & Toscano (2021). Calidad, financiamiento y tecnología como factores que influyen en las exportaciones de camisones y pijamas de punto de algodón para mujeres o niñas de las Pymes de Lima Metropolitana en el periodo 2016-2020 [Tesis De Licenciatura, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/657771>

Daniel J (2018), *Negocios Internacionales.* México, D.F: Mcgraw-Hill Interamericana.

Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013) *Negocio Internacionales.* Pearson

Del Valle Fernández Moreno, Ma.; García-Pardo, Isidro Peña; Perlino, Felipe Hernández (2008) Factores determinantes del éxito exportador. El papel de la estrategia exportadora en las cooperativas agrarias. [Revista de investigación] <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17412307002>

Díaz, D. (2015). Modelos De Internacionalización Para Pymes - Sector Textil (Prendas De Vestir) En Bogotá D.C. (Enmarcados En Born Global Y Uppsala). [Revista de investigación] <https://hdl.handle.net/10901/14449>

El Peruano (2017, 05 de mayo). Ventas al exterior del sector textil se recuperarán este año. Recuperado el 04 de diciembre de 2021 de <https://t.ly/rsTC>

El Peruano (2020, 27 de enero) CUSCO: ITP red CITE se suma a mesa técnica de textiles y artesanías con fines de exportación. Recuperado el 14 de octubre de 2021 de <https://t.ly/LNld>

Espinoza & Maier (2020). Análisis De Los Factores Que Inciden En La Internacionalización De Las Pymes De La Selva Peruana Exportadoras De Cacao En Grano, Durante El Periodo 2009-2019 [Tesis De Licenciatura, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/653620>

Estrada (2018). Certificación de calidad ISO 9001 y su efecto en la competitividad de las empresas del sector textil en Colombia [Ensayo] <http://hdl.handle.net/10654/17051>

FaaL, Musa L; Pakkeerappa, P. (2019, junio) The Relationship Between Government Support Programs and Performance of Small and Medium Enterprises in Gambia [Paper de investigación] <https://www.proquest.com/openview/54d166cc7bde77e298f1e414138f23bb/1?cbl=54457&loginDisplay=true&pq-origsite=gscholar>

FAO (2019, 02 febrero) Certificaciones y Acreditaciones. Recuperado el 24 de diciembre de 2021 de t.ly/KQNZ

Farfán, Palomino Y Ruiz (2019), Análisis De Los Factores Que Inciden En La Exportación De Las Mypes Del Sector Textil-Confecciones: Casos De Estudio: Corporación Stealth, Nevih Plus Size Y Pijamas Rozze Latina Del Emporio Comercial De Gamarra 2019 [Tesis De Licenciatura, Pontificia Universidad Católica Del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/13097>

Flores & Mendoza (2021). Factores que influyen en la exportación de maíz blanco Gigante del Cusco: Calidad, promoción y características de la empresa durante el período 2014 - 2018 [Tesis De Licenciatura, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/655667>

FODA: Matriz o Análisis FODA Una herramienta esencial para el estudio de la empresa. Recuperado de [_https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3206](https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3206) [Consulta: 05 De octubre De 2021]

Gencturk, Esra F; Kotabe, Masaaki (2012, Marzo) The effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation [Revista Científica]. <https://doi.org/10.1509%2Fjmk.9.2.51.19886>

Gestión (2021, 09 de enero). Machu Picchu recibió 447,800 turistas en 2021, solo un tercio que en 2019. Recuperado el 04 de diciembre de 2021 de <https://t.ly/lvTm>

González & Arciniegas (2016) Sistema de Gestión de Calidad. Editorial Eco Ediciones. Recuperado el 04 de diciembre de 2021 de <https://t.ly/MxyS>

Hernández - Sampieri & Mendoza. (2018). Metodología de la Investigación Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa Y Mixta. Editorial Mcgraw-Hill Interamericana.

Hill, c (2011) Negocios internacionales, Recuperado de https://www.academia.edu/30955134/NEGOCIOS_INTERNACIONALES_CHARLES_HILL_8VA_ED [Consulta: 05 De octubre De 2021]

Huamán (2019). Gestión De La Calidad Y La Mejora Continua En Pequeñas Y Medianas Empresas [Tesis De Licenciatura, Universidad Del Callao] <http://hdl.handle.net/20.500.12952/5145>

Huacahuari (2019). La contribución de la Ruta Exportadora a las PYMES textiles exportadoras de Lima Metropolitana en su camino a la internacionalización [Tesis De Licenciatura, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/626292>

Ismail, Md Daud; Isa, Mohd Azwardi Md (2021). Export Performance of SMEs in Emerging Markets: The Role of Market Orientation, Learning and Trust. [Paper de investigación] <https://www.proquest.upc.elogim.com/docview/2604073874/F799E86A48A848F6PQ/16?accountid=43860>

Jauregui & Ramírez (2021). Factores que influyen en las exportaciones de palta HASS de las empresas de la región La Libertad - Perú: características de la empresa, nivel de producción, estándares y certificaciones de calidad en el periodo 2014-2018 [Tesis De Licenciatura, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/655597>

La Cámara (2021) La fibra de alpaca y su demanda internacional. Recuperado de <https://lacamara.pe/la-fibra-de-alpaca-y-su-demanda-internacional/> [CONSULTA: 04 DE DICIEMBRE DE 2021].

M.Ibujés Villacís, J., & Benavides Pazmiño, M. (2018). Contribution of technology to the productivity of small and medium-sized enterprises in the textile industry in Ecuador. Cuadernos de Economía. [Paper de investigación] <https://doi.org/10.1016/j.cesjef.2017.05.002>

Maekawa Miyasato, C. (2013). Internacionalización de las micro y pequeñas empresas (Mypes) textiles. Estudio empírico de las Mypes textiles en Lima Metropolitana. Sinergia e Innovación. [Revista Científica]. <http://hdl.handle.net/10757/334497>

Martínez E. & Martínez F (2009). Capacitación por competencia Principio y Métodos. Recuperado de <https://acortar.link/Va2Kb6> [Consulta: 04 De octubre De 2021]

Méndez, C (2011). Metodología – Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Editorial Limusa. Recuperado de <https://doku.pub/documents/metodologia-de-la-investigacion-carlos-mendez-1pdf-8lyzpjxdoeqd> <https://www.cip.org.pe/publicaciones/2019/mayo/conferencias/tema-4-sr-igor-rojas.pdf> [Consulta: 14 De Octubre De 2021]

MIDAGRI (2021) Perú se mantiene como primer exportador de fibra de alpaca en el mundo por su alta calidad RECUPERADO DE <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/348402-peru-se-mantiene-como-primer-exportador-de-fibra-de-alpaca-en-el-mundo-por-su-alta-calidad> [Consulta: 05 De Octubre De 2021]

Mincetur (2017) Comercio Exterior. Recuperado <https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/> [Consulta: 14 De octubre De 2021]

MINCETUR (2020) PERFIL DE PRENDAS DE ALPACA DEL MERCADO de ESTADOS UNIDOS Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/Estados Unidos/perfiles/15_Perfil_Alpaca/15_Perfil_Alpaca_EEUU6.pdf [Consulta: 12 De noviembre De 2021]

Ministerio De Comercio Exterior. (12 De marzo De 2013). Comercio Exterior. Recuperado 01 De octubre Del 2021, De <https://bit.ly/3b1uu0w> [Consulta: 14 De octubre De 2021]

Mota, J., Moreira, A., & Alves, A. (2021). Impact of export promotion programs on export performance. *Economies* [Paper de investigación] <https://doi.org/10.3390/economies9030127>

N-Barbosa, Diana Escandó; Adriana Estrada Ochoa. (2021) Success Factors in the Internalisation of Export Companies in Colombia [Paper de investigación] <https://www.proquest.upc.elogim.com/docview/2543760347/fulltextPDF/F799E86A48A848F6PQ/1?accountid=43860>

Nicolas (2014). Factores asociados al comportamiento exportador de las Pymes industriales en Argentina 2019 [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Nacional del Plata]. <https://doi.org/10.1016/j.cesjef.2017.05.002>

Ñaupas H, Mejía, E, Novoa. E, & Villagómez (2018) Metodología de la Investigación Recuperado el 04 de diciembre de 2021 de t.ly/SBXc

Ollivier (2005) Capacitación y Tecnología del proceso en la industria maquiladora.
[Artículo de investigación] <http://ref.scielo.org/bjzfpb>

Organización Mundial Del Comercio. (4 De Julio Del 2020). Pequeñas Empresas Y Comercio. Recuperado 01 de octubre del 2021, De <https://bit.ly/3b5jett> [Consulta: 11 De octubre De 2021]

Ortega & Espinosa. (2015). Plan de Internacionalización Empresarial (primera ed., vol. 1). <https://acortar.link/rTAsDA> esic editorial. [consulta: 26 de octubre de 2021]

Parboteeah, K. Cullen, J. (2009) International business: Strategy and the multinational company [Paper de investigación] <https://doi.org/10.4324/9780203879412>

Plan Regional Exportador – PERX Cusco (2021) Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/290752-plan-regional-exportador-perx-cusco> [Consulta: 05 de noviembre De 2021]

Ponce, F & Zevallos, E (2017) La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible, sino accesible recuperado de <file:///C:/Users/Usuario/OneDrive/Escritorio/Carpeta/Dialnet-LaInnovacionEnLaMicroYLaPequenaEmpresaMYPE-7185821.pdf> [Consulta: 12 De noviembre De 2021]

PRODUCE (2008) Descripción del Subsector. Recuperado de <https://acortar.link/Rc54Ww> [CONSULTA: 04 DE OCTUBRE DE 2021].

Promperú (2019). Requisitos para la exportación de textiles. Recuperado de: <https://acortar.link/TOrM06> [CONSULTA: 04 DE OCTUBRE DE 2021].

Promperú (2020) Producto de Alpaca: Identificación de oportunidades para el suministro peruano en Suecia.

<https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/334516057radFECC2.pdf> [Consulta: 12 De noviembre De 2021]

Promperú (2019) Promoción de exportación confecciones de alpaca . Recuperado de <https://www.cip.org.pe/publicaciones/2019/mayo/conferencias/tema-4-sr-igor-rojas.pdf> [Consulta: 14 De octubre De 2021]

Promperú (2021) Alpaca del Perú fortalecerá promoción internacional en el 2021 Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/341783-promperu-alpaca-del-peru-fortalecera-promocion-internacional-en-el-2021> [Consulta: 12 De noviembre De 2021]

Promperú (2021, 05 de julio) Exportadoras de Ayacucho, Junín y Lima se capacitan en gestión de moda exportable. Recuperado el 14 de octubre de 2021 de <https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/504315-exportadoras-de-ayacucho-junin-y-lima-se-capacitan-en-gestion-de-moda-exportable>

Promperústat. (2021). Ranking de exportaciones de la subpartida NACIONAL 6110.19.10.90 demás suéteres (jersey) de lana o pelos finos. Recuperado el 30 de septiembre de 2021 de <https://app.powerbi.com/view?>

Promperústat. (2021). Ranking de exportaciones de la subpartida NACIONAL 6116.69.10.00 GUANTES y mitones de punto de lana o pelos finos. Recuperado el 30 de septiembre de 2021 de <https://app.powerbi.com/view?>

PSQ (10 De abril Del 2019) Mypes: Por Qué Son Importantes Para La Economía Peruana. PSQ. Recuperado De: <https://Pqs.Pe/Actualidad/Economia/Mypes-Por-Que-Son-Importantes-Para-La-Economia-Peruana/> [Consulta: 30 De Setiembre De 2021]

Purkayastha, Kumar & Gupta (2021). Emerging market internationalizing firms: Learning through internationalization to achieve entrepreneurial orientation [Paper de investigación] <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2021.101207>

RAE (2021) Definición de guantes. Recuperado de <https://acortar.link/PDIAjS>. [CONSULTA: 04 DE OCTUBRE DE 2021].

RAE (2021) Definición de suéter. Recuperado de <https://acortar.link/gZ1u1R>. [CONSULTA: 04 DE OCTUBRE DE 2021].

Ramírez, A. (29 de 06 de 2016). Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=LEBIOkhaoIg>

RENAU, J. (1996). EL PORQUÉ, EL CÓMO Y EL DÓNDE DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA. [Revista de investigación] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3863475>

Restrepo & Venegas (2015), Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa. <https://www.redalyc.org/pdf/395/39541189009.pdf>

Serdar, D., Gerhard, A., Dilek, Z., Roberto, A., & Terry, M. (2012). The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: A multidimensional view of export performance. *Industrial Marketing Management* [Paper de investigación] <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.09.016>

Serra, F. P. (2012). FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PROPENSIÓN A EXPORTAR: UN ESTUDIO DE EMPRESAS TEXTILES DEL REINO UNIDO Y PORTUGAL [Paper de investigación] <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.02.006>

SIICEX (2021) RECUPERADO DE
https://siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=160.00000 [Consulta: 05 De octubre De 2021]

Sunat (2001) Estructura de Arancel. RECUPERADO DE
<https://acortar.link/YIUGLx> [Consulta: 10 De octubre De 2021]

Sunat (2011) Orientación Aduanera Exportación. Recuperado de
<https://acortar.link/M0mkzx> [Consulta: 10 De octubre De 2021]

SUNAT (2021) Régimen Mype Tributario. Recuperado de
<https://acortar.link/QpHhHY> [CONSULTA: 04 DE OCTUBRE DE 2021].

Supo, J. (28 de 03 de 2020). Bioestadístico. Recuperado el 28 de 02 de 2021, de
<https://www.youtube.com/watch?v=VUyrrpwiknYc>

Talbi, Tanane, Radid y Kemal (2013) Training for effective skills in SMEs in Morocco Recuperado de
https://www.researchgate.net/publication/261402507_Training_for_Effective_Skills_in_SMEs_in_Morocco [Consulta: 09 De noviembre De 2021]

Trade Statistics for International Business Development. (Trade Map) (2021) Lista De Los Exportadores Para El Producto Seleccionado Producto: 6116 Guantes, Mitones Y Manoplas, De Punto (Exc. Para Bebés) Recuperado de t.ly/WRHd [Consulta: 29 De Setiembre De 2021].

Trade Statistics for International Business Development. (Trade Map) (2021) Lista De Los Exportadores Para El Producto Seleccionado Producto: 611010 Suéteres, Jerséis, Pullovers, Cardigans, Chalecos Y Artículos Similares, De Punto De Lana O Pelo Finos. Recuperado de t.ly/fh4F [Consulta: 29 De Setiembre De 2021].

TRADEMAP (2021). Ranking de exportaciones de la partida arancelaria 6116.91. Recuperado det.ly/tOv6 [CONSULTA: 04 DE DICIEMBRE DE 2021].

TRADEMAP (2021). Ranking de exportaciones de la partida arancelaria 6110.19 Recuperado t.ly/2m9X [CONSULTA: 04 DE DICIEMBRE DE 2021].

Valdéz, R. (2004) Exportación Efectiva Recuperado de t.ly/4EMY [Consulta: 05 De noviembre De 2021]

Vicente (2019), Innovación Tecnológica Y Competitividad En Las Mypes Agroindustriales De La Provincia De Pasco – 2017 [Tesis De Maestría, Universidad Daniel Alcides Carrión]. Recuperado De: t.ly/haem [Consulta: 04 De octubre De 2021]

WTO (2017, 02 de abril) Informe sobre el Comercio Mundial 2016 Igualdad de condiciones para el comercio de las pymes. Recuperado el 14 de octubre de 2021 de t.ly/wSvv

7. ANEXOS

8.1 Anexo1 - Matriz de Consistencia

TITULO DE LA TESIS: La capacitación, tecnología y calidad cómo determinantes que influyen positivamente en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020				
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGIA
Problema Principal	Objetivo Principal	Hipótesis Principal	Variable Dependiente	Enfoque Mixto
¿En qué medida la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?	Determinar en qué medida la capacitación, tecnología y calidad influyen positivamente en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.	La capacitación, tecnología y calidad influyen positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.	Exportación Dimensión - Valor FOB - País de Destino - Volumen de exportación	Tipo: Cuantitativa Diseño: Descriptiva – No experimental transversal correlacional Cualitativa – Teoría Fundamentada
Problemas Secundarios	Objetivo Específicos	Hipótesis Especificas	Variable Independiente	Población y Muestra
¿En qué medida la capacitación influye en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?	Determinar en qué medida la capacitación influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.	La capacitación influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.	Determinantes que intervienen en la exportación de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos. Dimensiones: - Calidad	Población: 35 Mype exportadoras de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de la Región del Cusco periodo 2017 - 2020

<p>¿En qué medida la tecnología influye en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?</p>	<p>Determinar en qué medida la tecnología influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.</p>	<p>La tecnología influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y. guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.</p>	<p>- Tecnología - Capacitación</p>	
<p>¿En qué medida la calidad influye en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020?</p>	<p>Determinar en qué medida la calidad influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020</p>	<p>La calidad influye positivamente en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020</p>		<p>Muestra: 32 Mypes exportadoras demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de la región de Cusco</p>

8.2 Anexo 2 - Fichas de entrevistas

TITULO DE LA TESIS: La capacitación, tecnología y calidad como determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

ENCUESTA: Determinantes en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco

CAPITULO 1: LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

DEPARTAMENTO: _____ **PROVINCIA:** _____ **DISTRITO:** _____

CAPITULO 2: IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

2.1 DE LA EMPRESA

Nº RUC

RAZÓN SOCIAL

ACTIVIDAD ECONOMICA

AÑO DE INICIO DE ACTIVIDADES

2. DEL ENTREVISTADO

CARGO

TIEMPO DE SERVICIO

NIVEL ACADEMICO

EDAD

SEXO

CAPITULO 3: APLICACIÓN DE ENCUESTA

Marque con un aspa (x) en el recuadro que mejor indique su percepción sobre los siguientes enunciados

La escala que se empleará en la siguiente encuesta indica si se encuentra en:

1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4 = De acuerdo,

5 = Totalmente de acuerdo

1	EXPORTACIONES					
1.1	Considera que la tendencia del valor FOB en las exportaciones de su empresa ha incrementado entre los años 2017 - 2020	1	2	3	4	5
1.2	Considera que las proyecciones de volumen en las exportaciones de su empresa han incrementado entre los años 2017 -2020	1	2	3	4	5
1.3	Considera relevante para sus ventas la proximidad geográfica con el país de destino	1	2	3	4	5
2	Determinantes					
2.1	Calidad					
2.1.1	Considera que las certificaciones de calidad obtenidas por su empresa influyen en las exportaciones	1	2	3	4	5
2.1.2	Considera que la mejora continua en los productos aporta al incremento de las exportaciones	1	2	3	4	5
2.1.3	Considera que la calidad es un factor diferencial frente a los clientes extranjeros	1	2	3	4	5
2.2	Tecnología					
2.2.1.	Cree Ud. que la renovación de nuevas maquinarias incrementa las exportaciones	1	2	3	4	5
2.2.2	Cree Ud. que la automatización de procesos, producto de nuevas tecnologías, reduce costos de producción en las exportaciones	1	2	3	4	5
2.2.3	Cree Ud. que la capacitación de los colaboradores para un uso adecuado de nuevas tecnologías es importante	1	2	3	4	5
2.3	Capacitación					
2.3.1	Considera que las capacitaciones en materia de comercio exterior realizadas en su empresa influyen en la cantidad de negociaciones cerradas con clientes extranjeros	1	2	3	4	5
2.3.2	Considera que las Mypes deberían asistir a capacitaciones en materia de comercio exterior	1	2	3	4	5
2.3.3	Cree Ud. que se invierte lo necesario en su empresa en capacitaciones para realizar exportaciones exitosas	1	2	3	4	5

TITULO DE LA TESIS: La capacitación, tecnología y calidad como determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Cuestionario de Entrevistas a los Expertos

Buenos días, nos identificamos como Christel Vignatti y Luis Vasquez Solis egresados de la Universidad de Ciencias Aplicadas, actualmente estamos desarrollando nuestro trabajo de investigación de Negocios Internacionales sobre los determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020. Para ello, necesitamos su punto de vista en las siguientes preguntas. Gracias

Nombre:

Cargo:

Antigüedad laboral:

Empresa/ Institución:

1. EXPORTACIÓN

1.1. ¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

1.2. ¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

2. CALIDAD

2.1. ¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

2.2. ¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

2.3. ¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

3. TECNOLOGÍA

3.1. ¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

3.2. ¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

3.3. ¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

4. CAPACITACIÓN

4.1. ¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

4.2. ¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

4.3. ¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una

exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

5. Otras

5.1. ¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

8.3 Anexo 3 - Validación de Contenido

Validez del contenido del instrumentos cualitativos

VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA

Estimado,

Teniendo en consideración su trayectoria profesional, lo hemos escogido como Experto para analizar el contenido de las preguntas para las entrevistas que se realizarán para la validación de las diversas hipótesis de nuestra investigación, la cual busca determinar de qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

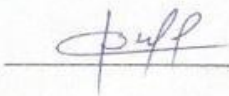
Por ello a continuación, se le enviará la entrevista planteada para las empresas pertenecientes a la muestra de estudio. Agradecemos leerlas y brindar su apreciación sobre si las preguntas se encuentran correctamente formuladas. Asimismo, de ser posible brindarnos retroalimentación de esta.

