



# UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

## ESCUELA DE POSGRADO

### DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN



#### TESIS

### EL PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN E INNOVACIÓN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ARTESANALES TEXTILES DE LA REGIÓN PUNO

**PRESENTADA POR:**

**GRISELL ALIAGA MELO**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**

**PUNO, PERÚ**

**2022**



## DEDICATORIA

A mi esposo Walter, por su amor, paciencia y por ser en mi vida parte de mi historia compartiendo sentimientos de superación en lo personal y profesional.

A mis padres Isauro y Maura, por su amor inmenso, por ser mi mayor fortaleza y por siempre estar a mi lado en cada etapa de mi vida, a mi hermano John por su apoyo incondicional a Jack por dejar huellitas grabadas en mi corazón.



## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, por su infinito amor, y darme vida y salud.

A la Universidad Nacional del Altiplano, alma mater en mi formación académica de pre y posgrado, y ser mi centro laboral en la docencia universitaria.

A la Escuela de post grado de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, a los docentes del doctorado en Administración, por haberme impartido conocimientos científicos como parte de mi formación y desempeño profesional.

A mi asesor de tesis el Dr. Juan Walter Tudela Mamani, por su orientación y guía en cada fase del proceso de elaboración del presente trabajo de investigación, por bríndame sus conocimientos y experiencia profesional acertada en el área de investigación.

A mi familia que siempre ha estado conmigo en cada etapa de mi desarrollo profesional y personal.



## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
ÍÍNDICE DE ANEXOS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	1

### CAPITULO I

#### REVISIÓN DE LITERATURA

1.1 Marco teórico	2
1.1.1. Proceso de la administración	2
1.1.2. Funciones del proceso de la administración	4
1.1.3. El proceso de la administración cíclico	6
1.1.4. Innovación	6
1.1.5. Tipos de innovación	8
1.1.6. Internacionalización	10
1.1.7. Factores de internacionalización	12
1.2. Antecedentes	14
1.2.1. A nivel internacional	14
1.2.2. A nivel nacional	19
1.2.3. A nivel local	21
1.2.4. Antecedentes que relacionan las variables de investigación	22

### CAPITULO II

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Identificación del problema	26
2.2. Enunciados del problema	28
2.2.1. Problema general	28



2.2.2. Problemas específicos	29
2.3. Justificación	29
2.3.1. Justificación teórica	29
2.3.2. Justificación práctica	30
2.4. Objetivos	31
2.4.1. Objetivo general	31
2.4.2. Objetivos específicos	31
2.5. Hipótesis	31
2.5.1. Hipótesis general	31
2.5.2. Hipótesis específicas	31

### **CAPITULO III**

#### **MATERIALES Y MÉTODOS**

3.1. Lugar de estudio	32
3.2. Población	32
3.3. Muestra	33
3.4. Métodos de investigación	33
3.4.1. Enfoque de investigación	33
3.4.2. Método de la investigación	34
3.4.3. Alcance de la investigación	34
3.4.4. Diseño de la investigación	34
3.4.5. Técnica	35
3.4.6. Instrumento	35
3.5. Descripción detallada de métodos por objetivos específicos	35
3.5.1. Descripción de variables analizadas en los objetivos específicos	35
3.5.2. Uso de materiales, equipos, instrumentos, insumos, entre otros	37
3.5.3. Aplicación de prueba estadística inferencial	37

### **CAPITULO IV**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. Prueba de validez del instrumento aplicado	40
4.2. Análisis descriptivo por cada componente de cada variable	42



4.2.1. Variable proceso de la administración	42
4.2.2. Variable innovación	44
4.2.3. Variable internacionalización	46
4.3. Pruebas de normalidad	49
4.4. Análisis de resultados para el objetivo general	50
4.5. Análisis de resultados para el primer objetivo específico	62
4.6. Análisis de resultados para el segundo objetivo específico	64
4.7. Análisis de resultados para el tercer objetivo específico	66
CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES	76
BIBLIOGRAFÍA	77
ANEXOS	86

Puno, 17 de junio del 2022

**ÁREA:** Administración general

**TEMA:** El Proceso de la Administración e Innovación en la Internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno

**LÍNEA:** Administración y marketing.

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
1. Población total de empresas exportadoras	32
2. Tamaño de muestra de las empresas exportadoras textiles	33
3. Descripción de la variable proceso de la administración	36
4. Descripción de la variable innovación	37
5. Descripción de la variable internacionalización	37
6. Grado de relación según coeficiente de correlación (Rho de Spearman)	38
7. Estadísticas de fiabilidad	40
8. Estadísticas del total de elemento	41
9. Dimensión planeación	43
10. Dimensión organización	43
11. Dimensión dirección	43
12. Dimensión control	44
13. Dimensión innovación en el producto	44
14. Innovación en el proceso	45
15. Innovación en gestión	45
16. Dimensión características del entorno	46
17. Dimensión factores internos	47
18. Dimensión características del sector	47
19. Dimensión características del emprendedor	48
20. Dimensión recursos y capacidades	48
21. Dimensión desarrollo exportador	49
22. Pruebas de normalidad	49
23. Modelo de regresión múltiple – modelo completo	51
24. Coeficiente de determinación (R <sup>2</sup> ) – modelo completo	51
25. Tabla ANOVA – modelo completo	52
26. Modelo de regresión múltiple – modelo reducido	53
27. Coeficiente de determinación (R <sup>2</sup> ) – modelo reducido	53
28. Tabla ANOVA – modelo reducido	54



<b>29.</b> Pruebas de normalidad de los residuos – modelo reducido	56
<b>30.</b> Regresión de White para homocedasticidad – modelo reducido	58
<b>31.</b> Estadístico Durbin-Watson – modelo reducido	59
<b>32.</b> Factor de inflación de la varianza – modelo reducido	60
<b>33.</b> Índice de condición – modelo reducido	60
<b>34.</b> Correlación entre proceso de la administración e internacionalización	62
<b>35.</b> Correlación entre innovación e internacionalización	64
<b>36.</b> Prueba de KMO y Bartlett	67
<b>37.</b> Varianza total explicada	67
<b>38.</b> Matriz de componentes	68
<b>39.</b> Porcentaje en el índice según varianza	69
<b>40.</b> Cumplimiento de indicadores de internacionalización	72





## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
1. Proceso de la administración	6
2. Tipos de innovación	10
3. Factores de internacionalización	14
4. Histograma de normalidad de los residuos – modelo reducido	55
5. Gráfico probabilístico normal – modelo reducido	56
6. Gráfico de residuos y valores predichos – modelo reducido	58
7. Relación entre proceso de la administración y la internacionalización	63
8. Relación entre innovación e internacionalización	65
9. Índice de internacionalización (IdI) a nivel de dimensiones	70
10. Índice de cumplimiento de indicadores de internacionalización	71



## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
1. Estadísticas descriptivas para cada pregunta del formato de encuesta aplicado	86
2. Cuestionario de la investigación	96
3. Matriz de consistencia	99

## RESUMEN

El propósito de la investigación es determinar la medida de relación entre el proceso de la administración y la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras textiles de la Región Puno, de manera específica demostrar la medida de correlación entre el proceso de la administración y la innovación con la internacionalización, y cuantificar el nivel de cumplimiento de los indicadores de internacionalización. La metodología fue un diseño no experimental, enfoque cuantitativo, método deductivo, de alcance descriptivo-correlacional y explicativo, con una muestra de 27 empresas, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. De acuerdo con la estimación del modelo econométrico de regresión múltiple en su forma reducida, se logró evidenciar que a mayor nivel de planeación y a mayor innovación en el proceso, se logrará una mayor internacionalización. Existe una correlación positiva media entre el proceso de la administración con la internacionalización, reflejado en el coeficiente de correlación de Spearman cuyo valor resultó en 0.564 [ $p < 0.01$ ]. Existe una correlación positiva débil entre la innovación con la internacionalización, reflejado en el coeficiente de correlación de Spearman que resultó en 0.451 [ $p < 0.05$ ]. Se calculó el nivel de cumplimiento de los indicadores de internacionalización a través de la elaboración de un índice de internacionalización (IdI) mediante el método de análisis de componentes principales (ACP), evidenciándose una calificación “deficiente” para las dimensiones características del entorno y desarrollo exportador, “regular” para las dimensiones factores internos y recursos y capacidades y “bueno” para las dimensiones características del emprendedor y características del sector.

**Palabras clave:** Artesanía textil, empresas exportadoras, innovación, internacionalización y proceso administrativo.

## ABSTRACT

The purpose of the research is to determine the measure of relationship between the process of administration and innovation with the internationalization of textile exporting companies in the Puno Región, specifically to demonstrate the measure of correlation between the process of administration and innovation. with internationalization, and quantify the level of compliance with the internationalization indicators. The methodology was a non-experimental design, quantitative approach, deductive method, descriptive-correlational and explanatory in scope, with a sample of 27 companies, the technique was the survey and the instrument was the questionnaire. According to the estimation of the multiple regression econometric model in its reduced form, it was possible to show that at a higher level of planning and greater innovation in the process, greater internationalization will be achieved. There is an average positive correlation between the administration process with internationalization, reflected in the Spearman correlation coefficient whose value was 0.564 [ $p < 0.01$ ]. There is a weak positive correlation between innovation and internationalization, reflected in the Spearman correlation coefficient, which was 0.451 [ $p < 0.05$ ]. The level of compliance with the internationalization indicators was calculated through the development of an internationalization index (IdI) using the principal component analysis (PCA) method, evidencing a "poor" rating for the characteristic dimensions of the environment and development. exporter, "regular" for the dimensions internal factors and resources and capabilities and "good" for the dimensions characteristic of the entrepreneur and characteristics of the sector.

**Keywords:** Administrative process, exporting companies, innovation, internationalization, and Textile crafts

## INTRODUCCIÓN

Las empresas del sector textil en la Región Puno enfrentan grandes desafíos de internacionalización, efecto de la globalización y de la apertura de mercados a nivel mundial, por lo que las empresas necesitan de diversas estrategias para lograr la competitividad a escala internacional. La innovación y el proceso de la administración son elementos fundamentales para alcanzar el éxito empresarial.

El proceso de la administración como parte fundamental y básica que toda organización debería tener, está referido a la planeación, organización, dirección y control componentes principales para lograr los objetivos empresariales de acuerdo con las tendencias de mercado (Chiavenato, 2012). La innovación en el producto, proceso y gestión empresarial tienen como propósito lograr una ventaja competitiva, es por ello que las empresas invierten en adquirir nuevos conocimientos tecnológicos y científicos (I+D para desarrollo de nuevos productos), la mejora continua en cada etapa de los procesos de producción garantiza la calidad del producto final y la innovación en la gestión como condición relevante en el manejo adecuado de estrategias y de recursos humanos, físicos, tecnológicos y financieros (Gálves y García, 2012).

La internacionalización en la actualidad se considera una pieza fundamental del fortalecimiento del entorno empresarial, ya que para adaptarse a la globalización gradual y exigente se requiere altos estándares de calidad internacional lo cual se ve reflejado en las certificaciones exigidas por los mercados externos, tomando el tema de la exportación como el primer paso para posicionarse en el escenario mundial (Escandón *et al.*, 2013).

En ese sentido, la presente investigación se divide en cuatro capítulos. En el primer capítulo se desarrolla el marco teórico y antecedentes relacionados al tema de investigación. En el segundo capítulo se efectúa el planteamiento del problema, justificación, objetivos e hipótesis. En el tercer capítulo se identifica la población y muestra, así como se precisa el método utilizado en el desarrollo de la investigación.

En el cuarto capítulo se presenta los resultados y discusión de la investigación referidos a los objetivos planteados que se centran en analizar la relación que existe entre el proceso de la administración, innovación y la internacionalización y el nivel de cumplimiento de los indicadores de internacionalización de las empresas exportadoras textiles de la Región Puno.

## CAPITULO I

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 1.1 Marco teórico

##### 1.1.1. Proceso de la administración

Según la teoría neoclásica propuesta por Fayol, las funciones del administrador se define como la planeación, organización, dirección y control lo cual corresponde al proceso de la administración estas funciones se consideran como elementos básicos en toda organización (Chiavenato, 2012). Las áreas funcionales básicas de las organizaciones comprenden el conocimiento, las técnicas y las herramientas de la actividad administrativa, por lo que el autor hace referencia al proceso de la administración como la planeación, organización, dirección y control como eje fundamental de la administración (Bernal y Sierra, 2012).

Se puede definir a una organización a través del proceso de la administración en sus cinco funciones gerenciales las cuales son el planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar, es por ello que los conceptos, los principios, las teorías y las técnicas administrativas están agrupadas en estas cinco funciones consideradas como el desempeño interno gerencial de una organización, sin embargo el ambiente externo como los factores económicos, tecnológicos, sociales, ecológicos, políticos y éticos son también elementos que los gerentes deben considerar para la toma de decisiones en la organización más aun en una perspectiva global de la administración (Koontz, 2016).

Las funciones del administrador como la planeación, organización, dirección y control componentes principales del proceso de la administración origina en la

organización la expectativa de quien posee conocimientos en el desempeño y rol administrativo, lo cual se ve reflejado en un eficiente manejo de la organización (Hernandez, 2012).

La administración abarca una serie de funciones, cuyo conocimiento resulta fundamental para aplicarlo en las organizaciones, los principios y las técnicas de esta disciplina manejadas correctamente por el gerente, aseguran una eficiente administración de cualquier organización, es por ello que existe dos fases: una estructural, donde se asigna tareas y obligaciones de todos los actores de la organización; y otra operacional en la que se efectúan todas las actividades necesarias para lograr los objetivos establecidos durante un determinado periodo de tiempo, existen diversas apreciaciones acerca de cuantas son las funciones que constituyen el proceso de la administración aunque para los autores las funciones de la administración sean iguales y su fin sea el mismo coinciden en la planeación, organización, dirección, integración y control como parte de este proceso (Münch, 2010).

La teoría neoclásica de Fayol ha contribuido en proporcionar una óptima gestión directiva y administrativa, a través de las funciones de la administración. “Taylor fundó métodos para los pies y Fayol para la cabeza”. Fayol es el padre del proceso de la administración y creador de la división de las áreas funcionales para las empresas, percibió muy pronto que todas las tareas deben planificarse, organizarse, dirigirse, coordinarse y controlarse desde la dirección general (Hernández y Pulido, 2011).

Teóricamente la administración es un proceso mediante el cual se planifica, organiza, coordina y optimiza los recursos de un grupo social de personas con el fin de obtener la máxima eficacia, calidad, productividad y competitividad en el logro de los objetivos organizacionales. El conocimiento teórico y práctico de las funciones de la administración a nivel gerencial conlleva a la organización al éxito empresarial (Recalde *et al.*, 2017).

### 1.1.2. Funciones del proceso de la administración

- **Planeación**

De acuerdo con Chiavenato (2012) la planeación determina por adelantado cuales son los objetivos que deben alcanzarse y que debe hacerse para conseguirlos, se trata de un modelo teórico para la acción futura, detalla los planes necesarios para alcanzar los objetivos, dentro del concepto de planeación esta definir la misión, los objetivos que distinguen a una organización su razón de ser, una misión correctamente definida es esencial para establecer los objetivos y formular estrategias con eficacia, constituye la primera actividad a desarrollar, ayuda a que la organización sepa a donde llegar y los resultados que se pretende lograr, en los planes se define los objetivos, se identifica, describe y analiza una oportunidad, examina la viabilidad técnica, económica y financiera, de programar actividades cronológicamente, también es poner en práctica los pasos de determinar los objetivos, definir las actividades prioritarias, enumerar las actividades de acuerdo al valor e importancia de la actividad y su grado de urgencia en que debe realizarse es evaluar todas las actividades para correcciones futuras. Así mismo se relaciona con el direccionamiento de las organizaciones hacia lo que será su futuro, comprende los tipos, niveles y los objetivos de la planeación, y la toma de decisiones, y como parte de esta incluye a la planeación estratégica donde se establece la misión, visión, políticas, análisis FODA, estrategias, presupuesto, etc.

- **Organización**

Puede definirse como una entidad social, la cual está conformada por un grupo de personas que comprende aspectos como la división del trabajo, áreas funcionales, la estructura y diseño organizacional (Bernal y Sierra, 2012). El reparto de tareas entre los miembros de un grupo organizado de personas, estructurándose así las tareas, haciendo énfasis en la asignación de actividades lo que constituye el rol del individuo que ocupa el puesto de trabajo que se le asigna, haciéndose referencia a la departamentalización que permite a los colaboradores agruparse para lograr un solo fin, otros factores relevantes son la asignación de recursos



dentro de los cuales están los recursos humanos, financieros, materiales, recursos técnicos y tecnológicos, por último la definición de autoridad y responsabilidad, que recae en la persona que ejerce la toma de decisiones, el cual es un tipo de poder en el ámbito organizacional (Hernández, 2012).

- **Dirección**

Se define como la conducción y la orientación del líder hacia un grupo de personas, donde claramente se ve como se ejerce el liderazgo, sus etapas son: la toma de decisiones, motivación, supervisión, comunicación, liderazgo (Koontz, 2016). Donde los colaboradores respecto a sus actividades deben cumplir los objetivos en la organización, dentro del concepto de dirección se menciona a la coordinación de esfuerzos, que es ordenar y agrupar labores y ocupaciones eficientemente articulado, debiendo tener una comunicación precisa aplicando la función de dirigir, la cual debe llegar a los trabajadores de manera óptima, la motivación como componente de la dirección es la influencia sobre el trabajador para que este haga lo que deseamos la cual suele darse a través de compensaciones e incentivos, el liderazgo componente fundamental en el rol gerencial recae sobre el denominado líder, el cual realiza acciones respecto a un grupo de personas para lograr un determinado objetivo en común (Hernández y Pulido, 2011).

- **Control**

Se define como la evaluación, del proceso de administración, permite ajustar las operaciones a determinados estándares previamente establecidos, y funciona basado en la información que posee, el resultado nos brinda las acciones que se debe controlar del plan, dentro del concepto de control se menciona, el definir los estándares, monitorear y evaluar el desempeño. Los resultados financieros son también mediciones en términos de la utilidad y rentabilidad que sirven para evaluar el desempeño, emprender acciones correctivas, y modificar lo planeado de acuerdo a los resultados obtenidos (Münch, 2010). Es un elemento vital dentro del sistema administrativo ya que permite a las empresas autorregularse y mantener su desarrollo en los términos deseados desde la

planeación, es la fase del proceso administrativo a través de la cual se establecen estándares para evaluar los resultados obtenidos con el objetivo de corregir desviaciones, prevenirlas y mejorar continuamente las operaciones (Recalde *et al.*, 2017).

### 1.1.3. El proceso de la administración cíclico

La planeación, organización, integración, dirección y control forma un ciclo administrativo, también se le conoce como el ciclo de deming, el cual permite utilizar herramientas para mejorar la calidad en cada etapa del proceso administrativo, la planeación se considera de apoyo esencial, para cada etapa ello debido a que posibilita la corrección y el ajuste continuo mediante de la retroalimentación. Es por esta razón que debe hacerse dentro del proceso de la administración y considerarse como una interacción dinámica e interactiva para el eficiente funcionamiento de una organización. En el grafico 1, se muestra las etapas del proceso de la administración de manera cíclica.



Figura 1. Proceso de la administración

Fuente: Münch y Lourdes (2010)

### 1.1.4. Innovación

Gálves y García (2012) definen a la innovación en tres tipos, las cuales son la innovación en el producto cuyos componentes son; los cambios o mejoras en productos o servicios existentes y la comercialización de nuevos productos, en segundo lugar la innovación en los procesos cuyos componentes son; las mejoras o cambios en los procesos productivos y la adquisición de nuevos equipos y por último la innovación en gestión con sus componentes referidos a la gestión de

dirección, compras y aprovisionamientos y comercial y ventas. Astudillo y Briozzo (2016) define a la innovación como el desarrollo de un nuevo producto o proceso por parte de una empresa para su inserción exitosa en el mercado, el desarrollo de nuevas formas de organizar los negocios, nuevas fuentes de aprovisionamiento para acceder a nuevos mercados.

OECD (2018) el manual de OSLO distingue cuatro tipos de innovación; de producto que es la introducción de un bien o servicio nuevo o mejorado, de proceso como la introducción de un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción o distribución, de organización como la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas de marketing y comercialización. Las prácticas internas y externas de la empresa hacen referencia a la I+D como, el trabajo creativo emprendido sobre una base sistemática para aumentar el nivel de conocimiento, incluyendo el conocimiento del hombre, la cultura y la sociedad, y el uso de este nivel para poder utilizar en nuevas aplicaciones más innovadoras.

Robayo (2016) define a la innovación en la forma como las organizaciones gestionan sus procesos de forma diferente que reflejara el alcance competitivo a escala no solo nacional sino también internacional, la innovación implica generar desde la gerencia una cultura que permita a las empresas identificar los factores clave que caracterizan dicho proceso y que pueden clasificarse en internos y externos a la propia organización, busca la obtención de oportunidades del negocio y por lo general proviene de la exigencia y de las necesidades del mercado o de la reacción a circunstancias inducidas por la competencia.

La innovación es cambiar o incorporar novedades a un producto o servicio, es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa y en sus relaciones exteriores (Espinoza *et al.*, 2019). Es el proceso mediante el cual las empresas logran materializar una idea de negocio en nuevos y mejores productos, técnicas administrativas novedosas y estructuras organizacionales innovadoras, la innovación comprende un conjunto de acciones sobre diferentes agentes de innovación derivada de las redes tecnológicas y de conocimiento, la (I+D) como parte de un área fundamental dentro de la empresa (Becerra, *et al.*, 2013). La innovación y la creatividad permitirán a las

empresas resolver sus problemas con eficiencia, alcanzando resultados óptimos. La innovación es el proceso de crear, adoptar una idea nueva y ponerla en práctica en las organizaciones, las aplicaciones de la innovación se dan en dos formas: innovaciones de proceso que da lugar a mejores formas de hacer las cosas; e innovaciones de producto, que dan origen a la creación de bienes y servicios nuevos o mejorados (Castillo, 2015).

La innovación como expresión del desarrollo es el resultado de la acumulación de conocimiento, y como tal crece en la medida en que las empresas participan de la apertura a la inserción y competencia extranjera, los procesos de innovación están motivados por el aumento de la calidad de los productos con miras a su acceso a los mercados internacionales, la transformación tecnológica que permite conquistar y aumentar la participación en los mercados y disminuir costos en los procesos de producción (Cardona *et al.*, 2013).

#### **1.1.5. Tipos de innovación**

La innovación es muy versátil y de importancia en las empresas, es por ello que existen varios tipos de innovación en relación con el objeto de la innovación, el rubro o giro del negocio y el grado de la innovación que se desee obtener. El autor menciona que la innovación se subdivide en 3 tipos productos/servicios, procesos y gestión, lo cual se observa en el Gráfico 2 (García *et al.*, 2016). La innovación requiere flexibilidad y que sea adaptable a cada empresa, las formas o modos de innovación suelen identificar oportunidades y resolver los problemas de acuerdo a cada necesidad del cliente (Igartua, 2009).

- **Innovación en el producto**

Factor importante en el proceso de innovación, siendo sus indicadores las mejoras en el producto o servicios existentes, que consiste en la creación de nuevos productos o servicios, o en la mejora de las características, diseño y calidad del producto acorde a las exigencias del mercado, la innovación podría ser radical, incremental y de transformación. Conforman parte de estas mejoras la comercialización de nuevos productos, que consiste en la aplicación de herramientas y estrategias de un nuevo método de comercialización, que implique cambios significativos para mejorar su

posicionamiento en el mercado, la forma como se distribuye el producto al consumidor y como se crea una fidelización en el cliente utilizando estrategias optimas acorde a las exigencias del mercado (Ugalde, 2014).

- **Innovación en el proceso**

Se define como las mejoras o cambios en los procesos productivos, supone la introducción de nuevos procesos de producción o la modificación de los existentes, y su objetivo principal es la reducción de costes y la adquisición de nuevos equipos y de tecnología, origina una solución de problemas de adaptación para el desarrollo de nuevos productos adaptable a nuevos mercados, en la respuesta a las necesidades de los clientes o en el aprovechamiento de oportunidades de mercado (Gálvez y García, 2012).

- **Innovación en la gestión**

La gestión de dirección es el manejo adecuado del proceso administrativo, aplicando la planificación y el control para medir la innovación. Dentro de este se recomienda innovar en las compras y aprovisionamientos, que aseguran un producto de calidad siendo las materias primas e insumos lo primordial en el inicio de la etapa de producción y por último la parte comercial y ventas se da a través de la creación de valor hacia el cliente, lo que implica una interacción personalizada y significativa al consumidor (Gálvez y García, 2012).

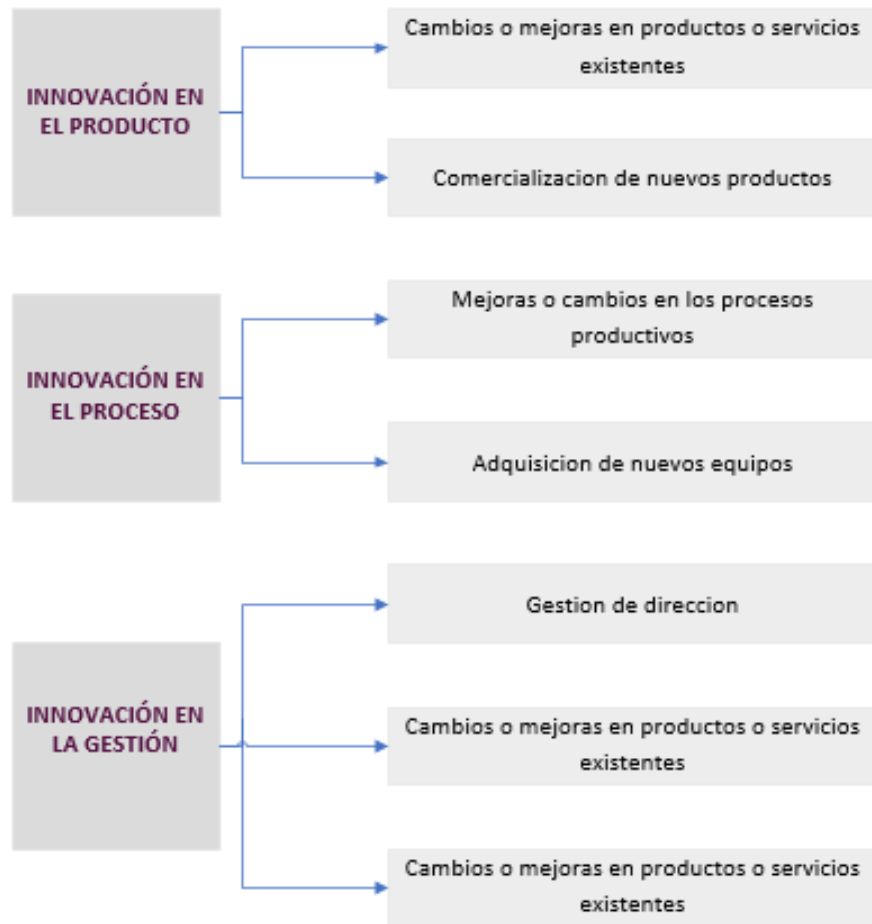


Figura 2. Tipos de innovación

Fuente: Gálvez y García (2012)

### 1.1.6. Internacionalización

La internacionalización de empresas es el resultado de la adopción de una serie de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno. La internacionalización de empresas consiste en el proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización, es decir la forma en que la empresa proyecta sus actividades total o parcialmente en un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre distintos países (Araya, 2012).

La internacionalización es comercializar productos fuera del mercado local, buscando nuevas oportunidades y mercados para productos de calidad a precios competitivos, es un proceso habitual en las grandes empresas y en la actualidad cada vez más recurrente en la pequeña y mediana empresa lo cual genera que

incursione en forma gradual a mercados exteriores. Este hecho se está produciendo por múltiples razones pero cabe destacar la concentración de la producción en países de bajo coste, los efectos cada vez mayores de la política comercial y el interés en general de todos los estados en potenciar la inversión extranjera (Cano y Beviá, 2016).

La internacionalización tiene impactos positivos en las pequeñas y medianas empresas a nivel de su productividad y rentabilidad a mediano y largo plazo, los estándares de calidad en las diferentes etapas del proceso de producción son de importancia para acceder a un mercado internacional, la inversión en investigación e innovación genera mayores posibilidades de expansión al mercado internacional. El desarrollo económico del país con un incremento del PBI a través de la balanza comercial con un indicador económico positivo (superávit) posibilita herramientas y apoyo por parte del gobierno a la exportación (Frohmann *et al.*, 2016).

La internacionalización es de doble vía, lo que significa que para poder vender también tenemos que comprar, los países se especializan para poder participar exitosamente en el comercio internacional por lo que se ve un crecimiento en las exportaciones e importaciones. En este sentido los objetivos de una política comercial no deben apuntar solo a lograr un superávit en la balanza comercial, sino también a lograr sostenidas tasas de crecimiento tanto para los flujos de exportación como para la los de la importación (MINCETUR, 2014). Es muy importante tener en cuenta que el proceso de internacionalización pasa por etapas como bien lo mencionan las teorías de internacionalización dentro de las cuales tenemos; la teoría clásica, el modelo uppsala, el paradigma de porter, el paradigma de dunning entre otros. Es por ello que las pequeñas y medianas empresas que deseen exportar deben contar con experiencia, recursos humanos, capital, volumen, capacidad y la infraestructura suficiente para comenzar a vender sus productos al extranjero (PROMPERÚ, 2018).

El proceso actual de globalización conduce a la investigación de los nuevos paradigmas que rigen a las empresas y uno de los aspectos más relevantes presentados en este proceso de globalización es la internacionalización de la empresa reconocida como la entrada de las empresas a mercados extranjeros con el

firme objetivo de contribuir al crecimiento de su empresa, la generación de valor y el desarrollo económico de un país (Escandón y Hurtado, 2014).

### **1.1.7. Factores de internacionalización**

Existen factores determinantes en el proceso de internacionalización, dentro de los cuales podemos mencionar a la identificación de oportunidades en el mercado internacional, las ventas resultado de la inversión en tecnología e investigación, los recursos y capacidades con las que cuenta la empresa exportadora y el desarrollo del exportador, que se vincula con el nivel gerencial y las posibilidades que ofrece el sector textil, como se observa en el Gráfico 3.

- **Características del entorno**

Se compone de dos indicadores los cuales son la percepción de oportunidades, que ofrece el entorno, consideradas como las herramientas para enfrentar los riesgos del mercado y localización geográfica, que es uno de los elementos con fuerte impacto en los procesos de internacionalización, asociada a la diversificación estratégica de mercados (Escandón et al., 2013).

- **Características internas**

Se compone de tres indicadores, el nivel de ventas y la relación que existe entre el incremento de las ventas con la internacionalización de la empresa, en segundo lugar, está la inversión en investigación y desarrollo (I+D), la cual está directamente relacionado a la internacionalización, por factores como la calidad e innovación. Por último, las expectativas de crecimiento y generación de empleo se evalúan con la percepción del empresario sobre las posibilidades que posee su empresa con relación a la internacionalización (Escandón *et al.*, 2013).

- **Características del sector**

Se compone de tres indicadores, el sector de la actividad, donde existen diversos sectores como el textil, minería, pesquería, agricultura, etc. De los cuales se identifica que sectores tienen mayor grado de internacionalización esto dado por el nivel tecnológico (maquinarias y equipos) como un recurso indispensable para incursionar en los mercados internacionales, por los



recursos naturales que posee y por último la actividad exportadora que identifica los cambios en la cantidad de empresas (tasa de crecimiento) (Escandón *et al.*, 2013).

- **Características del emprendedor**

Se compone de tres indicadores, la formación profesional es la capacidad del empresario para dirigir una empresa exportadora, en segundo lugar, la experiencia que constituye en aprendizaje empírico que posee el empresario y por último la actitud al riesgo que asume el empresario en el proceso de exportación que se ve reflejado el éxito o fracaso de la empresa exportadora (Escandón *et al.*, 2013).

- **Recursos y capacidades**

Se compone de dos indicadores, percepción de capacidades de los individuos involucrados en la actividad empresarial que creen que tienen habilidades y conocimientos necesarios para la actividad internacional y el acceso a fuentes de financiación que mide el grado de disposición en forma oportuna por parte de los empresarios (Escandón *et al.*, 2013).

- **Desarrollo exportador**

Se mide en tres niveles, se inicia con las empresas Born Global que reportan altos niveles de internacionalización, seguido por un nivel medio y terminando con los niveles de baja internacionalización. Esta variable permite medir el desarrollo exportador o la intensidad de internacionalización de la empresa mediante una clasificación categórica (Escandón *et al.*, 2013).

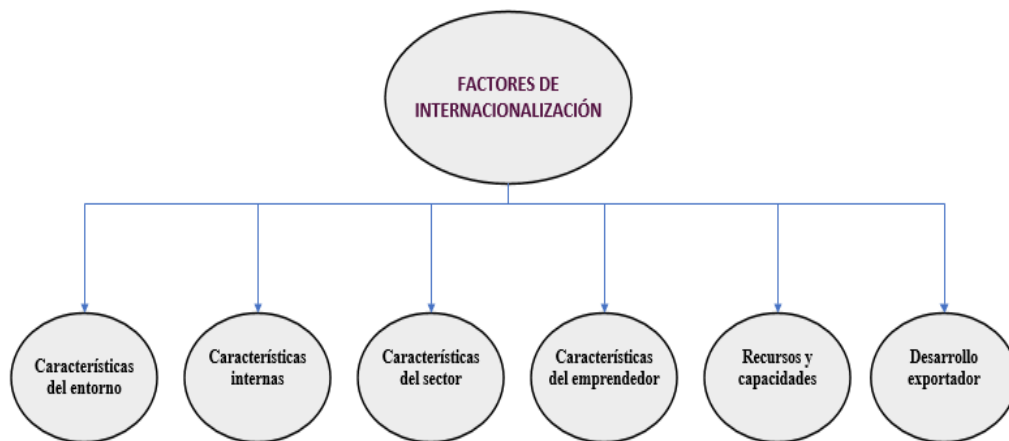


Figura 3. Factores de internacionalización

Fuente: Escandón *et al.* (2013)

## 1.2. Antecedentes

### 1.2.1. A nivel internacional

Sánchez y Parra (2014) tienen como objetivo en su investigación analizar la teoría neoclásica que describe las funciones del administrador y/o el proceso de la administración en las organizaciones y como estas lo aplican para alcanzar una eficiencia y eficacia organizacional, concluyendo así, que el proceso de la administración es una herramienta fundamental en todo tipo de empresas, la innovación y creatividad complementan y soportan cada una de estas funciones del proceso de la administración; logrando así que estas se adecuen a las necesidades del entorno.

Velásquez (2000) en su investigación tiene como propósito analizar el proceso administrativo de las organizaciones y sus componentes como la planeación, organización, dirección o influencia y control desde la perspectiva del enfoque de sistemas y de contingencias. Para ello se inicia con los planteamientos más representativos de los distintos enfoques, desde el enfoque clásico, hasta los aportes más contemporáneos. El artículo finaliza con una descripción del proceso administrativo según la tipología de la organización (mecánico-estable y orgánica-adaptativa) y las implicaciones que tiene para la gerencia.

Useche y Monroy (2013) en su investigación realiza un análisis de gestión de mantenimiento en las pymes industriales de Ciudad Guayana, Estado Bolívar. Para

caracterizar estas empresas, se aplicó un cuestionario a gerentes, jefes y supervisores de mantenimiento pertenecientes a una muestra de setenta y cinco 75 pymes del sector industrial, de una población de doscientas 200 empresas. A través de la aplicación del análisis factorial exploratorio, a través de la estructuración de un modelo de gestión de mantenimiento basado en el ciclo planear, hacer, verificar y actuar, donde la planeación y el control son relevantes dentro del proceso de la administración y por ello el autor recomienda realizar una mejora continua permanente en la organización.

Por otro lado, Rios y Mustafá (2014) en su investigación concluye en varios aspectos relacionados con los procesos administrativos, y sus componentes básicos como son la planeación, organización, dirección y control, como eje fundamental en la toma de decisiones del gerente en una organización, se hace referencia a la aclaración sobre el origen de los mismos, su significado en las organizaciones y su relación con las normas de calidad NTC- ISO – 9000: 2000 los cuales transforman elementos de entrada en resultados óptimos y favorables en las organizaciones.

Respecto al desarrollo que impulsan las economías en los países, García y Juca (2016) mencionan a las pequeñas y medianas empresas y su incidencia. Haciendo énfasis en el estudio de las teorías administrativas y su proceso de administración abordando temas como las evidencias y las limitantes en el ámbito empresarial, los resultados obtenidos en la investigación fueron la aplicación de la técnica UTI (Urgencia, Tendencia e Impacto) donde se establece las prioridades de la organización, en función de los problemas detectados concluyendo así en la importancia de la innovación y la flexibilidad al cambio como parte de una gestión administrativa que deben ser atendidos con prioridad.

Nivela *et al.* (2017) tiene como propósito en su investigación analizar las pequeñas y medianas empresas y el rol que cumplen en el desarrollo local de la economía y en la integración del mercado de trabajo y empleo, concluye en la importancia en que los empresarios dominen los instrumentos necesarios de gestión empresarial para su dirección. La capacidad gerencial a través de la planeación, organización, dirección y control permitirá articular de forma eficiente y eficaz, el rumbo de la organización optimizando las oportunidades y minimizando las amenazas y debilidades del entorno.

En la actualidad una empresa necesita ser sostenible en el tiempo y esto se logra a través de la **innovación** así lo menciona Benito *et al.* (2012) en su investigación donde resalta los factores que influyen en el desarrollo de innovaciones y como las empresas pequeñas tienden a tener una mayor escasez de recursos, menor influencia en el mercado, y mecanismos de comunicación más informales que las empresas grandes. Es por ello que estas no se basan tanto en la disponibilidad de recursos, sino en ciertas características de comportamiento, más vinculadas a la gestión administrativa, al emprendimiento y las estrategias que utilizan para ser competitivas en el mercado.

Hernández *et al.* (2007) tienen como propósito en su investigación encontrar los factores de innovación que son utilizados por los artesanos, de ocho estados en la República mexicana, donde en sus conclusiones menciona a la adquisición de conocimiento como un factor externo que fortalece a la empresa, en el desarrollo del nuevo producto artesanal, el artesano dirige su negocio empíricamente y con experiencia pero tiene pocos conocimientos formales de administración, notándose una diferencia cuando los empresarios tienen estudios superiores, lo cual se ve reflejado en un mayor grado de innovación en el producto. El resultado es congruente con la perspectiva de que la innovación no se reduce sólo a las actividades orientadas a desarrollar nuevos productos y procesos, sino que involucra también desarrollos y mejoras en organización y comercialización. Donde los conocimientos y aptitudes gerenciales se articulan de forma dinámica, continua y acumulativa, por lo que se puede decir que todo ello se basa en las competencias organizacionales y tecnológicas de los individuos.

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) han desarrollado una capacidad de marketing y de comercialización que difiere de la convencional. Cuevas *et al.* (2020) en su investigación tienen como objetivo verificar la relación de la innovación en marketing con el desempeño integral de las pymes y sus posibles implicaciones. Mediante la modelización de ecuaciones estructurales, se concluye que la innovación en marketing incide de manera significativa en el rendimiento empresarial, los resultados mostraron los efectos positivos que obtuvieron las pymes industriales en mejorar su nivel de innovación en marketing ya que esta desarrolla importantes fuentes de información que permite a los gerentes tomar mejores decisiones. La innovación de producto y de procesos genera un costo

relativamente alto para la etapa de planificación o inserción en un mercado de la pequeña empresa con potencial de crecimiento. Es por ello que la estrategia recomendable es integrar recursos, capacidades y esfuerzos organizacionales en mercados cambiantes, siendo el marketing el más utilizado para incursionar en mercados competitivos.

García *et al.* (2016) hacen referencia a los países de la Alianza Pacífico (AP) conformados por Chile, Colombia, México y Perú, en un estudio de 386 empresas, concluyendo que existe oportunidades para las empresas de competir en mercados externos mediante la actividad innovadora de la mipyme lo cual ejerce una influencia positiva y significativa sobre su crecimiento y rendimiento, exceptuando la innovación en gestión, que a nivel de la AP se aprecia un impacto negativo en el crecimiento, las nuevas habilidades gerenciales incrementarían la competitividad. Las mipyme que mejoren su competitividad y favorezcan su adaptación a los nuevos mercados a los que se enfrentan, generaran más empleo, desarrollaran nuevos negocios y mejoraran los estándares productivos y tecnológicos.

Astudillo y Briozzo (2016) analiza las características de las micro, pequeñas y medianas empresas manufactureras de Ecuador y Argentina en relación con la innovación, los resultados mostraron que la innovación en el producto es mayor a la innovación del proceso en ambos países, lo que significa que innovar en el proceso conlleva una mayor inversión en maquinarias, equipos, programas que hace que el empresario decida innovar en el producto y en menor medida en los procesos. Así mismo se recomienda, por parte del sector empresarial manufacturero de ambos países, intensificar sus esfuerzos en la innovación para alcanzar una mejora en la competitividad en un entorno cada vez más exigente, con una tendencia a desarrollar innovaciones con un alto grado de novedad para la empresa, para el mercado nacional y el mercado mundial.

Para Zevallos (2014) en su artículo de investigación titulada: Competencias para la productividad de las mipymes centroamericanas en la economía del conocimiento y la innovación, tiene como finalidad contribuir al desarrollo en los empresarios centroamericanos y las competencias estratégicas que demanda la actual economía globalizada a través de herramientas digitales que se logran con el conocimiento y la innovación.

Botello (2014) menciona a la **internacionalización** como un fenómeno común dentro de una sociedad globalizada y un componente importante en la mejora de la competitividad, dado que les permite absorber y desarrollar capacidades que incrementan la calidad de sus productos y los procesos de producción, los resultados de la investigación mostraron que son los factores internos de las empresas los mayores determinantes en su decisión de internacionalizarse. La capacidad tecnológica (tenencia de correo electrónico, página web, certificaciones de calidad y capacitación de los trabajadores en cursos de calidad) como componente creador de activos específicos para las empresas lo que tiene un rol diferenciador en la estructura organizacional la misma que impulsa su introducción en el mercado externo. Entre los factores externos, se identificó el marco institucional, la estabilidad jurídica y el acceso financiero como parte fundamental que permite a las empresas una mayor inserción internacional, aunque los factores geográficos y los diferentes sectores también tienen una influencia significativa.

Según Galán *et al.* (2010) manifiestan que la internacionalización de las empresas es a través de la escuela de Upsala, lo que significa que las pequeñas empresas cooperan con otras empresas extranjeras y efectúan inversión directa después de que han adquirido experiencia en los mercados exteriores por medio de la exportación, ya que ésta implica menor incertidumbre y riesgo. Así también se menciona a la Tecnología, marcas, capital humano, capacidad organizativa, actitud emprendedora de la dirección y experiencia como factores que están relacionados con el tamaño del mercado, mercado de destino o la saturación del mercado nacional e internacional.

Por otro lado, Horta (2012) en su investigación concluye en la importancia de la experiencia que poseen las empresas, expresada en años de exportación, el resultado exportador medido por la relación entre exportaciones y personal ocupado, lo cual confirma el modelo gradualista del desarrollo exportador; la relación positiva entre la estructura organizativa y la exportación. Es así que respecto a factores externos que influyen en la internacionalización existe una relación significativa entre la percepción favorable que tienen los empresarios respecto a los recursos humanos de la empresa, a la disponibilidad de mano de obra en el sector de actividad y el fácil acceso a recursos humanos especializados. Así también se evidencio una relación negativa entre la percepción de los empresarios y los tramites que realizan

para exportar en términos de costo y tiempo, las regulaciones del mercado poco accesibles que conllevan a un resultado exportador poco favorable.

La internacionalización, así como la globalización de los mercados tiende a ser una evolución de la actividad comercial de las empresas sin embargo Cardozo *et al.* (2002) señalan que existe diversas teorías que afirman el proceso evolutivo de las pequeñas y microempresas, su planteamiento se basa en que las organizaciones multinacionales son un mecanismo alternativo al mercado para incursionar con actividades y estrategias a mercados exteriores, eso debido al cambio del entorno y a la adaptación de los productos en un mercado global, recomienda continuar explorando modelos que se relacionan con la teoría de redes y de inversión directa como factor fundamental para generar bienes y utilidades en las empresas.

Las pymes del sector textil enfrentan grandes desafíos de internacionalización derivados de la dinámica de la globalización así lo mencionan los autores. Restrepo y Vanegas (2015) refieren que se requiere analizar su capacidad de internacionalización en términos de recursos, habilidades y capacidades para desarrollar estrategias que permitan participar de una manera dinámica en la internacionalización. Se propone un sistema de inferencia difuso para modelar estos factores que determinan el éxito en un proceso de internacionalización. El modelo propuesto se aplica por medio de un estudio de caso del clúster textil-confección en Medellín (Colombia) donde se obtiene en la ejecución del modelo un índice global para las capacidades internas para iniciar el proceso de internacionalización, de los resultados se confirma la hipótesis de que las capacidades y recursos que el sector dispone en la actualidad no son suficientes para una inserción exitosa en el mercado internacional, por lo que se debe mejorar las capacidades internas de la organización para una eficiente internacionalización.

### **1.2.2. A nivel nacional**

Ponce y Zevallos (2005) mencionan en su investigación que la innovación es accesible a cualquier tipo y tamaño de negocio ya que no se requiere necesariamente de una inversión económica o conocimientos técnicos. Los resultados de la investigación mostraron que en el Perú las mypes tienen conectividad (importante porcentaje de acceso a TIC: equipos de cómputo e Internet), pero existe poca capacitación en su uso con fines gerenciales y empresariales en temas de gestión



moderna. Por ello, la política de capacitación a pymes debería también orientarse a estos temas a fin de mejorar su competencia digital en negocios. Así mismo menciona el autor que la innovación debe estar estrechamente ligada a la formalización de la empresa para que sea sostenible en el tiempo.

Humpiri y Aquino (2017) en su tesis titulada: Diagnóstico de innovación empresarial en la Región Arequipa, llega a las siguientes conclusiones donde los efectos de actividades de innovación tecnológica y no tecnológica en la empresa se reflejan por el aumento de ganancias y la disminución de los costos de realizar innovaciones de proceso, de marketing y de organización, es importante señalar la ampliación de la cuota de mercado por la diferenciación en el producto esto como consecuencia de realizar innovación de producto. La innovación hace que las empresas incrementen su producción y su productividad, brindándoles el potencial y la oportunidad para seguir creciendo, siendo más competitivas en el mercado y asegurando su supervivencia, así mismo menciona a los empresarios los cuales sí están dispuestos a invertir en actividades de innovación, especialmente en adquisiciones de capital, transferencia tecnológica e investigación, aunque prefieren hacerlo con capital propio.

Por otro lado, Cruz (2012) en su investigación tiene como objetivo es determinar el marco jurídico de las micro y pequeñas empresas artesanales con fines de exportación en nuestro país, analizando la normatividad que regula la estructura y funcionamiento de las mypes artesanales, entre las conclusiones se precisan el marco regulatorio sobre la estructura y funcionamiento de las micro y pequeñas empresas, la articulación de diferentes entes del gobierno para apoyar a la mypes en términos de tributación, autorizaciones, permisos, accesos a crédito, la promoción y la innovación tecnológica y el régimen laboral de los trabajadores con fines de internacionalización.

Ramírez (2014) este estudio se propuso responder a la interrogante ¿qué formas de asociaciones empresariales son eficaces para la participación de las pyme en el negocio de la exportación?, los resultados mostraron que, de las 24 asociaciones en estudio con fines de exportación, 11 son consorcios, 13 franquicias, y ninguno a sub contratación. Se ha determinado que las más eficaces son las franquicias y consorcios, que los demás, los consorcios empresariales requieren acuerdos por



consenso, mientras que las franquicias son más efectivas por el trato directo entre el franquiciante y franquiciado. Los resultados de la investigación beneficiaran a las pyme para tomar decisiones adecuadas para lograr sus objetivos para su participación en el comercio internacional ello a través de asociaciones empresariales, contribuyendo de esta manera al crecimiento económico y bienestar social del país.