No es necesario responder a la entrevista, puesto que este formato es solamente para establecer una validación a las preguntas con el objetivo de corroborar su correcta formulación con respecto al tema investigado.

Agradecemos su apoyo,

Información del experto	
Apellidos y Nombres	Begoño Chacón Murga
Especialidad / Cargo	Especialista de Promoción Vestimenta.
Experiencia Laboral (Años)	12 años.

Firma del Experto



VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA

Estimado,

Teniendo en consideración su trayectoria profesional, lo hemos escogido como Experto para analizar el contenido de las preguntas para las entrevistas que se realizarán para la validación de las diversas hipótesis de nuestra investigación, la cual busca determinar de qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Por ello a continuación, se le enviará la entrevista planteada para las empresas pertenecientes a la muestra de estudio. Agradecemos leerlas y brindar su apreciación sobre si las preguntas se encuentran correctamente formuladas. Asimismo, de ser posible brindarnos retroalimentación de esta.

No es necesario responder a la entrevista, puesto que este formato es solamente para establecer una validación a las preguntas con el objetivo de corroborar su correcta formulación con respecto al tema investigado.

Agradecemos su apoyo,

Información del experto	
Apellidos y Nombres	Valdivia Saravia, Raul
Especialidad / Cargo	Especialista en innovación y transf. Tecnológica
Experiencia Laboral (Años)	10 años



Firma del Experto

VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA

Estimada Sr. Gonzalo Álvarez

Teniendo en consideración su trayectoria profesional, lo hemos escogido como Experto para analizar el contenido de las preguntas para las entrevistas que se realizarán para la validación de las diversas hipótesis de nuestra investigación, la cual busca determinar de qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.

Por ello a continuación, se le enviará la entrevista planteada para las empresas pertenecientes a la muestra de estudio. Agradecemos leerlas y brindar su apreciación sobre si las preguntas se encuentran correctamente formuladas. Asimismo, de ser posible brindarnos retroalimentación de esta.

No es necesario responder a la entrevista, puesto que este formato es solamente para establecer una validación a las preguntas con el objetivo de corroborar su correcta formulación con respecto al tema investigado.

Agradecemos su apoyo,

Información del experto	
Apellidos y Nombres	Alvarez Mejia Carlos Gonzalo
Especialidad / Cargo	Profesional de la GERCETUR CUSCO
Experiencia Laboral (Años)	6 años




C. Gonzalo Alvarez Mejia
ECONOMISTA

Firma del Experto

Confiabilidad de instrumentos cuantitativos

Validación del Instrumento

Nombre del Instrumento: Cuestionario - La capacitación, tecnología y calidad cómo determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Objetivo: Determinar de qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Objetivos específicos:

- Determinar en qué medida la capacitación influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.
- Determinar en qué medida la tecnología influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.
- Determinar en qué medida la calidad influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Dirigido a: Mypes exportadoras de demás demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de la Región Cusco.

Valoración del instrumento (Marcar con una "X"):

Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
			X	

Apellidos y Nombres del evaluador:

MSc Miguel Arroyo Rizo Patrón

Puesto actual y empresa donde labora actualmente:

UPC Profesor de Marketing Internacional tiempo parcial

Observaciones:

A mi criterio faltaría preguntar sobre la innovación en producto y canales de distribución


 Ing. Miguel Arroyo Rizo Patrón

Agradecemos su tiempo y apoyo,

Firma del Experto

Validación del Instrumento

Nombre del Instrumento: Cuestionario - La capacitación, tecnología y calidad como determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Objetivo: Determinar de qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Objetivos específicos:

- Determinar en qué medida la capacitación influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.
- Determinar en qué medida la tecnología influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.
- Determinar en qué medida la calidad influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Dirigido a: Mypes exportadoras de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de la Región Cusco.

Valoración del Instrumento (Marcar con una "X"):

Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
			X	

Apellidos y Nombres del evaluador:

TORIBIO LÓPEZ, ALEXANDER

Puesto actual y empresa donde labora actualmente:

DOCENTE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - UPC

Observaciones:

VALIDAR CONFIABILIDAD CONSISTENCIA INTERNA CON
ALFA DE CRONACH.

Agradecemos su tiempo y apoyo,



Firma del Experto

Validación del Instrumento

Nombre del Instrumento: Cuestionario - La capacitación, tecnología y calidad cómo determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Objetivo: Determinar de qué manera la capacitación, tecnología y calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Objetivos específicos:

- Determinar en qué medida la capacitación influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.
- Determinar en qué medida la tecnología influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020.
- Determinar en qué medida la calidad influye en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de lana o pelo fino de las Mypes de la Región Cusco en el periodo 2017- 2020

Dirigido a: Mypes exportadoras de demás demás suéteres y guantes de lana o pelos finos de la Región Cusco.

Valoración del instrumento (Marcar con una "X"):

Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
			X	

Apellidos y Nombres del evaluador: Zorrilla Morris Paula Mayra Jackeline

Puesto actual y empresa donde labora actualmente: Profesor a tiempo completo, coordinador de carrera Negocios Internacionales EPE Y WS

Observaciones:

Agradecemos su tiempo y apoyo,



Firma del Experto

8.4 Anexo 4 - Entrevista a especialistas

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N°1

Nombre: Gonzalo Álvarez Mejía

Entidad a la que pertenece: GERCETUR – CUSCO

Buenas tardes, me identifico como Christel Vignatti y mi compañero Luis Vasquez Solís, egresados de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Lima y en este contexto estamos desarrollando nuestra entrevista para nuestra tesis, que son los determinantes de la calidad, la tecnología y la capacitación como determinantes que han influido en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la región de Cusco en el período 2017 y 2020.

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector

Soy economista Gonzalo Álvarez Mejía y trabajo en la GERCETUR – CUSCO desde el año 2016 para ser precisos en el área de comercio exterior. Este último año hubo cambios estructurales y estoy en otra área, pero sin embargo aun así sigo apoyando en estos temas de comercio exterior, tanto en estudios y asesorías para la ejecución de algunas actividades como ferias, inteligencia comercial, asesoramiento técnico y financiero para lo que son certificaciones de exportación y entre otros. Efectivamente, en relación con el título de la tesis, creo que ya hemos intervenido, pero prácticamente estamos en esa etapa de validación a través de una entrevista.

2. EXPORTACIÓN

¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

En este caso, los factores son muchos y hablamos de un producto como son los suéteres y también los guantes, que son los productos que más se han exportado, por lo menos en estos últimos años y destacamos lo que son prendas de vestir de alpaca.

¿Por qué ha aumentado?

Porque hay una mayor demanda a nivel internacional de productos y, también, hay una suerte de recuperación del sector textil, que viene pasando por lo menos hace unos cinco años y no pasaba, por ejemplo, hasta hace unos 10 o 15 años, porque el sector textil en Cusco cayó a niveles casi nulos de exportación. Básicamente, la única venta que se hacía era directamente hacia los turistas. Cusco es una ciudad turística, pero poco a poco varias empresas, con el soporte de MINCETUR Cusco y otras instituciones, por lo menos hablamos de un trabajo de hace unos 15 años, han ido preparando y viendo nuevos mercados, asistiendo a eventos y ferias internacionales, que son temas muy importantes para lograr nuevos clientes. Es por eso por lo que fueron unos de los motivos del aumento de las exportaciones en los valores FOB.

¿También la calidad, la capacitación y tecnología tuvieron influencia?

Por supuesto, son factores que siempre han terminado por influir. Como te mencionaba, hace unos diez a veinte años prácticamente, las exportaciones de textiles eran casi nulas, pero si nos remontamos, por ejemplo, a inicios del siglo pasado, como los años 20 30, Cusco era conocido por ser una ciudad con una industria textil bien amplia, que lamentablemente a través de los años y por diversos factores han ido cayendo. Entonces,

poco a poco se iba optimizando la producción y hemos llegado a un nivel de producción artesanal de unidades familiares o microempresas. Para estos últimos años, se está retomando la actividad, pero desde una iniciativa privada, y siempre con el soporte del sector o de las instituciones, ya sea del sector público, gremios, los consorcios, entre otros.

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Básicamente, por los factores que tengo y ya los mencionaba sobre un tema de calidad y el tema de tecnología, que también es importante. Antiguamente, se hacía de forma artesanal y poco a poco ya algunas micros y microempresas se están introduciendo maquinaria para mejorar los procesos y economizar también, que es un tema muy importante para poder competir en los mercados nacionales e internacionales. También, tenemos el tema de la mano de obra, pero hay ciertas dificultades que seguramente después ya la estaremos dando a conocer.

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Existen certificaciones, como por ejemplo las hizo ISO 9001 y la 14001, que es para el tema de calidad y el otro es para el tema de protección con el medio ambiente. Luego, en el caso de los textiles es muy difundido la certificación de comercio justo. Sin embargo, a nivel de la región sólo tenemos una empresa que tiene esta certificación. Esta empresa digamos que, en un 80 por ciento, se dedica a la producción de textiles con algodón y no

tanto a lo que es alpaca. Lamentablemente, para acceder a esa certificación existen costos por poner un servicio de preauditoria, costos por un servicio de auditoría y la certificación propiamente dicho, pero muy aparte de estos, cuando tú tienes que involucrarte en un tema de comercio justo, digamos que trata de beneficiar en lo más posible al trabajador, a los proveedores, a las comunidades o a la sociedad en la cual se desarrolla la empresa. Para obtener este sello, se tiene que hacer una reconversión en sus procesos y a veces hace que se encarezca más los productos, porque estaría llegando a pagar precios adecuados, hacia mis trabajadores por encima, incluso, de la tasa media con todos los beneficios de ley, entre otros.

Sin embargo, eso puede ir incrementando porque debemos recordar que muchas Mypes en Cusco, que se dedican a la producción textil, no trabajan todo el año. No están operativos los 12 meses o 365 días, sino que a veces dependen del trabajo que ellos tienen y de la demanda y esta última es temporal. Por ejemplo, tengo un cliente que tiene un periodo para junio, entonces, yo me pongo a trabajar dos o tres meses antes y necesito mano de obra, pero después de eso ya no voy a necesitar mano de obra. Entonces, yo no puedo tener un contrato vigente con mis trabajadores. Son pocas las empresas que realmente que tienen esas situaciones, pero la mayoría no.

Entonces, ¿Realmente es difícil el acceso a la certificación?

Es difícil poner una condición tanto natural, propia de las empresas. Sin embargo, para que ellas alcanzaran esto, necesariamente tienen que ir creciendo, abarcar un mayor mercado y una mayor continuidad en sus procesos para que puedan lograr esos certificados. Mientras no lo haga, no será posible. Hasta lo que yo tengo conocimiento, hay una empresa que tiene la certificación de comercio justo, pero hay otras que creo que están trabajando en sellos de comercio justo, pero ya con una precisión hacia un mercado internacional. Por ejemplo, tenemos Apukuntur que se dedica a la producción y exportación a mercados como

el alemán, suizo y el austriaco, un mercado del centro de Europa. Entonces, está buscando un sello de comercio justo que englobe sus mercados europeos.

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Por supuesto, es un tema también netamente productivo y conforme pasan los años, cada vez se están mejorando los procesos de transformación, de acoplamiento de la fibra de alpaca y también la transformación. Es necesario mencionar que Cusco no produce hilos de alpaca y no hace tratamiento de la fibra. Todo se desarrolla o una gran parte, de un 90 a 95 % de la fibra, se trata en la ciudad de Arequipa a través de dos plantas. una es Mitchel y otra es Incacorps, que son las dos principales acopiadoras de la fibra de alpaca a nivel nacional.

Entonces, estas plantas se encargan de hacer el tratamiento y de generar productos ya transformados, como el pelo cardado, peinado y los hilos propiamente dichos. Así, las microempresas de Cusco compran esos hilos y conforme pasan los años, se han encontrado formas de que el hilo tenga mayores índices de calidad. Es un tema que no conozco mucho, pero tenemos la resistencia, que es un factor muy muy importante. Hasta lo que yo tengo conocimiento, para lo que es hilo, se tiene que hacer combinaciones con otras materias, por ejemplo, algodón o sintéticos, para que haya una mayor durabilidad del hilo.

Entonces, poco a poco se ha ido cambiando y mejorando sus procesos de estos productos de la materia prima. Para mejorar la presentación, la durabilidad, el tema de diseño y el tema de modas, es siempre cambiante y hay que adecuarnos. En Cusco, no hay una escuela, todavía, determinada para lo que es moda y no tenemos una escuela fuerte, como la que podría haber en Lima o en las ciudades de Europa, como Milán que es un mercado fuerte para lo que es la moda. Entonces, en Cusco falta todavía eso. A veces, los productores y los

transformadores se dedican a copiar modelos que han visto en otras tiendas y departamentos, pero no hay esa iniciativa de querer innovar con propios modelos porque hay un ecosistema de la moda

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Como te decía anteriormente, en función a la materia prima, que son los kilos, ha ido mejorando la calidad de los hilos y han conseguido tintes que se descoloran menos por ser tintes naturales, que son exigidos por los mercados internacionales. No se puede meter cualquier tinte y existe una Comisión Nacional de diferentes sectores productivos en relación con la cadena de la alpaca y se dedican a hacer las normas técnicas de producción de prendas de alpaca y de los otros productos derivados. Entonces, se establecen las normas con las que se debería producir estos productos y si existe una relación directa entre lo que es nivel de calidad y los niveles de exportación con el incremento que hubo por lo menos en estos últimos años.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

El tema de la maquinaria y de las empresas que conozco. Por ejemplo, de unas 15 que conozco que se dedican a la exportación, ya sea continua o eventual. Unas seis tendrán

la maquinaria, como máquinas tejedoras grandes y automáticas, que pueden confeccionar 10 suéteres al mismo tiempo. Entonces no es mucho y la gran mayoría de estos empresarios tienen una máquina nueva.

Por ejemplo, una de las principales empresas exportadoras de prendas, en este caso de guantes, que es Alpa Suri adquirió sus equipos y maquinaria, donde saca unas 10 chompas por hora o por media hora en su capacidad. Esta máquina la adquirió en el año 2017 y es algo reciente que necesariamente ellos tienen que adquirir las maquinarias en la ciudad de Lima y el flete a veces es costoso, pero hay un tema también que es limitante que es la mano de obra o los técnicos.

En Cusco, no existen muchos técnicos en la manipulación de estas máquinas. Por ejemplo, se me llega a malograr y tengo un pedido importante, donde es casi un tema perdido para ellos porque necesariamente tengo que buscar al técnico de Lima para que venga a Cusco y pagarle todos sus viáticos para que arregle la máquina.

Conozco a algunos técnicos, pero no tienen ese nivel de capacitación para arreglar estas máquinas y sí han sido capacitados allá en Lima. Por ejemplo, en Urcos, hay un señor que también tiene su empresa textil y él ve la mayoría de las máquinas en Cusco, porque él recibió una capacitación allá y no es que tenga un conocimiento amplio. Ahora, si el señor se va de viaje, entonces, se quedan prácticamente sin técnico en el Cusco.

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Yo creo que sí, pero no sé qué te podrían decir los empresarios. Pero si hay esa reconversión o ese objetivo de que debe tener maquinarias más eficientes. Si yo fuera el

empresario no voy a conseguir una maquinaria para que baje los niveles de producción. Y no solamente los niveles de producción, sino también los costos, que es un tema muy importante. No necesariamente la maquinaria reemplaza la mano de obra, porque en el caso de que llegue a visitar su planta, trabajan con el lenguaje y tiene sus dos maquinarias, pero aparte de eso no hay diferentes procesos.

Por ejemplo, otros se encargan de lo que es el cocido y otros que se encargan del remallado, que son varias personas las que se dedican. Entonces, cuando están en un proceso productivo continuo, por lo menos llegan a trabajar entre 20 y 30 personas, aparte de las máquinas que van trabajando. Por eso, yo pienso que si hay una disminución notable de los costos y hay otras empresas que tienen las clásicas máquinas no automáticas que tú mismo tenías que programar manualmente, sobre todo de esas de manufactura japonesa. Estas son máquinas que uno mismo tiene que manipular y en un taller normal vas a encontrar 4 o 6 máquinas y cada una con su operador.

Ahí, el operador está manipulando la máquina y sacará a razón de una chompa cada dos horas y conlleva tiempo. Entonces, hay máquinas que pueden sacarte 10 chompas en menos de una hora y sí hay una reducción de costos.

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

Este tema justamente es un poco sensible. Hace poco conversaba con un empresario en el mercado, que tiene su empresa, y él mencionaba que el tema de la mano de obra y la capacitación es un costo muy alto en Cusco. Por un lado, si hablamos de trabajo, no como un bien económico, existe la oferta y la demanda. Entonces, las empresas requieren esa mano de obra, capacitación y todo lo demás, pero esas empresas no siempre trabajan continuamente y no están operativas todo el año. Hay una temporada que dejan de funcionar

y esa mano de obra se dedica a hacer otras cosas en ese transcurso. Incluso, viajan fuera de Cusco y cuando tengo otra vez un nuevo pedido, ya no tengo esa mano de obra.

Tengo que capacitar una nueva mano de obra, entonces, genera un costo muy alto y muy aparte del que a veces muchas de estas prefieren irse a ciudades, que tengan una mayor productividad como es Lima o Arequipa, donde te pagan más y vas a tener un trabajo más continuo. Ahora, como te mencionaba a través de la primera pregunta de este apartado, no existen muchos técnicos capacitados por el uso de maquinarias, sobre todo las semi industriales. Lo que es mano de obra para la elaboración de estos, es un tema un poco difícil en Cusco.

Por ahí, tenemos diferentes propuestas de soporte de parte de las instituciones del Estado y los gremios para que las empresas sean más productivas, pero también debemos identificar las dificultades. Una de ellas es que Cusco lamentablemente es una ciudad mediterránea y estamos a un nivel muy alejado del océano o del aeropuerto internacional que es el Callao. Entonces, llegar hasta ahí es otro costo. Por otro lado, tenemos una oportunidad grande que es el turismo, donde muchos de estos empresarios, que en un principio eran pequeños artesanos que hacían manualmente sus prendas y tenían sus tiendas, observa que a uno de 500 o 1000 turistas le interesa su producto y le ha hecho un pedido un poquito más grande.

Ahí, ha habido un tema de fidelización entre el cliente y el productor, donde mi amigo creció con la oportunidad de turismo, cosa que no pasa en otras ciudades. Por otro lado, tenemos esa limitante y se espera la futura construcción del Aeropuerto Internacional de Chinchero, para que supla este tema y cada vez cusco sea una ciudad más productiva de lo que son textiles y transformación de la fibra, que es un tema también que encarece los procesos porque tienen que comprar tejidos de Arequipa.

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Yo considero que sí, sin considerar mucho el 2020 por el tema de la pandemia y hablando del 2017, 2018 y 2019. Hubo capacitaciones continuas por parte por lo menos de la institución de MINCETUR Cusco, para que estas Mypes puedan ver nuevos mercados internacionales, tendencias, logística, que es un tema muy importante, financiamiento para la exportación, entre otros aspectos como son normas técnicas también, el embalado entre otras cosas. Yo creo que sí hubo una relación, digamos entre estas capacitaciones y las exportaciones, donde muchos de ellos despertaron sobre este tema de querer abrirse nuevos mercados y salir de esa cotidianidad de vender directamente al turista.

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Yo creo que más que el número de capacitaciones o la cantidad de veces que las Mypes llegaron a capacitarse, yo pienso que es la calidad de la capacitación. Un tema que sea vanguardista o nuevo para ellos, porque a veces en las instituciones pecamos de ser reiterativos. A veces ejecutamos nuestras acciones por ejecutar, porque existen nuestros planes operativos y yo veo muchas instituciones que brindan las mismas charlas todos los años y no cambian nada del libreto y a veces las empresas se cansan de eso. No creo que sea el número de veces, sino la calidad de la capacitación. Por ejemplo, me doy cuenta de que falta el tema de lo que es tendencias, ya que en Cusco no tenemos un especialista en tendencias de moda.

Necesariamente tendríamos que traer a alguien que vive en Europa, como una modista, por ejemplo, de París, Milán, Alemania o Inglaterra, que son los principales mercados para la fibra de alpaca o de Estados Unidos, como la feria más importante de la moda. Falta esas cosas y si nosotros llegáramos a traer a estos capacitadores de este nivel y no solamente brindar una charla, sino hacer todo un programa de capacitación. Entonces, yo creo que habría mayores beneficios en las empresas y, por lo tanto, habría mayores niveles de exportación, porque estaríamos convirtiendo y reorientando nuestras exportaciones o nuestros productos hacia las nuevas tendencias, algo que no vemos tan seguido acá.

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Sí, en las Mypes, hay que ver realmente la naturaleza de la mayoría de nuestros empresarios, por ejemplo, de las 16 o 18 Mypes con las que trabajo, hablando a nivel de gerente general, dos tendrán estudios superiores y los demás a lo mucho tiene secundaria completa. Han sido los emprendedores que a través de los años se han ido posicionando y poco a poco han ido consiguiendo clientes.

El detalle va en que esos amigos, hablando de gerentes, por más que quisieran capacitarse no van a llegar a captar las ideas como lo haría una persona con estudios superiores. Entonces, no hay tanta inversión y falta motivación y preparación, pero ellos están pasando la posta de sus empresas a las nuevas generaciones, los hijos o nietos en algunos casos, y sus hijos en la mayoría de ellos, sí tienen estudios superiores. Por ejemplo, en la administración de Negocios Internacionales, economía, otros son modistas. Saliendo un poco de este tema textil, tenemos lo que es la peletería en la provincia de Canchis, que es

el trabajo con las pieles, ya sea de alpaca u oveja. Se tiene sus prendas, también, como son los guantes, pantuflas, entre otros.

Hay un empresario ahí que, por ejemplo, tiene estudios superiores y llegó al mercado canadiense y, aparte de la peletería, está empezando a exportar también mitones, suéteres, entre otros productos de alpaca. Entonces, mucho ha hecho en especializarse porque él está estudiando administración de negocios internacionales y es uno de los pocos casos que tenemos. Los demás, prácticamente, son los hijos los que van a tomar la posta poco a poco. Y ellos ya están yendo con un nivel de capacitación de padres netamente productivos.

Sabrán las técnicas, los procesos y economizar lo demás, pero a veces no saben cómo llegar a un mercado internacional. El tema del idioma es muy importante acá y de todos los empresarios que tengo, 2 de 18 sabrán el inglés a un nivel intermedio. Si a estos empresarios los llevaban a una rueda de negocios, no van a responder necesariamente y tienen que ir con traductores. Entonces, existe falta motivación y la mayoría de ellos tienen un rango de edad entre 55 años en promedio. Todos sus hijos están yendo por los 20 o 25, ya están egresados de las universidades y se están capacitando. Algunos ya están tomando las riendas de sus empresas, con nuevas visiones.

6. OTROS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

Yo creo que las prendas de fibra de alpaca es una tendencia internacional en mercados que tengan una capacidad de adquisición regular tirando para alto. Entonces, si uno ve las exportaciones de la fibra de alpaca o de prendas, los principales mercados son

Estados Unidos, Alemania, Inglaterra y Japón. Estos mercados que nosotros sabemos que tiene una alta capacidad de adquisición y aparte que valoran ese tipo de fibras exóticas, ya que no son fibras tan conocidas como el algodón u otras sintéticas. Entonces, yo creo que por un lado es el tema de la demanda internacional. Sin embargo, tengo que aclarar, que por lo menos estos años de pandemia 2020 y el 2021 hubo descenso en los niveles de exportaciones. Ahora, si vas a revisar el 2020, hubo un descenso abrupto, pero es un tema de pandemia que esperamos para el 2022 haya una recuperación del sector, porque esto termina afectando a toda la cadena, tanto a los a los productores, transformadores, a los que se dedican a la producción de alpacas, entre otros. Por un lado, yo digo los mercados internacionales. Por otro lado, si hablamos en Cusco particularmente, como mencionaba el tema de las instituciones, las capacitaciones que ha brindado MINCETUR y el trabajo articulado a través de una mesa técnica que hemos formado en el año 2018, que es la Mesa Técnica de Textiles y Artesanías de Exportaciones con un trabajo de puros empresarios, donde nos llegan a conocer y nos dan a saber sus necesidades, sus dificultades y su problemática. De alguna u otra forma, nosotros como GERCETUR en la Secretaría Técnica de esta mesa técnica, tratamos de dar solución articuladas con otras instituciones. Por ejemplo, hace poco tuvimos el caso de la empresaria María Cutipa, que es de artesanías y tenía un envío hacia Holanda. Entonces, ella es una señora mayor de edad y está por los 70 años más o menos y exporta normalmente con EXW, que es cuando dejas en tu planta y el resto se encarga el comprador. Hubo una escala en Houston y el producto llegó a Houston y no se sabe a poco más de un mes, entonces, hay una preocupación grande. Nosotros estamos tratando de tener comunicación con Lima, con MINCETUR y por ahí con algún otro gremio para que meta presión a la empresa que se encarga de la logística del transporte, para que nos dé una razón de dónde está la producción. Cosas como estas, hemos venido solucionando en diferentes temas, tanto productivos, logísticos, entre otros. Entonces, yo pienso que el

tema de la institucionalidad tuvo mucho que ver en este trabajo articulado, a través de esa mesa técnica que hemos creado recientemente, hace unos dos años. Y claro, son buenos espacios de coordinación que necesariamente tiene que haber entre el Estado y el sector privado.

Y ¿las empresas acceden normalmente?

Sí, tenemos reuniones mensuales, pero seguramente de acá a un par de semanas, ellos me han solicitado de que hagamos un trabajo de Inteligencia Comercial sobre la situación actual de la fibra del mercado de la alpaca y sus derivados, entonces, estamos en proceso de desarrollo ese estudio que seguramente te le daré alcance, cuando ya lo tenga totalmente listo estaremos y daremos la exposición. También, estamos recepcionando la problemática de ellos, porque, como grupo y mesa técnica, estamos participando en otros espacios de concertación más grandes, como el Consejo de Coordinación Regional o la Agenda Regional de Desarrollo Económico en la que agrupa, ya no solo al sector exportador, sino ahí está el sector turismo, sector transporte y sector minero. La diferencia es que tenemos reuniones con el gerente, desarrollo económico, con el gobernador regional o con alguno que otro congresista. Hoy damos a entender con mayor realce la problemática que tenemos en el sector textil en el Cusco.

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N°2

Nombre: Maritza Bejarano Chacón

Entidad a la que pertenece: PROMPERÚ CUSCO

Buenos días, mi nombre es Christel Vignatti Garrafa y junto con mi compañero Luis Vázquez Solís, estamos haciendo nuestra investigación acerca de la exportación de textiles de las Mypes de la ciudad y región de Cusco sobre los determinantes que influyen en las exportaciones de suéteres y guantes de lana de pelos finos durante el periodo 2017-2020 y, para ello, necesitamos su punto de vista en algunas preguntas que le vamos a hacer.

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector

Buenos días, mi nombre es Maritza Bejarano. Trabajo en PROMPERÚ y mi cargo es asistente regional. Soy especialista en el sector vestimenta y vengo trabajando en la institución más de 12 años.

2. EXPORTACIÓN

¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

En el tema de las exportaciones del 2017 hasta el 2019, teníamos un ascendente a raíz de la pandemia se tuvo una disminución en el 2019-2020, pero ahora para el 2021 las exportaciones se han incrementado; incluso, han subido este puntaje al 2019

¿Cuáles fueron los determinantes por los cuales las exportaciones de textiles aumentaron?

Bueno, se trabajó con mayor cantidad de mercados, con la oferta, a través de las promociones que vamos haciendo, y se incrementó el número de empresas exportadoras de la región Cusco.

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Como te mencioné, se ha incrementado el número de empresas exportadoras y, también, el trabajo que venimos realizando desde las oficinas de PROMPERÚ con el tema de la promoción de eventos. Por ejemplo, tenemos el Perú Moda, el Sur Exporta, el Centro Exporta y, también, se trabaja todo lo que son mercados fronterizos. Entonces, hay trabajos que se hacen con ProChile, ProColombia, etc., y ahí es donde vamos incrementando este tema.

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

En el tema de calidad, tenemos que especificar sobre el tema de lo qué es la norma técnica del etiquetado. Esto es para considerar la cantidad de fibra de alpaca que se utiliza en los determinados productos. Entonces, nosotros trabajamos también un programa que se llama Acceso a Mercados, donde los productos tienen que cumplir con los requerimientos exigidos por el mercado destino.

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Siempre hay un trabajo de mejora continua, donde eso te lo dan los sistemas de calidad. Las empresas, ya de nivel de empresas exportadoras, van trabajando ficha producto, determinadas opciones y un tema muy importante de la calidad que influye es el tema del diseño.

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

La calidad es intrínseca en los productos que se mandan al mercado internacional, porque competimos a nivel mundial. Entonces, nuestros productos deben tener una diferenciación. En el tema de calidad, lo importante es el tema del etiquetado, cómo presentamos y, no sé si lo han considerado, pero hay un *storytelling* que va detrás de cada prenda. Esto identifica al productor.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

En el tema de tecnología, lo que se trabaja es un hecho a mano, tienes una tecnología que es intermedia, por decir, máquinas artesanales y la maquinaria industrial. Entonces,

dependiendo del mercado destino, hay países que solamente requieren que el producto esté hecho a mano. Eso es lo que va determinando y dependiendo de la línea del producto que se quiera trabajar. Si voy a trabajar volúmenes, una maquinaria industrial me va a ayudar mucho y el trabajo que hacen a veces es mixto. Hacen el trabajo industrial y acabados hechos a mano. Definitivamente, la tecnología es un punto muy relevante para el incremento de las exportaciones a nivel de volumen.

¿Estas máquinas son constantemente renovadas?

Si tienes máquinas industriales, ya vienen programadas, entonces, es mucho más fácil. El tema es que tengan expertos o personal que puedan programar este tipo de máquinas.

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

La automatización de los procesos reduce costos y, también, reduce personal. Entonces, viendo el tema de lo que es textiles a nivel de Perú y obviamente Cuzco, se trabaja más un tema familiar y un trabajo tercerizado a modo de no reducir. También, trabajan y dan ocupación a personas que trabajan en espacios rurales o que son personas con discapacidad. Se trabaja un tema de responsabilidad social.

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

Definitivamente sí, porque si no los capacitan, no van a obtener los resultados que ellos quieren.

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Definitivamente sí, todas las empresas, al menos que hemos atendido acá, como pequeñas y que han sido capacitadas por nosotros, han entrado a la base exportadora. Entonces, este incremento se ha visto, por ejemplo, que al menos de 14 empresas que exportaba, hemos incrementado como 30 o 32 empresas. Es importante generar nuevas empresas exportadoras o ver las empresas que tengan un potencial exportador y que tenga un producto adecuado al mercado para promocionarlo. Por decir, en un año, exportaron y, al otro año, dejaron de exportar, entonces, hay que ver qué requiere esa empresa para que su exportación sea continua.

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Sí, es importante que las empresas capaciten a sus colaboradores, porque dentro de los programas que venimos trabajando, para entrar al tema de calidad y el tema de 5's, donde la empresa viene con todos sus trabajadores y se les capacita en el desarrollo de ese programa, también, trabajamos el programa de comercio justo.

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

En el tema de las Mypes, normalmente en Cuzco, se tienen empresas familiares y lo importante acá es involucrar a los hijos, porque los padres son los productores, pero los hijos ya manejan tecnología, el tema del Internet, el tema de marketing digital y el tema de redes sociales. Entonces, se le da un impulso a la empresa. Por eso, es importante que el empresario involucre a los hijos, para que podamos crecer en este aspecto. También, viendo el tema de comercio internacional, porque hay que trabajar mucho el tema de la logística. Entonces, ese tema lo manejan mejor los jóvenes y la documentación.

6. OTROS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

Uno de los factores es el tema del diseño y el trabajo que se viene desarrollando con diseñadores, con la alianza de diseñadores. También, estamos trabajando un tema estratégico con las escuelas de diseño que están en Francia a través del programa alpaca de *awards*, que nos permite que vengan estudiantes de diseño de moda a desarrollar colecciones acá. Entonces, ese es un tema que permite dar a conocer la fibra de alpaca a nivel internacional y que las empresas conozcan las tendencias del mercado.

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N°3

Nombre: Jorge Flores Encalada

Entidad a la que pertenece: Gerente propietario de la empresa Inter Andina Importaciones y Exportaciones.

Buenos días, nos identificamos como Christel Vignatti y Luis Vázquez Solís, egresados de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Actualmente, estamos desarrollando nuestra tesis para optar el grado en Negocios Internacionales. Nuestro tema es los determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana o pelos finos en las Mypes de la región de Cuzco en el periodo 2017 y 2020. Para ello, necesitamos su punto de vista en las siguientes preguntas

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector

Mi nombre completo es Jorge Flores Encalada con DNI 23826039 y soy el gerente propietario de la empresa Inter Andina Importaciones y Exportaciones.

2. EXPORTACIÓN

¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

Porque hubo mayor demanda de pedidos de este tipo de productos y el valor FOB está referido al valor puesto en puesto en destino.

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha

incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Ha tenido que ver también con la participación de PROMPERÚ, quienes han estado promoviendo las exportaciones de productos peruanos.

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Definitivamente porque toda exportación tiene que cumplir estándares de calidad. Normalmente siempre hemos exportado artículos seleccionados de primera calidad. Esto incrementó en por lo menos un 50 por ciento y se elevaron las ventas cuando los productos tenían buena calidad, buenos acabados y buena presentación.

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Hay dos puntos. Uno de los puntos sería mejorar la calidad de los productos y el otro innovar en los productos nuevos. Eso ayuda bastante a que la demanda de productos sea mayor con nuevos diseños.

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Sí definitivamente, cuando se han mandado artículos de buena calidad, buena presentación y artículos nuevos con nuevos diseños y modelos, los pedidos se incrementaron

casi muchas veces en un 100 % al doble del pedido que normalmente están haciendo. Hay nuevos acabados y también diseños, porque normalmente en los países a donde se exportan, por ejemplo, Europa, ellos mucho ven la ropa en función a la calidad y a mejorar los diseños. Estos tienen que ser diseños porque un diseño de una temporada pasada ya deja de ser consumido. Pueden ser modelos más andinos o también pueden ser modelos un poquito con tendencias algo modernas, pero sabemos que en el fondo estos productos son artesanales. Las prendas deben estar bien acabadas al momento de exportar y el exportador debe de seleccionar y separar los productos que tienen algunas fallas. Nosotros hacemos permanentemente eso, si se tratan de suéteres de chompas, previamente seleccionamos y lo que no está apto para enviarlo, se retiene.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

En Cusco, yo he visto que en tecnología ha avanzado muy poco. Normalmente, están siempre un poco arraigados a la tradición de los telares o el tejido a mano. Eso sería su tecnología de innovar, ese tipo de producción y de renovarnos con máquinas que produzcan mayor cantidad al menor tiempo y sí ayudaría que la exportación sea mayor.

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Claro lo repito, en lo que es artesanal, hay que innovar, porque si vamos a ir mandando el mismo tipo de productos, siempre descenderá los pedidos de mercadería.

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

En lo que va de nuestro medio en Cusco, yo no he visto tanta capacitación y quiénes están a cargo de capacitar sería PROMPERÚ y GERCETUR, pero tampoco muy implementada sus formas de capacitar.

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Bueno, detrás de una capacitación y también detrás de las entidades del Estado, donde promueven las exportaciones, se nota que inmediatamente el programa de producción y los pedidos exportables se incrementan. Las veces que ha estado funcionando el ICE, el Instituto de Comercio Exterior, que son años muy atrás, este instituto ha promovido bastante la exportación y en Cusco ha habido productores exportadores, que ahora he visto que han descendido bastante. El ICE funcionó alrededor del año 90 hasta el 95. Esta institución ayudó a que hoy la importación se promueva y la exportación desde Cusco. Con PROMPERÚ, apoya mayormente con seminarios y concursos, donde es más teórico sobre el apoyo.

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Cada vez que hay intervención del Estado, para promover las exportaciones, es cuando se ve el incremento de exportación.

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Sí, el personal de exportación tiene que estar preparado. Por ejemplo, debemos tener conocimiento de las formas de embalar y empacar, para que los productos lleguen en óptimas condiciones. Entonces, las Mypes tienen y están obligadas a capacitar a su personal, quienes van a tener el tema de la exportación.

¿Usted considera que estas capacitaciones sí han sido efectivas o son dadas por el Estado?

Sí, el Estado invierte en capacitación con respecto a la exportación y entidades privadas son pocas. Por ejemplo, estos podrían ser en Lima, porque acá en Cusco no hay entidades privadas que se dediquen a esa labor.

6. OTROS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

En primer orden, es lograr conseguir clientes fuera del país. Una vez que se tiene al cliente, ellos se encargan de aumentar el volumen de sus pedidos. Uno de los puntos primordiales, es tener clientes fuera del país, como Europa o Estados Unidos, y con la investigación de mercados, sí ayudan. También, me mandan algunas cartas y orientaciones,

que ahora mismo va a haber un curso de exportación a Asia Pacífico. Otros es la promoción de los productos en el exterior, porque lo promovemos dentro del país y transmitimos el conocimiento hacia fuera con el marketing digital, a través de unas páginas web dirigidas hacia a los clientes que están fuera del país.

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N°4

Nombre: Heber Caya Surco

Entidad a la que pertenece: Aramayus Art

Buenos días, mi nombre es Christel Vignatti Garrafa y junto con mi compañero Luis Vázquez Solís, estamos haciendo nuestra tesis acerca de los determinantes que influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de lana de pelos finos de las Mypes de la región de Cusco, durante el periodo 2017-2020. Para ello, necesitamos su punto de vista en algunas preguntas.

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector

Mi nombre es Heber Caya Surco, gerente de esta empresa familiar en 2015. Formalmente, estamos laborando, pero en mi experiencia tengo más de 15 años. Hemos empezado la técnica de los tintes naturales y, ahora, eso lo aplicamos en la fibra de la alpaca. Nosotros nos dedicamos a la producción y transformación de la fibra de alpaca en prendas de vestir y accesorios.

2. EXPORTACIÓN

¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

De un tiempo hasta esta parte, el producto de alpaca ha tenido un auge y mucho más aún, en estos últimos dos años, porque el tema de la pandemia ha hecho que la gente pueda usar productos naturales y ecológicos.

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Cusco, al ser una provincia netamente alpaquera y es después de Puno, no solamente productora de la fibra de alpaca, sino también es un centro de provincia turística. Entonces, hay una atracción de los clientes con los mercados exteriores que le hacen realizar y producirlo en Cusco.

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Pienso que la certificación es como un requisito para verificar si realmente se cumple lo que se ofrece con el producto, porque en el mercado siempre existe la falsedad. Entonces, las certificaciones ayudan a verificar ciertos mecanismos, ya sea de producción, de materia prima de trabajo, recursos humanos, etc., y mucho más con el pelo fino. Comercialmente, todos tenemos la necesidad de vender y podemos inducir o aducir que es pelo fino, cuando no lo es, entonces, esas razones hacen que las certificaciones también ayudan a poder incursionar mejores mercados con certificación, a pesar de que son costosas.

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

En el mercado de la exportación, es un mercado muy exigente y exclusivo. Los contactos de los clientes en el exterior tienen una organización logística, de tal forma que

cada área es muy especializada y requiere productos de calidad en el 100 %, en la confección, calidad y en las medidas en los tiempos de producción. Hay que tener la experiencia y para eso ayudan también las capacitaciones.

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Sí, la calidad inclusive identifica qué mercado productor es bueno, malo o deficiente. La experiencia que hemos tenido con nuestro cliente en Dinamarca, han sido rechazados algunos productos, porque no contaban con las medidas y con la flexibilidad que debería tener algunas partes de las prendas. Es importante identificar y dar a conocer la calidad que debe tener el mercado, porque eso puede ayudar a que incremente la demanda o, también, puede limitar que sea restringido. Entonces, es bueno ser conocidos como buenos productores con calidad.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Debido a la demanda de las exportaciones en el país de destino, el mercado es tan amplio y cada vez el producto de alpaca va teniendo más acogida. Entonces, eso está haciendo que requiera mayor producción de volúmenes altos de los productos transformados y tenemos que apoyarnos en las producciones mecánicas, automatizadas y de renovación,

inclusive, por los tiempos, porque ahora la experiencia que tenemos es manual y artesanalmente. Tenemos tiempos más largos de producción y es necesario incrementar la exportación.

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Sí, la automatización es necesaria actualmente, porque la competencia también es de China, por ejemplo, este tiene capacidad de producción alta y nosotros necesitamos también estar igual que ellos, en competencia de tecnología y producción, porque los tiempos que exige el cliente son cortos y manualmente no se puede cumplir. Entonces, yo pienso que en las empresas Mypes transformadoras en algún momento, como algunos departamentos en la actualidad como Moncayo, Arequipa y Lima, ya están industrializados.