### **1.2.3. A nivel local**

Mariaca (2018) en su tesis titulada: La innovación empresarial en el desarrollo de la exportación de artesanía textil de la Región Puno, llego a las siguientes conclusiones en la empresa de artesanía textil en estudio no muestran una actitud positiva frente al cambio e innovación, cabe mencionar que esto se relaciona con la competitividad y la comercialización en un porcentaje por encima del 50% no están dispuesta a capacitarse en temas de las tecnologías de información lo que las hace menos competitivas en el mercado. Así también es preciso destacar que la competitividad de estas empresas se refiere principalmente a la calidad de sus productos y su experiencia como empresarios, identificándose que existen deficiencias en aspectos relacionados a la comercialización con el exterior.

Forstner (2013) en su investigación demuestra diferentes aspectos de la artesanía, y en particular del trabajo en grupo como estrategia para el desarrollo rural, se menciona las ventajas del trabajo grupal en comparación con la producción individual lo que dificulta el acceso al mercado internacional, un aspecto importante a resaltar es como las asociaciones artesanales textiles tienen posibilidades de beneficiarse de precios más altos y competitivos. La articulación de las instituciones externas, como las ONG, agencias de desarrollo regional, gobiernos nacionales y regionales promoverán el desarrollo textil mediante la organización de talleres y capacitación técnica para los miembros de los grupos promueven su desarrollo, por último, se debe tener en cuenta que los cambios asociados con la producción para la exportación pueden afectar a mujeres y hombres de manera distinta. Las mujeres suelen sufrir más los costos en forma de un aumento de la cantidad de trabajo, ya que tienen que combinar el papel productivo con sus responsabilidades reproductivas.

Huahuilque *et al.* (2015) se plantea como objetivo analizar la forma de aplicación de los criterios del comercio justo en las empresas exportadoras de artesanía textil de la región Puno; los resultados señalan que la aplicación de los criterios del FAIRTRADE (comercio justo), no se desarrolla con profesionalismo a causa de la falta de personal especializado en las áreas de promoción y comunicación, lo cual hace a las empresas en estudio menos competitivas, para enfrentarse al mercado internacional.

#### 1.2.4. Antecedentes que relacionan las variables de investigación

- **Relación proceso de la administración e innovación**

El desarrollo de las empresas en un contexto actual están sujetas a la creatividad e innovación constante así lo sostiene Castillo (2015) en su investigación donde analiza a las empresas emprendedoras que han sido el resultado de las decisiones gerenciales quienes promovieron la creatividad y la innovación como mecanismos de desarrollo con el fin de reducir costos, tiempo y recursos necesarios para la producción y distribución óptimas; una forma eficiente de crear valor innovador en la empresa es el manejo adecuado de la planificación, organización, dirección y control para la consecución de los objetivos. Por lo que la creatividad, la innovación y el desarrollo en investigación constituyen elementos fundamentales para el éxito empresarial, que de seguro beneficiará a los consumidores, usuarios y la ciudadanía en general.

Arredondo *et al.* (2010) mencionan en su investigación los distintos retos que actualmente presentan las empresas, enfocado en la baja capacidad gerencial que limita la capacidad de innovación, el proceso de la administración como mejora continua en cada etapa del proceso de desarrollo de nuevos productos, es el resultado que resalta el autor, la inversión en el capital humano la transferencia de conocimiento y la innovación es un factor clave en la competitividad empresarial.

- **Relación innovación e internacionalización**

Meza (2016) tiene como propósito en su investigación analizar la relación que tiene la internacionalización de una empresa con la innovación,

definida ésta como la generación de nuevos productos y procesos, la exportación promueve la generación de nuevos procesos e innovaciones para el mundo, así mismo señala que la inversión extranjera directa favorece innovaciones a nivel mundial, muy por el contrario las importaciones no promueven la actividad innovadora y ser maquilador inhibe todo tipo de innovación en producto y en proceso, uno de los resultados muestra que las empresas exportadoras tienden a innovar en nuevos procesos productivos para disminuir costos, es por ello que las empresas prefieren exportar productos ya probados y certificados para que sean exitosos en mercados internacionales.

Velasco y López (2003) mencionan que la globalización y los procesos de integración económica han generado empresas cada vez más competitivas, es por esta experiencia internacional que existe una relación entre la capacidad exportadora y el desarrollo de las capacidades innovadoras, es importante realizar mayores investigaciones para medir el grado de innovación y su impacto en la exportación dentro del universo de cooperación económica Asia Pacifico (APEC), es por ellos que el propósito de la investigación es elaborar un índice de capacidad innovadora que permita establecer el grado de búsqueda de eficiencia de nuevos mercados, elementos que ayudaran a determinar el potencial exportador y el nivel de utilidades de las pymes exportadoras.

La inserción internacional de las pequeñas y medianas empresas (pymes), tiene impactos positivos en su nivel de productividad y desarrollo nacional, esto debido a la innovación de sus productos, por el grado de empleabilidad y en la calidad de vida no solo de los integrantes de la empresa sino también de la población. Es por ello que se debe desarrollar políticas y herramientas de apoyo a la internacionalización e intensificar en tecnología en los procesos de producción, la investigación y desarrollo de nuevos productos aseguraran el éxito de la empresa (Frohmann *et al.*, 2016).

Filipescu *et al.* (2009) tienen como propósito en su investigación analizar la existencia de la relación entre innovación tecnológica e

internacionalización, teniendo como base teórica la teoría de la internacionalización de la empresa, el autor enfatiza en la innovación tecnológica como un factor preponderante que contribuye al acceso a los mercados internacionales e impulsa a la empresa a seguir creciendo y a lograr un mayor rendimiento empresarial.

Cassiman *et al.* (2010) en su investigación evidencian que la innovación en el producto y la innovación en el proceso son relevantes en el proceso de inserción de las empresas al mercado internacional, así mismo la importancia de las políticas de promoción en exportaciones y que estas ayuden a las pequeñas empresas a impulsar sus productos con altos niveles de estándares de calidad e innovación.

Cutipa, *et al.* (2021) en su investigación refieren que la intensidad de innovación es moderada y alta en la mayoría de las mypes exportadores de la Región Puno, estos resultados se deben a la intensificación de las actividades de desarrollo de nuevos productos y a la mejora de los productos existentes. Así mismo, en la innovación en mercados se intensificó el uso de nuevos canales de promoción tales como las tecnologías de la información y la comunicación (TIC); también se realizaron cambios o mejoras significativas en los envases y embalajes de los productos para su comercialización.

- **Relación proceso de la administración e internacionalización**

Bustamante y Aguilar (2013) mencionan en su investigación al proceso administrativo como una guía para el análisis de los retos de gestión empresarial, y en base en los resultados obtenidos se puede confirmar que, si no se realiza una adecuada planeación de las actividades de internacionalización, las empresas no tendrán los insumos necesarios para realizar un desempeño adecuado y tampoco podrán ejecutar la función administrativa de control en la empresa, lo cual significa que el proceso administrativo tiene que estar en constante retroalimentación en términos del ciclo de calidad PHVA (planear, hacer, verificar, actuar). Las actividades de internacionalización sin planeación no permitirán verificar los resultados obtenidos y mucho menos tomar medidas preventivas,



correctivas o de mejoramiento para una mejor gestión y posterior planeación.

Anzo *et al.* (2015) enfatizan el rol del gerente en la organización como un elemento fundamental para alcanzar los objetivos a corto, mediano y largo plazo en los procesos de internacionalización empresarial, desde la perspectiva de las competencias gerenciales el proceso de la administración debe estar acorde al contexto globalizado, la investigación demuestra que a medida que los gerentes presenten mayor permanencia en su cargo, mayor será el control que realicen sobre la organización y por lo tanto el gerente tenderá que asumir mayores riesgos, el autor también resalta que la experiencia internacional del gerente, educación y edad, y la experiencia internacional de la empresa y su tamaño, logran un impacto positivo en el control de la organización.

## CAPITULO II

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 2.1. Identificación del problema

La globalización a nivel mundial permite la entrada de pequeñas y medianas empresas a nuevos mercados cada vez más exigentes por lo que es indispensable tener estrategias para lograr un crecimiento en el mercado, la innovación puede ser un determinante en el proceso de internacionalización, es necesario tratar de analizar estas empresas dada su importancia dentro de la economía de un país, y el reto que asumen al tener que enfrentarse a mercados internacionales y afrontar la complejidad por mantenerse. Otro aspecto de importancia que deben asumir las empresas, es que hay un escaso grado de gestión administrativa en cuanto a términos de planeación, organización, dirección y control lo que repercute negativamente en la incursión con éxito a los mercados no solo nacionales sino también internacionales (Aragon *et al.*, 2018).

Según el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Serida *et al.* (2020) mencionan que Perú ocupa el primer lugar en cuanto al índice de espíritu emprendedor en Latinoamérica con un valor de 0.37. Este resultado se encuentra muy por encima del promedio de la región (0.10) y las demás regiones comparables. Países como Colombia (0.29), Chile y Ecuador (0.28) ocupan la segunda y tercera posición. Esto debido al grado de innovación, creatividad e iniciativa empresarial, por otro lado, cabe mencionar que los limitados avances en materia de infraestructura de soporte empresarial y la normativa vigente crean una problemática afectando al empresario innovador.

De acuerdo con (PROMPERÚ, 2020) las exportaciones de productos de Alpaca alcanzaron en 2020 US\$ 114 millones, variando negativamente en -30.4% y retrocediendo en US\$50 millones respecto a 2019. La línea de Textiles concentro el 64%

de los envíos, variando negativamente en -31.7%. Le siguen en orden de importancia la línea de prendas de vestir con el 29% de las exportaciones y una disminución de -31.7%. Finalmente, la línea de textiles para el hogar también decrece en -10.4%. Las restricciones por la pandemia del COVID-19 afectaron los envíos de productos de alpaca en los 3 primeros trimestres de 2020. En el 2020 nuestros principales mercados destino para productos de alpaca sufren decrecimientos. EEUU, país que concentra el 25% de las exportaciones de productos de alpaca decrece en -25.9% a consecuencia de los menores envíos de la línea de prendas de vestir (-35.0%). Por otro lado, Italia, 2do mercado de importancia con el 16% de los envíos reduce a la mitad sus compras contrayéndose en -50.1% en comparación al año 2019, básicamente por el decrecimiento en sus compras de fibras (-50.6%) e Hilados (-57.7%). China, 3er socio comercial de importancia para la línea con el 15% de las exportaciones, reduce sus compras en -22.4%, este decrecimiento se explica por los menores envíos de fibras (-21.5%).

A nivel mundial el Perú representa el 83.75% de la producción de fibra de alpaca, seguido de Bolivia con un 11.10%, Australia en tercer lugar con 1.62%, Chile con un 1.20%, Estados Unidos con un 0.75% y otros 1.58%. siendo así Perú el mayor productor de alpaca a nivel mundial (PERX, 2016), pese a ello no se exporta en la medida que debería por diversos factores de análisis en el presente estudio de investigación. Así mismo cabe señalar que en el Perú, las pymes representan el 99.5 % del sector empresarial, de este porcentaje, el sector textil confección es la actividad manufacturera más importante del país con 16.5 % de empresas dedicadas a la fabricación de prendas de vestir, de las que 47.8% se ubican en la ciudad de Lima. Esto condiciona a que el resto de empresas del sector textil confecciones no tengan una representatividad significativa en la economía peruana (INEI, 2020).

El rol de las empresas como actores clave del desarrollo económico y social de un país es fundamental, más aún en un contexto donde la economía es global; y donde no solo países sino regiones intercambian bienes, servicios y capital. La política de comercio exterior del Perú en los últimos años ha promovido de forma agresiva una apertura comercial con el fin de insertar de manera exitosa al Perú en la economía global. La inserción no solo depende de lograr acceso a nuevos mercados, sino también de cómo el sector exportador aprovecha dicho acceso. El Perú es un país privilegiado por ser fuente de importantes fibras de calidad, como el algodón Pima y la alpaca, que son muy valoradas en la industria textil y de confecciones, sin embargo, este sector tiene una tarea pendiente y es aumentar

la competitividad de su producción a través de la innovación tecnológica en el sector textil lo cual es una problemática debido a la poca inversión en el tema tecnológico y el uso de tecnologías de información por parte de los empresarios (MINCETUR, 2020).

La gestión empresarial juega un rol muy importante pues de su eficiencia en la dirección, habilidades y estrategias que utilice dependerá la obtención de buenos resultados. De allí que uno de los aspectos fundamentales en las empresas es la gestión empresarial lo cual se ve reflejado en el proceso de la administración ya que a través de esto se mejora la productividad y la competitividad de las empresas, se ha identificado deficiencia en estos aspectos lo que ha conllevado a que no exista un manejo adecuado de la gestión empresarial perjudicando a la comercialización e internacionalización de las empresas.

El nivel de exportación en Puno es mínimo, en esta región existen pocas empresas que exportan directamente sus productos al mercado internacional, siendo estos los textiles, la quinua y el café los productos de mayor relevancia, del total exportado, el 99.3% son de productos primarios (principalmente oro), mientras que los productos con valor agregado representan tan solo el 0.7% del total, es en este pequeño porcentaje que se encuentra el sector textil confecciones (SUNAT, 2022). Ante esta problemática la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo con el apoyo de la Dirección Regional de Producción viene incentivando la oferta exportable no tradicional.

Puno es el principal productor de fibra de alpaca a nivel nacional, cuenta con recursos naturales y condiciones agroclimáticas favorables para la actividad. pese a estos datos las empresas exportadoras textiles de la Región Puno no registran un incremento de sus exportaciones muy por el contrario cada vez son menos las exportaciones y la baja internacionalización para expandirse a otros mercados internacionales.

## **2.2. Enunciados del problema**

### **2.2.1. Problema general**

¿En qué medida se relaciona el proceso de la administración y la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno?



### 2.2.2. Problemas específicos

**PE1:** ¿En qué medida se correlaciona el proceso de la administración con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno?

**PE2:** ¿En qué medida se correlaciona la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno?

**PE3:** ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de indicadores de internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno?

### 2.3. Justificación

#### 2.3.1. Justificación teórica

La justificación teórica en la presente investigación se sustenta en aportes de varios autores para las variables consideradas, tales como:

Para la variable proceso de la administración el sustento teórico para sus respectivas dimensiones e indicadores fue Idalberto Chiavenato con base en su texto denominado “Introducción a la teoría general de la administración”.

Para la variable innovación el sustento teórico para sus respectivas dimensiones e indicadores es un artículo científico cuyos autores son Edgar J. Gálvez Albarracín y Domingo García Pérez de Lema en su investigación denominada “Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la Mipyme”.

Para la variable internacionalización el sustento teórico para sus respectivas dimensiones e indicadores es un artículo científico cuyos autores son, Diana Marcela Escandón Barbosa y Andrea Hurtado Ayala en su investigación denominada “Factores que influyen en el desarrollo exportador de las Pymes”.

En síntesis, la presente investigación trata de corroborar la relación que existe entre el proceso de la administración, innovación con la internacionalización abordado ampliamente por diversos autores.

### 2.3.2. Justificación práctica

El Proceso de la Administración y sus componentes es de vital importancia en las organizaciones el cumplimiento de cada etapa permitirá alcanzar los objetivos utilizando los recursos de forma oportuna y óptima.

La innovación y la internacionalización sumado a la estrategia organizacional han sido desde un tiempo a la fecha factores muy relevantes en el mundo de los negocios, debido a que desempeñan un rol importante en el entorno empresarial, la innovación en productos ejerce una influencia positiva sobre el rendimiento de la MiPymes, generando así una ventaja competitiva sostenible para la empresa, frente a la competencia.

Los motivos que me llevaron a investigar la relación que existe entre el proceso administrativo y la innovación en la internacionalización de la MiPymes, obedece a que según reportes de la SUNAT, se ha reportado una disminución en las exportaciones de textiles de fibra de alpaca de las empresas de la Región Puno, pese a que Puno es uno de los principales productores de fibra de alpaca insumo importante para la elaboración de prendas y productos textiles, así también contamos con mano de obra (artesanos) que cuentan con un arte tradicional heredada de generación en generación, lo cual nos hace como competitivos a nivel nacional e internacional.

La utilidad de la investigación será el que las empresas en estudio adopten una nueva ideología de internacionalización, y que conozcan el proceso de la administración (planeación, organización, dirección y control) y la innovación del producto final como factores relevantes para una adecuada internacionalización de la mipymes, estos factores fueron seleccionados de acuerdo a la literatura analizada para la investigación, en efecto, la internacionalización significa no solo exportar a un solo mercado internacional sino también acceder a otros mercados, expandirse e incrementar sus ventas, generar mayor empleo y lograr beneficios para la economía peruana, porque al ser las exportaciones mayor a las importaciones aumentará la balanza comercial, lo que en términos económicos significa un saldo importante en el PBI no solo de la Región Puno, sino también del país.

## 2.4. Objetivos

### 2.4.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el proceso de la administración y la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la región puno.

### 2.4.2. Objetivos específicos

**OE1:** Demostrar la correlación del proceso de la administración con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno.

**OE2:** Demostrar la correlación de la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno.

**OE3:** Demostrar el nivel de cumplimiento de los indicadores de internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno.

## 2.5. Hipótesis

### 2.5.1. Hipótesis general

Existe una relación positiva y significativa entre el proceso de la administración y la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno.

### 2.5.2. Hipótesis específicas

**HE1:** Existe una correlación positiva y significativa entre el proceso de la administración con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno.

**HE2:** Existe una correlación positiva y significativa entre la innovación con la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno.

**HE3:** Existe un nivel de cumplimiento deficiente, regular y bueno para los indicadores de internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno.

## CAPITULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. Lugar de estudio

El Perú tiene una extensión de 1 285 216 km<sup>2</sup>, cuenta con una población más de 28 220 764 habitantes, su capital Lima y tiene 25 regiones. La Región Puno está ubicado en la parte sureste del país, en la meseta del Collao a: 13°00'66"00" y 17°17'30" de latitud sur y los 71°06'57" y 68°48'46" de longitud oeste del meridiano de Greenwich, del territorio peruano con una población de 1'200,00 habitantes, de los cuales el 60% es rural y el 40% es urbano. La artesanía textil representa una de las actividades no agrícolas que pueden formar parte de una economía doméstica diversificada en los hogares rurales (INEI, 2019).

#### 3.2. Población

En la investigación se consideró una población de 29 empresas formales exportadoras textiles de la Región Puno, registrados en el directorio de la Dirección de Comercio Exterior de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Puno (DIRCETUR).

Tabla 1

*Población total de empresas exportadoras*

<b>Región</b>	<b>Provincias</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>%</b>
Puno	Puno	19	65%
Puno	Juliaca	10	35%
<b>Total</b>		<b>29</b>	<b>100%</b>

Fuente: Directorio de empresas exportadoras-DIRCETUR-Puno

### 3.3. Muestra

Se utilizó el muestreo **probabilístico, aleatorio simple**, esto debido a que todos los componentes de la población cuentan con la misma posibilidad de ser elegidos.

Se utilizó la siguiente fórmula, con el fin de calcular la muestra:

$$n = \frac{NZ^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2p(1-p)}$$

Reemplazando los datos: N = Población, Z = 1.96, p = 0.5, q = 0.5, e = 0.05, Nivel de confianza= 95%, n = muestra.

$$\frac{29 * 1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{(29 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}$$

Resolviendo la ecuación obtenemos el siguiente resultado:

$$n = \frac{27.8516}{1.0304}$$

$$n = 27$$

Tabla 2

*Tamaño de muestra de las empresas exportadoras textiles*

Región	Provincias	Número de empresas	%
Puno	Puno	19	70%
Puno	Juliaca	8	30%
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100%</b>

### 3.4. Métodos de investigación

#### 3.4.1. Enfoque de investigación

García (2016) menciona que una investigación es cuantitativa, cuando se refiere al uso de recolección de datos para probar las hipótesis con base a la medición numérica y análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. En la presente investigación se usó el programa estadístico SPSS, y la hoja

electrónica Excel con el cual obtendremos valores numéricos para el análisis de resultados de esta investigación.

### **3.4.2. Método de la investigación**

El método utilizado fue el deductivo el cual consiste en partir de una premisa general, para sacar conclusiones de un caso particular (Arias, 2012). en la investigación este método sirvió para analizar los aspectos teóricos relacionados al proceso de la administración, innovación e internacionalización de las empresas exportadoras textiles.

### **3.4.3. Alcance de la investigación**

Según Hernandez y Mendoza (2019) los alcances pueden ser exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo por que constituyen en una investigación puntos entrelazados de un continuo de causalidad.

La presente investigación fue de alcance descriptivo, correlacional y explicativo, es descriptivo por que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, para tener un diagnóstico y realizar la investigación. Es correlacional, porque asocia, relaciona y cuantifica variables, la relación que se pretende encontrar es entre el proceso de la administración e innovación con la internacionalización de la MiPymes textiles de la Región Puno. Y por último es explicativo por que busca estudiar un tema o un problema poco estudiado e identificar conceptos o variables que sirvan para investigaciones futuras, como es el caso de la comparación del nivel de internacionalización de los exportadores textiles de Puno y Juliaca de la Región Puno.

### **3.4.4. Diseño de la investigación**

Según, Navarro (2014) una investigación es no experimental cuando se realiza sin manipular intencionalmente las variables. “El proceso de la administración”, “innovación” e “internacionalización” no son alteradas ya que cada autor que sustentan mencionadas variables tiene parámetros ya establecidos y definidos para su análisis. Es transversal debido a la recolección de datos se realizó en un periodo de tiempo de acuerdo con los objetivos planteados en la investigación.

### **3.4.5. Técnica**

La técnica que se ha utilizado en la investigación es la encuesta estructurada mediante la escala de Likert, con la finalidad de obtener información por parte de los empresarios exportadores.

### **3.4.6. Instrumento**

Se aplicó el cuestionario para las tres variables de investigación, la variable proceso de la administración conformada por 19 ítems, la variable innovación conformada por 9 ítems y la variable internacionalización conformada por 16 ítems. Haciendo un total de 44 ítems (anexo 2), se recopiló datos por medios físicos y virtuales (google forms), para obtener la mayor cantidad de encuestados y brindarles facilidades y disposición a los empresarios exportadores encuestados.

## **3.5. Descripción detallada de métodos por objetivos específicos**

Para el objetivo general se ha utilizado un modelo de regresión múltiple, misma que fue estimada por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) en su versión completa y reducida (Greene,2000). Para el primer y segundo objetivo específico se estimó el coeficiente de correlación (Rho de Spearman). Para el tercer objetivo específico se estimó un índice de internacionalización (IdI) por el método de análisis de componentes principales (ACP) (Pérez, 2004). En todos los casos se utilizará el Software SPSS Versión 24.

### **3.5.1. Descripción de variables analizadas en los objetivos específicos**

Para el objetivo general, el modelo de regresión múltiple se ha planteado de la siguiente manera:

$$V3\_INTER = f(V1\_PROADM, V2\_INNOV)$$

Donde:

V1\_PROADM : Variable proceso administrativo

V3\_INTER : Variable internacionalización

V2\_INNOV: Variable innovación

Sin embargo, las variables determinantes de la internacionalización tienen dimensiones, por lo tanto, el modelo completo de regresión tiene la siguiente especificación:

$$V3\_INTER_i = f \left( \begin{matrix} D\_PLANE_i, D\_ORG_i, D\_DIREC_i, D\_CONT_i \\ D\_INPROD_i, D\_PROC_i, D\_INGES_i \end{matrix} \right)$$

Las dimensiones de la variable V1\_PROADM son: dimensión planeación (D\_PLANE), dimensión organización (D\_ORG), dimensión dirección (D\_DIREC), dimensión control (D\_CONT), por su parte las dimensiones de la variable V2\_INNOV son: dimensión innovación en el producto (D\_INPROD), dimensión innovación en el proceso (D\_PROC) y dimensión innovación en gestión (D\_INGES).

En las Tablas 3,4 y 5 se muestran la descripción por objetivos específicos, el método, la prueba estadística que se utilizó, las escalas valorativas y el valor de cada cuestionario que se aplicó a las empresas exportadoras textiles de la Región Puno.