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

La verdad, creo que no. Particularmente, no capacitamos, pero sí pienso que es muy necesario que la capacitación considere productos muy exclusivos de calidad y quienes los hacen son las personas. Necesitamos personas capacitadas para evitar que haya errores, de tal forma que evitamos algunos rechazos y devoluciones de productos en su propia producción. Somos conscientes que, si no lo hemos hecho antes, ahora tenemos que hacerlo. Es muy necesario capacitar a nuestro personal y no solamente capacitar, sino también sensibilizar y no económicamente, también, brindarles algunas herramientas para su bienestar personal y familiar, porque, frente al tema económico, esos aspectos personales cuestan más y valen más que un tema económico.

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Definitivamente, esto marca y diferencia a una empresa profesional y a una empresa exportadora que tiene dificultades, porque la profesionalización de una Mype es gracias a la adquisición de conocimientos, y si un empresario tiene poco conocimiento basado en poca información, pues va a tener dificultades en algún momento como la deficiencia en su proceso organizativo.

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Es vital, porque el personal es el que opera las máquinas, verifica los estándares de acuerdo con las fichas técnicas y calcula los tiempos. La parte de logística de proveeduría es el personal y si tenemos un personal súper capacitado, pues no vamos a tener deficiencias. Va a pasar lo contrario si nos descuidamos en la parte de capacitación del personal y de todas las áreas. Esto es como una garantía, porque las exportaciones no solamente tienen que ser momentáneas. Justamente, el país requiere que existan más empresas exportadoras y durante décadas, si es posible que puedan consolidarse durante mucho tiempo. Y porque no, heredar y heredar a otras generaciones.

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una

exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

En el mercado de exportación, a diferencia del mercado nacional, la logística es diferente y los productos de envíos con los mecanismos o la facturación es diferente. Por lo tanto, quienes tienen que estar bien informados en el tema de comercio exterior, es el personal, porque el gerente no puede hacer todas esas acciones. Él está para supervisar, representar, organizar, disponer, autorizar, verificar y hacer que se cumpla el objetivo de la empresa, pero el personal debe estar capacitado en temas de comercio exterior perfecto.

¿Estas capacitaciones serían suficientes para el desarrollo de las exportaciones exitosas?

Sí, es una garantía y asegura el éxito de las exportaciones de la empresa. Inclusive, muchos países están cambiando sus leyes permanentemente cada cierto tiempo y cada país tiene diferente reglamentación. Y, el personal tiene que estar capacitado e informado permanentemente, a través de otras oficinas de nuestro país que están en países de destino, que son oficinas comerciales. Entonces, a través de esas oficinas, hay que estar permanentemente informados.

6. OTRAS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

Uno de los factores es que el Estado ha ido promoviendo el tema de marca país con diferentes presentaciones. Esto ha ayudado mucho a otros sectores. Por ejemplo, el tema de la gastronomía ha ayudado, el tema turístico ha ayudado bastante, como el tema de Machu

Picchu como maravilla ha ayudado bastante para que el mercado internacional se fije más en nuestro país. Por otro lado, en el mundo existe la moda y la vestimenta es una actividad muy principal. En tema de moda y de calidad de pelos finos, Perú tiene la alpaca y otros países están con el mohair y la seda en menor producción, pero en Sudamérica, Perú, es el mayor productor en fibra de alpaca. Entonces, la ayuda también de empresas de renombre, aunque son monopólicas, pero que han hecho un buen trabajo y que han ayudado para que se posicione a nivel mundial el producto alpaca.

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N°5

Nombre: José Flores

Entidad a la que pertenece: Sociedad Nacional de Industria

Buenos días, mi nombre es Christel Vignatti Garrafa y junto con mi compañero Luis Vásquez Solís, estamos haciendo nuestra investigación acerca de la exportación de textiles de las Mypes de la ciudad y región de Cusco sobre los determinantes que influyen en las exportaciones de suéteres y guantes de lana de pelos finos durante el periodo 2017-2020 y, para ello, necesitamos su punto de vista en algunas preguntas que le vamos a hacer.

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector

Es un gusto escucharlos y saber de ustedes con este reto académico que representa meses de investigación, lo felicito por ello. Mi experiencia es como abogado y agente de aduana. Trabajo como asesor externo en el comité textil de la Asociación Nacional de la Industria, representando una empresa específicamente en el sector textil donde vemos la partida arancelaria 7251423/ 7251412 poliéster y alguna combinación con fibras de algodón. La participación directa tiene que ver con la defensa de las empresas tales en relación a las importaciones, En competidores Chinos que muchas veces traen Mercancías subvaluadas entonces como abogado y agente de aduana estamos monitoreando todo el tiempo sus valores referenciales a través del trabajo conjunto con la división de valoración, las medidoras del comité textil para asegurarnos que el precio que ingrese declarado por las importadoras no sean lesivo a los precios de fabricación y de venta en el mercado nacional y así mantener un equilibrio, una competencia leal y no se profane a una competencia desleal que muchas veces atacan a los mercados de la industria textil que es uno de sus principales

problemas, es continua esta labor de monitoreo para asegurarnos que tengamos un espacio ganado por calidad y no por un comercio desleal, básicamente ese es mi labor como agente de aduana en el comité textil.

2. EXPORTACIÓN

¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

Una de las razones o motivo por que han aumentado las exportaciones de ciertos productos textiles en primer lugar se debe a las capacitaciones que han recibido de parte de PROMPERÚ, del Estado, a través de programas de capacidades en tecnología, capacidades en comercio exterior, pero además existe de por medio un sustrato que viene a ser este conocimiento tradicional sobre el Perú textilero, porque el Perú tiene una tradición milenaria en textiles entonces existe allí entre los conocedores una calidad que siempre ha caracterizado a los tejedores solo que no ha habido la oportunidad ni la vitrina necesaria para que esos productos sean apreciados por el mundo, yo creo que habría primero que destacar la tradición que existe en el Perú al ser un conocedor de los textiles y lo segundo, las capacidades, esta confluencia ha logrado de que ahora veamos este incrementos los últimos años en ciertos sectores específicos como el que están investigando ahora.

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

El volumen se ha incrementado porque hay un mayor conocimiento sobre la calidad de los productos y también hay una madurez en el conocimiento del exportador del mercado internacional antes era más complejo poder acceder hacia compradores porque no se tenía idea dónde ubicarlos, la confluencia del sector público por el privado a través de las ferias o las vitrinas virtuales llevar a cabo presentaciones de ciertos exportadores en calidad permite que ahora compradores pequeños y grandes sepan que existen empresas de alta calidad, de Mypes de alta calidad como la que están investigando.

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Las certificaciones de calidad usualmente son pasos complejos de dar pero necesarios para marcar la diferencia, definitivamente tener una certificación de calidad incrementa su posibilidad de aumentar tu flujo de clientes, porque te hace predictivo; por ejemplo hemos sacado adelante exportaciones en el sector poliéster – telas productos que pueden retener los virus, a raíz de esta pandemia, que te protegen contra los fluidos, entonces estas certificaciones en las telas específicamente ayudó a que se incremente el volumen de ventas en los países de la comunidad andina, entonces no es fácil lograr una certificación por lo complejo de los pasos que exige sin embargo sí consideró que la certificación ayuda a una Mype a inspirar una mayor confianza en el comprador hacia afuera, te da predictibilidad en tus productos, porque sabes cómo se va a comportar la mercancía frente a ciertas circunstancia y hay confianza en el comprador.

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

La mejora continua caracteriza a toda empresa que quiere mantenerse vigente, sin embargo en el tema textil es esto prácticamente una necesidad por la demanda de los consumidores todos sabemos de qué siempre las personas tienden a buscar algo novedoso, entonces si vas a hacer un exportador de prendas marcar una pequeña diferencia en el color o del modelo te hace atractivo para el mercado, entonces sí considero que sí, definitivamente las innovaciones las exportaciones mejora la oportunidad de mantenerse vigente en el mercado competitivo. Ahora hay que verlo desde otro punto de vista también, si se van a exportar solo telas en tema de telas la calidad y la presencia en cierto tipo es también básico, ahí no importa mucho la innovación sino mantener el precio y mantener la calidad, porque también trabajo con otras empresas que solo exportan telas, entonces ya tienen fiables, confeccionan y solamente compran las telas de calidad. En prendas definitivamente la innovación es parte de la naturaleza del mercado que ustedes también están investigando.

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Si, definitivamente la realidad pero la calidad en realidad ya está dada por la materia prima, sabemos que las personas que compran suéter o un guante de pelo fino apuestan por el origen por la naturaleza del producto, de por sí ya saber qué es esta determinada partida o su composición corresponde a un pelo fino ya te marca la diferencia, sabes que puede tener un precio diferente o de un poliéster, también sabemos que la calidad va a depender del lavado y también del teñido, entonces habría que ver ahí en qué nivel se encuentra la fibra exportadora o fibra natural, fibra orgánica, fibra teñida entonces cada etapa tiene un precio

y también una diferenciación, también ver es el tema de la composición es fundamental porque cuanto más pura también es la fibra es mejor percibida.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Renovar maquinaria no es fácil, he sacado adelante proyectos cuando las Mypes cada 5 a 10 años porque es costoso y aun así lo hacen con un leasing, también hemos renovado maquinaria con maquinaria en segundo uso, pero de buena calidad y ha resultado muy bien mejora sobre todo para el acabado, los diseños o un teñido marca la diferencia según el tipo de máquina y por supuesto que sí sería la tecnología que hace que una empresa tenga mayores ventajas.

Y en su experiencia ¿Cuál es su percepción sobre la maquinaria China? porque algunos de los empresarios que hemos entrevistados indican que la gran cantidad de maquinarias que han traído para las renovaciones son de procedencia de este país.

Mira antes la máquina de China era percibido como mala y realmente mala, actualmente está mejorando, pero los empresarios tradicionales prefieren traer maquinaria italiana; es como cuando te quieres comprar un carro, la gente te dice que compres un japonés como un Toyota, mayor confianza, sin embargo, hay otros que dicen, pero ese carro chino es de primera y te va a durar dos años sin ningún problema, en cambio al segundo uso por más que sea de buena calidad vas a tener que darle mantenimiento. Cuando hemos comprado maquinaria de segundo uso por más que sea de buena calidad el mantenimiento es constante

y los costos en el tiempo se pueden elevar un poquito por mantenimiento, en cambio la maquinaria de primera por más que quizás no sea una China te va a funcionar muy bien ahí hay que evaluar esos dos factores, el tema del mantenimiento largo plazo con la maquinaria de segunda pero de buena calidad como las italianas, o la China que es nueva y quizás no tenga tanta vigencia en el tiempo para su uso; depende de en qué posición se encuentre la empresa, si es una empresa que está comenzando, por estrategia comparte una segunda calidad y vas a estar muy bien muchos años con el mantenimiento pero vas a estar bien con la calidad, si tienes un poco más de efectivo o financiamiento con un leasing, te compras una nueva y las inversiones que puedas vislumbrar y sabes que tienes un comprador con un contrato de 3 años apuesta por un Leasing, pero si tú sabes que la exportación es ocasional, no sabes cómo será el próximo mejor mantenerse.

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Si, la clasificación tradicional de la industria está dominada por los clúster y por la etapa que cada uno participa entonces definitivamente si yo tengo un estadio de descompresión de fibra, otro de lavado, otro de teñido, otro de sanforizado, otro de tejido, definitivamente si yo solo automatizó voy a tener mejores costos, mayor producción y yo he visto cómo han pasado de una etapa manuales a etapas automatizadas, ya no ves una fila de personas con máquinas tradicionales que hay una Gamarra todavía, si no pasas a un pequeño hogar donde hay máquinas que están haciendo el trabajo de las personas y eso se ha logrado con otros tipos de fibras que son más demandadas porque son masivas, las de pelo fino aún mantienen el tema tradicional porque no hay una masificación de su uso, recuerden que cada industria desarrolla y crece va a ser la demanda entonces el pelo fino todavía es exclusivo,

no es para todos, porque es una fibra costosa, elegante, durable, muchos prefieren reemplazar el pelo fino por las fibras sintéticas, podrían cumplir la misma función de abrigar, pero no hay distinción, tampoco en calidad a largo plazo como si son las de pelo fino, por eso en el Perú todavía se ve mucho el pelo fino con las estructuras tradicionales de fabricación, hecho a mano y eso sigue asombrando a los compradores, hasta cierto punto puede ser un modo de diferenciación iniciación porque el hecho a mano no existe en el extranjero, allá todo se automatiza por más pequeño que sea, sin embargo la automatización te permite crecer, sí creo que podría encontrarse un conjuntos de confluencia, mantener la calidad sin automatización.

También los empresarios nos han indicado que los clientes a veces piden una combinación de dos tanto que no sea tan industrializado por el tema de la calidad y otro que se mantenga lo artesanal, la tradición ancestral.

En, realidad eso ha sido el mayor atractivo en un inicio de las exportaciones de pelo fino, el hecho a mano y la tradición tejedora en algunas regiones cusqueñas y eso es lo que más asombra en el mercado extranjero porque no existe el hecho a mano, la automatización allá es parte de cualquier proceso simple.

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

Las capacitaciones incidencia de insuficientes si lo hacen por un tema de prevención y cumplir con la ley de seguridad y salud del trabajo donde la donde el personal tiene que saber manejar la maquinaria alguien debe seguir ciertos protocolos de seguridad como por ejemplo el tema de la señalización cuando máquina está prendida el tema de estar con la indumentaria correcta parece esta máquina tiene un partes sin duda son peligrosos que podrían mutilar a las personas ya anteriormente he visto también que ocurre con estas

circunstancias gracias la capacitación es existe pero aun así si entienden suficientes no pero si son necesarias si

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Sí definitivamente el hecho de tener la oportunidad de acceder a la información o saber de qué puedo manejar documentos aduaneros o puedo acogerme a un *drawback*, hace que las Mypes exportadoras tengan un mejor resultado porque puedes guiarte de empresas que ya lo lograron normalmente el sector público cuando escoge ciertas Mypes exportadoras, lo hace para poder crear un modelo de empresas que pueden lograr algo que ya se logró por otras exportadoras, entonces definitivamente si, haber recibido capacitación en el tema del manejo adecuado de costos, en tema de documentación aduanera, en tema de búsqueda de proveedores en tema de búsqueda de compradores, todas estas sinergias que el Estado puede brindarte a través de la captación y también de las cuales en algún momento fui parte del equipo que podía auspiciar y acompañar a estas empresas exportadoras escogidas por el estado peruano, ha hecho de que estas ahora tengan mejores oportunidades de crecimiento Se toman el modelo de réplica de pro Chile, ICEX España, el recorrido que han hecho otras administraciones de Comercio estatales de los países que están por delante nuestro en volúmenes de exportación y el estado peruano ha replicado ese proceso, donde se capacita a través de módulos, es todo un programa de Mypes exportadora entonces es cómo llevar un curso de tesis de cuatro meses pero como empresa en que se va ayudando todas las áreas entonces viene un profesional especialista en mercados, viene otro en finanzas, yo entré para

temas aduaneros entonces se forma un equipo que él mismo MINCETUR lidera y contrata como parte su labor.

¿Esta es una inversión también que las empresas realizan no?

Sí, no entra a cualquier empresa tiene que ser una empresa que tiene ciertos años ya de exportación, tiene un producto, tiene un mercado y lo evalúa el Estado mediante un concurso y ya ellos los contratan después a profesionales externos que son los responsables de acompañar a estas empresas para mejorar y repotenciar su rol exportador logrado aumentando el volumen de ventas como ustedes saben el sector es el segundo sector formal que da más empleo por cada millón de exportación FOB en productos hay más o menos unos 480 trabajos formales, después del agro exportador es el segundo por eso le interesa bastante al estado peruano, le interesa que se formalicen estas empresas exportadoras, es que esto réplica el beneficio del país pero no solamente el trabajo informal, sino formal con los beneficios de ley, cts., en planilla, horas extras pues es como que un círculo virtuoso.

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Sí, definitivamente las capacitaciones mejoran las oportunidades, tanto de los que lideran como de los que operan, no solamente los gerentes que van a tener que enseñar estrategias exportadoras sino también a las personas que están operando maquinaria.

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

No, no es suficiente por eso es por lo que muchas Mypes que desean continuar liderando recurren a Promperú o a las capacitaciones del miércoles del exportado porque saben de qué pueden encontrar información especializada por parte del Estado para el beneficio de las Mypes. gente siempre capacitaste es costoso y difícilmente las empresas aportan por ello continuamente, lo hacen claro, es fundamental, pero es muy costoso.

6. OTRAS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

Yo creo que hay otros elementos además de la calidad y de la tradición de la textilera cusqueña que han permitido que se incremente sus exportaciones, por ejemplo el hecho de tener a Cusco siempre en la vitrina del lugar de destino de clase mundial ha ayudado a que todo lo que Cusco haga se incremente en compras, no solamente pelo fino, o guantes sino por ejemplo el cacao cusqueño, podemos hablar también de la exportación del maíz blanco, hay productos de cada región puede enorgullecerse y el hecho de que el estado peruano haya expulsado la imagen de Cusco como región ha favorecido, más turistas acceden a este tipo de bienes, entonces yo creo que también el trabajo organizado, la dirección de turismo y la de exportación, permite que se incrementen las exportaciones de suéteres y guantes de pelos finos.

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N°6

Nombre: Raúl Valdivia Saravia

Entidad a la que pertenece: CITE TEXTIL

Buenas tardes, me identifico como Christel Vignatti y mi compañero Luis Vázquez, egresados de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Lima y en este contexto estamos desarrollando nuestra entrevista para nuestra tesis, que son los determinantes de la calidad, la tecnología y la capacitación como determinantes que han influido en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la región de Cusco en el período 2017 y 2020.

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector

Mi nombre es Raúl Valdivia Saravia, soy médico veterinario y zootecnista de profesión, vengo trabajando ya 15 años en el sector alpaquero, conozco el tema de la cadena textil desde mejoramiento genético desde el primer eslabón hasta un poco la comercialización ya que implica varios procesos de los cuales los primeros eslabones son determinantes para poder tener un producto final, estoy trabajando ya un año en el CITE textil porque también nuestra institución es relativamente nueva en el Cusco, son prácticamente dos años que estamos aquí en el en el Cusco y aquí tengo el cargo de especialista en innovación y transferencia tecnológica.

2. EXPORTACIÓN

¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

En realidad creo que cada año ha sido muy especial, por ejemplo hemos visto que el 2020 por este tema de la pandemia en algún momento caen las exportaciones de manera general, inclusive el primer y segundo trimestre es que por temas de restricciones en el tema de transporte todo ello es que hay una caída en el tema de exportación a nivel general, pero conforme pasa el tercer cuarto trimestre hay una recuperación en las exportaciones y es así que incluso algunos productos han tenido mayor demanda y también en algunos países más que en otros, entonces si es más especializado, en el tema de suéteres y guantes por ejemplo, algo más detallado, creo que es un tema de que bueno, por ejemplo Canadá y Estados Unidos que son uno de los principales demandantes de prendas, el tema de no poder salir de la casa y realizar trabajos en la vivienda hace que la gente haya querido sentirse más cómoda y es por ello que ha subido un poco la demanda en cuanto a prendas como chompas y guantes. Otro motivo es la capacitación de las generaciones actuales y eso hemos visto por ejemplo en algunas capacitaciones que desarrollamos como CITE, varios de nuestros empresarios vienen con sus hijos y sus hijos son los que están asumiendo responsabilidades, son los que un poco están direccionando al tema informático, al tema de ventas online y son el soporte, tal vez el caso de la señora Sonia Pedraza, hay varios empresarios que sus hijos están asumiendo ese tipo de responsabilidades y están mejorando un poco, no solamente la tecnología, sino están apoyándoles en el idioma por ejemplo, que nuestros empresarios no sabían un poco el idioma y eso era una limitante terrible para poder negociar con los países, ahora sus hijos y han estudiado idiomas y son los que un poco están llevando este tema de poder negociar digamos con Estados Unidos u otros, esa experiencia la hemos visto particularmente aquí.

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha

incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Creo que independientemente a estos dos productos todo el tema de prendas chalinas gorros han tenido ese ese incremento, por ejemplo en el tema de peletería también y comentamos un poco que las familias ya estaban haciendo un trabajo virtual en sus viviendas y un poco aparte de querer sentirse cómodos con una prenda también han querido un poco sentirse cómodos con cojines, un poco decorar su casa porque de hecho muchos hacen trabajos vía virtual, otros han querido ambientar la casa, tener un piso de piel de alpaca porque te mantiene caliente, las características de la fibra del fibra de alpaca son termorreguladoras por ejemplo, te mantienen caliente en épocas de frío, entonces imagínate trabajar en la casa hace que a veces se te baje la temperatura entonces quieres las cosas un poco más cómodas, un asiento confortable, un piso confortable, una prenda confortable, una chompa que te permita estar caliente.