Tabla 3

*Descripción de la variable proceso de la administración*

<b>Objetivo específico N°1</b>	<b>Método</b>	<b>Prueba estadística</b>	<b>Ítem por objetivo</b>	<b>Escalas valorativas</b>	<b>Valor</b>
Demostrar la correlación del proceso de la administración con la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno.	Deductivo/ descriptivo- correlacional	Grado de relación según coeficiente de correlación de Rho de Spearman	19	Siempre	5
				Casi siempre	4
				Algunas veces	3
				Muy pocas veces	2
				Nunca	1



Tabla 4

*Descripción de la variable innovación*

<b>Objetivo específico</b> Nº2	<b>Método</b>	<b>Prueba estadística</b>	<b>Ítem por objetivo</b>	<b>Escalas valorativas</b>	<b>Valor</b>
Demostrar la correlación de la innovación con la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno.	Deductivo descriptivo-correlacional	Grado de relación según coeficiente de correlación de Rho de Spearman	9	Siempre	5
				Casi siempre	4
				Algunas veces	3
				Muy pocas veces	2
				Nunca	1

Tabla 5

*Descripción de la variable internacionalización*

<b>Objetivo específico</b> Nº3	<b>Método</b>	<b>Prueba estadística</b>	<b>Ítem por objetivo</b>	<b>Escalas valorativas</b>	<b>Valor</b>
Demostrar el nivel de cumplimiento de los indicadores de internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno.	Deductivo/descriptivo-correlacional	Grado de relación según test de esfericidad de Bartlett y medida adecuación muestral (KMO)	16	Siempre	5
				Casi siempre	4
				Algunas veces	3
				Muy pocas veces	2
				Nunca	1

### 3.5.2. Uso de materiales, equipos, instrumentos, insumos, entre otros

Para la investigación se utilizará materiales como: material de escritorio, papel bond, laptop, memoria USB, impresora, internet, libros, movilidad, software para el análisis de datos SPSS Versión 24 y hoja electrónica Excel.

### 3.5.3. Aplicación de prueba estadística inferencial

Para el modelo de regresión múltiple que permitirá lograr el objetivo general en la presente investigación se realizarán las siguientes pruebas estadísticas: prueba de

relevancia estadística (estadístico “ $t_c$ ”), prueba de dependencia estadística o significancia global (estadístico “ $F_c$ ” – Tabla ANOVA), medida de bondad de ajuste (coeficiente de determinación “ $R^2$ ”), adicionalmente para verificar las hipótesis básicas del modelo de regresión múltiple, se realizarán las pruebas de normalidad de los residuos, pruebas de homocedasticidad, pruebas de autocorrelación y pruebas de multicolinealidad.

Para el primer y segundo objetivo específico se estimará el coeficiente de correlación Rho de Spearman, para la interpretación correspondiente se tomará en cuenta el grado de relación de las variables de acuerdo con la Tabla 6, así mismo se realizarán las pruebas de hipótesis para determinar la significancia estadística del coeficiente de correlación mediante el estadístico “ $t_c$ ” – prueba de significancia de dos colas.

Tabla 6.

*Grado de relación según coeficiente de correlación (Rho de Spearman)*

Magnitud de la Correlación	Valor de Coeficiente
Correlación negativa perfecta	- 1
Correlación negativa muy fuerte	- 0.90 a - 0.99
Correlación negativa fuerte	- 0.75 a - 0.89
Correlación negativa media	- 0.50 a - 0.74
Correlación negativa débil	- 0.25 a - 0.49
Correlación negativa muy débil	- 0.10 a - 0.24
<b>No existe Correlación alguna</b>	<b>- 0.09 a + 0.09</b>
Correlación positivo muy débil	+ 0.10 a + 0.24
Correlación positivo débil	+ 0.25 a + 0.49
Correlación positivo media	+ 0.50 a + 0.74
Correlación positivo fuerte	+ 0.75 a + 0.89
Correlación positivo muy fuerte	+ 0.90 a + 0.99
Correlación positivo perfecta	+ 1

Fuente: Martínez, Tuya, Martínez, Pérez y Cánovas (2009).

Para el tercer objetivo específico se estimará el índice de internacionalización (IdI) por el método de análisis de componentes principales (ACP), para validar los resultados se llevará a cabo las siguientes pruebas estadísticas: Test de esfericidad de Bartlett y medida adecuación muestral (KMO). Posteriormente el procedimiento para



la estimación del IdI implica analizar secuencialmente lo siguiente: varianza total explicada, matriz de componentes, ponderación, agregación (método de media aritmética ponderada). Luego se estimará el IdI para la correspondiente evaluación del índice de cumplimiento de indicadores de internacionalización.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Prueba de validez del instrumento aplicado

Para evaluar la validez del instrumento aplicado en la presente investigación se ha estimado el coeficiente Alfa de Cronbach que es una medida de confiabilidad o consistencia interna. En la Tabla 7 se aprecia que el coeficiente Alfa de Cronbach es 0.908, el cual nos indica que el grado de confianza del instrumento aplicado en la investigación es alta.

Tabla 7

*Estadísticas de fiabilidad*

---

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.908	44

---

Por otro lado, en la Tabla 8 se observa las estadísticas para el total de los elementos considerados en el análisis. Se puede apreciar que el análisis de consistencia interna del instrumento se ha realizado para las 44 preguntas consideradas en el formato de encuesta, adicionalmente se observa en la última columna los valores del Alfa de Cronbach si se elimina alguna pregunta, en todos los casos se evidencia que no es recomendable eliminar ninguna pregunta debido a que los valores del coeficiente Alfa de Cronbach están cercanos al valor reportado en la tabla anterior.

Tabla 8

*Estadísticas del total de elemento*

	<b>Media de la escala si se elimina el elemento</b>	<b>Varianza de la escala si se elimina el elemento</b>	<b>Correlación elemento-total corregida</b>	<b>Alfa de Cronbach si se elimina el elemento</b>
P1	172.815	216.387	0.551	0.905
P2	173.185	218.157	0.481	0.905
P3	173.593	212.558	0.657	0,903
P4	173.259	216.430	0.520	0.905
P5	173.556	215.718	0.522	0.905
P6	173.778	213.795	0.551	0.904
P7	173.222	212.179	0.699	0.903
P8	172.519	216.721	0.636	0.904
P9	172.667	217.538	0.547	0.905
P10	173.370	218.934	0.601	0.905
P11	172.926	218.533	0.571	0.905
P12	172.667	214.615	0.707	0.903
P13	172.852	219.746	0.356	0.907
P14	173.074	221.764	0.369	0.907
P15	173.000	216.308	0.503	0.905
P16	172.519	215.182	0.654	0.904
P17	172.741	214.430	0.599	0.904
P18	173.593	213.712	0.706	0.903
P19	172.778	215.410	0.553	0.904
P20	172.852	219.900	0.349	0.907
P21	173.407	216.251	0.541	0.905
P22	172.963	217.575	0.473	0.905
P23	172.963	216.729	0.476	0.905
P24	172.778	212.564	0.686	0.903
P25	173.296	221.986	0.463	0.906
P26	172.963	210.960	0.692	0.902
P27	172.667	218.308	0.459	0.906
P28	172.963	214.037	0.644	0.903
P29	173.185	214.849	0.521	0.905
P30	173.741	232.199	-0.176	0.914
P31	173.852	214.439	0.356	0.908
P32	174.074	216.071	0.466	0.905
P33	172.630	220.088	0.319	0.907
P34	172.889	224.256	0.168	0.909
P35	172.519	224.336	0.274	0.907
P36	173.593	221.097	0.329	0.907
P37	172.889	220.795	0.311	0.907

P38	172.630	223.011	0.289	0.907
P39	173.778	218.641	0.352	0.907
P40	173.667	225.154	0.085	0.911
P41	173.667	224.308	0.136	0.909
P42	175.370	228.319	-0.041	0.914
P43	174.074	217.456	0.409	0.906
P44	174.630	228.627	-0.053	0.916

## 4.2. Análisis descriptivo por cada componente de cada variable

Después de haber aplicado las encuestas, el primer paso en el análisis descriptivo corresponde analizar por separado cada componente de cada variable, es decir, para la variable proceso de la administración se analizará los componentes: planeación, organización, dirección y control, por su parte, para la variable innovación se analizarán las dimensiones: innovación en el producto, innovación en el proceso e innovación en gestión. Para la variable internacionalización se analizarán las dimensiones: características del entorno, factores internos, características del sector, características del emprendedor, recursos y capacidades y desarrollo exportador. En cada caso, las respuestas en cada componente se sumarán para obtener una puntuación total para cada componente, la técnica utilizada en principio consiste en sumar las puntuaciones totales para cada componente, luego encontrar la media y la desviación estándar. Para encontrar los valores bajo y medio se utiliza la siguiente fórmula:  $[media - 0.75 * desviación\ estándar; media + 0.75 * desviación\ estándar]$ . El siguiente paso consiste en ubicar la opción “transformar” → “agrupación visual” en el Software SPSS, luego se procede con la clasificación en tres niveles (nivel bajo, nivel medio y nivel alto) para su respectiva evaluación.

### 4.2.1. Variable proceso de la administración

En la Tabla 9 se aprecia que cerca del 55.6% de empresas de artesanía textil tienen un nivel medio de planeación, seguido de un 25.9% que tienen un nivel alto, por su parte, el 18.5% tienen un nivel bajo. Estos resultados refieren que la mayoría de las empresas de artesanía textil de la Región Puno (81.5%) tienen niveles de planeación entre medio y alto. Resulta necesario destacar que este grupo de empresas tiene claro su misión, objetivos, estrategias, actividades, así mismo cuentan con planes para alcanzar sus objetivos y flujos de procesos para sus actividades.

Tabla 9

*Dimensión planeación*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Nivel bajo	5	18.5	18.5	18.5
	Nivel medio	15	55.6	55.6	74.1
	Nivel alto	7	25.9	25.9	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

En la Tabla 10, se logra apreciar que el 77.8% de empresas de artesanía textil tienen niveles medios de organización, el 14.8% tienen nivel bajo y solamente el 7.4% nivel alto, en general, se puede indicar que el 92.6% (14.8+77.8) tienen niveles de organización calificados entre medio y bajo, lo cual estaría reflejando que las empresas de artesanía textil en su mayoría tienen debilidades en lo referido a la organización, es decir, algunas y muy pocas veces cuentan con áreas de trabajo, asignación y agrupación de actividades y asignación eficiente de recursos.

Tabla 10

*Dimensión organización*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Nivel bajo	4	14.8	14.8	14.8
	Nivel medio	21	77.8	77.8	92.6
	Nivel alto	2	7.4	7.4	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

En la Tabla 11, se puede evidenciar que la mayoría de las empresas de artesanía textil (en un 88.9%) tienen niveles de dirección entre bajo y medio, solamente un 11.1% tienen niveles altos de dirección, lo cual evidentemente se constituye en una debilidad. Es decir, en la mayoría de las empresas alguna y muy pocas veces existen criterios meritocráticos de selección, coordinación, comunicación y motivación con los trabajadores.

Tabla 11

*Dimensión dirección*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Nivel bajo	10	37.0	37.0	37.0
	Nivel medio	14	51.9	51.9	88.9
	Nivel alto	3	11.1	11.1	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Por otro lado, en la Tabla 12 se puede evidenciar que la mayoría de las empresas de artesanía textil (en un 96.3%) tienen niveles de control entre bajo y medio, solamente un 3.7% tienen niveles altos de control, lo cual constituye en una debilidad. Es decir, en la mayoría de las empresas algunas y muy pocas veces existe control de calidad, monitoreo a los procesos de elaboración de productos y acciones correctivas cuando el producto no cumple con las exigencias en el mercado.

Tabla 12

*Dimensión control*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nivel bajo	6	22.2	22.2	22.2
	Nivel medio	20	74.1	74.1	96.3
	Nivel alto	1	3.7	3.7	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

#### 4.2.2. Variable innovación

Con respecto a la variable innovación, a continuación, se analizarán las dimensiones: innovación en el producto, innovación en el proceso e innovación en la gestión. En efecto, en la Tabla 13, se observa que el 88.9% (22.2+66.7) de empresas de artesanía textil tienen un nivel bajo y medio de innovación en el producto, mientras que un 11.1% en este rubro tienen niveles altos de calificación. La mayoría de las empresas de artesanía textil en la región Puno, muy pocas y algunas veces realizan cambios o mejoras en sus productos de acuerdo con las exigencias del mercado y cambios en la comercialización de sus productos (distribución, promoción y ventas).

Tabla 13

*Dimensión innovación en el producto*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nivel bajo	6	22.2	22.2	22.2
	Nivel medio	18	66.7	66.7	88.9
	Nivel alto	3	11.1	11.1	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Con respecto a la dimensión innovación en el proceso, en la Tabla 14, se logra apreciar que el 40.7% de empresas de artesanía textil tienen niveles de calificación medio, un



22.2% presentan calificación baja, y el 37.0% tienen niveles de calificación alto, en general, se puede evidenciar que cerca del 77.7% de empresas de artesanía textil presentan calificaciones entre medio y alto (corresponde a la suma de porcentajes medio y alto: 40.7% más 37.0% según Tabla 8), lo cual constituye una fortaleza, es decir, la gran mayoría de empresas de artesanía textil realizan cambios o mejoras en el proceso productivo y adquieren nuevas maquinarias y equipos para la producción.

Tabla 14

*Innovación en el proceso*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nivel bajo	6	22.2	22.2	22.2
	Nivel medio	11	40.7	40.7	63.0
	Nivel alto	10	37.0	37.0	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Con respecto a la dimensión innovación en gestión, en la Tabla 15, se logra apreciar que el 70.4% de empresas de artesanía textil tienen niveles de calificación medio, un 18.5% presentan calificación baja, y el 11.1% tienen niveles de calificación alto, en general, se puede evidenciar que cerca del 88.9% (18.5+70.4) de empresas de artesanía textil presentan calificaciones entre medio y bajo (corresponde a la suma de porcentajes medio y bajo: 70.4% más 18.5% según Tabla 15), lo cual constituye una debilidad, es decir, la gran mayoría de empresas de artesanía textil muy pocas veces y algunas veces realizan una adecuada gestión en la dirección, compras y aprovisionamiento de forma rápida y eficiente, además perciben que muy pocas veces las ventas que realizan incrementan su cuota de mercado, la satisfacción del cliente generada por las ventas y que sus productos están en adaptación a las necesidades del mercado.

Tabla 15

*Innovación en gestión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nivel bajo	5	18.5	18.5	18.5
	Nivel medio	19	70.4	70.4	88.9
	Nivel alto	3	11.1	11.1	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

### 4.2.3. Variable internacionalización

Respecto a la variable internacionalización se analizará las siguientes dimensiones: características del entorno, factores internos, características del sector, características del emprendedor, recursos y capacidades y desarrollo exportador. En lo referente a la dimensión características del entorno, en la Tabla 16, se puede evidenciar que un 22.2% de empresas de artesanía textil tienen niveles de calificación alto, mientras que un 29.6% tienen niveles de calificación medio y la gran mayoría presenta calificación de bajo (48.1% de empresas de artesanía textil). Este resultado refleja que la gran mayoría de empresas de artesanía textil tienen serias debilidades en cuanto se refiere a la dimensión características del entorno en el proceso de internacionalización, es decir, en su mayoría los empresarios perciben que no identifican oportunidades en el mercado internacional y tienen dificultades para exportar por su localización geográfica.

Tabla 16

*Dimensión características del entorno*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos Nivel bajo	13	48.1	48.1	48.1
Nivel medio	8	29.6	29.6	77.8
Nivel alto	6	22.2	22.2	100.0
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Con respecto a la dimensión factores internos, en la Tabla 17 se logra apreciar que solamente un 11.1% de empresas de artesanía textil presentan niveles altos de calificación en esta dimensión, mientras que un 55.6% presenta niveles de calificación medio, sin embargo, es importante destacar que más de la mitad en un 88.9% (33.3+55.6) de empresas de artesanía textil presentan niveles de calificación bajo y medio, constituyéndose en una de las principales debilidades, es decir, la mayoría de empresarios perciben que el incremento en las ventas no se debe a la internacionalización, no invierten en investigación y desarrollo y consideran que algunas veces la internacionalización incrementa el crecimiento y el empleo.

Tabla 17

*Dimensión factores internos*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Nivel bajo	9	33.3	33.3	33.3
	Nivel medio	15	55.6	55.6	88.9
	Nivel alto	3	11.1	11.1	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Con respecto a la dimensión características del sector, en la Tabla 18 se logra apreciar que un 33.3% de empresas de artesanía textil presentan niveles altos de calificación en esta dimensión, mientras que un 29.6% presenta niveles de calificación medio, sin embargo, es importante destacar que más de la mitad en un 66.6% (37.0+29.6) de empresas de artesanía textil presentan niveles de calificación bajo y medio, constituyéndose también en una debilidad, es decir, la mayoría de empresarios perciben que el sector textil no es competitivo para la internacionalización, que la tecnología no es importante para el sector textil y además la mayoría considera que muy pocas veces cuentan con información completa de la actividad exportadora en el sector textil.

Tabla 18

*Dimensión características del sector*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Nivel bajo	10	37.0	37.0	37.0
	Nivel medio	8	29.6	29.6	66.7
	Nivel alto	9	33.3	33.3	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Con respecto a la dimensión características del emprendedor, en la Tabla 19 se logra apreciar que un 22.2% de empresas de artesanía textil presentan niveles bajos de calificación en esta dimensión, mientras que un 48.1% presenta niveles de calificación medio, sin embargo, es importante destacar que un 77.7% (48.1+29.6) de empresas de artesanía textil presentan niveles de calificación medio y alto, constituyéndose en una de las principales fortalezas, es decir, la mayoría de empresarios perciben que es importante la formación profesional para dirigir una empresa exportadora, que es importante la experiencia en el rubro textil y que han asumido riesgos en el proceso de exportación de sus productos.

Tabla 19

*Dimensión características del emprendedor*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Nivel bajo	6	22.2	22.2	22.2
	Nivel medio	13	48.1	48.1	70.4
	Nivel alto	8	29.6	29.6	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Con respecto a la dimensión recursos y capacidades, en la Tabla 20 se logra apreciar que solamente un 14.8% de empresas de artesanía textil presentan niveles altos de calificación en esta dimensión, mientras que un 48.1% presenta niveles de calificación medio, sin embargo, es importante destacar que un porcentaje muy alto (cerca de 85.1%) de empresas de artesanía textil presentan niveles de calificación bajo y medio, constituyéndose en una de las principales debilidades, es decir, la gran mayoría de empresarios perciben que no cuentan con recursos y capacidades para enfrentar el mercado internacional y además la mayoría percibe que muy pocas veces disponen oportunamente de fuentes de financiamiento para garantizar la sostenibilidad de su empresa.

Tabla 20

*Dimensión recursos y capacidades*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Nivel bajo	10	37.0	37.0	37.0
	Nivel medio	13	48.1	48.1	85.2
	Nivel alto	4	14.8	14.8	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Con respecto a la dimensión desarrollo exportador, en la Tabla 21 se logra apreciar que un 18.5% de empresas de artesanía textil presentan niveles altos de calificación en esta dimensión, mientras que un 59.3% presenta niveles de calificación medio, sin embargo, es importante destacar que un porcentaje muy alto (cerca de 81.5%) de empresas de artesanía textil presentan niveles de calificación bajo y medio, constituyéndose en una debilidad, es decir, una gran mayoría de empresarios perciben que no han tenido un nivel alto de internacionalización.

Tabla 21

*Dimensión desarrollo exportador*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Nivel bajo	6	22.2	22.2	22.2
	Nivel medio	16	59.3	59.3	81.5
	Nivel alto	5	18.5	18.5	100.0
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

### 4.3. Pruebas de normalidad

Antes de proceder con el análisis de correlación conviene realizar las pruebas de normalidad (es cuando los valores de la variable aleatoria siguen una distribución normal en la población a la que pertenece la muestra), la prueba de hipótesis se plantea de la siguiente manera:

$H_0$ : *La variable en la población tiene distribución normal*

$H_a$ : *La variable en la población es distinta a la distribución normal*

Para contrastar las hipótesis planteadas se tienen dos pruebas estadísticas: pruebas de Kolmogórov-Smirnov (cuando la muestra es mayor que 50 datos u observaciones) y Shapiro-Wilk (cuando la muestra es menor que 50 datos u observaciones), en nuestro caso se aplicará la prueba estadística de Shapiro-Wilk para realizar las pruebas de normalidad.

Tabla 22

*Pruebas de normalidad*

	<b>Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup></b>			<b>Shapiro-Wilk</b>		
	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>
V1_PROADM	0.186	27	0.018	0.891	27	0.008
V2_INNOV	0.214	27	0.003	0.861	27	0.002
V3_INTER	0.130	27	0.200*	0.960	27	0.371

\*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En la Tabla 22, se aprecia que para las variables: proceso de la administración (V1\_PROADM) e innovación (V2\_INNOV) se rechaza la hipótesis nula al 1% de significancia, es decir, estas variables no presentan distribución normal, mientras que para la variable internacionalización (V3\_INTER) no se puede rechazar la hipótesis nula, es

decir, se acepta la hipótesis nula de normalidad, en consecuencia, se puede concluir que las variables: proceso de la administración e innovación, no tiene distribución normal, mientras que la variable internacionalización presenta distribución normal, por lo tanto, al tener esta contradicción se trabajará con correlaciones no paramétricas (estadística no paramétrica), específicamente para analizar las correlaciones en cada caso se estimará el coeficiente de correlación de Spearman (Rho de Spearman).

#### 4.4. Análisis de resultados para el objetivo general

El objetivo general de la investigación fue determinar la medida de relación entre el proceso de la administración y la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la región Puno, en consecuencia, la estrategia metodológica para contrastar la hipótesis general es el modelo de regresión múltiple, misma que se plantea de la siguiente manera:

$$V3\_INTER = f(V1\_PROADM, V2\_INNOV)$$

Es claro que los procesos administrativos (V1\_PROADM) y la innovación (V2\_INNOV), impactan sobre la internacionalización (V3\_INTER) en las empresas de artesanía textil. Sin embargo, las variables determinantes de la internacionalización tienen dimensiones, por lo tanto, el modelo completo de regresión tendría la siguiente especificación:

$$V3\_INTER_i = f \left( \begin{matrix} D\_PLANE_i, D\_ORG_i, D\_DIREC_i, D\_CONT_i \\ D\_INPROD_i, D\_PROC_i, D\_INGES_i \end{matrix} \right)$$

Las dimensiones de la variable V1\_PROADM son: dimensión planeación (D\_PLANE), dimensión organización (D\_ORG), dimensión dirección (D\_DIREC), dimensión control (D\_CONT), por su parte las dimensiones de la variable V2\_INNOV son: dimensión innovación en el producto (D\_INPROD), dimensión innovación en el proceso (D\_PROC) y dimensión innovación en gestión (D\_INGES).

##### a) Modelo de regresión múltiple completo

La especificación econométrica del modelo de regresión múltiple es el siguiente:

$$V3\_INTER_i = \beta_1 + \beta_2 D\_PLANE_i + \beta_3 D\_ORG_i + \beta_4 D\_DIREC_i + \beta_5 D\_CONT_i + \\ \beta_6 D\_INPROD_i + \beta_7 D\_PROC_i + \beta_8 D\_INGES_i + \varepsilon_i$$

En la ecuación anterior se observa que la variable dependiente (V3\_INTER) está en función de un conjunto de variables independientes o explicativas (D\_PLANE, D\_ORG, D\_DIREC, D\_CONT, D\_INPROD, D\_PROC, D\_INGES) y de un componente de error estocástico o aleatorio ( $\varepsilon_i$ ). La estimación del modelo econométrico completo se ha realizado en Software SPSS. En la Tabla 23 se observa los coeficientes o parámetros estimados (B), los estadísticos t-calculados (t) y el nivel de significancia estadística. Claramente se puede apreciar que al evaluar el modelo completo en términos de la relevancia estadística (prueba de significancia individual) solamente las variables D\_PLANE y D\_PROC son individualmente significativas al 5% de nivel de significancia, el resto de las variables explicativas no son significativas en el modelo.

Tabla 23

*Modelo de regresión múltiple – modelo completo*

Modelo	Coeficientes <sup>a</sup>			t	Sig.
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	37.981	8.858		4.288	0.000
<b>D_PLANE</b>	<b>0.809</b>	<b>0.258</b>	<b>0.614</b>	<b>3.133</b>	<b>0.005</b>
D_ORG	-0.846	0.896	-0.369	-0.945	0.357
D_DIREC	-0.102	0.758	-0.033	-0.134	0.895
D_CONT	0.940	0.645	0.438	1.457	0.161
D_INPROD	-0.165	0.739	-0.042	-0.223	0.826
<b>D_PROC</b>	<b>1.536</b>	<b>0.720</b>	<b>0.404</b>	<b>2.133</b>	<b>0.046</b>
D_INGES	-0.431	0.571	-0.230	-0.755	0.459

a. Variable dependiente: V3\_INTER

En la tabla 24 se observa el coeficiente de determinación (R<sup>2</sup>) o medida de bondad de ajuste, misma que reportan un valor de 0.526, lo cual refleja que el 52.6% de la variación en variable dependiente está siendo explicada por las variables independientes consideradas en el modelo.

Tabla 24

*Coefficiente de determinación (R<sup>2</sup>) – modelo completo*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	0.725 <sup>a</sup>	0.526	0.351	4.18840

a. Variables predictoras: (Constante), D\_INGES, D\_PROC, D\_INPROD, D\_PLANE, D\_DIREC, D\_CONT, D\_ORG

En la tabla 25 se reporta los resultados de la tabla ANOVA para el modelo de regresión completo, en esta tabla se logra apreciar que el estadístico F es de 3.010 con un nivel de significancia de 0.026 lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula al 5% de nivel de significancia, es decir, se rechaza la hipótesis de que todos los coeficientes de las variables independientes sean cero, lo cual conlleva a aceptar la hipótesis alterna cuya especificación indica que todos los coeficientes de las variables explicativas son diferentes de cero, indicativo que el modelo completo tiene dependencia conjunta.

Tabla 25

*Tabla ANOVA – modelo completo*

Modelo		ANOVA <sup>a</sup>				
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	369.652	7	52.807	3.010	0.026 <sup>b</sup>
	Residual	333.311	19	17.543		
	Total	702.963	26			

a. Variable dependiente: V3\_INTER

b. Variables predictoras: (Constante), D\_INGES, D\_PROC, D\_INPROD, D\_PLANE, D\_DIREC, D\_CONT, D\_ORG

Habiendo reportado los principales estadísticos en el modelo de regresión múltiple completo, se observa que existe un buen ajuste del modelo ( $R^2=0.526$ ), existe dependencia conjunta al 5% de nivel de significancia medido a través del estadístico F y solamente dos variables explicativas resultaron significativas al 5%, mientras que las restantes cinco variables explicativas resultaron no significativas individualmente, motivo por el cual se procedió a estimar el modelo econométrico en su forma reducida.

#### **b) Modelo de regresión múltiple en su forma reducida**

La especificación econométrica del modelo de regresión múltiple en su forma reducida es el siguiente:

$$V3\_INTER_i = \beta_1 + \beta_2 D\_PLANE_i + \beta_3 D\_PROC_i + \varepsilon_i$$

En la ecuación anterior se observa que la variable dependiente (V3\_INTER) está en función de dos variables independientes o explicativas (D\_PLANE y D\_PROC) y de un componente de error estocástico o aleatorio ( $\varepsilon_i$ ). La especificación del modelo econométrico reducido muestra que una sola dimensión de la variable proceso de la administración (D\_PLANE) y también una sola dimensión de la variable innovación (D\_PROC) son los determinantes de la internacionalización.



La estimación del modelo econométrico en su forma reducida se ha realizado en Software SPSS. En la Tabla 26 se observa los coeficientes o parámetros estimados (B), los estadísticos t-calculados (t) y el nivel de significancia estadística. Claramente se puede apreciar que al evaluar el modelo reducido términos de la relevancia estadística (prueba de significancia individual) la variable D\_PLANE resultó significativa al 1% de significancia (altamente significativa), mientras que la variable D\_PROC resultó significativa al 10% de nivel de significancia.

Tabla 26

*Modelo de regresión múltiple – modelo reducido*

Modelo	Coeficientes <sup>a</sup>				t	Sig.
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados			
	B	Error típ.	Beta			
(Constante)	31.267	6.501			4.810	0.000
1 D_PLANE	0.669	0.214	0.508		3.121	0.005
D_PROC	1.089	0.619	0.286		1.758	0.091

a. Variable dependiente: V3\_INTER

En la tabla 27 se observa el coeficiente de determinación (R<sup>2</sup>) o medida de bondad de ajuste, misma que reportan un valor de 0.438, lo cual refleja que el 43.8% de la variación en variable dependiente está siendo explicada por las variables independientes consideradas en el modelo.

Tabla 27

*Coefficiente de determinación (R<sup>2</sup>) – modelo reducido*

Resumen del modelo <sup>b</sup>				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	0.662 <sup>a</sup>	0.438	0.391	4.05745

a. Variables predictoras: (Constante), D\_PROC, D\_PLANE

b. Variable dependiente: V3\_INTER

En la tabla 28 se reporta los resultados de la tabla ANOVA para el modelo de regresión en su forma reducida, en esta tabla se logra apreciar que el estadístico F es de 9.350 con un nivel de significancia de 0.001 lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula al 1% de nivel de significancia, es decir, se rechaza la hipótesis de que todos los coeficientes de las variables independientes sean cero, lo cual conlleva a aceptar la hipótesis alterna cuya

especificación indica que todos los coeficientes de las variables explicativas son diferentes de cero, indicativo que el modelo en su forma reducida tiene dependencia conjunta, es decir, los coeficientes en forma conjunta son globalmente significativos.

Tabla 28

*ANOVA – modelo reducido*

Modelo	Suma de cuadrados	ANOVA <sup>a</sup>				
		gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	307.854	2	153.927	9.350	0.001 <sup>b</sup>
	Residual	395.109	24	16.463		
	Total	702.963	26			

a. Variable dependiente: V3\_INTER

b. Variables predictoras: (Constante), D\_PROC, D\_PLANE

Habiendo reportado los principales estadísticos en el modelo de regresión en su forma reducida, se observa que existe un buen ajuste del modelo ( $R^2=0.438$ ), existe dependencia conjunta al 1% de nivel de significancia medido a través del estadístico F y las variables explicativas resultaron significativas al 1% y 10%. En consecuencia, se puede afirmar que el proceso de la administración (reflejado a través de la dimensión planeación) y la innovación (reflejado a través de la dimensión innovación en el proceso) tienen relación con la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno. De acuerdo con el modelo econométrico estimado en su forma reducida, se puede afirmar que a mayor nivel de planeación y a mayor innovación en el proceso, se logrará una mayor internacionalización. Para validar la afirmación anterior, se procedió a verificar el cumplimiento de las principales hipótesis de estimación del modelo de regresión múltiple en su forma reducida.

### c) Validación del modelo en su forma reducida

El modelo econométrico que se ha propuesto se tiene que validar, para ello hay que comprobar si se verifican las hipótesis básicas del modelo de regresión múltiple, es decir, normalidad de los residuos, homocedasticidad, no autocorrelación y no multicolinealidad.

- **Hipótesis de normalidad**

El estudio de la normalidad de los residuos o errores de la regresión se realizará mediante procedimientos gráficos (histograma y gráfico probabilístico normal) y procedimientos analíticos (contraste de Shapiro-Wilk). En la Figura 4, se observa el histograma de

normalidad de los residuos, aunque se puede observar en el histograma algunas desviaciones de la normalidad, éstas no implican necesariamente la ausencia de normalidad de los residuos.

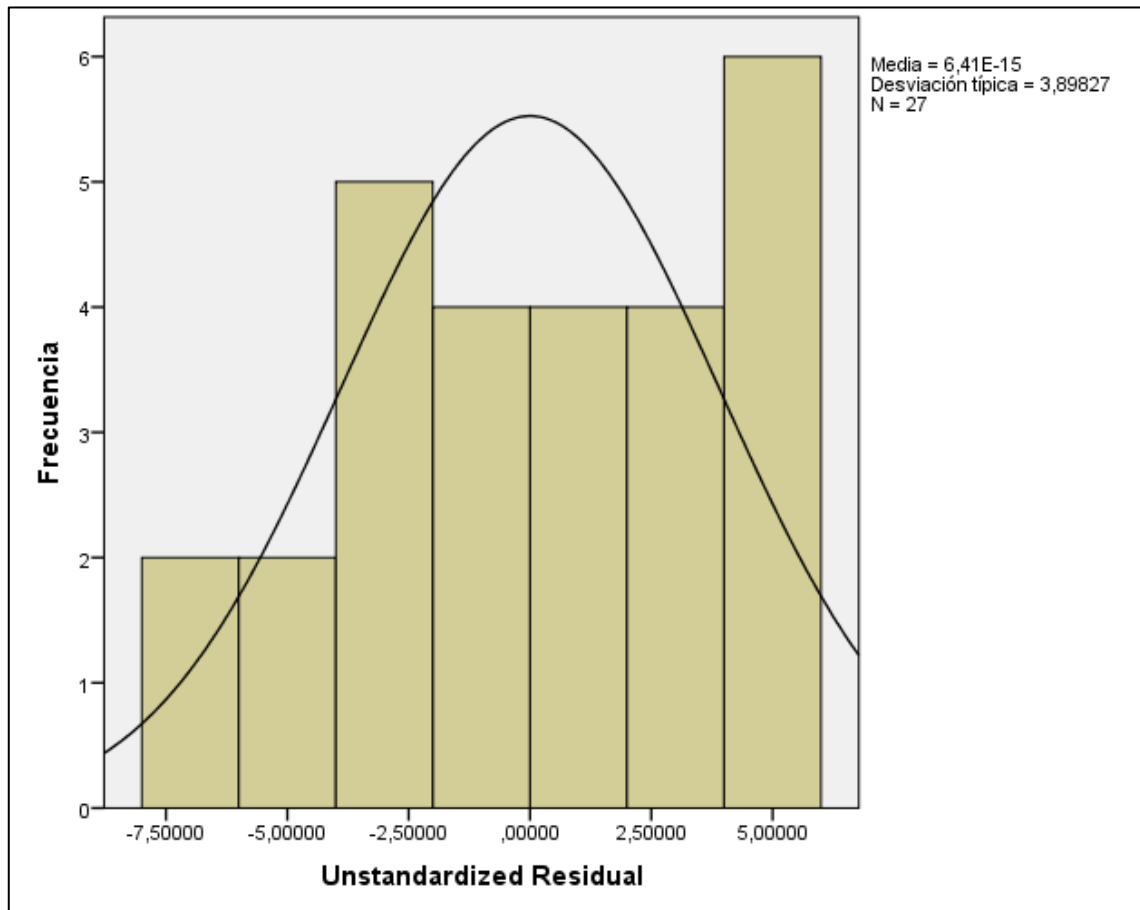


Figura 4. Histograma de normalidad de los residuos – modelo reducido

Por otro lado, en la Figura 5 se tiene el gráfico probabilístico normal en ella se podemos apreciar que los puntos aparecen próximos a la línea diagonal. En efecto, esta figura no muestra una desviación marcada de la normalidad.

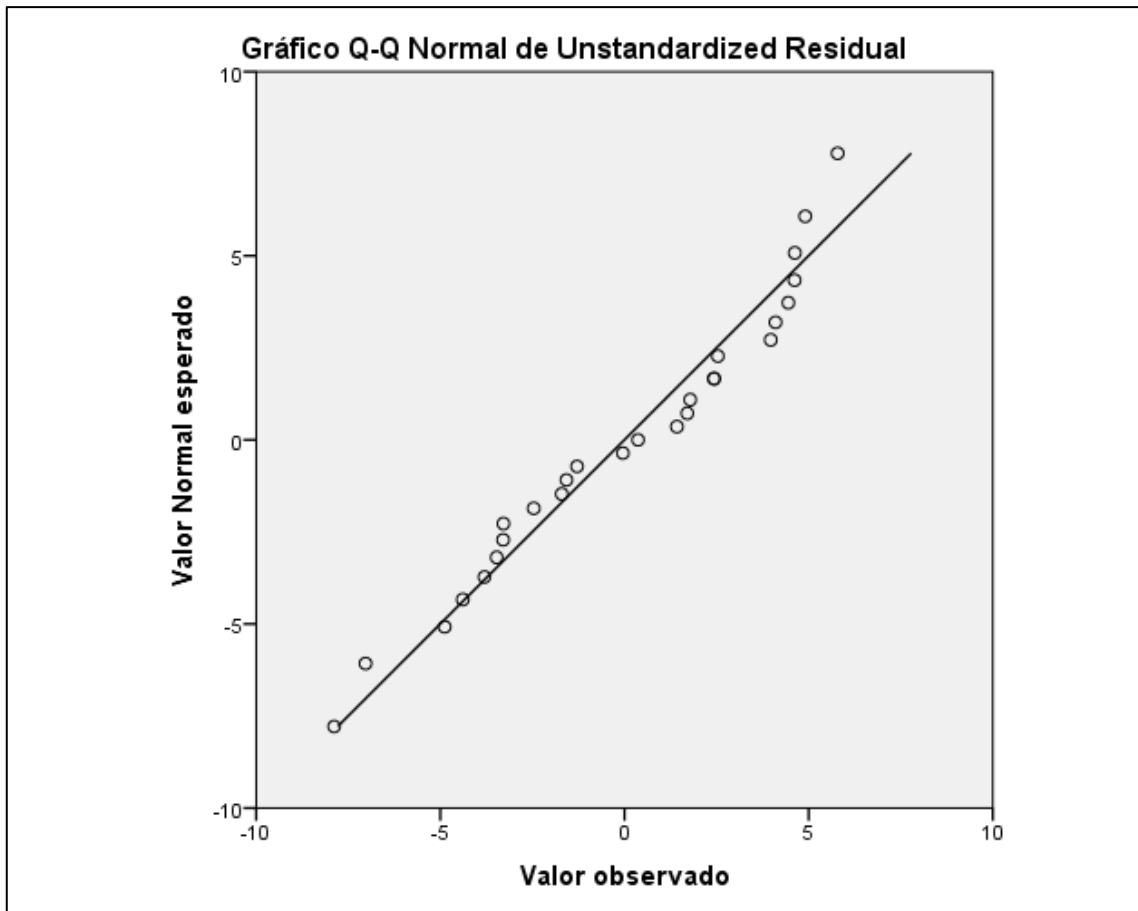


Figura 5. Gráfico probabilístico normal – modelo reducido

Por otro lado, en la Tabla 29 se presenta la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, misma que plantea como hipótesis nula la normalidad de los residuos y la hipótesis alterna la no normalidad de los residuos. En efecto, el nivel de significancia para la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk resultó en 0.195 mayor a 0.05 ( $p > 0.05$ ), por lo tanto, no se puede rechazar la hipótesis nula de normalidad. Queda demostrado el supuesto de normalidad de los residuos del modelo de regresión en su forma reducida, es decir los residuos siguen una distribución normal.

Tabla 29

*Pruebas de normalidad de los residuos – modelo reducido*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístic	gl	Sig.	Estadístic	gl	Sig.
Unstandardized Residual	0.124	27	0.200*	0.948	27	0.195

\*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

- **Hipótesis de homocedasticidad**

Para verificar el cumplimiento de la hipótesis de homocedasticidad se procederá con el desarrollo de la prueba de White, misma que plantea el siguiente procedimiento:

Se parte de la estimación del siguiente modelo original:

$$V3\_INTER_i = \beta_1 + \beta_2 D\_PLANE_i + \beta_3 D\_PROC_i + \varepsilon_i$$

Una vez estimado el modelo anterior por el método de mínimos cuadrados ordinarios (MCO) se procede con el cálculo el cuadrado de los errores:

$$\varepsilon_i^2 = (V3\_INTER_i - V3\_INTER_i)^2$$

Luego se procede con la estimación por MCO del siguiente modelo (regresión de White):

$$\varepsilon_i^2 = \alpha_0 + \alpha_1 D\_PLANE_i + \alpha_2 D\_PROC_i + \alpha_3 D\_PLANE_i^2 + \alpha_4 D\_PROC_i^2 + \alpha_5 D\_PLANE * D\_PROC + \mu_i$$

La prueba de hipótesis relacionada con el modelo anterior es:

$$H_0: \alpha_1 = \alpha_2 = \alpha_3 = \alpha_4 = \alpha_5 = 0 \text{ (homocedasticidad)}$$

$$H_a: \alpha_1 \neq \alpha_2 \neq \alpha_3 \neq \alpha_4 \neq \alpha_5 \neq 0 \text{ (no homocedasticidad)}$$

El estadístico de prueba es:  $nR^2 \sim \chi_{k-1}^2$ . En este caso el número de grados de libertad es cinco, que corresponde al número de variables explicativas en la regresión de White. Si a un nivel de significancia  $\alpha$  la hipótesis nula es rechazada, existe heteroscedasticidad (no homocedasticidad) en el modelo original.

En la Tabla 30 se observa la regresión de White, donde la variable dependiente es el residuo elevado al cuadrado y las variables explicativas son las mismas del modelo original, incluyendo términos elevado al cuadrado y con interacción. El estadístico  $nR^2 = 27 * 0.336 = 9.072$ , se contrasta con una Chicuadrado con 5 grados de libertad cuyo valor en tablas es 11.0705 [ $9.072 < 11.0705$ ], por lo tanto, se concluye que no es posible rechazar la hipótesis hula de homocedasticidad, en conclusión, se acepta la hipótesis de homocedasticidad, reflejando que el modelo no presenta problemas de heteroscedasticidad.

Tabla 30

*Regresión de White para homocedasticidad – modelo reducido*

Modelo	Coeficientes <sup>a</sup>			t	Sig.
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	118.648	113.545		1.045	0.308
1 D_PLANE	-7.904	9.215	-2.092	-0.858	0.401
D_PROC	3.418	23.933	0.313	0.143	0.888
DPLANE2	0.217	0.218	3.194	0.996	0.331
DPROC2	1.124	1.706	1.694	0.659	0.517
PLAN_PROC	-0.709	0.762	-2.744	-0.931	0.363

a. Variable dependiente: RES2

R cuadrado = 0.336

Por otro lado, en la Figura 6 se observa que los errores y los valores predichos de la regresión no tienen una tendencia lineal, lo cual corrobora homocedasticidad en el modelo.

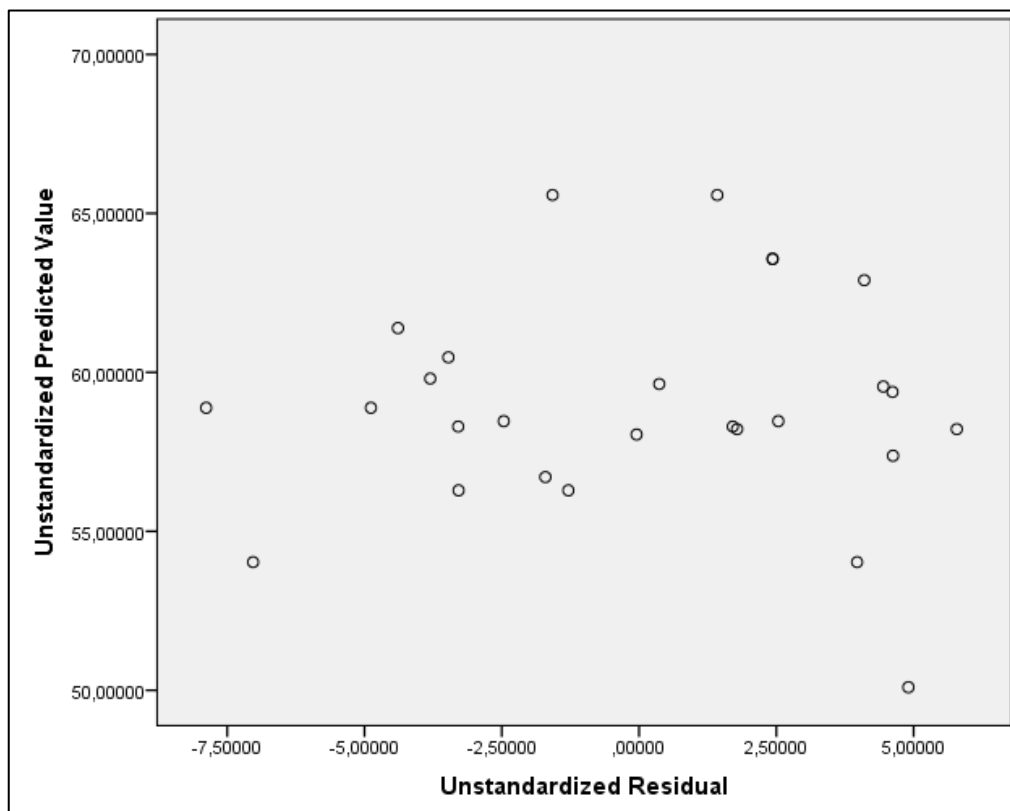


Figura 6. Gráfico de residuos y valores predichos – modelo reducido

- **Hipótesis de no autocorrelación**

El estadístico de Durbin-Watson (DW) nos permite observar la presencia o ausencia de autocorrelación en el modelo. El supuesto de no autocorrelación implica que los errores de la regresión no estén correlacionados (independencia de residuos). Si el estadístico DW está próximo a 2, se concluye que los residuos están incorrelacionados y en consecuencia el modelo no presenta problemas de autocorrelación, si se aproxima a 4, estarán negativamente correlacionados y si su valor está cercano a 0 estarán positivamente correlacionados. En la tabla 31 se logra apreciar que el estadístico DW es de 2.193, en consecuencia, se puede concluir que el modelo estimado no presenta problemas de autocorrelación.

Tabla 31

*Estadístico Durbin-Watson – modelo reducido*

Modelo	R	Resumen del modelo <sup>b</sup>			Durbin-Watson
		R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	
1	0.662 <sup>a</sup>	0.438	0.391	4.05745	2.193

a. Variables predictoras: (Constante), D\_PROC, D\_PLANE

b. Variable dependiente: V3\_INTER

- **Hipótesis de no multicolinealidad**

La multicolinealidad tiene que ver con la relación lineal entre algún conjunto de variables independientes o explicativas en un modelo de regresión, si estas variables se encuentran correlacionados puede ser indicativo de problemas de multicolinealidad en el modelo estimado. El primer método para detectar multicolinealidad es el factor de inflación de la varianza (FIV) misma que indica que si su valor está por encima de 10 se tiene serios problemas de multicolinealidad en el modelo. De acuerdo con la Tabla 32 se observa que los valores de FIV están por debajo de 10, lo cual refleja que no hay problemas de multicolinealidad en el modelo estimado en su forma reducida.

Tabla 32

*Factor de inflación de la varianza – modelo reducido*

Modelo	Coeficientes <sup>a</sup>			t	Sig.	Estadísticos de colinealidad	
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados			Tolerancia	FIV
	B	Error típ.					
(Constante)	31.267	6.501		4.810	0.000		
D_PLANE	0.669	0.214	0.508	3.121	0.005	0.885	1.130
D_PROC	1.089	0.619	0.286	1.758	0.091	0.885	1.130

a. Variable dependiente: V3\_INTER

Por otro lado, se ha estimado el índice de condición (IC) que es otro método para detectar multicolinealidad en el modelo. Según lo reportado en la Tabla 33 se observa valores para el IC por debajo de 20 lo cual refleja que no hay problemas serios de multicolinealidad en el modelo estimado.

Tabla 33

*Índice de condición – modelo reducido*

Modelo	Dimensión	Diagnósticos de colinealidad <sup>a</sup>				
		Autovalores	Índice de condición	Proporciones de la varianza (Constante D_PLAN D_PRO)		
				E	C	
1	1	2.976	1.000	0.00	0.00	0.00
	2	0.015	14.248	0.04	0.41	0.88
	3	0.009	17.767	0.96	0.59	0.11

a. Variable dependiente: V3\_INTER

Respecto a la discusión del objetivo general y a partir de los hallazgos encontrados, se utilizó el modelo de regresión múltiple y el coeficiente de determinación (R<sup>2</sup>) – modelo reducido, en donde se observa que existe un buen ajuste del modelo (R<sup>2</sup>=0.438), lo que significa que existe dependencia conjunta al 1% de nivel de significancia medido a través del estadístico F y las variables explicativas resultaron significativas al 1% y 10%.