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Hay una certificación Etno por ejemplo que creo esta garantiza por ejemplo que la elaboración de prendas sea 100% de alpaca, actualmente en la región del Cusco estamos viendo, hay un tema que están sacando otro tipo de fibras de alpaca combinadas, por ejemplo el tema de “la Cusqueñita”, que lo saca a la misma empresa Michel me parece pero ya son combinaciones de 69% fibra sintética, 12% o 13% alpaca y un 8% ovino, pero qué pasa, se están haciendo prendas en el Cusco que las venden como si fuera 100% alpaca y gente que no conoce muchas veces compran, pero que estamos haciendo, estamos engañando a nuestros compradores, entonces creo que para las empresas que compran en cantidad tener

una certificación creo que también les garantiza de alguna manera que sea 100% alpaca y puedan comercializar.

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Son varios aspectos que la empresa podría ir desarrollando con la mejora continua, tanto en el tema organizacional, en el tema de equipamiento o en el tema de manejo de tecnologías que creo eso se vería reflejado más en la misma empresa porque al tener este proceso de mejora continua podría de repente economizar también algunos gastos extras y generar mejores ingresos. Estos certificados se podrían conseguir como empresa, no tanto enfocados al cliente, sino al mercado, ya que hay de todo tipo, como, por ejemplo, Canadá es un mercado que no es exigente, te exige un tipo de chompas muy artesanales, en sí no exige mucho, pero creo que tener un certificado aportaría mayores beneficios como empresa, brindando al cliente una mayor credibilidad; es importante que las empresas se den cuenta de que con este proceso pueden generar mayores ventajas.

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

El nivel de calidad representa una mejora en el incremento de las exportaciones dependiendo del mercado en el que se incursione, por ejemplo, en el mercado canadiense, no es tan importante digamos la calidad, ellos más se guían por los productos como chompas más artesanales, sin embargo, si es importante para otros mercados en los cuales es importante demostrar la calidad de las prendas mediante los certificados y no solo la calidad

sino también la composición, el porcentaje de alpaca que tiene la prenda, para muchos mercados como el mercado europeo es importante que las prendas preserven su calidad.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Bueno, de un tiempo a esta parte han ido incrementando digamos en el número de máquinas gente que tenía dos máquinas ahora tienen ocho o nueve, eso les ha permitido un poco incrementar la producción, igual el otro estrato digamos que tenían máquinas de galga han ido incrementado el número que pero digamos la mayor deficiencia que tienen los talleres artesanales son el tema personal por ejemplo, no tienen un personal constante que pueda apoyarles en poder abastecer todo el requerimiento que tiene, un tiempo están, dos días están, tres días están, después los abandonan, entonces como les decía ya los mercados están establecidos el tipo de prendas de productos que les piden ya están establecidos y definitivamente el poder renovar sus equipos les mejora más que todo para ellos, para mejorar su producción, para de repente ya no hacer tejidos tan simples en máquinas de tejido sino en máquinas industriales, entonces creo que sí, si ha habido una mejora se ha visto en este tiempo al menos una mejora en poder equiparse mejor, tener una mayor cantidad de máquinas y poder ir pasando algunos que tenían máquinas de galga por ejemplo a máquinas industriales los que no tenían hacían tejido punto y ya están pasando a tener máquinas de galga por ejemplo y están generando ya el tipo de productos diferenciados.

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

La automatización de procesos productivos definitivamente va a reducir los costos de producción, sin embargo, en la región de Cusco aún estamos lejos de automatizar e implementar grandes tecnologías, puesto que son muy costosas y además que muchas empresas no tienen grandes demandas del mercado extranjero por lo que su capacidad de producción es aún baja; sin embargo, con el tiempo espero se pueda realizar mayores inversiones en lo que es automatización de procesos. Nosotros ahora en Cite textil nos proyectamos con la implementación de algunas maquinarias que podrían ayudar con la mejora productiva.

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

Aún falta mucho por desarrollar, muchas veces existe el temor de poder copiar el aprendizaje, generalmente los nuevos talleres artesanales se han formado a partir de que trabajaban para otros, entonces es por eso que son un poco más reservados con las capacitaciones y allí han ido formando sus propios grupos pequeños, en donde existe un poco el temor de capacitar a su personal porque saben que al a capacitar lo deja, entonces a veces tratan de hacerlo en un círculo familiar un poco más de más confianza, pero ese es un problema que hemos identificado aquí que ocurre casi en la mayoría de talleres que tienen miedo de poder capacitar porque se van a ir finalmente y esa mano de obra es muy deficiente, no hay un contrato serio digamos entre la empresa grande y los trabajadores, es muy informal, tampoco la empresa grande quiere invertir darle sus beneficios que de alguna manera podría garantizar tenerlos un buen tiempo, unos seis meses por ejemplo trabajando

para él seguramente eso le implica mayor inversión mayores gastos y es por eso que la mano de obra es muy informal.

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

En temas de instituciones el estado más municipalidades, las capacitaciones son un tema de poder cumplir en su ficha de registro, para ellos es importante esto pero no enfoca mucho a garantizar el conocimiento de las organizaciones que estamos capacitando, no hay un programa serio de decir una capacitación consiste en esto, una asistencia técnica consiste en esto, tiene que tener un número de horas determinadas como lo tenemos acá en el Cite el cual garantice por ejemplo un poco el aprendizaje que estamos dejando ya sea como capacitación o asistencia técnica, generalmente las capacitaciones que dan son de dos horas o tres horas entonces las personas que son capacitadas han perdido un poco la confianza de estas capacitaciones, nosotros estamos queriendo cambiar este tema de una capacitación que sea mínimo 16 horas, con un mínimo de participantes y garantizar sobre todo y tener una metodología de llegada en función al público objetivo que son diferentes tipos de público objetivo también, por ejemplo algunos son quechua hablantes, gente que está en diferentes niveles y necesita un tipo una metodología de capacitación para poder llegar y garantizar que esa persona aprenda.

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Depende del tipo de capacitación que se haya recibido, generalmente la cantidad de veces que las Mypes se capacitan si representa una mejora para las exportaciones, se genera un conocimiento continuo pero siempre y cuando estas capacitaciones sean completas y de calidad en el sentido de que se debe generar además de conocimientos, motivación para las empresas, además creo que es importante que las empresas también pongan de su parte, ya que muchas veces los microempresarios pueden tomar estas capacitaciones brindadas por las entidades de manera muy superflua, por lo que no se aprovecha como debería ser.

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

No es suficiente, a veces las pequeñas empresas invierten muy poco para el tema de la capacitación, muchos de ellos reciben capacitaciones por parte de las entidades, pero no es suficiente, yo creo que también mucho tiene que ver la motivación que tienen estos empresarios, muchos de ellos abandonan de manera rápida el mercado justo por la falta de conocimientos y preparación en materia de comercio, sin embargo cada vez se puede ver una mejora en este aspecto ya que los hijos de los empresarios van tomando la batuta, los hijos cuentan también con un nivel de estudios superior, universitario, lo que hace que estén más atentos e interesados en captar nuevos conocimientos y así se dé una mayor inversión para sus propios conocimientos. Es fundamental que los microempresarios desarrollen mayores habilidades en cuanto a comercio exterior.

6. OTROS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

Son varios factores, otra cosa que hemos visto es que acá tenemos como 12 o 13 personas que ya exportan directamente, ellos en muchos casos desconocen el proceso de exportación no saben cuáles son las herramientas, hay varios aspectos que tienen que ver para poder exportar y no lo conocen, nosotros dimos un curso de capacitación con los requisitos mínimos para poder exportar y sí tuvo mucha concurrencia digamos porque había mucho interés, entonces esto les ha permitido un poco este ver si están en las condiciones o todavía no para poder exportar porque se habla mucho de la exportación pero al final no lo saben no lo conocen como para poder entrar a ese a ese otro nivel de exportación, necesitan crear un acompañamiento de un experto para poder entrar a ese rubro, pero lógicamente que esto está amarrado también a su capacidad de producción porque muchas veces pueden hacer productos muy bonitos para una feria y les pide, “muy bien me gusta tu producto quiero que me hagas 200 chompas mensuales” y luego no lo van a poder hacer, entonces muchas veces eso hasta los frustra, no asumen ese reto y recurren a otros talleres pero lo que pasa es que ya no les hacen el mismo producto que ellos quieren, entonces terminaron siendo rechazados por que no manejan fichas técnicas, no manejan el control de calidad y muchas veces las chompas les salen un poquito chuecas, no con buenos acabados entonces aquí creo que hay que preparar a los talleres primero para que estén en un mercado local, trabajé en el mercado local y de a poquitos una vez que estén formalizados, pueda crecer su empresa y estén en la capacidad de poder abastecer mayores volúmenes, pues recién puedan entrar un poco este tema la exportación porque de lo contrario no están en la capacidad de poder producir mayores volúmenes y de calidad sobre todo, entonces eso es algo que pasa en la mayoría de las asociaciones, talleres que están formalizándose.

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N° 7

Nombre: Mónica Chávez

Entidad a la que pertenece: CITE Textil

Buenas tardes, me identifico como Christel Vignatti y mi compañero Luis Vázquez, egresados de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Lima y en este contexto estamos desarrollando nuestra entrevista para nuestra tesis, que son los determinantes de la calidad, la tecnología y la capacitación como determinantes que han influido en las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la región de Cusco en el período 2017 y 2020.

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector

Soy Mónica Chávez, soy ingeniera informática de Cusco, también soy empresaria tengo una empresa que trabaja en exportaciones en mi familia es de artesanas entonces trabajamos bastante en lo que es textil, somos de Chincheros, entonces ahí hay bastante tema de textil al menos el artesanal, entonces eso es interesante de comentar y sí, el tema de exportaciones lo he visto por la empresa, ahora también tenemos un tema de innovación en la empresa nosotros hemos trabajado con fondos de innovación como los que son de Startup Perú que es de innóvate Perú, también del Ministerio de producción y también ahora estamos ejecutando aceleración a la innovación que es de CONCITEC, entonces vemos no solamente el tema de exportación tal cual sino como trabajar innovación en el sector.

2. EXPORTACIÓN

¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

En realidad hay dos consideraciones importantes, por un lado es el tema del mercado y por el otro lado es el tema de la oferta, acá los ofertantes antes de pandemia estaban enfocados en mercado interno y externo, entonces teniendo siempre demanda del mercado interno en un producto donde no tenían que hacer mejora de calidad por ejemplo no se enfocaban en mejorarlo en pandemia he visto que varias empresas al menos con las que vamos trabajando sí se han enfocado en mejorar calidad porque ya sabían que tenían que prepararse para el mercado externo sabían que el mercado interno iba a demorar, la pandemia no sé, iba a ser un año, dos años y los turistas no regresan, entonces ahorita estaban enfocados en general la mejor calidad para poder exportar porque de hecho exportar sabes aunque sea empíricamente que tu producto tiene que ser mejor y diferenciado, por un lado está el lado de la oferta y por el otro lado es importante considerar los productos textiles tal cual están investigando si son productos de confort, sección utiliza en casa para que se siente caliente y eso se ha vuelto el día a día entonces dejas un poco de comprar ropa de deporte ropa para la aventura que se comprabas para viajar por ropa que vas a estar en tu casa caliente y entonces esas dos cosas yo creo que sí deberían de considerar y si las he visto, ahora también el tema de la facilidad en políticas de envíos por ejemplo que ha habido apoyo a la exportación y por otro lado también creo que lo último sería el tema de las logísticas, la logística era muy complicadas en el país antes de pandemia y ahora por el boom del comercio electrónico, ventas digitales se ha ido creando y generando más empresas aduaneras más empresas este logísticas o las empresas logísticas han profesionalizado sus operaciones entonces creo que ahí hay varias cositas hay que considerar que si la has ido viendo pero depende también de fechas.

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Es una tendencia tal cual va a crecer o sea ahorita yo he visto en los artesanos y tal vez no sea tan fácil de analizar pero el cambio de *mindset* que tienen muchos de ellos han dejado de hacer artesanía o hacer productos textiles por estar en otro tipo de sectores, por comprar y vender frutas o sea por de alguna forma hacer que puedan mantenerse, entonces ha habido crecimiento en algunos grupos pequeños pero otros grupos han dejado de ser artesanía y no es minoritario, entonces los que se han mantenido es porque han tenido que tener ciertos recursos para dos años, no ser sostenible con los negocios que tenían sea un poco el tema acá en Cusco al menos en este tipo de productos es la zona de confort que ellos tienen, como ellos ven que ingresa dinero aunque no sean rentables o sea ven que ingresa dinero dicen si seguimos vendiendo pero eso se los hemos quitado por ya unos años, han tenido que buscar una forma de ser sostenible estando en otros sectores y eso ha sido muy fuerte al menos en comunidades, han dejado salones llenos de chompas y han dejado de hacerlo por un año o dos años hay máquinas que están detenidas y que no sean tocados absolutamente nada entonces son dos consideraciones importantes no sé si uno ve todo en la muestra completa y te diga mira todos han crecido no sé, la verdad es que han crecido los que se han mantenido y los otros sí han dejado de serlo en el caso de mi familia yo tengo mis tíos que antes iban de 6 de la mañana a 7 de la mañana y terminaba a trabajar 10 de la noche en este momento han buscado otros trabajos y van a la tienda part time o sea lo hacen como que de 10 de la mañana a cuatro o cinco de la tarde, lo que por 10 años habían tenido una rutina igualita de estar todo el día ahora solamente lo hacen por un pedazo de tiempo

porque saben que no es lo suficientemente auto sostenible entonces eso también ahora es una consideración importante porque se han dado cuenta de esto.

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Las certificaciones te avalan la calidad, pero dependiendo del mercado te lo van a pedir o no, depende mucho del cliente porque ellos venden algo de Perú e intrínsecamente se considera de que es hecho en alpaca, obviamente hay mezclas pero como saben que hay una o dos o 5 empresas contadas con una mano que tienen la capacidad de hacer este tipo de mezclas pues piensa que ya está hecho tal cual alpaca, cuando el artesano mismo compra la fibra, el hilo para poder hacerlo él piensa también que es de alpaca porque él ha pagado un cierto monto y dice “mira de lo que yo compro un sintético a 20 soles, estoy comprando el de alpaca a 100 soles”, entonces dice debe ser 100% de alpaca, no es porque ellos lo hagan de forma maligna o quieran ganar más sino que en su ignorancia lo compran y dicen “pero es de alpaca y lo he comprado en Michel” y ya tengo 100% de confianza porque ellos me lo dan pero desconocen este tipo de mezclas ellos no saben que se puede hacer mezcla con sintético, entonces ahí este ese tema simplemente es una bola, un agujero negro de desconocimiento que por el hecho de que no lo saben hacen productos, hacen bonitos productos y dicen que es 100% de alpaca; por eso un certificado es importante para los productos, ahí se indica también qué porcentaje de alpaca es que se utiliza para elaborar cada prenda. Así se brinda una mayor credibilidad a los clientes.

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Son varios factores, es bien difícil decir que solo la calidad va a garantizar a los mejores productos, de algún modo una certificación si genera confianza en los clientes, sin embargo, también hay que tener en cuenta que para mejorar continuamente no solo hay que ver un solo factor como la calidad, sino que es un conjunto de varias cosas, también tiene que ver la mejora de procesos internos de la empresa y la sostenibilidad en las mismas entonces es un poco de todo ahorita lo que ha pasado y lo que pasa en Perú es la informalidad más del 75% hace que todos sean informales, la calidad casi no te importa si tú vendes al día a día esto es mucho un negocio de supervivencia o sea tú vives al día a día generas ingresos, cocinas, vives, compra su ropa y sigues al día siguiente o sea eso es un poco acá el problema ahora sí estoy viendo que ya se está profesionalizando de alguna forma como te decía unos pequeños emprendimientos pero más de jóvenes no tanto de artesanos es muy difícil hacer ese cambio de mejoras entonces uno tiene que considerar todo, desde la parte interna de la empresa, la mejora del producto, la mejora de capacitación que se fomentan, la mejora tecnología porque también lo que nos ha pasado a nosotros y va a seguir pasando es que quieres vender por ventas digitales pero aquí en Cusco no hay logísticas tal cual, o sea si yo quiero mandar un producto a Lima es Olva Courier, Serpost, quienes nunca me va a decir dónde está el producto, quizás a mi cliente le llegue en un mes, otras opciones pueden ser muy caras, DHL es muy caro, en Lima en cambio hay cierto ecosistema de ventas, por ejemplo eso lo pueden ver en él algunos informes de la Cámara peruana de Comercio electrónico o sea las ventas tal cual son en Lima si tú buscabas vendedores digitales de cualquier tipo de sector no vas a encontrar en regiones como que el 90% es en Lima, el 92% y el 8% está en todas las 23 regiones restantes, entonces definitivamente acá falta mucha capacitación, falta mucho en cuanto al tema de que la gente sepa que la tecnología es algo que si les va a ayudar sobre todo si la empresa está con miras a internacionalizarse.

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

El nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de las exportaciones, yo creo que tiene que ver más con un tema de mercado, muchos mercados hoy en día son exigentes con respecto a la calidad y si les demuestras que los productos están bien elaborados, con sus especificaciones adecuadas, además es fundamental recalcar el cuidado de las prendas de esta manera, van a seguir realizando pedidos, ciertas Mypes en el Cusco, por lo que se pudo observar es que si cuidan bastante cada prenda hecha de alpaca, tienen que tener un cuidado especial, para la elaboración se tiene que cuidar que no se formen grumos en la prenda y que tenga un acabado impecable, también se debe especificar el porcentaje de alpaca que posee la prenda, hay clientes que si son más exigentes con el tema de la calidad, prefieren que la prenda esté hecha 100% de alpaca.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

La frecuencia con la que renuevan las máquinas de algún modo si influye en la mejora de las exportaciones, sobre todo si te fijas que la demanda está en incremento, creo que sería fundamental que las empresas opten por máquinas que mejoren el proceso productivo y así se incremente la capacidad de producción, sin embargo en la realidad de las Mypes cusqueñas, casi no hay una renovación constante en las maquinarias, pocas son las

que cuentan con máquinas especializadas, la gran mayoría trabaja de manera artesanal. También se tiene el temor en el tema de la compra de máquinas, porque no conoces que comprar, ves lo que está disponible entonces algunas veces ha pasado de que traen máquinas de las que chinas que al final se han malogrado muy rápido. Un problema es que también no hay quien le de mantenimiento, falta gente que opere las máquinas tal cual porque nosotros hemos intentado buscar gente que lo haga con las máquinas que hay en Cuzco y son máquinas que casi nadie tiene.

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Sí, en realidad pienso que, si hay mejora en la reducción de costos debido a la automatización de procesos, aunque también hay que considerar el lado digital tecnológico, ya que este es un agujero negro hasta para las empresas más grandes. Recuerdo que vinieron a CITE TEXTIL para un co - financiamiento donde mezclaba todo o sea saben que lo digital es una necesidad, pero no lo entienden, no entienden que implica. Por ejemplo, vender en digital y vender en físico a uno o dos clientes porque tu modelo de negocio es B2B es muy distinto. Ellos piensan que ya subiendo todo a lo digital se va a hacer solito y mágicamente va a funcionar, pero no sucede así. Nosotros al momento de darle asesoría les decimos esto es un proceso que tal vez se demore un año, tal vez la creación de página se realice en 6 meses y tú tengas que aprender a gestionarla en los otros 6 meses. Pero esto es un cambio de modelo de negocio tal cual. lo que hacen para sus productos y la mejora de estandarización con máquinas.

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

Si capacitan para el uso de sus máquinas, pero muchas veces las empresas son muy celosas con sus conocimientos, por ejemplo el trabajo colaborativo no existe acá, muchas se ven como competencia y rara vez muy rara vez se van a ver como un equipo, entonces eso también lo hemos visto acá, la asociatividad no funciona, funcionan quizás simplemente para un beneficio que podría tener en un momento pero de ahí lo dejan, porque por ejemplo yo me acuerdo que MINCETUR tenía pedidos de no sé, 10000 chalinas o un millón de chalinas que hay gente que tiene o sea acá si tú juntas a las 10 empresas y toditas hacían llegaban a esa demanda y la cubrían y se mandaba y se exportaba pero la misma gente de MINCETUR sabía que como todos se ven como enemigos nunca cubrían con esa demanda, o sea si tranquilamente se hubiese cubierto una primera vez.

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

En realidad yo recuerdo que a ciertas unidades productivas, como nosotros llamamos a empresas, asociaciones y en general, les daban ciertas capacitaciones de tres meses a cuatro meses, entonces ellos si llegaron a tener especialistas que los animaron a hacer su empresa y de ese grupo salieron los empresarios actuales, han pasado como 10 años digamos pero si ha sido un momento como que el “ajá momento” de que les dieron algo que les hizo cambiar la forma de pensar y de esos los capacitaron a 50, los 10 que decidieron y dijeron sí yo sé que puedo apostar por ese sector y ahora son los empresarios de este momento, si han tenido algo muy bueno en capacitarlos y en cambiar su vida pero también es que ahora es a quienes se les da todo, o sea como ya se diferenciaron de todos los demás se les ha dado, han llegado a su punto en el que ellos mismos puede ser auto sostenibles pero ya no quieren más eso, o

sea ya saben que las capacitación fueron suficientes y quieren algo más especializado y técnico, quiere mejorar su producto, porque ya saben en qué consiste, pero los otros necesitan todavía esos momentos de que puedan cambiar su vida sabiendo de que el negocio siga siendo rentable.