Es así que en la Tabla 26 se evidencia que en la variable “proceso de la administración” de los cuatro componentes, solo el componente planeación es relevante, y en el caso de la variable innovación solo el componente proceso es relevante en la internacionalización.



En consecuencia, se puede afirmar que el proceso de la administración (reflejado a través de la dimensión planeación) y la innovación (reflejado a través de la dimensión innovación en el proceso) tienen relación con la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno, por lo que de acuerdo con el modelo econométrico estimado en su forma reducida, se puede afirmar que a mayor nivel de planeación y a mayor innovación en el proceso, se logrará una mayor internacionalización, así lo menciona y afirma en su investigación. Bustamante y Aguilar (2013) refieren que las actividades de internacionalización sin planeación no permitirán verificar los resultados obtenidos, y mucho menos tomar medidas preventivas, correctivas o de mejoramiento.

Así mismo Anzo *et al.* (2015) sostienen que el rol del gerente es fundamental para alcanzar los objetivos a corto o largo plazo en los procesos de internacionalización, desde la perspectiva de las competencias gerenciales y de planificación, el proceso de la administración debe estar acorde al contexto globalizado. Los aportes de los autores anteriores guardan relación con lo reportado en esta investigación, es decir, lo fundamental que resulta las actividades de planeación al interior de una organización, en esta esta investigación precisamente resultó significativa la variable planeación como determinante de la internacionalización.

En cuanto a la innovación Meza (2016) sustenta que la exportación promueve la generación de nuevos procesos e innovaciones para el mundo, las empresas exportadoras tienden a innovar en nuevos procesos productivos para disminuir costos, es por ello que las empresas prefieren exportar productos ya probados y certificados de tal modo sean exitosos en los mercados internacionales. De la misma manera Velasco y López (2003) mencionan que existe una relación entre la capacidad exportadora y el desarrollo de las capacidades innovadoras, por lo que se elabora un índice de capacidad innovadora que permita establecer el grado de eficiencia de nuevos mercados, en los potenciales exportadores.

Por lo que, Frohmann *et al.* (2016) refieren que la tecnología en los procesos de producción, la investigación y desarrollo de nuevos productos aseguraran el éxito de la empresa a escala internacional. Del mismo modo Cassiman *et al.* (2010) evidencian que la innovación en el producto y la innovación en el proceso son relevantes en el proceso de inserción de las empresas al mercado internacional. Botello (2014) afirma que la internacionalización es resultado de la capacidad tecnológica en el proceso productivo al

que las empresas dan un valor diferenciador dentro de su estructura organizacional. Las definiciones de los autores mencionados afirman que la innovación en los procesos de producción es relevante en el proceso de internacionalización, la innovación mediante el uso óptimo tecnología asegurara un producto de calidad y competitivo en el mercado internacional, guardando así coherencia con la presente investigación.

#### 4.5. Análisis de resultados para el primer objetivo específico

El primer objetivo específico de la investigación fue demostrar en qué medida se correlaciona el proceso de la administración con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno, para lo cual se ha estimado el coeficiente de correlación de Spearman cuyo valor resultó en 0.564, lo cual se observa en la Tabla 34, reflejando una correlación positiva media. Según la validación estadística, el coeficiente de correlación resultó altamente significativa al 1% [ $p < 0.01$ ]. Es decir, se rechaza la hipótesis nula de que el coeficiente de correlación sea cero y se acepta la hipótesis alterna que precisa que el coeficiente de correlación es diferente de cero y altamente significativa.

Tabla 34

*Correlación entre proceso de la administración e internacionalización*

		Correlaciones	
		V1_PROADM	V3_INTER
Rho de Spearman	V1_PROADM	1.000	0.564**
	Coefficiente de correlación	.	0.002
	Sig. (bilateral)	27	27
V3_INTER	V3_INTER	0.564**	1.000
	Coefficiente de correlación	0.002	.
	Sig. (bilateral)	27	27

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

Por otro lado, en la Figura 7 se logra apreciar gráficamente la relación positiva entre el proceso de la administración y la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno, dicho resultado, refleja que efectivamente ambas variables están relacionadas de manera positiva, evidenciando que los empresarios textiles mejorando los procesos de la administración pueden ciertamente mejorar su internacionalización.

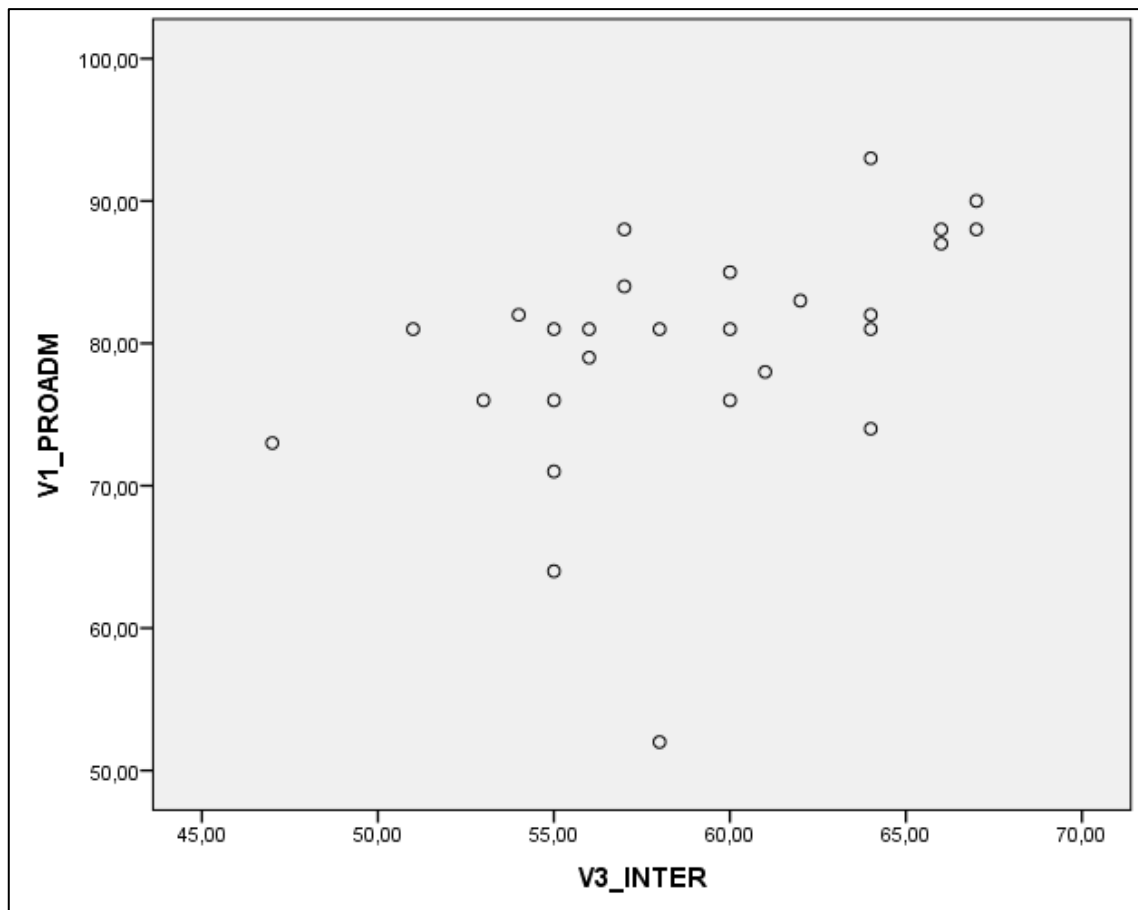


Figura 7. Relación entre proceso de la administración y la internacionalización

Respecto a la discusión del objetivo específico 1 y de los resultados obtenidos en la tabla 34 y figura 7 y de acuerdo al coeficiente de correlación de Spearman cuyo valor resultó en 0.564, reflejando una correlación positiva media. Según la validación estadística, el coeficiente de correlación resultó altamente significativa al 1% [ $p < 0.01$ ]. Ello guarda relación con la investigación Rios y Mustafá (2014) quienes afirman que el proceso de la administración a través de la planeación, organización, dirección y control es un eje fundamental en la toma de decisiones, hace referencia a las normas de calidad factor importante en la internacionalización. De la misma manera Nivelá *et al.* (2017) mencionan a las pequeñas y medianas empresas, mediante el manejo adecuado de los componentes del proceso de la administración logran enfrentar un mercado competitivo global. Así mismo Useche y Monroy (2013) señalan que los componentes del proceso de la administración deben ser de forma cíclica y de constante mejora continua, de acuerdo con Velásquez (2000) quien afirma sobre la importancia de la gestión administrativa en una organización la cual también debe adaptarse al entorno globalizado y competitivo. Así

también lo expresa Galán *et al.* (2010) donde refieren a la capacidad organizativa como un factor que está relacionado al tamaño del mercado, y el mercado destino internacional. Por otro lado, Horta (2012) relaciona de forma positiva la estructura organizativa y la exportación, en concordancia con Restrepo y Vanegas (2015) quienes afirman que la capacidad interna de la organización como la capacidad y disponibilidad de recursos son fundamentales en el proceso de internacionalización. Lo sustentado por los autores para el primer objetivo específico, respalda los resultados de la investigación, debido a que los procesos de la administración como la planeación, organización, dirección y control tienen una incidencia positiva en la internacionalización de las empresas exportadoras textiles. Depende del rol del gerente el manejo adecuado de estas etapas del proceso para asegurar el éxito de su empresa.

#### 4.6. Análisis de resultados para el segundo objetivo específico

Con respecto al segundo objetivo específico de la investigación, misma que se refiere a demostrar en qué medida se correlaciona la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno, en efecto, de acuerdo con lo reportado en la Tabla 35, se observa que existe una correlación positiva débil entre la innovación e internacionalización, reflejándose dicho resultado con el cálculo del coeficiente de correlación de Spearman que resultó en 0.451, sin embargo, al igual que en el caso anterior la prueba de hipótesis permite afirmar que dicho coeficiente de correlación es significativa al 5% [ $p < 0.05$ ]. Es decir, se rechaza la hipótesis nula de que el coeficiente de correlación sea cero y se acepta la hipótesis alterna que precisa que el coeficiente de correlación es diferente de cero y significativa.

Tabla 35

*Correlación entre innovación e internacionalización*

		Correlaciones	
		V2_INNOV	V3_INTER
Rho de Spearman	V2_INNOV	1.000	0.451*
	V3_INTER	0.451*	1.000

\*. La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

En concordancia con el resultado anterior, en la Figura 8 se logra apreciar gráficamente que efectivamente hay una relación positiva entre la innovación e internacionalización, en consecuencia, se puede afirmar que si los empresarios textiles de la Región Puno mejoran sus procesos de innovación pueden lograr mayor internacionalización.

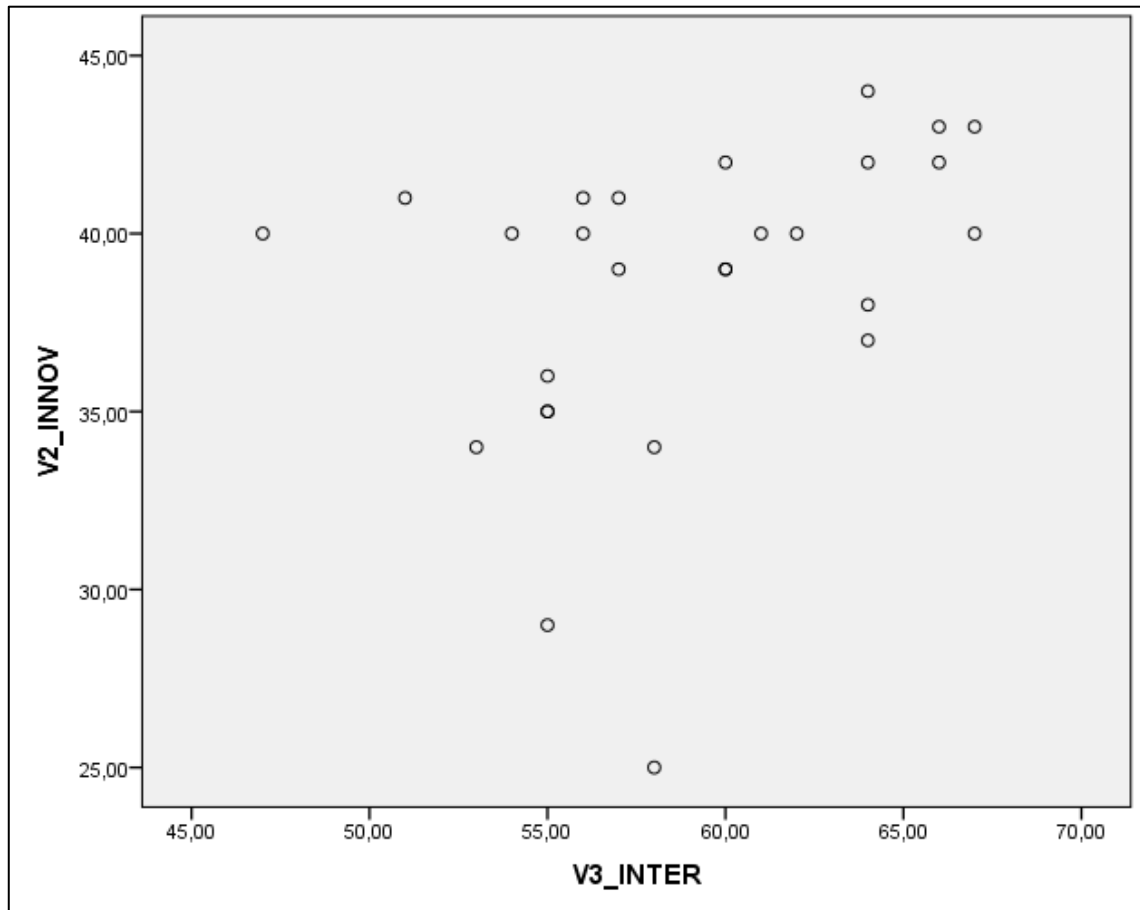


Figura 8. Relación entre innovación e internacionalización

Respecto a la discusión del objetivo específico 2 y de los resultados obtenidos en la Tabla 35 y Figura 8, se observa que existe una correlación positiva débil entre la innovación e internacionalización, reflejándose dicho resultado con el cálculo del coeficiente de correlación de Spearman que resultó en 0.451. En tal sentido, Benito *et al.* (2012) refieren que las pequeñas y medianas empresas tienen mayor escasez de recursos, menor influencia en el mercado y mecanismos de comunicación más informales, lo que conlleva a contar con ciertas características innovadoras débiles para hacer frente al mercado internacional. Así también, Hernández *et al.* (2007) identifican la adquisición del conocimiento para innovar actividades orientadas a su producto, proceso y gestión, y mejorar la forma empírica en la que dirige su empresa. De acuerdo con Cuevas *et al.*

(2020) quienes mencionan la incidencia significativa de la innovación en el rendimiento empresarial, los altos costos de innovación en el producto y el proceso hacen que las empresas no puedan acceder a mercados externos con la calidad y competitividad requerida. Por otro lado, García *et al.* (2016) consideran que existe oportunidades para las empresas de competir en mercados externos mediante la actividad innovadora exceptuando la innovación en gestión, donde se aprecia un impacto negativo en el crecimiento y rendimiento de la empresas. Por su parte, Astudillo y Briozzo (2016) mencionan un efecto negativo en el proceso de innovación debido a una mayor inversión en maquinarias, equipos, en un entorno cada vez más exigente con una tendencia a desarrollar innovaciones con un alto grado de novedad e incursionar el mercado mundial. Ponce y Zevallos (2005) mencionan que los empresarios peruanos son creativos e innovadores, pero les falta mayor capacitación en herramientas digitales (TIC's), para poder incursionar con éxito en los mercados internacionales. De igual forma Humpiri y Aquino (2017) refiere que el aumento de la cuota de mercado internacional depende de la innovación, la diferenciación en el producto que cumpla los estándares de calidad y sean sostenibles en el tiempo. Lo sustentado por los autores para el segundo objetivo específico, respalda los resultados de la investigación, ya que la relación entre innovación e internacionalización es positiva pero débil, por los altos costos de inversión en tecnología y mano de obra capacitada que puedan hacer frente a un mercado exigente y competitivo internacionalmente.

#### **4.7. Análisis de resultados para el tercer objetivo específico**

El tercer objetivo específico de la investigación fue demostrar el nivel de cumplimiento de los indicadores de internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno. Para tal efecto se ha elaborado un índice de internacionalización para evaluar comparativamente a empresas de Puno y Juliaca sobre el cumplimiento de las seis dimensiones y dieciséis preguntas correspondiente a la variable internacionalización.

Para evaluar comparativamente el cumplimiento de los indicadores de internacionalización de las empresas de artesanía textil de Puno y Juliaca, se ha calculado el índice de internacionalización (IdI) por el método de análisis de componentes principales (ACP) utilizando el Software SPSS Versión 24. Los pasos para la elaboración del IdI son:

### a) Test de esfericidad de Bartlett y medida adecuación muestral (KMO)

Respecto a la prueba de esfericidad de Bartlett, en la siguiente Tabla 36, se tiene que el valor para la prueba chi-cuadrado es alto, y el nivel de significancia es igual a 0.015 lo que implica que la prueba es significativa, es decir que las correlaciones entre las variables son distintas de cero al 5% de significancia. En tanto que la medida de adecuación muestral KMO toma el valor de  $0.475 \approx 0.5$  (el estadístico KMO varía entre 0 y 1, se considera ideal un valor por encima de 0.5). En general, en base a ambas pruebas se considera conveniente el uso del ACP ya que para su uso es requisito que las variables estén correlacionadas.

Tabla 36

*Prueba de KMO y Bartlett*

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0.475
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	29.259
	gl	15
	Sig.	0.015

### b) Varianza total explicada

De acuerdo con el criterio del porcentaje de la varianza explicada se ha optado por retener más del 74% de la variabilidad de las variables, en consecuencia, en la Tabla 37 se tiene que el primer componente posee el 34.226%, el segundo componente 22.875% y el tercer componente 17.618% de la varianza, explicándose en total el 74.719% de la variabilidad total del modelo. En base a este criterio se toma tres componentes para el análisis.

Tabla 37

*Varianza total explicada*

Componente	Varianza total explicada					
	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	2.054	34.226	34.226	2.054	34.226	34.226
2	1.373	22.875	57.101	1.373	22.875	57.101
3	1.057	17.618	74.719	1.057	17.618	74.719
4	0.831	13.855	88.574			
5	0.400	6.672	95.246			
6	0.285	4.754	100.000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

### Matriz de componentes

La matriz de componentes permite determinar qué variable pertenecen a cada componente principal, la literatura especializada sugiere tomar el valor más alto de saturación de la variable, y considerar solamente valores positivos, es decir, valores mayores a 0.40.

Tabla 38

*Matriz de componentes*

	Matriz de componentes <sup>a</sup>		
	Componente		
	1	2	3
D_CAENT	0.165	<b>0.640</b>	0.635
D_FAINT	<b>0.507</b>	-0.506	0.401
D_CASEC	<b>0.807</b>	0.218	-0.120
D_CAEMPRE	<b>0.704</b>	0.570	-0.175
D_RECAP	<b>0.612</b>	-0.288	-0.503
D_DESEXP	0.498	-0.502	<b>0.442</b>

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 3 componentes extraídos

De acuerdo con la Tabla 38 se tiene que la composición de los componentes según las variables consideradas en el análisis de la internacionalización sería:

Primer componente: D\_FAINT (dimensión factores internos), D\_CASEC (dimensión características del sector), D\_CAEMPRE (dimensión características del emprendedor), D\_RECAP (dimensión recursos y capacidades).

Segundo componente: D\_CAENT (dimensión características del entorno)

Tercer componente: D\_DESEXP (dimensión desarrollo exportador)

### c) Ponderación

En base a la varianza total explicada se establece el peso que ha de tener cada variable en el índice. De acuerdo con la Tabla 39, se tiene que al primer componente se le asigna el 80% de peso en el índice, y de esta manera cada una de las variables de este componente tiene un 20% en el índice, es decir las variables: D\_FAINT (dimensión factores internos), D\_CASEC (dimensión características del sector), D\_CAEMPRE (dimensión características del emprendedor) y D\_RECAP (dimensión recursos y capacidades). Al segundo componente se le asigna el 10% de peso en el índice, y de esta manera la variable



D\_CAENT (dimensión características del entorno) tiene un 10% de peso, mientras que al tercer componente se le asigna el 10% de peso en el índice, en este caso la variable D\_DESEXP (dimensión desarrollo exportador).

Tabla 39

*Porcentaje en el índice según varianza*

Componentes	% de varianza	Variables	% en índice	% por variable
Componente 1	34.226	D_FAINT, D_CASEC, D_CAEMPRE, D_RECAP	80.00	20.00
Componente 2	22.875	D_CAENT	10.00	10.00
Componente 3	17.618	D_DESEXP	10.00	10.00

#### **d) Agregación (método de media aritmética ponderada)**

Para agregar la información se utiliza el método de la media aritmética ponderada, el cual se calcula mediante la media aritmética en base a los valores ponderados anteriormente. Habiendo agregado la información se obtiene el índice de internacionalización (IdI), el mismo que clasifica los indicadores de internacionalización de los exportadores de artesanía textil de Puno y Juliaca.

En la Figura 9 se ilustra el IdI, sobre esta base se compara el nivel de cumplimiento de indicadores a nivel de dimensiones de la internacionalización, se observa que la principal fortaleza de los empresarios de artesanía textil en la región Puno son las dimensiones: características del emprendedor y características del sector, mientras que las principales debilidades constituyen las dimensiones desarrollo exportador y características del entorno.

Con respecto a la dimensión características del emprendedor se puede afirmar que la gran mayoría de empresarios de artesanía textil de la Región Puno considera importante la formación profesional y la experiencia en el rubro textil para dirigir una empresa exportadora, además la gran mayoría han asumido riesgos en el proceso de exportación de sus productos. Un análisis comparativo permite evidenciar que los empresarios de Juliaca son los que presentan mayores índices para esta dimensión, lo cual refleja el espíritu emprendedor que siempre se ha asumido del empresariado juliaqueño.

Con respecto a la dimensión características del sector, se puede afirmar que la gran mayoría de empresarios de artesanía textil perciben que el sector textil es competitivo para la internacionalización, que la tecnología y el acceso a información completa es importante para la actividad exportadora en el sector textil.

Por otro lado, con respecto a la dimensión desarrollo exportador y características del entorno que constituyen las principales debilidades, se puede afirmar que la gran mayoría de empresarios de artesanía textil perciben que su empresa ha tenido un nivel bajo de internacionalización y además perciben en su mayoría que nunca o muy pocas veces identifican oportunidades en el mercado internacional y algunas veces han tenido dificultades para exportar por su localización geográfica.

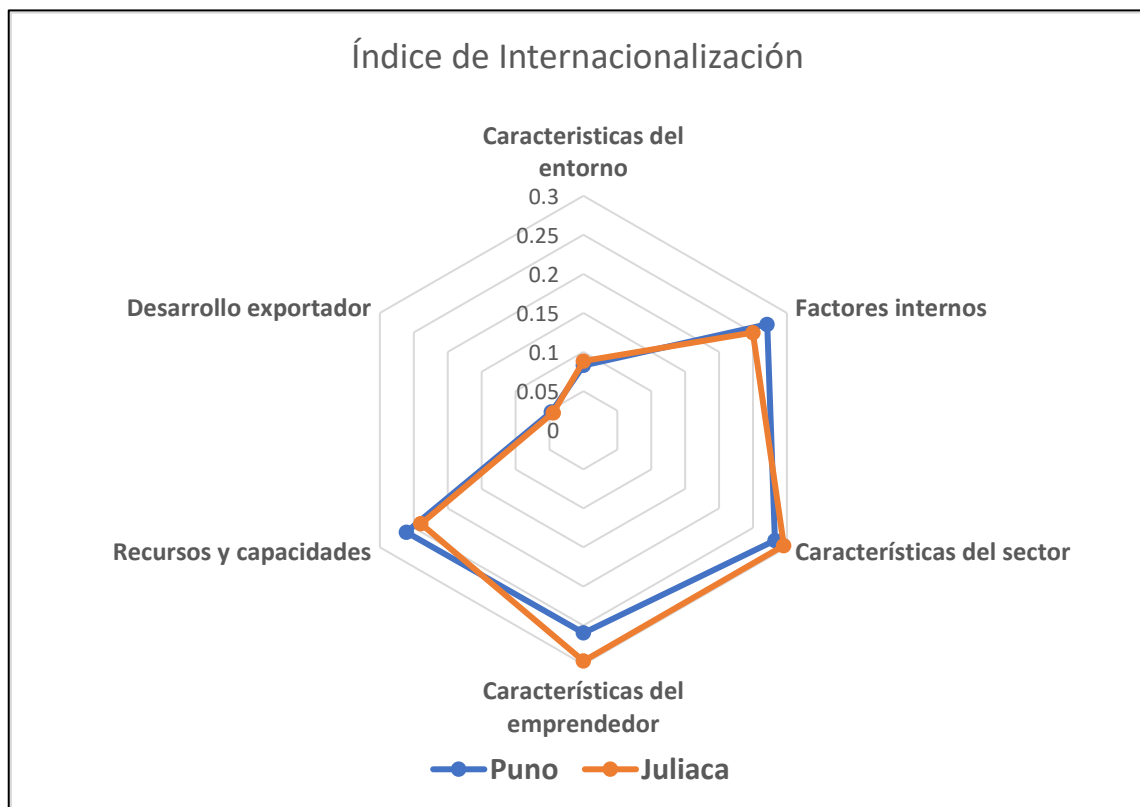


Figura 9. Índice de internacionalización (IdI) a nivel de dimensiones

En la Figura 10 se presenta el índice de cumplimiento de indicadores de internacionalización de las empresas de artesanía textil para Puno y Juliaca (para las dieciséis preguntas del formato de encuestas [29 – 44] que se refiere a la variable

internacionalización), claramente se puede observar tres niveles de cumplimiento de indicadores de internacionalización: bueno, regular y deficiente.

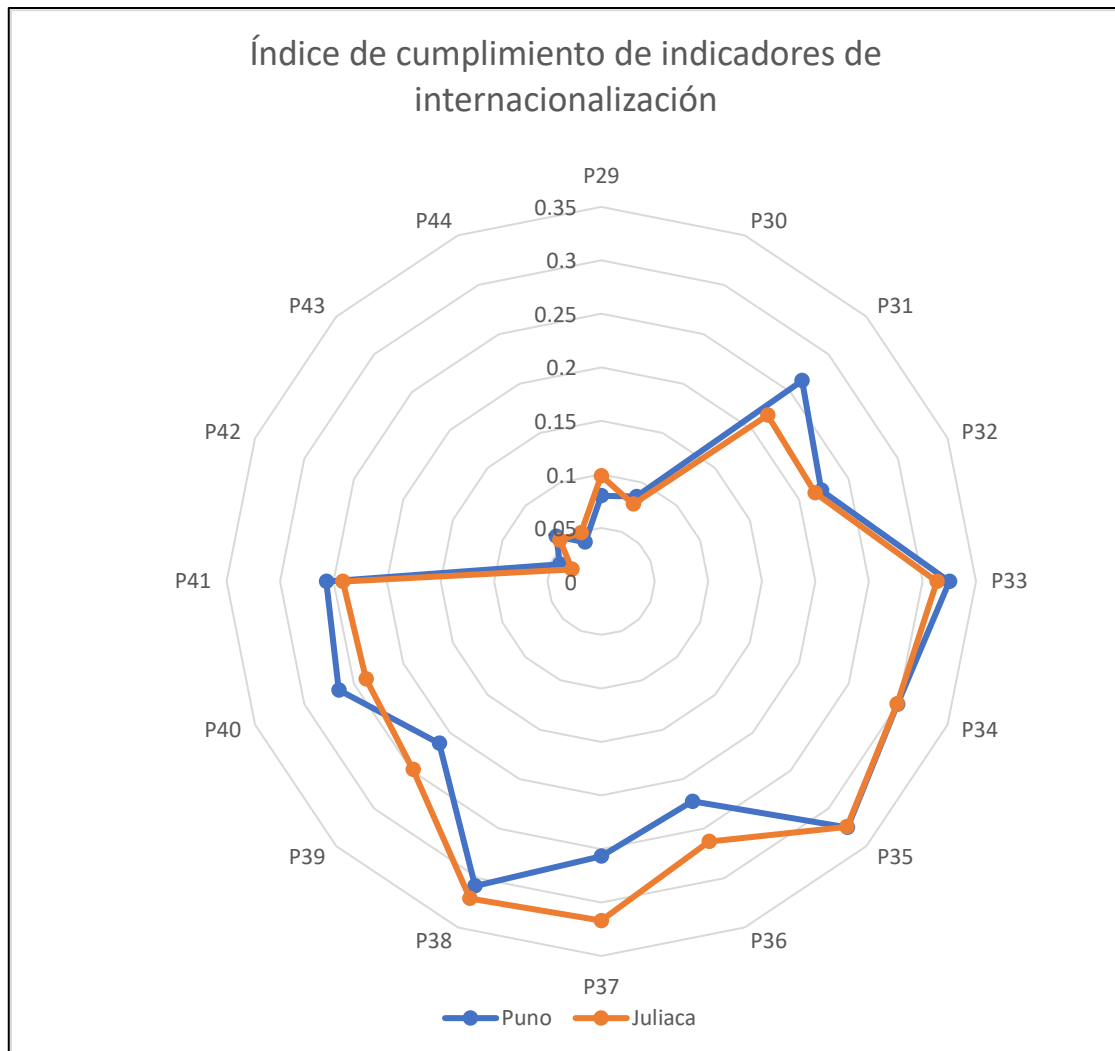


Figura 10. Índice de cumplimiento de indicadores de internacionalización

Para una mejor ilustración del índice de cumplimiento de indicadores de internacionalización, en la Tabla 40 se ilustra el cálculo del índice de cumplimiento para cada pregunta que corresponde a la variable internacionalización, en efecto, se logra apreciar una calificación “deficiente” para las dimensiones características del entorno y desarrollo exportador, que constituyen las principales debilidades de las empresas de artesanía textil de la Región Puno.

También se puede observar una calificación de cumplimiento “regular” para las preguntas que corresponden a las dimensiones factores internos y recursos y capacidades. Así

mismo se logra apreciar una calificación de cumplimiento “bueno” para las preguntas que corresponden a las dimensiones características del emprendedor y características del sector, que evidentemente son las principales fortalezas de los empresarios de artesanía textil en la Región Puno.

Tabla 40

*Cumplimiento de indicadores de internacionalización*

	Puno		Juliaca		Dimensión
Deficiente	P29	0.08006273	P29	0.098723968	Características del entorno y desarrollo exportador [Promedios: Puno = 0.06135765, Juliaca = 0.06210134]
	P30	0.085781497	P30	0.078256804	
	P42	0.041842764	P42	0.029672431	
	P43	0.05946077	P43	0.054708544	
	P44	0.039640513	P44	0.049144964	
Regular	P31	0.265252584	P31	0.219767846	Factores internos y recursos y capacidades [Promedios: Puno = 0.25027865, Juliaca = 0.24653114]
	P32	0.222469909	P32	0.216165094	
	P34	0.299478724	P34	0.29902838	
	P36	0.222469909	P36	0.263000864	
	P37	0.256696049	P39	0.248589858	
	P39	0.213913374	P40	0.237781603	
	P40	0.265252584	P41	0.241384355	
	P41	0.256696049			
Bueno			P33	0.313439386	Características del emprendedor y características del sector [Promedios: Puno = 0.31944397, Juliaca = 0.31884351]
	P33	0.325148329	P35	0.324247641	
	P35	0.325148329	P37	0.317042138	
	P38	0.308035259	P38	0.320644889	

Respecto a la discusión del objetivo específico 3 y de los resultados obtenidos en la tabla 40 y las Figuras 9 y 10, se ha calculado el índice de internacionalización (IdI) por el método de análisis de componentes principales (ACP), y se realizó una evaluación comparativa del cumplimiento de los indicadores de internacionalización de las empresas de artesanía textil de Puno y Juliaca, indicando que la principal fortaleza de los empresarios de son las dimensiones: características del emprendedor y características del sector, mientras que las principales debilidades constituyen las dimensiones desarrollo exportador y características del entorno. En tal sentido, Escandón y Hurtado (2014) definen que las pymes que inician su proceso de internacionalización de forma gradual y lo hacen mediante factores como las características del emprendedor, factores internos, características del sector y del entorno, innovación y recursos y capacidades de la pyme

determinan el proceso de internacionalización temprana de las pymes. Así mismo Horta (2012) afirma que los factores externos influyen en la internacionalización y que existe una relación significativa entre la percepción favorable que tienen los empresarios emprendedores respecto a los recursos humanos de la empresa, a la disponibilidad de mano de obra en el sector de actividad. Según Cardozo *et al.* (2002) mencionan a las organizaciones multinacionales como un mecanismo alternativo al mercado para gestionar actividades de valor a través de fronteras nacionales, eso debido al cambio del entorno y a la adaptación de los productos en un mercado global. Tal como lo define Frohmann *et al.* (2016) quienes señalan que la inserción internacional de las pequeñas y medianas empresas (pymes), se logra mediante la intensificación de la tecnología en los procesos de producción, la investigación, desarrollo de nuevos productos, y la experiencia y formación profesional. Así mismo Filipescu *et al.* (2009) manifiestan a la innovación tecnológica en el sector como un factor que contribuye al acceso a los mercados internacionales e impulsa a la empresa a seguir creciendo y a lograr un mayor rendimiento empresarial. Según Araya (2012) la internacionalización es el resultado de la adopción de una serie de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno, en concordancia con Cano y Beviá (2016) quienes mencionan que la búsqueda de nuevos mercados y nuevas oportunidades está en relación a los riesgos que enfrenta el gerente o emprendedor en un proceso de internacionalización. Lo sustentado por los autores para el tercer objetivo específico, respaldan los resultados de la investigación, mencionando una principal fortaleza en el sector, como la mano de obra que por sus habilidades y destrezas en el arte textil, promueve al emprendimiento en las diversas provincias de la Región Puno, la formación empírica y experiencia también sustenta lo argumentado anteriormente. Pese a ello las debilidades aun persistentes en el sector textil es el adaptarse a un entorno competitivo no solo para un mercado nacional sino también internacional.

## CONCLUSIONES

El proceso de la administración (reflejado a través de la dimensión planeación) y la innovación (reflejado a través de la dimensión innovación en el proceso) tienen relación con la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno. De acuerdo con el modelo econométrico estimado en su forma reducida, se puede afirmar que a mayor nivel de planeación y a mayor innovación en el proceso, se logrará una mayor internacionalización.

Existe una correlación positiva media entre el proceso de la administración con la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno, reflejado en el coeficiente de correlación de Spearman. Según la validación estadística, el coeficiente de correlación resultó altamente significativa. A raíz de estos resultados, se puede afirmar que, si las empresas artesanales textiles de la Región Puno ponen en práctica los indicadores de planeación, organización, dirección y control, pueden mejorar su internacionalización.

Existe una correlación positiva débil entre la innovación con la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno, reflejado en el coeficiente de correlación de Spearman. Según la validación estadística, el coeficiente de correlación es significativa. En consecuencia, se puede afirmar que, si las empresas artesanales textiles de la Región Puno mejoran sus procesos de innovación en el producto, innovación en el proceso e innovación en gestión, pueden lograr mejores niveles de internacionalización.

Se ha demostrado el nivel de cumplimiento de los indicadores de internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno a través de la elaboración de un índice de internacionalización (IdI) mediante el método de análisis de componentes principales (ACP). De acuerdo con el cálculo del índice de cumplimiento para cada pregunta que corresponde a la variable internacionalización,



se ha logrado evidenciar una calificación “deficiente” para las dimensiones características del entorno y desarrollo exportador, que constituyen las principales debilidades de las empresas de artesanía textil de la Región Puno. También se ha evidenciado una calificación de cumplimiento “regular” para las preguntas que corresponden a las dimensiones factores internos y recursos y capacidades. Así mismo se ha evidenciado una calificación de cumplimiento “bueno” para las preguntas que corresponden a las dimensiones características del emprendedor y características del sector, que evidentemente son las principales fortalezas de los empresarios de artesanía textil en la Región Puno. Un análisis comparativo permitió evidenciar que los empresarios de Juliaca son los que presentan mayores índices para la dimensión características del emprendedor, lo cual refleja el espíritu emprendedor que siempre se ha asumido del empresariado juliaqueño.

## RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta que el proceso de la administración (reflejado a través de la dimensión planeación) y la innovación (reflejado a través de la dimensión innovación en el proceso) tienen relación con la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la Región Puno, se recomienda a los empresarios mejorar los indicadores referidos a la organización, dirección y control, por su parte, en lo que se refiere a innovación se recomienda mejorar los indicadores de innovación en el producto e innovación en la gestión.

Respecto a la relación que existe entre el proceso de la administración con la internacionalización, se recomienda a los empresarios, no solo tener experiencia en el rubro sino también una formación profesional que asegure el éxito en el mercado internacional, y así mejoren sus capacidades de planificación en sus actividades y estrategias de acuerdo a sus objetivos organizacionales, la dirección a través del liderazgo, el control para corregir errores y establecer una mejora continua constante en tal sentido asegurar que los productos cumplan con los estándares de calidad requeridos por el mercado internacional.

Respecto a la relación que existe entre la innovación con la internacionalización, se recomienda a la empresa no solo mejorar en la innovación en el producto, proceso y gestión, sino también en marketing, logística, (TIC's), manejar inteligencia comercial para la búsqueda de nuevos mercados, contar con socios estratégicos y con operadores logísticos que faciliten en proceso de exportación.

Se ha puesto en evidencia que las principales fortalezas de los empresarios son las dimensiones “características del emprendedor” y “características del sector”, sin embargo, resulta necesario hacer énfasis en la debilidad reportada que constituyen las dimensiones “características del entorno” y “desarrollo exportador”, por lo que se recomienda identificar permanentemente las oportunidades que existe en el mercado internacional para los productos de artesanía textil (ferias artesanales, rueda de negocios), por otro lado, se recomienda a las autoridades de turno promover mayor competencia en el servicio de transporte aéreo y de carga (promover la industria aerocomercial) en la Región Puno.



## BIBLIOGRAFÍA

- Anzo, E., Tabares, S., Vanegas, J. G., Restrepo, J., & Botero, S. (2015). Internacionalización empresarial: características gerenciales y métodos aplicados, una revisión analítica. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 10(1), 99–111. Retrieved from <http://www.theibfr.com/ARCHIVE/ISSN-1941-9589-V10-N1-2015.pdf>
- Aragon, A., Sanchez, G., Danvila del Valle, I., & Dieguez, J. (2018). *Análisis Estratégico para el desarrollo de la PYME en España. Informe PYME España 2018 FAEDPYME*. (25. 30001 Murcia (España) Diego Marín Librero-Editor. Merced, Ed.) (Primera Ed). Esapaña. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/330292232>
- Araya, L. A. (2012). El proceso de internacionalización de empresas. *Tec Empresarial*, 3(3), 18–25. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3202468>
- Arias G., F. (2012). *El Proyecto De Investigación-introducción a la metodología científica*. (C. A. Editorial Episteme, Ed.), *El Proyecto De Investigación* (6ta edición). Caracas-Venezuela. <https://doi.org/10.29327/527957>
- Arredondo, F., Vázquez, J. C., & De la garza, J. (2010). Factores de innovación para la competitividad en la Alianza del Pacífico. Una aproximación desde el foro económico mundial. *Estudios Gerenciales*, 31(73), 96–98. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.06.003>
- Astudillo, S., & Briozzo, A. (2016a). Inovación en las mipymes manufactureras de Ecuador y Argentina. *Semestre Económico*, 19(40), 117–144. <https://doi.org/10.22395/seec.v19n40a5>
- Astudillo, S., & Briozzo, A. (2016b). Inovación en las mipymes manufactureras de Ecuador y Argentina. *Semestre Económico*, 19(40), 117–144. <https://doi.org/10.22395/seec.v19n40a5>
- Becerra, R. F., Serna, G. H. M., & Naranjo, V. J. C. (2013). Redes empresariales locales, investigación y desarrollo e innovación en la empresa. Cluster de herramientas de



- Caldas, Colombia. *Estudios Gerenciales*, 29(127), 247–257.  
<https://doi.org/10.1016/j.estger.2013.05.013>
- Benito, S., Platero, M., & Rodríguez, A. (2012). Factores determinantes de la innovación en las microempresas españolas: La importancia de los factores internos. *Universia Business Review*, (33), 104–121. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/433/43323186006.pdf>
- Bernal, T. C., & Sierra, A. H. (2012). *Proceso administrativo, para las organizaciones del siglo XXI*. (Pearson Educación de México SA de C.V., Ed.) (Primera Ed). Juárez, Estado de México. Retrieved from [http://aulavirtual.iberamericana.edu.co/recursosel/documentos\\_para-descarga/1](http://aulavirtual.iberamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1).
- Bernal, C. Sierra, H. (2008). El Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XX.pdf
- Botello, H. A. (2014). Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales latinoamericanas. *Apuntes: Revista de Ciencias Sociales*, 41(75), 47–78. <https://doi.org/10.21678/apuntes.75.716>
- Bustamante, L. F., & Aguilar, S. C. (2013). Retos de gestión intercultural en las actividades de internacionalización de microempresas de Medellín. *Estudios Gerenciales*, 29(129), 456–465. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2013.11.011>
- Cano, M. J., & Beviá, B. (2016). Estrategias y plan de internacionalización. *Escuela de Organización Industrial*. Retrieved from <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>
- Cardona, A. M., Castiblanco, M. S., & Díaz, S. H. (2013). Innovación empresarial: una mirada desde la competitividad, el desarrollo local y la transformación productiva para la internacionalización en Colombia. *Universidad de Medellín*, 16(34), 149–168. Retrieved from <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/929/934>
- Cardozo, P., Chavarro, A., & Ramirez, C. G. (2002). Teorías de internacionalización. *Journal of Rural Studies*, 6(2), 119–142. [https://doi.org/10.1016/0743-0167\(90\)90001-o](https://doi.org/10.1016/0743-0167(90)90001-o)
- Cassiman, B., Golovko, E., & Martínez-Ros, E. (2010). Innovation, exports and

- productivity. *International Journal of Industrial Organization*, 28(4), 372–376.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2010.03.005>
- Castillo, M. J. (2015). Gestión De Innovación, Creatividad Y Desarrollo. *Gestión En El Tercer Milenio*, 8(15), 75–78. <https://doi.org/10.15381/gtm.v8i15.9699>
- Chiavenato, I. (2012). *Introducción a la teoría general de la administración*. (I. McGraw-Hill, Ed.) (Octava Edición). Mexico D.F. Retrieved from <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- Cruz, G. N. (2012). Las micro y pequeñas empresas artesanales : La problemática del marco legal de exportación en el Perú en los años 2010-2011. *Gestión En El Tercer Milenio, Rev. de Investigación de La Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM*, 15, 65–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.15381/gtm.v15i29.8899>
- Cuevas, H., Parga, N., & Estrada, S. (2020). Incidence of marketing innovation on business performance: An application based on structural equation modeling. *Estudios Gerenciales*, 36(154), 66–79. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3475>
- Cutipa, A. M., Escobar, F., Anchapuri, M., & Valreymond, D. (2021). La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (89), 155–175. <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2848>
- Escandón Barbosa, D. M., & Hurtado Ayala, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia, 30(118), 172–183. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.006>
- Escandón, D. M., Ayala, A. H., Aplicada, E., Valle, U., Doctorado, C., & Niñez, S. (2013). Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales, (C).
- Espinoza López, Pablo César, M.-D. J. M. (2019). Procesos de innovación para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas de la región del Río Sonora. *Reis*, 29(82), 291. <https://doi.org/10.2307/40184061>
- Filipescu, D. A., Rialp, A., & Rialp, J. (2009). *Internationalisation and technological*

- innovation: Empirical evidence on their mutual relationship. Advances in International Marketing* (Vol. 20). Elsevier. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020008](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020008)
- Forstner, K. (2013). La artesanía como estrategia de desarrollo rural: El caso de los grupos de artesanas en la región de Puno (Perú). *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72), 34. Retrieved from <http://www.scielo.org.co/pdf/cudr/v10n72/v10n72a08.pdf>
- Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., & Urmeneta, R. (2016). *Internacionalización de las pymes - Innovación para exportar*. (CEPAL, Ed.) (CEPAL). Chile. Retrieved from [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40737/1/S1600442\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40737/1/S1600442_es.pdf)
- Galán, J. I., González, J., & Galende del Canto, J. (2010). Factores determinantes del proceso de internacionalización: el caso de Castilla y León comparado con la evidencia española. *Economía Industrial, ISSN 0422-2784, N° 333, 2010 (Ejemplar Dedicado a: La Internacionalización de La Empresa Española)*, Págs. 33-48, (333), 33–48. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=496332>
- Gálves, E., & García, D. (2012). Impact of innovation on the performance of msme: an empirical study conducted in Colombia. *Estudios Gerenciales*, 28(122), 11–28. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(12\)70191-2](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(12)70191-2)
- Gálvez, A. E. J., & García, P. D. L. D. (2012). Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la mipyme: Un estudio empírico en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 28(122), 11–27. [https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(12\)70191-2](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(12)70191-2)
- García-Pérez de Lema, D., Gálvez-Albarracín, E. J., & Maldonado-Guzmán, G. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *Estudios Gerenciales*, 32(141), 326–335. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003>
- García, D. (2016). *Metodología de la investigación para administradores*. (E. de la U.-Carrera, Ed.) (1ra edición). Colombia-Bogota. Retrieved from <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-para-adm-Joaquin-Garcia-DIhigo.pdf>
- García, D., Gálvez, E. J., & Maldonado, G. (2016). Efecto de la innovación en el

- crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *Estudios Gerenciales*, 32(141), 326–335. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003>
- García, M. B., & Juca, F. (2016). El proceso administrativo en las mipymes del cantón machala, provincia de el oro. *Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 6. Retrieved from <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/machala.html>
- Greene, W. H. (2000). *Econometric analysis*. Fourth edition. Prentice Hall, New York University.
- Hernandez, S., Roberto, Mendoza, T., C. P. (2019). *Metodología de la Investigación, Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (Mc.Graw Hill Interamericana Editores, Ed.) (Primera Ed). Mexico DF. Retrieved from <https://www.panamericana.com.co/metodologia-investigacion-rutas-de-inves-571174/p>
- Hernández, G. J. de la P., Domínguez, H. M. L., & Caballero, M. C. (2007). Factores de innovación en negocios de artesanía de México. *Gestion y Politica Publica*, 16(2), 353–379. Retrieved from [http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num\\_anteriores/Vol.XVI\\_No.II\\_2dos/em/De\\_la\\_Paz\\_Hernandez-Dominguez\\_y\\_Caballero.pdf](http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.XVI_No.II_2dos/em/De_la_Paz_Hernandez-Dominguez_y_Caballero.pdf)
- Hernández, S., & Pulido, A. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial*. (S. A. de C. V. McGraw-hill/interamericana editores, Ed.) (Primera Ed). Mexico DF. Retrieved from [https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/64314/Guía\\_Docente.pdf?sequence=-1](https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/64314/Guía_Docente.pdf?sequence=-1)
- Hernandez Sergio, R. (2012). *Introducción a la administración, teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia*. (S. A. de C. . McGraw-hill/interamericana editores, Ed.) (Quinta edi). Mexico DF. Retrieved from <https://online.fliphtml5.com/vfco/wiyx/#p=1>
- Horta, R. (2012). Algunos determinantes internos y externos del resultado exportador a nivel de firma: análisis de empresas agroindustriales uruguayas. *Cuaderno de Economía*, 1, 67–84. Retrieved from