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Se puede tener algo de 50 capacitaciones, pero talvez solo una se capacite de manera eficiente, es que ahí es el problema de la falta de diagnóstico, es cuando tú vas y le das 50 en finanzas a 50 en mejora de proceso, o sea talvez de esos 50 solo 5 necesitaban aprender sus finanzas porque nosotros lo sabíamos o tal vez solo 5 necesitábamos aprender el diseño y desarrollo, lo que pasa con la capacitación en general es que en general es abierto para todos sin importar si tú sabes o no sabes del tema entonces diagnosticar previamente si los va a ayudar a crecer justamente con la hoja de ruta pero si tú vas a ciegas y te capacitas y te capacitas lo más probable es que solo el 10% te vaya a servir.

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Yo recuerdo las primeras veces que dimos charla y una señorita dijo yo hace 5 años estoy tomando capacitaciones de Promperú, Mincetur y nunca lo había entendido, esta es la primera vez que me lo ha enseñado a hacer y me han dicho entra a la aplicación, fíjate como es, el problema es que no te enseñaban a cómo utilizar sin embargo con el método de capacitación lo pudo hacer de manera rápida. Como Estado justo vemos eso, las

capacitaciones que damos son las más básicas posibles porque queremos que la gente haga lo más básico, por el lado de la inversión, casi una parte de las Mypes se niegan a invertir grandes montos en lo que es capacitación, nosotros ofrecemos por ello programas de capacitación en materia de comercio exterior, lo cual, si brinda un gran aporte a los participantes, debido a que el tema es bastante amplio.

6. OTRAS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

La logística es uno de los factores que podría ser relevante para el incremento de las exportaciones, en Lima por ejemplo tú tienes agentes aduaneros en Lima tú vas a tener empresas de *packing* si tú quieres empaquetar tus productos, es probable que también hagan los empaquetados en Lima y luego te lo traigan eso suele aumentar los costos. También entonces ahí son varias cosas, tú necesitas un ecosistema necesitas personas necesitas consultoras que te ayuden a ti a mejorar porque eso nos pasaba a nosotros, yo quería aportar pero exportar pero desde el Cusco es complicado, demasiado caro entonces tienes que ir a Lima buscar empresas que netamente se dediquen a exportar porque hay muchas cosas técnicas como conocimientos de incoterms que debes conocer, un montón de cosas que tú debes de saber con qué gente hacerlo y con qué gente no, otro factor es la diferenciación, una empresa empieza a diferenciarse cuando empieza a trabajar con artesanos que eso es muy valorado afuera, por ejemplo yo me hablaba con diseñadoras que hacían 50 productos en todo el año, pero esos 50 productos eran mostrados en la pasarela en Nueva York, porque ellos tenían esa parte de la mercadotecnia pero el artesano en sí hace todo el trabajo.

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N°8

Nombre: Aldahir Romaní Yerren

Entidad a la que pertenece: Cite Textil Camélidos

Buenos días, mi nombre es Christel Vignatti Garrafa y junto con mi compañero Luis Vásquez Solís, estamos haciendo nuestra investigación acerca de la exportación de textiles de las Mypes de la ciudad y región de Cusco sobre los determinantes que influyen en las exportaciones de suéteres y guantes de lana de pelos finos durante el periodo 2017-2020 y, para ello, necesitamos su punto de vista en algunas preguntas que le vamos a hacer.

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector

Soy Aldahir Romaní Ingeniero Químico egresado por la Universidad de San Marcos estuve un tiempo trabajando en el desarrollo y mejora de los productos terminados. De hecho, apoyo también al ingeniero Carlos de Cite textil quien supervisa la planta y en la parte de desarrollo y tintorería. Mi puesto es especialista en la gestión de conocimiento es el puesto que se me asignó y bueno mi cargo prácticamente es facilitar el trabajo de todos los demás en función de la información que deben de tener para tomar las decisiones normalmente nos basamos de cierta cantidad de información incluyendo las de Comercio Exterior entonces la visualizamos, las ponemos en contexto para poder debatir y tomar decisiones

2. EXPORTACIÓN

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha

incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Básicamente por la influencia de los pelos finos a nivel internacional, es sabido que este tipo de material empezó a tener reconocimiento por su calidad, finura y adaptación de estos a la temperatura corporal de quien lo usa. Además de ser muy cómodo.

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la región de Cusco en el periodo 2017 – 2020 aumentaron? ¿Cuál es tu opinión o experiencia al respecto?

El tema es que al menos acá en Cusco se acostumbró siempre a la sobre producción. Es decir, si yo de todas maneras sigo produciendo mi producto y estoy en este jaque del 2020 en el que supuestamente tenemos que movernos, definitivamente el volumen se incrementará. Porque la sobre producción ya estaba hecha y los exportadores ya estaban comprometidos al trabajo, Pero, definitivamente todos se han movido a buscar otros lugares. Sin embargo, los números se mantienen, por eso el incremento

¿Consideran que los volúmenes de exportación por la COVID -19 disminuirá?

Creo que las tendencias de consumo aportarán positivamente. Porque al final sigue siendo exportaciones y los clientes siguen siendo de afuera y esos clientes tienen sus abastecedores bien marcados en Cusco. El problema sería más para esas empresas que tienen compromiso con estos clientes de fuera y como sea están buscando la manera de tener la materia prima debido al cierre de producción que hubo a mediados del 2020, más que todo para no perder, pero la tendencia de consumo va a continuar de aquí a un año y no sé si se abastezcan como siempre, por eso yo pienso que al menos 1 periodo pequeño dentro del 2021 disminuirá, de ahí va a incrementar.

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Sucede que estos son nichos de mercado o sea al final lo que se sucede es que las empresas que trabajan con PROMPERÚ a veces y no casi siempre requieren tener certificados, ya que es PROMPERÚ quien solicita estos para trabajar con clientes internacionales, ya que para poder enlazarlos se le pide esta certificación. Pero es muy ocasional al menos acá en la región de Cusco, las certificaciones no pesan por el hecho que algunos clientes no lo solicitan. Tal vez en los números, cantidades o volúmenes no está reflejado el tema de las certificaciones, tal vez en valor sí.

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Son varios aspectos que se puede reflejar el incremento de las exportaciones, no solamente la mejora continua de los productos garantiza un aumento. Ellos no ven la autosostenibilidad de los productos. Acá más que todo es la venta del día a día para poder sostenerse. Aunque déjame decirte que las nuevas generaciones si toman en consideración la mejora continua, ya que saben los beneficios que estas producen y son las que las están implementando.

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Hablar de la mejora de la calidad propiamente dicha desde términos técnicos implica generar este tipo de procesos que nosotros hacemos, el cual es estandarizar el control de calidad de los productos como el control de calidad de las prendas. Pero, estas no son prácticas que estén dentro de ADN de los textileros. El implicar que nosotros como parte del Ministerio de la Producción vamos y fomentamos el hecho de que se mejore el tema de transformación no es tan sencillo. Nosotros hemos ido a diferentes zonas a impartir este tipo de conocimientos, pero ellos no lo ven relevantes porque los clientes que estos tienen son los mismos y las cantidades que ellos van a producir son las mismas. Así como uno desarrolla buenos productos, ellos no conocen que también se deben desarrollar buenos clientes, el desarrollo y buscar más clientes no son prácticas que ellos hacen. Aunque como mencione estas prácticas recién se pueden dar con las nuevas generaciones, que si han visto la necesidad de hacerlo.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Algo muy común es que los programas que realiza el estado no necesariamente el Ministerio, si no los gobiernos regionales es generar concursos y brindar la posibilidad de que adquieran maquinaria no ha sido muy aprovechada, ya que nos ha tocado observar que las máquinas no son usadas, años, ya que no hubo un acompañamiento en quien les enseñe a usarla, aunque los pocos que si han sabido invertir en buenas maquinarias y capacitación si han tenido un incremento

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Propiamente dicho Mypes en Cusco puedes encontrarlas muy rápido y ellos son los que han estado invirtiendo en procesos. Hay empresarios que han cambiado de maquinaria de Galga a maquinas computarizada y simplemente han estandarizado la manera de como producir y eso definitivamente les ha ayudado y sobre todo el hecho de que los descubrieran, porque no muy sabido que en Cusco que la estandarización de procesos mejorando la calidad de productos se puede llegar a este tipo de aumento de producción y sobre todo en el tema de los costos. pero la estandarización es muy buena. Más bien cuando estuvimos haciendo la parte básica de estandarización, porque a veces nos contratan para ir a de capacitaciones normalmente empezamos con lo que es 5 S, el 5 S es los más básicos que existe en la estandarización para llegar a la mejor de la producción y con una capacitación tan sencilla realmente la gente descubre que la estandarización y automatización de procesos puede ayudar

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

En cuanto a esta pregunta lo que sucede es que la mano de obra se mueve mucho hay mucha rotación y ellos tienen miedo de capacitar a su gente porque es tiempo perdido y no tienen la confianza como para tener un grupo un equipo que este integrado en su organización y pasa en todos lados no necesariamente en las Mypes exportadoras, sino también con los artesanos que tienen que llamar a familiares para poder confiar en alguien en particular entonces sí es un problema.

¿Se podría decir que a sus familiares si se le capacita?

Si vienen a capacitarse, la última vez tuvimos una capacitación en la máquina computarizada de tejido y vino un grupo considerable. El tema es que las cabezas de estas organizaciones de estos grupos son los que se capacitan y ellos se tienen capacitando tanto como se pueden porque como es una competencia pues ganamos el que tiene más conocimiento.

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Haciendo una diferencia entre las Mypes exportadoras y todo el cumulo de empresarios que no están dentro de este rubro. Es normal que acudan a los programas de apoyo al Estado, ya que al menos en Cusco hay una total diferenciación entre capacitación, asistencia técnica, desarrollo de producto. Cuando no has tocado a nosotros ir los programas del Estado en el que nos contratan para apoyar vamos y vemos las condiciones en las que están las otras empresas y pues nosotros tenemos que innovar en ese momento para que la gente nos entienda, ya que hay déficit por el tema del idioma, por el tema de la cantidad de operación y maquinas que tienen entonces tenemos que innovar. Eso nos hace preguntar si nosotros no estuviéramos que tipo de capacitación se les daría. Aquí en Cite Textil somos muy metodológicos, entregamos una hoja de ruta en donde no solo se capacita, si no se brindan asesoría, se enseña sobre diseño de productos, tecnología y marketing digital, siendo un conjunto de cursos que dictamos.

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Creo que no, no es la cantidad de veces que se capacitan, si no la calidad de la capacitación y el tipo de capacitación que se desea tener, ya que muchos empresarios se capacitan en los temas que cree le conviene y le va a servir para desarrollar una mejora en sus exportaciones.

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Bueno al menos en las experiencias que hemos tenido y viendo también los planes de negocio y cuánto dinero destinan a la capacitación es clarísimo que lo que más invierten es en materia prima. Considero que las capacitaciones no es su prioridad ahora tal vez por el hecho de que sienten que lo conocen todo, entonces porque entrar nuevamente a capacitación.

6. OTRAS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

Un determinante que considero ha sido relevante para las exportaciones es la fidelidad de sus clientes, ya que al ser los mismos compradores siguen produciendo y generar los volúmenes de exportaciones. Me atrevería a decir que la confianza que tiene con ese tipo de clientes que no se rompe.

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N°9

Nombre: Inés Callañaupa Quillahuaman

Entidad a la que pertenece: Gerente General de la empresa Awanallaqta

Me presento, mi compañera que es parte de estudio se llama Christel Vignatti Garrafa y yo Luis Alfredo Vásquez Solís Duran; egresado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas que actualmente estamos desarrollando nuestra tesis para optar el grado de la Licenciatura y para ello necesitamos de su punto de vista en referente algunas preguntas que le vamos a hacer.

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector.

Mi nombre es Inés Callañaupa Quillahuaman soy de Cusco, del lugar donde se está construyendo aeropuerto nacional de chinchero.

Nosotros tenemos una empresa que se dedica a producir y comercializar en prendas de moda, con fibras de alpacas, algodón y oveja. Somos una empresa que trabaja con diseños exclusivos, utilizamos la mano de los artesanos bien calificados para poder obtener prendas que estén acorde a la moda. La antigüedad de la empresa es del año 2018, llamada Awanallaqta

2. EXPORTACIÓN

¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

Nuestra fibra es la más cotizada mundialmente, porque es orgánica no te causa alergias, prácticamente lo consigues de las mismas zonas de las comunidades y es térmica, el tema de las fibras tiene bastantes colores muy aparte q estamos siempre con el tema de los turismos y eso es muy factible a nuestras ventas.

El tema a las incrementaciones se debe a que utilizamos prendas incorporados a la moda con diseños iconográficos de nuestra cultura andina.

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Yo creo que por el tema de la pandemia la gente se ha concientizado, porque hay cambios nuevos que las personas, empresas están empezando a utilizar productos orgánicos que no contaminen el medio ambiente, en el cual nuestra fibra está ahí número uno. Para obtener nuestra fibra nosotros no matamos a los animales y tan tantas cosas que por eso el mercado extranjero prefiere utilizar estas prendas y aumenta el pedido el volumen de ventas y viendo todos estos cambios de la pandemia todo lo que es sintético le hace daño al cuerpo por eso las personas y empresas han empezado a concientizar más que antes.

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Respecto a las certificaciones de estos productos algunas nos sirven y algunas no nos sirven, por ejemplo, el certificado de origen es bueno para poder hacer una exportación, ya que uno debe de saber de dónde sale el producto, el certificado del ISO, el certificado de

calidad, certificado natural orgánico, todos esos certificados si nos sirven, no mucho, pero se puede decir el no 90%. Hay algunos certificados que nosotros nos necesitamos, en el tema que uno sabe cómo está compuesta tus prendas, ya que uno mismo se da cuenta si sus prendas que material es si son orgánicas, si los tintes son orgánicos, ahora más q nunca hay un tema de responsabilidad social. (...)

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Uno tiene que estar innovando para poder vender los productos que uno hace, tiene que estar viendo los colores, las tendencias, ver las formas, sacar nuevos diseños, nuevas colecciones, eso es muy bueno y para eso uno tiene que estar viendo, dependiendo de las empresas tener sus diseñadores (...)

Si mejora bastante porque vamos mostrando los nuevos diseños al cliente y vas innovando y porque, porque estamos con esto del internet, el mercado virtual tiene el lado positivo y negativo. El lado positivo es que todo el mundo se está mostrando y estamos corriendo en una velocidad, es una ventana para todo el mundo y los clientes tiene mayor accesibilidad a nuevos productos con nuevos diseños y muchas cosas entonces uno tiene q estar mejorando, viendo las opciones de cambiar los catálogos eso es muy importante. La parte negativa del mercado virtual es que las personas, grupos o microempresas no estamos preparados, por ejemplo, subir las fotos, muchos no estábamos preparados y tenemos que estar alineándonos con todo este tema y estar acorde de lo que está funcionando en el mercado mundialmente que es lo que está pasando y estar a la vanguardia, viendo, observando, estudiando.

¿Una experiencia que nos pueda comentar en su empresa que relación esta pregunta de algún cliente o algún proceso que allá tenido que mejorar para que al final de cuentas el producto salga de una buena calidad?

No nosotros hemos tenido un pedido en Japón de unas medias y calentadores con hilos de cobre. El cual todavía por entonces no había las maquinas que podían tejer esto, porque el cobre no estaba adecuado a las maquinas, hemos tenido esa dificultad y tuvimos que adecuarnos, acomodar lo más rápido que podíamos y tuvimos que cambiar, artesanalmente lo hemos tejido y de esa manera hemos tenido que ver como acomodarnos, tuvimos que hacerlo tejer en otro sitio y comprar una máquina que verdaderamente pueda tejer el cobre de hilos de alpacas y poder cumplir al cliente.

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Yo considero que es bueno, utilizar los pelos finos porque tenemos bastante aquí en el Perú. Es un producto que a veces no lo ponemos en valor, como la fibra de alpaca, fibra vicuña, oveja y el algodón orgánico. Somos el único país que tenemos bastante materia prima y no lo provechamos. Yo considero que eso es muy importante que eso deberían utilizar en las prendas de guantes, medias y eso es lo que valora el cliente y el extranjero, porque en comparación, en una competencia mundialmente tenemos estas ventajas de utilizar estos pelos finos que nosotros lo conocemos como fibras, entonces eso deberíamos aprovechar ahora que también la gente está cambiando ya deberías enfocarnos en eso.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Claro que influyen en las exportaciones comprar o adquirir maquinarias nuevas, porque tienes más opción de que abaratar costos y estas con las nuevas tecnologías ya se puede sacar diseños o puntos u otros tipos de tela y es importante, uno tiene q cambiar y estar siempre con la tecnología.

¿Cuéntenos una experiencia que usted ha tenido en referente a renovar maquinarias para poder mejorar sus exportaciones?

Nosotros ahorita actualmente estamos renovando, ahora a fines, estaremos comprando una máquina, que nos va servir de mucho para tener mayor producción y abaratar costos, pero siempre y cuando también que la maquina este bien y las maquinas puedan ser más grande y podamos hacer más colchas para camas, es algo nuevo y ya no podamos estar perdiendo juntando las piezas, el tiempo y por otro lado los precios también han sido accesibles con esto de la pandemia que ha pasado porque antes pues costaba demasiado y una opción que tenemos, la parte positiva es el libre comercio pero también tenemos una maquinas que están viniendo, una nueva tecnología un nuevo pedido .

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Si, maquina galga va a tejer una sola pieza más grande ya nosotros no vamos a estar juntándolo o estar comprando otro tipo de maquina más.

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

Si, las Mypes están capacitado para que utilicen las maquinarias, por decir uno cuando empieza a trabajar en un sitio siempre tenemos que capacitar a las personas que están trabajando en la empresa, tenemos que estar viendo y tener es opción de q no malogren las maquinarias y sean más rápidos y productivos parte que uno solo no puede hacerlo todo, es necesario tener aliados estratégicos personales que estén siempre capacitados, como la cabeza, los pies, las manos tener ese conocimiento por si uno tiene que salir dejar a cargo y estar instruidos en todo.

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Si, por ejemplo, he visto que algunos Mypes no exportaban y otras si exportaban y entre ellos empezaron a obtener una capacitación y el tema de algunos intercambios de negocios por ejemplo ellos tenían unos clientes que yo no tenía, a ella le interesaban los textiles y me pasaba los datos. Hemos tenido una exportación mediante su cliente de ella de igual manera en el tema mío, había una persona que todavía no exportaba y yo les ofrecí sus productos, entonces en ellos empezó las exportaciones. Estas reuniones son muy importantes que participen todas las Mypes.

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Si, de hecho, que sí, es muy importante que las Mypes capaciten porque cada año cambian los países del extranjero sus formas, piden nuevos certificados, nuevas estrategias tienen entonces sí o sí; tenemos que estar siempre en las capacitaciones y ver que está pasando por eso que uno tiene que estar informado y es muy importante por eso que tienen que estar las Mypes en las capacitaciones.

(Entrevistador) Me dice que es más que todo se capacitan por Promperú y hacen intercambios con colegas de Mypes que le aportan algún beneficio de conocimiento.

(Entrevistador) Si, más que todo por Promperú, yo más que todo viajo al extranjero también que tenemos una charla de mujeres empresarias en el extranjero en EE. UU, eso depende de cada uno a que sitio va a ir, donde va a ir, cual es lo que le parece productivo y beneficioso.

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Si, no es suficiente, sino que siempre tenemos que estar invirtiendo en las capacitaciones para que las empresas puedan seguir exportando, por decir nosotros siempre viajamos al extranjero a ver las ferias y que es lo que consume el público y siempre estamos invirtiendo en eso.

6. OTROS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

Relevante en el tema de productos es que siempre tiene que estar en buena calidad, eso es uno de los relevantes que tenemos y nuevamente tenemos que estar en la vanguardia de los colores los diseños incorporar las tendencias y siempre nos mantenemos en el mercado.

¿Usted cree que la formalización es un determinante para que pueda realizar exportaciones?

Cuando uno tiene la empresa en grupos de artesanos obviamente tiene que estar formalizando su libro de padrón, libro de acta. En cambio, de nuestras empresas nosotros ya tenemos la formalización y siempre el determinante es que tenemos que ser claros con el cliente, no puedes mentir, si tú dices para un día, tiene que ser ese día pase lo que pase (...), pero si o si cumplir lo que uno propone al cliente, las fechas, las horas, los colores, siempre hay que ser formales, las palabras que nosotros decimos tenemos que cumplir en todo. El otro factor determinante para que suban las exportaciones, siempre tenemos que trabajar en un tema de economía circular, ósea uno tiene que pagar precios justos y todos trabajaremos, la economía tiene que ser dividida con todos, no solo la empresa, los artesanos, eso es un factor importante que nos determina en la empresa.

¿Qué tipo de exportación realiza usted, exportación directa, indirecta o una exportación indirecta mediante un intermediario?

Los tres tipos de exportaciones. Nosotros realizamos directamente e indirectamente, indirectamente mandamos solo hasta lima y de lima tiene las agencias que mandan hasta el extranjero, cada empresa tiene sus formas y métodos de trabajar

¿Y qué tipo de exportación es la que más realiza en su empresa?

La que más realizamos es indirectamente.

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N°. 10

Nombre: Jesús Huamani Santo

Entidad a la que pertenece: Gerente General de la empresa Yugana inversiones E.I.

R.L

Me presento, mi compañera que es parte de estudio se llama Christel Vignatti Garrafa y yo Luis Alfredo Vásquez Solís Duran; egresado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas que actualmente estamos desarrollando nuestra tesis para optar el grado de la Licenciatura y para ello necesitamos de su punto de vista en referente algunas preguntas que le vamos a hacer.

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector.

Mi nombre es Jesús Huamani Santo, soy natural de la provincia de Espinar departamento de Cusco, con el DNI 41397805. En la empresa que yo manejo soy propietario, dueño, gerente de la empresa Yungana inversiones E.I. R.L, su RUC es 20605323902 y la dirección fiscal Av. Julio Ochoa 118 Distrito de Sicuani Provincia de Canchis Departamento del Cusco.

2. EXPORTACIÓN

¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

Está aumentando este rubro de la alpaca porque la gente a nivel mundial la gente tiene tendencia de irse a prendas naturales accesorios naturales y la alpaca es un producto muy bueno en la transformación de prendas, es un producto terapéutico un producto natural

un producto muy cómodo se adecua al clima y por todas esas razones se está subiendo esta tendencia de exportar prendas en alpaca (...)

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Está aumentando porque son productos naturales y le mundo está viendo lo que es la alpaca, ósea hay muchos países que le importa la alpaca y en el 2020 aumento por el tema de la pandemia las personas entraron en mucha ansiedad sobre todo las personas adultas y la fibra de alpaca es un producto que calma esa ansiedad es relajante, terapéutico por ese motivo las personas adquirieron bastantes prendas de alpaca.

¿Cuál a es la experiencia en volumen que más ha exportado en su empresa?

Hemos visto claramente la subida en el 2020, a inicios de la pandemia como muchas empresas peruanas y exportadoras cayeron y quebraron, nosotros también como nos dedicamos a la exportación se cerraron el transporte aéreo entonces quebramos, eso ya es otra historia. Pero pasando la pandemia en el mes de junio del 2020 se reabrieron los vuelos para Canadá, entonces ahí empezaron a pedir más que otros años, en el 2020 hemos vendido más productos que en el 2019 y 2018 y esto es gracias a la pandemia porque pensamos que íbamos a cerrar en cero y yo ya pensaba ya dedicarme a la labor de la docencia nuevamente, pero ya estábamos convencidos, pero no, la pandemia ha hecho que podamos vender los productos. Nos ayudó porque había concursos nacionales que nunca habíamos visto por la necesidad ingresamos aun concurso que es de Turismo Emprende, ahí nos presentamos en plena pandemia y había tiempo para hacer los videos, documentos todo eso en plena pandemia fue algo difícil, pero nos presentamos y gracias a Dios fuimos ganadores de un

premio Nacional en Turismos Emprende, el premio era 30 mil soles en herramientas con eso compramos nuevas herramientas hicimos tecnologías y nos fue bien en el 2020, no solamente eso yo como profesional en administración hice un artículo del contexto que estaba pasando en la empresa lo presente a la universidad donde estudie y gracias a Dios también salimos ganadores mi artículo salió en primer lugar y nos felicitaron, aun nos falta recoger el premio ir hasta a Lima pero ganamos y todo eso nos motivó a seguir trabajando ese año nos fue tan bien que afines de Diciembre del 2020 llegamos a comprarnos nuestra movilidad para llevar nuestra carga porque era bien difícil llevar en otros transportes públicos y en pandemia terminamos con este pequeño carro que nos puede ayudar en el trabajo. (...)

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Para hacer nuestro sistema de calidad, aquí en el Perú no hay uno acerca de alpacas. De Canadá vinieron hacia la empresa, trajeron instrumentos y su reglamento de productos para importar e hicieron todas las pruebas de los clientes de Canadá, pasamos todas esas pruebas nos dieron un certificado que hemos pasado las pruebas, pero esas pruebas no nos han hecho el Gobierno del Perú sino que fue le el Gobierno de Canadiense que nos hizo las pruebas, pasando esas pruebas nuestras exportación fue más sencilla más rápido incluyo nuestro canales de naranjas pasaron más rápido, no fue necesario que lo revisen porque ya nos conoce trabajamos muchos años exportando entonces nos ayudó bastante en lo que es el sistema de calidad.

¿Usted cuenta con una certificación ISO 9001 tal vez?

No, pero nos gustaría como profesor de Administración, nos gustaría hacer sistemas de calidad, pero estamos empezando, tenemos 10 años, ojalá nos vaya bien y sigamos así para hacer otras empresas. Que tengo muchos planes para seguir avanzando de esa manera gestionar o desarrollar el sistema de calidad. (...)

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Si, porque las personas allá son muy exigentes, los extranjeros necesitan calidad y ellos invierten en calidad y que el producto tenga buenos acabados, bien hechos, ellos dicen que el producto tiene que durarles mínimo 3 años. Los productos que hacemos aquí en la empresa están adecuados para lo que es el mercado de Canadá, por su calidad y por el trabajo bien hecho.

¿El tema de la mejora continua de los productos?

Si, mejoramos continuamente, siempre estamos innovando, desarrollando si hay alguna observación de los clientes, cambiamos aceptamos sus observaciones y volvemos a rehacerlo, siempre estamos al tanto para mejorar. (...)

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Si, bastante porque tenemos ese certificado, no hay otra empresa a pesar en Sicuani donde está la empresa, hay muchos talleres informales, un 90% son informales. Yo como profesional de administración tuve que hacer la empresa y nos ayuda bastante eso y sobre todo el certificado nos garantiza los productos, porque si van a otros lugares o a la

competencia no lo van a vender con la misma calidad que nosotros lo hacemos. (...) Sobre todo los extranjeros necesitan seguridad y bueno Canadá, no pueden comprar a un informal ellos quieren garantizarse con una empresa que puedan contribuir y puedan pagar sus impuestos y que sus trabajadores estén bien pagados y todo este en orden, muchas veces los clientes que tenemos en Canadá reniegan con las autoridades o los Peruanos mismos porque ellos siempre trabajaron con otras empresas, personas naturales o talleres informales y no hicieron como ellos desean que trabajemos y se molestan bastante, dicen que porque los peruanos somos así de informales no avisan a tiempo, avisan a ultima ahora nosotros hasta para hablarles o comunicarnos a con ustedes sacamos cita una semana antes pero los peruanos nada nos dicen que vamos a enviarles el producto, llega el día y no hay tal producto entonces esa es su molestia ellos son personas muy formales muy profesionales en su trabajo y tienen mucho valor en su palabra, no son como nosotros o la gran mayoría de nosotros lamentablemente.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Si, definitivamente que sí, toda tecnología aumenta la producción, en el 2020 compramos una plancha evaporizadora, esa herramienta nos hace en 3 horas el trabajo de una semana que hacíamos antes; definitivamente la tecnología nos ayuda bastante pero como es de alpacas, como es un trabajo de artesanía los compradores o clientes quieren que este hecho con las manos ese es su valor agregado de ellos y a nosotros como empresa también nos conviene producir más, pero explicándole al cliente haciéndoles saber que no es un

trabajo hecho en serie a eso temen ellos que no sea un trabajo serio y explicándoles, haciéndoles conocer llegamos a un acuerdo y definitivamente la tecnología aumenta en las exportaciones. En el Gobierno es triste porque se olvida, no nos ve a nosotros, aunque seamos muy pequeño traemos divisas del extranjero, nosotros no pedimos nada al Gobierno ni nos paga nada tampoco, el que nos paga y nos da el pan de cada día es el Gobierno Canadiense y es más nosotros pagamos impuestos y si el gobiernos nos ayudaría las exportaciones serían más porque yo tengo cantidad de pedidos, no podemos abastecernos por falta de capital y si hubiera capital tomaría mano de obra, aumentaría la tecnología, ampliaría mi taller, pagaría más impuestos, daría más trabajos a otras personas pero lamentablemente no se fijan en nosotros, no nos ven, ojala que algún día se den cuenta de nosotros. (...)

Nosotros en el Cusco nos dicen que viendo los datos somos los primeros exportadores en lo que es el precio de (FOB).

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Si, reduce los procesos la tecnología y aumenta la producción, pero como se trata de alpacas nuestros clientes quieren siempre que sea algo manual, procesos más rústicos, quieren algo natural que nuestras manos directamente hagan el trabajo.

Tal vez su automatización más cercana que usted ha hecho es lo de la plancha, es lo que más próximo a la automatización.

Si, es lo que nos acepta, tenemos la planchadora, la calentadora solar son naturales y se necesita bastante agua caliente, termas solares, maquinas remalladoras de cuero, que nos ayuda hacer nuestros procesos. No como antes que hacíamos a mano y demorábamos bastante, esas máquinas nos ayudan bastante en los procesos de tecnología y producción, pero hay que tener siempre cuidado y no perder lo esencial que es la artesanía.

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

En caso de nosotros si tenemos que capacitarlos, casi todos los días porque desarrollamos nuevos productos y tenemos que enseñarles, traemos maquinas nuevas tecnologías y tenemos que enseñarles a que utilicen bien las máquinas y las capacitaciones es constante y debería ser constante siempre en todos los (no se entiende) porque es lo básico e importante.

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Si, definitivamente aumenta la producción con la capacitación. Hay muchos programas estatales que ofrecen capacitación, pero la mejor capacitación que se les da en medio de la empresa. Con la empresa que tengo, tengo mis colaboradores bien capacitados, la producción es bien hecha y hay bastante producción.

Cuando yo me capacite, más que todo en la pandemia, mi primera capacitación la más grande fue estudiar, casi 5 años estudiando.

¿En relaciona esto de haberse capacitado, impulso la cantidad de exportados, se logró una relación de cantidad exportada con las capacitaciones que usted ha realizado?

Si, bastante yo en mi ignorancia empecé esta empresa, pero cuando estudie ahí hicimos lo que es sistema de calidad de los procesos, definitivamente tenía que aplicarlo en mi empresa todo lo aprendido, los procesos son más claros más sencillos y todo eso ayuda a que la empresa camine mejor más ordenado con todos sus procesos detalladamente.

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Si, efectivamente que si ayudan bastante. (...)

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

No, se necesita más capacitación, las capacitaciones no deben terminar, no deben tener fin, deben ser constantemente, pero los recursos que tenemos no nos da esa facilidad de capacitarnos, no tenemos esos recursos para contratar otros profesionales, la capacitación que hago yo, es mi persona hacia mis colaboradores, hay algunos amigos compañeros colegas que talvez se especializaron en otras temas de finanzas o sistema de calidad, los contrato a ellos o psicólogos también pero la capacitación tiene q ser constante hacia ellos y para eso se necesita inversión.

¿Cuál es la relación de los psicólogos en relación con las exportaciones?

Ellos ayudan a que ellos puedan trabajar relajados, para aumentar la productividad y motivarlos.

6. OTRAS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

Lo determinante ha sido que debemos ser visionarios, arriesgados, fácilmente de la noche a la mañana no se puede exportar, (no se entiende) ha sido más determinante en invertir en arriesgar toda una vida todo un capital. Hay que buscar un momento adecuado para hacer exportaciones, en cualquier momento hay que exportar, (...) hay que arriesgados como todo administrador, vivir con mucha intensidad y yo como profesor si me hubiera nombrado hubiera estado en mis zona de confort no me hubiera falta nada talvez, pero no hubiera podido estudiar no hubiera tenido la comodidad que tengo, ni hubiera vivido como ahora vivo, apasionado por mi trabajo, todos los días tomo decisiones, me estreso y es apasionante y si nos va mal lo pateamos y volvemos de nuevo, pienso que un administrador debe ser así.

Entrevista a los expertos en el tema de investigación N° 11

Nombre: Gretel Gonzales Sierra

Entidad a la que pertenece: Gerente comercial de la empresa Cariluis

Me presento, mi compañera que es parte de estudio se llama Christel Vignatti Garrafa y yo Luis Alfredo Vásquez Solís Duran; egresado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas que actualmente estamos desarrollando nuestra tesis para optar el grado de la Licenciatura y para ello necesitamos de su punto de vista en referente algunas preguntas que le vamos a hacer.

1. Cuéntanos acerca de tu experiencia y cuantos años vienes trabajando en el sector

Mi nombre es Gretel Gonzales Sierra, soy diseñadora de la EMPRESA CARI Y LUIS, y estoy trabajando 6 años.

2. EXPORTACIÓN

¿Cuál considera que fueron los motivos por lo que el valor FOB de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 aumentó? ¿Por qué?

Bueno definitivamente un factor importante ha sido la pandemia, que ha afectado mucho al mercado de las exportaciones y bueno esto ha hecho también que la fibra de alpaca también tenga una pequeña subida en este último tiempo y hay muchos peor, habido también escases de exportaciones y todo esto ha afectado a la comercialización de dichos productos.

¿Por qué consideras que el volumen de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelos finos de las Mypes de la Región del Cusco en el periodo 2017 -2020 ha

incrementado? ha incrementado entre los años 2017 -2020? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Bueno todas maneras ya estamos reactivándonos ya estamos digamos volviendo a una aparente normalidad y bueno acá gente también hay mucha tendencia ahora a consumir, mejor dicho mucho en productos naturales productos de calidad, el mundo está dando un giro con todo este tema del calentamiento global y todo lo relacionado con la revolución medioambiental que está viviendo el mundo la gente esta se da mayor cuenta de consumir prendas de procedencia natural, de hacer reutilización de algunas prendas inclusive y dado que los productos son fibras de alpacas son telas muy duraderas y aparte de eso tienen muchas propiedades naturales que permiten ser duraderas valga la redundancia hace que esta fibra tenga mejor acogida y que se ve mucho mejor en este tiempo.

¿Cuál es su experiencia con el incremento del volumen de exportaciones?

Más que todo por la tendencia a consumir fibras naturales nuestro producto particularmente es un producto diferenciado puesto que hacemos producto de calidad nos hemos especializado en trabajar más en prendas reversibles lo que hace que tenga una mayor acogida en nuestro mercado. Es como tener 2 prendas en uno, que te compres 2 prendas en uno y eso ha tenido una acogida muy grande en estos últimos tiempos para muchas personas

¿La calidad como siempre lo ha delegado la calidad les ha ayudado que sus clientes acepten esos productos?

Así la calidad y la versatilidad de nuestros productos y de por si la materia prima con la que trabajamos que es el tejido plano en alpaca es un tejido liviano no es pesado entonces y de por si como te digo la propiedad principal que tiene la alpaca es adaptarse a la temperatura corporal del cuerpo hace que por ejemplo en un lugar donde hace mucho frio te

sientas abrigado con la alpaca con un abrigo de alpaca y donde hace calor relativamente tampoco mucho calor no te sofoques ese es un factor muy importante que hace diferente a la fibra natural de alpaca de otras fibras naturales que incluso tiene mucho mayor que son mucho más caras no como cachemire por ejemplo.

3. CALIDAD

¿Considera que las certificaciones de calidad influyen en las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Definitivamente porque (...), es como un resguardo es una carta de presentación muy importante para los clientes que todos buscan que efectivamente tu producto cuente con las características que tu mencionas no ya sea una procedencia natural ya sea que eso significa por ejemplo que tenga un menor impacto hay que sacar mandar unas certificados de huella de carbono que los tintes que utilices para teñir la fibra de alpaca en este caso tengan un impacto bajo en el daño digamos del medio ambiente que tengas comercio justo no que las personas que trabajan en todo la cadena productiva de la alpaca por ejemplo allá se paguen precios justos, que haya trabajo para todos que no se maltrate al animal todo eso hace que las certificaciones sean una carta de representación para las empresas y tú puedes exportar

¿Claro y del 2017 al 2020 usted considera que realmente hubo una mejora digamos en las certificaciones en las empresas?

Si habido de repente un poquito más de factibilidad y darles más facilidad digamos al momento de hacer el trámite no de este tipo

Antes me imagino que los trámites eran más engorrosos

Claro también las personas las empresas están tomando mayor conciencia de eso no y están cumpliendo con las exigencias que comprende tener una certificación.

¿Cree usted que mejorar continuamente los productos incrementa las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Definitivamente porque mira primero hay que competir con el mercado, por ejemplo, que copia. Que hay muchos por ejemplo entonces, tú tienes que sacar y renovar e innovar cada vez tu producto para hacerte diferente de los demás para estar un paso delante de las demás empresas que puedan ser tu competencia.

¿Y en base a su experiencia hubo una mejora continua?

Si constantemente ya sea por iniciativa propia viendo como el impacto que tienen nuestros productos en el mercado o ya sea por experimento de algún cliente.

¿Considera que el nivel de calidad de los productos representa una mejora en el incremento de exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Definitivamente es una mejora constante que hay que tener en calidad en todo aspecto en todo aspecto.

¿Una experiencia que nos pueda comentar usted de repente un cliente, en relación con usted o alguna experiencia que nos pueda comentar sobre la calidad, como es que la calidad a influenciado?

Mire hemos comenzado haciendo nuestras prendas, si bien eran muy llamativas en diseño y todo eso y ha tenido acogida por el diseño nosotros trabajamos en un principio con Dalleta que es un tejido rustico de la sierra hecho con fibra de oveja y aparte de eso y a pesar de su rusticidad y de que digamos, contábamos con los avíos pertinentes en ese momento, incluso nosotros hacíamos por nuestro propio botones de yeso, una cosita más artesanal hasta un poco digamos que no tenía una apariencia tan elegante no como antes tenía salida, cuando nosotros hemos ido mejorando nuestra materia prima hasta llegar a hacer nuestros abrigos con la fibra de alpaca lo cual exigía tener avíos también de calidad, diseños y acabados de calidad nuestras exportaciones definitivamente han mejorado porque antes vendíamos localmente, cuando hemos empezado como empresa vendíamos localmente 5 al mes, 10 casaquitas al mes que colocábamos en una tienda poco a poco, en estos casi 20 años, más de 20 años de recorrido nosotros hacemos exportaciones grandes y como te comentaba antes a pesar de que la pandemia a afectado mucho mercados nuestro producto ha tenido mucha acogida y en este año hemos hecho 9 exportaciones nosotros, para hacer una microempresa, una empresa familiar no es bastante, es fuerte.

4. TECNOLOGÍA

¿Cree usted que la frecuencia en que renuevan maquinaria influye en el incremento de las exportaciones de los demás suéteres y guantes de pelos finos en las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Claro porque la producción también se incrementa eso también hace que los tiempos, se entreguen producción se efectivicen cuando uno mejora la maquinaria.

La tecnología definitivamente, en mi caso por ejemplo nosotros hacemos a veces un trabajo un poco más manual, hasta artesanal, si bien nuestros productos parecen netamente

enteramente hechos industrialmente te voy a decir que no hay muchas maquinarias especializadas para trabajar nuestras prendas las cuales tienen un muy alto costo entonces nosotros no podemos acceder así todos los años.

Nosotros hacemos un esfuerzo exactamente para poder comprar las maquinarias que están a nuestro alcance entonces que hacemos sustituimos con trabajo artesanal.

¿Y la capacidad de producción les abastece?

Claro es limitada nuestra capacidad de producción de lo que podríamos producir a lo que producimos actualmente hay una gran diferencia obviamente con la implementación de tecnología.

¿Cree usted que la automatización de procesos producto de nuevas tecnologías ha reducido los costos de producción en las Mypes exportadoras? ¿Por qué? ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Definitivamente, inclusive quizás no tendríamos tanta falencia de mano de obra, que es lo que ahorita nos falta a nosotros bastante. prácticamente sería una máquina la que hace no tanto hacia el hilo no solo nos preocuparíamos porque se capacite en el futuro, una persona que pueda manejar la máquina y no tanto así capacitar una persona que haga todo el trabajo que haría una máquina.

¿Considera que las Mypes exportadoras capacitan a sus colaboradores para un uso adecuado y correcto de nuevas tecnologías en maquinaria? ¿Por qué?

Si así es nosotros mismos los capacitamos no solamente en el manejo de maquinaria sino también en si en todo el proceso productivo que involucra hasta sacar el producto terminado.