<https://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/>

- Huahualluque C., A., Peñarrieta B., L., & Rodriguez R., L. (2015). Aplicación del fairtrade por las empresas exportadoras de artesanía textil de la región Puno: caso Jomatex S.R.L – Sumac Perú S.C.R.L - Perú. *Comunicación: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 6(1), 39–47. Retrieved from [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682015000100004](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682015000100004)
- Humpiri, S. M., & Aquino, karol M. (2017). *Diagnóstico de innovación empresarial en la Región Arequipa: 2016 – 2018*. (Repositorio UCSM, Ed.). Arequipa Perú. Retrieved from <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/6655/40.1065.CE.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Igartua, L. J. I. (2009). *Gestión de la innovación en la empresa vasca, contribución de las herramientas de gestión de la innovación*. Universidad Politecnica de Valencia. Retrieved from <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/7202/tesisUPV3154.pdf>
- INEI. (2019). Carpeta georeferencial de la Region Puno Perú. *Congreso de La República Del Perú*, 4, 20. Retrieved from <https://www.congreso.gob.pe/Docs/DGP/GestionInformacionEstadistica/files/i-21-puno.pdf>
- INEI. (2020). Demografía Empresarial en el Perú - III Trimestre 2020. *Informe Técnico*, 2, 3. Retrieved from [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia\\_empresarial.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia_empresarial.pdf)
- Koontz, Harold, H. W. y M. C. (2016). *Administración una perspectiva global y empresarial*. (McGraw-Hill, Ed.), *Вестник КазНМУ* (14 ed, Vol. №3). Mexco DF. Retrieved from [https://frh.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/22766/mod\\_resource/content/1/Administracion\\_una\\_perspectiva\\_global\\_y\\_empresarial\\_Koontz.pdf](https://frh.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/22766/mod_resource/content/1/Administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_Koontz.pdf)
- Mariaca, V. M. (2018). *La innovación empresarial en el desarrollo de la exportación de*

- artesanía textil de la región puno, periodo 2014*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno -Perú. Retrieved from [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11687/Vianney\\_Mariela\\_Mariaca\\_Canaza.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11687/Vianney_Mariela_Mariaca_Canaza.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Meza, L. (2016). Internacionalización y creación de nuevos productos y procesos en la industria manufacturera mexicana. *Estudios Económicos (México, D.F.)*, 31(2), 235–263. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59746428002>
- MINCETUR. (2014). *Comercio exterior texto educativo*. (B. nacional del Perú, Ed.) (Tercera ed). Lima - Perú. Retrieved from [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf)
- MINCETUR. (2020). Plan Estratégico Nacional Exportador 2025, 90. Retrieved from [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291\\_opt.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291_opt.pdf)
- Münch, L. (2010). *Administración, gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. (S. A. de C. V. Pearson Educación de México, Ed.) (Primera ed). Mexico DF. Retrieved from <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1624>
- Navarro C., C. L. (2014). *Epistemología y metodología*. (G. E. Patria, Ed.), *Memoria.Fahce.Unlp.Edu.Ar* (Primera ed). Mexico D.F. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nivela, J. M., Orozco, D. D., & Riquero, H. D. (2017). Gestión administrativa de las PYMES y su incidencia en la organización del trabajo. *Polo Del Conocimiento*, 2(5), 718–732. <https://doi.org/10.23857/casedelpo.2017.2.5.may.718-732>
- OECD, E. C. (2018). *Manual De Oslo 2018, Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación*. (Versiones traducidas de las publicaciones de la OECD, Ed.) (3rd Editio). Madrid-España. Retrieved from <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001708.pdf>
- PERX-Puno. (2016). Plan Estratégico Regional De Exportacion De Puno. Retrieved from [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/avance\\_regiones/Puno](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/avance_regiones/Puno)



/PERX\_puno.pdf

- Pérez, C. (2004). *Técnicas de análisis multivariante de datos: aplicaciones con SPSS*. Pearson Educación, S.A. Madrid-España.
- Ponce, F., & Zevallos, E. (2005). La Innovación En La Micro Y Pequeña Empresa (Mype). *La Innovación En La Micro y La Pequeña Empresa (MYPE): No Solo Factible, Sino Accesible*, 1–23. Retrieved from <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/view/19050/19264>
- PROMPERÚ. (2018). *Exportando paso a paso*. (D. legal en la biblioteca nacional del P. N°2018-01429, Ed.), 01/05/2018 (Primera ed). Lima - Perú. Retrieved from <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=43D61416-5DB3-46B7-B92E-C2DD97C2F75B.PDF>
- PROMPERÚ. (2020). *Desempeño de la línea de alpaca 2020-informes especiales*, 1–11. Retrieved from <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/INFORME ALPACA 2020.pdf>
- Ramírez H., V. (2014). Eficacia de las asociaciones empresariales para la participación de las PYMES en el negocio de la exportación, 2009 — 2011. *Aporte Santiaguino*, 7(2), 93. <https://doi.org/10.32911/as.2014.v7.n2.479>
- Recalde, M., Páez, J., Yépez, J., & Andrade, M. (2017). Los modelos de gestión administrativa de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Quito. *Eumednet*, 1–27. Retrieved from [http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/22613/1/Los modelos de gestión administrativa de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Quito.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/22613/1/Los%20modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20administrativa%20de%20las%20peque%C3%B1as%20y%20medianas%20empresas%20en%20la%20ciudad%20de%20Quito.pdf)
- Restrepo, J. A., & Vanegas, J. G. (2015). Internationalization of SMEs: Analysis of resources and internal capabilities using fuzzy logic. *Contaduría y Administración*, 60(4), 836–863. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.07.008>
- Rios, Luis; Mustafá, Y. (2014). Origen de los actuales procesos administrativos. *Revista*, 10(24), 231–236. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/849/84912053038.pdf>
- Robayo, P. V. (2016). *La innovación como proceso y su gestión en la organización : una*



- aplicación para el sector gráfico. *Suma de Negocios-Elsevier*, 7, 125–140.  
<https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- Sánchez, Deisy, Parra, Y. (2014). El proceso administrativo: factor determinante en las MIPYMES colombianas del siglo XXI. *XIX Congreso Internacional de Contaduría y Administración*, 18. Retrieved from <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xix/docs/1.16.pdf>
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (2020). *Global entrepreneurship Monitor Perú 2018-2019*. (Esanediciones@esan.edu.pe, Ed.) (Primera Ed). Lima - Perú. Retrieved from [https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2020/05/07/Final\\_GEM\\_2019.pdf](https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2020/05/07/Final_GEM_2019.pdf)
- SUNAT. (2022). Boletín informativo exportaciones, 2022. Retrieved from [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2916581/Boletín\\_Sunat\\_17.03.2022.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2916581/Boletín_Sunat_17.03.2022.pdf)
- Ugalde, B. N. (2014). *Capital intelectual, características del emprendedor e innovación. El caso de las MIPYMES Costarricenses*. Universidad de Valencia. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10550/29205>
- Useche, O., & Monroy, R. (2013). Gestión de mantenimiento en pymes industriales\*. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG) Año, 18*, 86–104. Retrieved from <http://132.248.9.34/hevila/Revistavenezolanadegerencia/2013/vol18/no61/5.pdf>
- Velasco, D., & López, K. (2003). La capacidad innovadora de las pymes peruanas en el universo del APEC. *Cuadernos de Difusión*, 8(14), 125–154.  
<https://doi.org/10.46631/jefas.2003.v8n14.07>
- Velásquez, V. F. (2000). El enfoque de sistemas y de contingencias aplicado al proceso administrativo. *Univerisidad ICESI. Estudios Gerenciales*, 16(28,30), 14. Retrieved from <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v16n77/v16n77a02.pdf>
- Zevallos, E. (2014). Obstáculos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en américa latina. *Fundacion Para El Desrrollo Sostenible En America Latina*, 11(20), 75–96. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/228642738>

## ANEXOS

### Anexo 1. Estadísticas descriptivas para cada pregunta del formato de encuesta aplicado

#### P1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	3	11.1	11.1	11.1
Casi siempre	9	33.3	33.3	44.4
Siempre	15	55.6	55.6	100.0
Total	27	100.0	100.0	

#### P2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	5	18.5	18.5	18.5
Casi siempre	15	55.6	55.6	74.1
Siempre	7	25.9	25.9	100.0
Total	27	100.0	100.0	

#### P3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
Algunas veces	11	40.7	40.7	44.4
Casi siempre	11	40.7	40.7	85.2
Siempre	4	14.8	14.8	100.0
Total	27	100.0	100.0	

#### P4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	7	25.9	25.9	25.9
Casi siempre	13	48.1	48.1	74.1
Siempre	7	25.9	25.9	100.0
Total	27	100.0	100.0	

#### P5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
Algunas veces	10	37.0	37.0	40.7
Casi siempre	12	44.4	44.4	85.2
Siempre	4	14.8	14.8	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P6**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Muy pocas veces	3	11.1	11.1	11.1
Algunas veces	11	40.7	40.7	51.9
Casi siempre	10	37.0	37.0	88.9
Siempre	3	11.1	11.1	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P7**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	7	25.9	25.9	25.9
Casi siempre	12	44.4	44.4	70.4
Siempre	8	29.6	29.6	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P8**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	2	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	3	11.1	11.1	18.5
Siempre	22	81.5	81.5	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P9**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	2	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	7	25.9	25.9	33.3
Siempre	18	66.7	66.7	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P10**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	5	18.5	18.5	18.5
Casi siempre	20	74.1	74.1	92.6
Siempre	2	7.4	7.4	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P11**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	1	3.7	3.7	3.7
Casi siempre	16	59.3	59.3	63.0
Siempre	10	37.0	37.0	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P12**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	2	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	7	25.9	25.9	33.3
Siempre	18	66.7	66.7	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P13**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
Algunas veces	1	3.7	3.7	7.4
Casi siempre	11	40.7	40.7	48.1
Siempre	14	51.9	51.9	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P14**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	2	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	18	66.7	66.7	74.1
Siempre	7	25.9	25.9	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P15**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
Algunas veces	2	7.4	7.4	11.1
Casi siempre	13	48.1	48.1	59.3
Siempre	11	40.7	40.7	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P16**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
Válidos Casi siempre	4	14.8	14.8	18.5
Siempre	22	81.5	81.5	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P17**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
Válidos Algunas veces	1	3.7	3.7	7.4
Casi siempre	8	29.6	29.6	37.0
Siempre	17	63.0	63.0	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P18**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	2	7.4	7.4	7.4
Válidos Algunas veces	6	22.2	22.2	29.6
Casi siempre	18	66.7	66.7	96.3
Siempre	1	3.7	3.7	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P19**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
Válidos Algunas veces	1	3.7	3.7	7.4
Casi siempre	9	33.3	33.3	40.7
Siempre	16	59.3	59.3	100.0
Total	27	100.0	100.	

**P20**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	4	14.8	14.8	14.8
Válidos Casi siempre	8	29.6	29.6	44.4
Siempre	15	55.6	55.6	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P21**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	2	7.4	7.4	7.4
	Algunas veces	3	11.1	11.1	18.5
	Casi siempre	19	70.4	70.4	88.9
	Siempre	3	11.1	11.1	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P22**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
	Algunas veces	1	3.7	3.7	7.4
	Casi siempre	14	51.9	51.9	59.3
	Siempre	11	40.7	40.7	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P23**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas veces	5	18.5	18.5	18.5
	Casi siempre	9	33.3	33.3	51.9
	Siempre	13	48.1	48.1	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P24**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
	Algunas veces	1	3.7	3.7	7.4
	Casi siempre	9	33.3	33.3	40.7
	Siempre	16	59.3	59.3	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P25**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
	Casi siempre	25	92.6	92.6	96.3
	Siempre	1	3.7	3.7	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P26**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
	Algunas veces	3	11.1	11.1	14.8
	Casi siempre	10	37.0	37.0	51.9
	Siempre	13	48.1	48.1	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P27**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
	Casi siempre	8	29.6	29.6	33.3
	Siempre	18	66.7	66.7	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P28**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
	Algunas veces	1	3.7	3.7	7.4
	Casi siempre	14	51.9	51.9	59.3
	Siempre	11	40.7	40.7	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P29**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas veces	8	29.6	29.6	29.6
	Casi siempre	9	33.3	33.3	63.0
	Siempre	10	37.0	37.0	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P30**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	4	14.8	14.8	14.8
	Algunas veces	8	29.6	29.6	44.4
	Casi siempre	12	44.4	44.4	88.9
	Siempre	3	11.1	11.1	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P31**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	3.7	3.7	3.7
	Muy pocas veces	6	22.2	22.2	25.9
	Algunas veces	7	25.9	25.9	51.9
	Casi siempre	7	25.9	25.9	77.8
	Siempre	6	22.2	22.2	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P32**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	5	18.5	18.5	18.5
	Algunas veces	14	51.9	51.9	70.4
	Casi siempre	6	22.2	22.2	92.6
	Siempre	2	7.4	7.4	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P33**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
	Algunas veces	2	7.4	7.4	11.1
	Casi siempre	3	11.1	11.1	22.2
	Siempre	21	77.8	77.8	100.0
	Total	27	100.0	100.0	



**P34**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	1	3.7	3.7	3.7
	Casi siempre	14	51.9	51.9	55.6
	Siempre	12	44.4	44.4	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P35**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	7	25.9	25.9	25.9
	Siempre	20	74.1	74.1	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P36**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	2	7.4	7.4	7.4
	Algunas veces	6	22.2	22.2	29.6
	Casi siempre	18	66.7	66.7	96.3
	Siempre	1	3.7	3.7	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P37**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas veces	4	14.8	14.8	14.8
	Casi siempre	9	33.3	33.3	48.1
	Siempre	14	51.9	51.9	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P38**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas veces	1	3.7	3.7	3.7
	Casi siempre	8	29.6	29.6	33.3
	Siempre	18	66.7	66.7	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P39**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	5	18.5	18.5	18.5
	Algunas veces	5	18.5	18.5	37.0
	Casi siempre	16	59.3	59.3	96.3
	Siempre	1	3.7	3.7	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P40**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	3	11.1	11.1	11.1
	Algunas veces	9	33.3	33.3	44.4
	Casi siempre	11	40.7	40.7	85.2
	Siempre	4	14.8	14.8	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P41**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy pocas veces	2	7.4	7.4	7.4
	Algunas veces	10	37.0	37.0	44.4
	Casi siempre	12	44.4	44.4	88.9
	Siempre	3	11.1	11.1	100.0
	Total	27	100.0	100.0	

**P42**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	13	48.1	48.1	48.1
	Muy pocas veces	8	29.6	29.6	77.8
	Algunas veces	3	11.1	11.1	88.9
	Casi siempre	2	7.4	7.4	96.3
	Siempre	1	3.7	3.7	100.0
	Total	27	100.0	100.0	



**P43**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy pocas veces	7	25.9	25.9	25.9
Válidos Algunas veces	8	29.6	29.6	55.6
Casi siempre	12	44.4	44.4	100.0
Total	27	100.0	100.0	

**P44**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	18.5	18.5	18.5
Muy pocas veces	9	33.3	33.3	51.9
Válidos Algunas veces	7	25.9	25.9	77.8
Casi siempre	3	11.1	11.1	88.9
Siempre	3	11.1	11.1	100.0
Total	27	100.0	100.0	

## Anexo 2. Cuestionario de la investigación

### CUESTIONARIO

Este cuestionario es efectuado como parte de un trabajo de investigación académica que tiene por finalidad determinar la relación del proceso de la administración y la innovación con la internacionalización de las empresas artesanales textiles.

Desde ya agradezco su contribución por su atención y su tiempo, así como la sinceridad de llenar la presente.

Nombre de la empresa..... de RUC..... Teléfono.....

#### Variable 1 Proceso de la administración

Indique su nivel de aceptación respecto a las siguientes afirmaciones.

1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)

PLANEACIÓN	1	2	3	4	5
1 ¿En algún momento Ud. ¿Ha establecido la razón de ser de su empresa, es decir la MISIÓN?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 ¿En algún momento Ud. ha formulado los OBJETIVOS en su empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 ¿En algún momento Ud. ¿Ha formulado las ESTRATEGIAS para alcanzar los objetivos de su empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 ¿Ud. PROGRAMA actividades para alcanzar las metas de su empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ¿Desarrolla Ud. planes para alcanzar sus objetivos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ¿Ha realizado de forma continua una planeación estratégica en su empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ¿Elabora Ud. ¿Un flujo de procesos para las actividades que realiza su empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ORGANIZACIÓN	1	2	3	4	5
8 ¿Durante su proceso productivo cuenta Ud. ¿Con áreas de trabajo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 ¿Ud. realiza la ASIGNACIÓN DE ACTIVIDADES, con sus trabajadores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 ¿Ud. AGRUPA ACTIVIDADES dentro de su empresa? (trabajo en equipo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 ¿Ud. ASIGNA EFICIENTEMENTE RECURSOS dentro de su empresa? (económicos, humanos, materiales)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 ¿La AUTORIDAD Y LA RESPONSABILIDAD es de forma permanente en su empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DIRECCIÓN	1	2	3	4	5
13 ¿Selecciona Ud. a sus trabajadores mediante criterios de meritocracia para cada tarea?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 ¿Ud. Mantiene COORDINACIÓN Y COMUNICACIÓN con los trabajadores de su empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 ¿Ud. LÍDERA y MOTIVA a sus trabajadores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)

CONTROL	1	2	3	4	5
16 ¿Ud. Establece ESTÁNDARES para garantizar la calidad de su producto? (control de calidad)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17 ¿Ud. Verifica, observa, MONITOREA los procesos de elaboración de sus productos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18 ¿Con que frecuencia realiza Ud. Una EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO (trabajadores, maquinarias y equipos)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19 ¿Realiza ACCIONES CORRECTIVAS cuando un producto no cumple con las exigencias en el mercado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### Variable 2 innovación

Indique su nivel de acuerdo respecto a las siguientes afirmaciones.

1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (siempre)

INNOVACIÓN EN EL PRODUCTO	1	2	3	4	5
20 ¿Ud Realiza cambios o mejoras en su producto de acuerdo a las exigencias del mercado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 ¿Ud. Realiza cambios en la comercialización de sus productos? (distribución, promoción, ventas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)**

INNOVACIÓN EN EL PROCESO	1	2	3	4	5
22 ¿Ud. realiza cambios o mejoras en el proceso productivo? (Tecnología)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23 ¿Adquiriere Ud. nuevas maquinarias y equipos para la producción de su producto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)**

INNOVACIÓN EN GESTIÓN	1	2	3	4	5
24 ¿Realiza Ud. ¿Una adecuada gestión en la dirección de su empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25 ¿Realiza Ud. sus compras y aprovisionamiento de forma rápida y eficiente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26 ¿Considera Ud. ¿Que las ventas que realiza incrementan su cuota de mercado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. ¿Considera Ud. ¿Que la satisfacción al cliente es generada por las ventas de sus productos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. ¿Considera Ud. ¿Que sus productos están adaptación a las necesidades del mercado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Variable 3 internacionalización

**Indique su nivel de acuerdo respecto a las siguientes afirmaciones.**

**1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)**

CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO	1	2	3	4	5
29 ¿Identifica las oportunidades que existe en el mercado internacional?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30 ¿A tenido Ud. Alguna dificultad para exportar por su localización geográfica de su empresa (Juliaca/Puno)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)**

FACTORES INTERNOS	1	2	3	4	5
31 ¿El incremento en las ventas se debe a la internacionalización de su empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32 ¿Ud. Invierte en investigación y desarrollo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. ¿Considera Ud. ¿Que la internacionalización incrementa el crecimiento y el empleo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)**

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR	1	2	3	4	5
34 ¿Considera Ud. ¿Que el sector textil es competitivo para la internacionalización?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35 ¿Considera Ud. ¿La tecnología importante para el sector textil?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. ¿Cuenta Ud. Con información completa de la actividad exportadora en el sector textil?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)**

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	1	2	3	4	5
37 ¿Ud. Considera que es importante la formación profesional para dirigir una empresa exportadora?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38 ¿Ud. Considera que es importante la experiencia en rubro textil para una adecuada internacionalización?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. ¿Ud ha asumido riesgos en el proceso de exportación de sus productos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)**

RECURSOS Y CAPACIDADES	1	2	3	4	5
40 ¿Cuenta Ud. con recursos y capacidades para enfrentar al mercado internacional?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41 ¿Dispone Ud. en forma oportuna de fuentes de financiamiento para garantizar la sostenibilidad de su empresa?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**1 (Nunca) 2 (Muy pocas veces) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)**

DESARROLLO EXPORTADOR	1	2	3	4	5
42 ¿Su empresa ha tenido un nivel alto de internacionalización?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43 ¿Su empresa ha tenido un nivel medio de internacionalización?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. ¿Su empresa ha tenido un nivel bajo de internacionalización?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Nota:** Adaptado de Chiavenato, I. (2012), Gálvez, E., & García, D. (2012), Escandón, D. M., Ayala, A. H. (2013).

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Enlace del cuestionario en Google form

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdPDokjRb9I9P0VchxuoHa9mtjGV-t\\_FB5VkZv8YM0j-JZ0Q/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdPDokjRb9I9P0VchxuoHa9mtjGV-t_FB5VkZv8YM0j-JZ0Q/viewform?usp=sf_link)

Anexo 3. Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
¿En qué medida se relaciona el proceso de la administración y la innovación con la internacionalización de las empresas artesanales textiles de la región Puno, periodo 2019?	<b>OBJETIVO GENERAL</b> Determinar la relación entre el proceso de la administración y la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la región Puno	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b> El proceso de la administración y la innovación tienen relación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la región Puno.	<b>VARIABLE 1</b>  PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN	1.1. Planeación  1.2. Organización  1.3. Dirección  1.4. Control	1.1.1. Definir la misión, Formulación de Objetivos, estrategias, programas, planes, planeación estratégica, actividades 1.2.1. Áreas de trabajo Asignación de actividades, Agrupación de actividades Asignación de recursos, Autoridad y responsabilidad 1.3.1. Designación de personas, coordinación, comunicación, motivación, liderazgo 1.4.1. Definir estándares, monitoreo de desempeño, evaluación de desempeño, acciones correctivas.	<b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b> No Experimental  <b>ALCANCE DE INVESTIGACIÓN</b> Descriptivo-Correlacional  <b>MÉTODO APLICADO A LA INVESTIGACIÓN</b> Método Deductivo  <b>ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN</b> Cuantitativo  <b>POBLACIÓN</b> 29 empresas exportadoras  <b>MUESTRA</b> 27 empresas exportadoras  <b>TÉCNICA</b> Encuesta  <b>INSTRUMENTO</b> Cuestionario
<b>PROBLEMA ESPECÍFICO N°1.</b> ¿En qué medida se correlaciona el proceso de la administración con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno?	<b>OBJETIVO ESPECÍFICO N°1.</b> Demostrar la correlación del proceso de la administración con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la región Puno.	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°1.</b> Existe una correlación positiva y significativa entre el proceso de la administración con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la región Puno.	<b>VARIABLE 2</b>  INNOVACIÓN	2.1 Innovación en el producto  2.2 Innovación en el proceso  2.3 Innovación en la gestión	2.1.1. Mejoras en el producto, comercialización de nuevos productos 2.2.1. Mejoras o cambios en el proceso productivo, adquisición de nuevos equipos 2.3.1 Gestión de dirección, Compras y aprovisionamiento, cuota de mercado, cliente.	
<b>PROBLEMA ESPECÍFICO N°2.</b> ¿En qué medida de correlaciona la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno?	<b>OBJETIVO ESPECÍFICO N°2.</b> Demostrar la correlación de la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la región Puno.	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°2.</b> Existe una correlación positiva y significativa entre la innovación con la internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la región Puno.	<b>VARIABLE 3</b>  INTERNACIONALIZACIÓN	3.1. Características del entorno 3.2. Factores Internos 3.3. Características del sector 3.4. Características del emprendedor 3.5. Recursos y capacidades 3.6. Desarrollo exportador	3.1.1. Percepción de oportunidades, localización geográfica. 3.1.2. Tamaño de ventas, inversión en I+D 3.1.3. Nivel tecnológico, sector de actividad. 3.1.4. Formación profesional y experiencia 3.1.5. Percepción de capacidades, redes 3.1.6. Nivel alto, nivel medio, nivel bajo de internacionalización	
<b>PROBLEMA ESPECÍFICO N°3.</b> ¿Cuál es el nivel de cumplimiento de indicadores de internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la Región Puno?	<b>OBJETIVO ESPECÍFICO N°3.</b> Demostrar el nivel de cumplimiento de los indicadores de internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la región Puno.	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°3.</b> Existe un nivel de cumplimiento deficiente, regular y bueno para los indicadores de internacionalización de las empresas exportadoras artesanales textiles de la región Puno.				