5. CAPACITACIÓN

¿Considera que existe una relación entre Mypes que acudieron a programas de capacitación durante el periodo 2017- 2020 con el incremento de la cantidad exportada? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Claro, si ayuda a conocer, pero a manejar a tener experiencia práctica ahí es un poco deficiente es un poco deficiente porque desafortunadamente las capacitaciones que se dan solo pues este solo son conversatorios, diferente seria que los hagamos de manera práctica, de repente y con una asistencia técnica exactamente

¿Considera que la cantidad de veces que las Mypes capacitan a sus colaboradores representa una mejora para las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino de las Mypes de la Región del Cusco? ¿Por qué?

Sí definitivamente es así desafortunadamente aquí en el Cuzco no encontramos mucha mano de obra calificada o muchas personas que deciden trabajar el tipo de trabajo que nosotros requerimos es bastante limitado.

¿Considera que la inversión destinada por las Mypes a capacitarse en materia de comercio exterior u otros temas relacionados es suficiente para el desarrollo de una exportación exitosa? ¿Por qué? y/o ¿Cuál es su opinión o experiencia con relación a esto?

Digamos dentro de la escasez de personal con la que contamos si, si hacemos un gran esfuerzo para poder capacitarlos de manera idónea y que realmente obtener una mano de obra calificada.

6. OTRAS

¿Qué otros determinantes consideran fueron relevantes en el incremento de las exportaciones de demás suéteres y guantes de pelo fino en la región del Cusco en el periodo 2017- 2020? ¿Por qué?

bueno para también tendría que ser pues diseño de la prenda tendría que ser también la facilidad con la que las empresas tendrían que digamos para hacer el documento de exportación, tramite documentario para exportación no es una cosa fácil se entiende que, tratándose de una fibra natural, tratándose de una exportación donde cada país tiene sus propios limitantes uno tenga que hacer un trámite documentario bastante extenso eso dando la información de la procedencia y de los insumos y como se va como ha sido producida la prenda no el producto, sin embargo este lo que me parece retrasa bastante no contamos con personal que nos pueda capacitar las empresas te voy a contar te voy a hablar en general de todas las empresas de Cuzco afortunadamente no es el caso de Cari y Luis porque he tenido que aprender hacer, el editar todos los tramites documentarios, como sudando sangre como quien dice pero este en general muchas empresas encuentran mucha dificultad entonces que pasa como les comente no se realiza la exportación como tal prefieren hacer un envío que no se reconoce como exportación o que el cliente venga y que recoja sus propios productos y se los lleve y también y esto conlleva que la empresa también no vea la necesidad de formalizar hay muchas que no están formalizadas.

8.5 Anexo 5- Solicitud de carta para entrevistas

Lima, 20 de setiembre de 2021



25 años
UPC
1946-2021

A quien corresponda,

UPC
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

Estimados señores:

Instituto de Psicología 20F
Monterrey Surte
Lima 20 • Perú
T: 01 261 2000
www.upc.edu.pe

A través de la presente es un placer saludarlos y presentar a:

es@psico.upc.edu.pe

Código	Apellidos y nombres
20141A775	Vignatti Garrafa, Christel Bereniss
200913298	Vasquez Solis Duran, Luis Alfredo

Ellos son egresados de la carrera de Administración y Negocios Internacionales en la Facultad de Negocios de la UPC, y se encuentra realizando un proyecto de investigación del Programa de Titulación Profesional en Negocios Internacionales para el cual requieren una entrevista con ustedes.

Agradecemos se sirvan concederles las facilidades necesarias para el cumplimiento de sus objetivos.

Hacemos propicia la oportunidad para reiterar nuestro agradecimiento por su amable contribución en beneficio de su investigación.

Atentamente,

James Leigh Boluarte
Director de Carrera
Administración y Negocios Internacionales
Facultad de Negocios

8.6 Anexo 6 – Mypes exportadoras de las subpartidas nacional 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00 en la región del Cusco

Tabla 54. Empresas exportadoras de demás suéteres de punto de lana o pelos finos (6110.19.10.90) y guantes, mitones y manoplas de punto de lana o pelo fino (6116.91.00.00) en US\$ de la región Cusco periodo 2017 – 2020

Nº	RUC	Razón Social	Valor FOB (US\$)			
			2017	2018	2019	2020
1	20527634874	ALPACOTTONS APU KUNTUR S.C.R.L	180,611	287,124	408,636	457,049
2	10251875273	QUISPE GUTIERREZ RODOLFO	0	23,836	27,601	12,003
3	20605323902	YUGANA INVERSIONES E.I.R.L	0	0	0	5,448
4	20528099751	QORI ALPACA E.I.R.L.	51,730	45,253	46,431	62,938
5	20558078503	ALLPAQA ALTURAS S.A.C.	0	0	0	134
6	10806303211	AYMA MACEDO DAVID	0	102	0	0
7	20526937725	AYNIART E.I.R.L.	7,808	1,183	1,591	0
8	20490716638	GRUPO INKA MODA S.R.L.	4,550	4,214	603	0
9	20226076426	INDIANA CREACIONES E I R LTDA	60	0	0	0
10	20277652111	INTERANDINA IMPORTAC.Y EXPORTAC.E.I.R.L.	6,189	3,576	3,333	0
11	20509252182	PERU ETNICO S.A.C.	3,018	0	0	0
12	20442442763	PROAN E.I.R.L.	0	125	43	0
13	10239499754	QUISPE SANABRIA RUFINO	0	10	0	0
14	20533205209	T & H CAPLINA E.I.R.L.	0	0	23	0
15	20601388791	TEJIDOS & FIBRAS E.I.R.L	712	0	1,295	0
16	20491926903	TOM GUTIE COMPANY S.A.C	0	5,513	1,658	0
17	20600057601	ALPACA D & C COMPANY S.A.C.	0	0	655	0
18	20528095179	ALPACAS ARTE S.R.L.	1,778	0	1,056	0
19	20602908331	ALPASURI S.A.C.	0	62,010	173,817	353,630
20	20527026581	CARYLUIS ARTESANIAS E.I.R.L.	0	0	0	17,910
21	20527003700	ALMACEN SANTA BEATRIZ S.A.C.	0	25,397	16,440	14,440
22	10238508865	GONGORA ORE LUZ MARINA	4,734	3,168	2,610	1,566
23	20564305392	ALPACAS RURAL E.I.R.L.	700	0	0	0
24	20600373227	ARAMAYUS'ART S.R.L.	5,712	0	0	0
25	20601857813	AUQU COLLECTION E.I.R.L.	7,433	0	27,986	0
26	20601466784	AWANALLAQTA S.A.C.	0	4,260	0	0
27	20527891842	INKAMODA PERU S.C.R.L	1,800	0	0	0
28	20602909183	KATA ALPACA E.I.R.L.	0	1,650	0	0
29	20602784054	TEXDISA EXCLUSIVE ALPACA S.A.C.	0	66,026.00	34,758.57	0
30	20601495822	ALPCAS BETH S.R.L	1,298.00	0	150.00	0
31	20604488444	INDUSTRIAS TEXTILES ARTESA E.I.R.L.	0	0	0	23,494.20
32	20511259836	MUNDO ALPACA S.A.C.	0	2,678.00	3,252.00	3,290.00
33	20450718808	ARTESANÍAS PATRICIA S.R.L.	31,510.50	5,826.00	0	10,940.00
34	20600865961	JIREH COLLECTION S.A.C	0	0	13,129.00	11,980.00
35	20602122515	PICHINKU S.A.C.	0	1,188.05	1,201.75	0

8.7 Anexo 7 – Ficha Técnica de la subpartida nacional 6110.19.10.90 y 6116.91.00.00

FICHA TECNICA		
Nombre Comercial del Producto	Sweater	
Subpartida Nacional	6110.19.10.90	
	Descripción del Producto	
	Sweater de alpaca tejido en maquina de galga 6	
	Composición de Materia Prima	
	Alpaca FS	100%
	Medidas	
	Largo Total	66 cms.
	Ancho de Palma	51 cms.
	Ancho de Muñeca	8 cms.
Peso	90 grs.	
Color	Varios	
Lugar de Producción	Sicuani - Canchis - Cusco	
Normas de Calidad	Cumplimiento con las especificaciones del cliente	

8.8 Anexo 8 – Ficha Técnica de la subpartida nacional 6116.91.00.00

FICHA TECNICA		
Nombre Comercial del Producto	MANOPLA	
Subpartida Arancelaria	6116910000	
	Descripción del Producto	
	Guante de alpaca con puño rib, tejido en maquina de galga 6	
	Composición de Materia Prima	
	Alpaca FS 100%	
	Medidas	
	Largo Total	23 cms.
	Ancho de Palma	9 cms.
	Ancho de Muñeca	8 cms.
Peso	36 grs.	
Color	Varios	
Lugar de Producción	Sicuani - Canchis - Cusco	
Normas de Calidad	Cumplimiento con las especificaciones del cliente	

8.9 Anexo 9 – Evidencia de la cantidad de Mypes Cusqueñas en el periodo 2017- 2020

NA MRSE - PROMPERÚ

FECHA* [] HORA INGRESO* [] CONSULTA PRIMERA VEZ* SI NO

NOMBRE EMPRESA/INSTITUCIÓN* Luis Alfredo Vasquez Salis Duran

RUC* [] DNI* 47260980

APELLIDOS* Vasquez Salis Duran

NOMBRES* Luis Alfredo

CARGO* []

DIRECCIÓN* Jr. Cayacay 410 bvb Reina Victoria Los Olivos

TELÉFONO MÓVIL* 998038219 TELÉFONO Fijo []

CORREO ELECTRÓNICO* la.vsd@hotmail.com

PÁGINA WEB []

CONSULTA Y/O ATENCIÓN* Relación de empresas exportadoras de la Subzona Industrial G110.1A.1090 y G110.1100 del 2017 al 2020

CONSULTA ABSUELTA* SI NO HORA SALIDA [] FIRMA* []

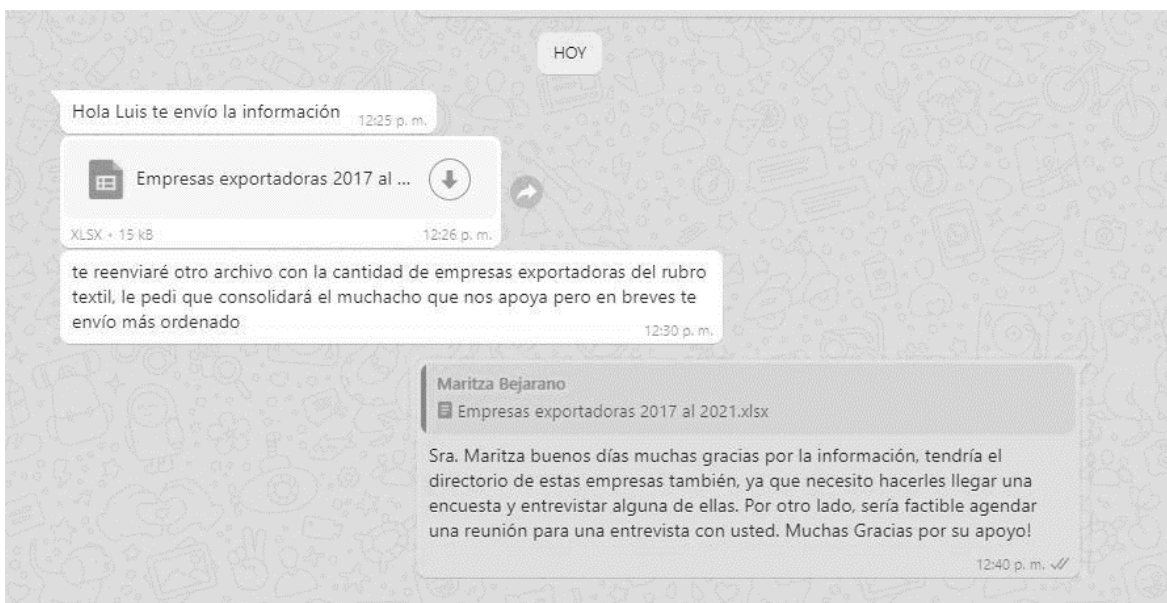
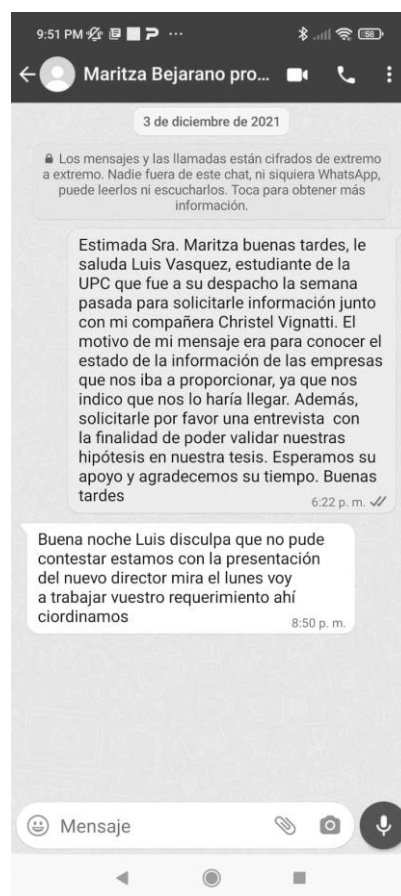
PERSONA RESPONSABLE ATENCIÓN

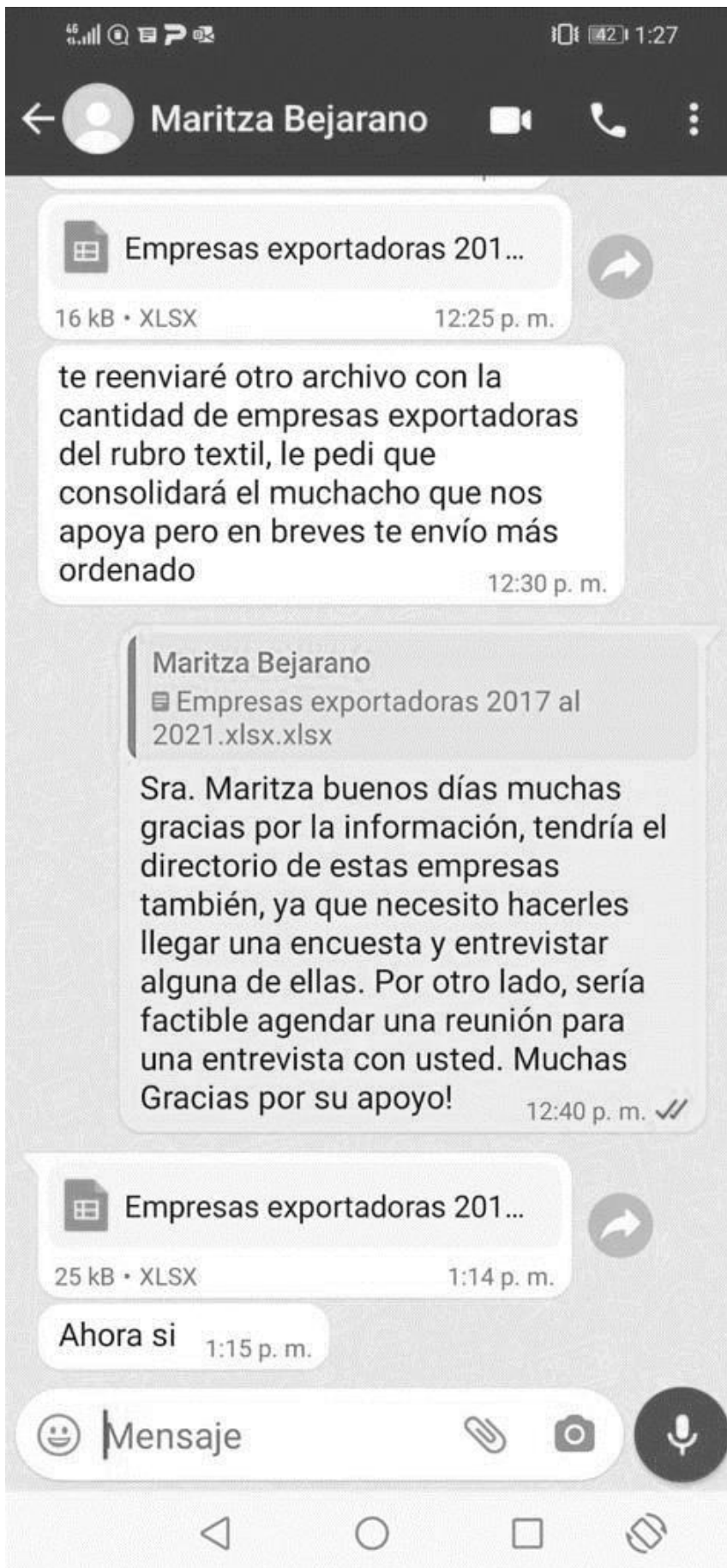
TIPO CLIENTE EMPRESA

<input type="checkbox"/> Exportador	<input type="checkbox"/> Potencial exportador	<input type="checkbox"/> interesado en exportar	TIPO CLIENTE NATURAL	Profesional/Ejecutivo Estudiante Otro
<input type="checkbox"/> Jefatura Oficina	<input type="checkbox"/> Industria de la Vestimenta	<input type="checkbox"/> Artesanía de Decoración y Regalo	<input type="checkbox"/> Agropecuario	<input type="checkbox"/> Minería
<input type="checkbox"/> Joyería y Orfebrería	<input type="checkbox"/> Textiles	<input type="checkbox"/> Pesca	<input type="checkbox"/> Manufacturas	<input type="checkbox"/> Papeles
			<input type="checkbox"/> Servicios	<input type="checkbox"/> ADOC
				<input type="checkbox"/> Alimentos

RESPONSABLE ATENCIÓN [] ESTADO CONSULTA [] DIFICULTAD [] FIRMA []

RESULTADO CONSULTA []





8.10 Anexo 10 – Creación de Códigos ATLAS. Ti 22

Nombre	Enraizamiento	Densidad
○ ◇ AUTOMATIZA...	6	5
● ◇ CALIDAD	21	7
○ ◇ CANTIDAD D...	6	4
○ ◇ CAPACIDAD...	8	3
● ◇ CAPACITACIÓN	26	3
○ ◇ CERTIFICACION	13	4
○ ◇ DEMANDA	7	3
○ ◇ DIFERENCIAC...	6	2
○ ◇ ENTIDADES C...	2	1
○ ◇ FALTA DE PER...	7	1
○ ◇ GENERACIÓN...	4	2
○ ◇ HERRAMIENT...	5	1
○ ◇ INNOVACIÓN	19	4
○ ◇ INVERSION	14	5
○ ◇ LOGISTICA	8	2
○ ◇ MAQUINARIA	12	1
○ ◇ MATERIA PRI...	5	2
○ ◇ MEJORA CON...	6	4
○ ◇ NIVEL DE CAL...	8	2
○ ◇ REDUCCION...	4	3
● ◇ TECNOLOGÍA	15	5

8.11 Anexo 11 - Tabulación de resultados.

Ítem	Exportaciones			Determinantes								
				Calidad			Tecnología			Capacitación		
	Considera que la tendencia del Valor FOB en las exportaciones de su empresa ha incrementado entre los años 2017 - 2020	Considera que las proyecciones de volumen en las exportaciones de su empresa han incrementado entre los años 2017 -2020	Considera relevante para sus ventas la proximidad geográfica con el país de destino	Considera que las certificaciones de calidad obtenidas por su empresa influyen en las exportaciones	Considera que la mejora continua en los productos aporta al incremento de las exportaciones.	Considera que la calidad es un factor diferencial frente a los clientes extranjeros.	Cree Ud. que la renovación de nuevas maquinarias incrementa las exportaciones.	Cree Ud. que la automatización de procesos, producto de nuevas tecnologías, reduce costos de producción en sus exportaciones	Cree Ud. que la capacitación de los colaboradores para un uso adecuado de nuevas tecnologías es importante	Considera que las capacitaciones en materia de comercio exterior realizadas en su empresa influyen en la cantidad de negociaciones cerradas con clientes extranjeros	Considera que las Mypes deberían asistir a capacitaciones en materia de comercio exterior	Cree Ud. que se invierte lo necesario en su empresa en capacitación para realizar exportaciones exitosas
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
E1	4	5	4	5	5	5	5	4	5	1	2	3
E2	3	3	5	2	1	1	4	4	5	3	4	3
E3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3
E4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
E5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E6	4	4	4	4	2	5	5	3	4	2	1	2
E7	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
E8	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
E9	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5
E10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E13	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
E14	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
E15	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3
E16	1	4	2	3	4	2	1	3	4	4	4	3
E17	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
E18	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
E19	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
E20	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
E21	4	5	5	4	5	3	2	2	3	3	1	2
E22	2	2	3	3	2	4	4	1	2	2	3	4
E23	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3
E24	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3
E25	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
E26	4	3	2	1	3	3	2	1	1	2	3	1
E27	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E29	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
E30	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1
E31	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E32	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4