



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

**“RELACIÓN DE LA POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS PYMES EXPORTADORAS DE LA REGIÓN DE LA LIBERTAD, TRUJILLO 2020”**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

Autor:

Angel Fernando Corvera Castañeda

Asesor:

Mg. Ing. José Roberto Huamán Tuesta

Trujillo - Perú

2021

## DEDICATORIA

A mi madre, que ahora está en el cielo. Quien fue mi principal motivación para poder finalizar la presente investigación.

*Fernando Corvera Castañeda*

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios, el encargado de mantener mi fuerza y voluntad para forjarme en este duro camino que he elegido. Finalmente, al profesor José Huamán, encargado de asesorar la tesis, quien estuvo siempre para nosotros cuando se lo necesitó.

*Fernando Corvera Castañeda.*

## Tabla de contenidos

|  |           |
|--|-----------|
| <b>DEDICATORIA.....</b>                            | <b>2</b>  |
| <b>AGRADECIMIENTO.....</b>                         | <b>3</b>  |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>                      | <b>5</b>  |
| <b>RESUMEN.....</b>                                | <b>6</b>  |
| <b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>              | <b>7</b>  |
| <b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>              | <b>24</b> |
| <b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>              | <b>30</b> |
| <b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b> | <b>34</b> |
| <b>REFERENCIAS.....</b>                            | <b>38</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>                                 | <b>41</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabla 1 Prueba de Normalidad.....</b>  | <b>30</b> |
| <b>Tabla 2.....</b>   | <b>31</b> |
| <b>Tabla 3.....</b>   | <b>32</b> |
| <b>Tabla 4.....</b>   | <b>33</b> |
| <b>ANEXO n°1. Tabla 5. Matriz de consistencia .....</b>                                 | <b>41</b> |
| <b>ANEXO n°2. Tabla 6. Matriz de operacionalización de Variable independiente .....</b> | <b>42</b> |
| <b>ANEXO n°3. Tabla 7. Matriz de operacionalización de Variable dependiente .....</b>   | <b>43</b> |
| <b>ANEXO n°4. Tabla 8. Validación por el criterio del juicio de expertos.....</b>       | <b>54</b> |

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene el objetivo general de determinar la relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial de las PYME exportadoras de la Región La Libertad. Por lo tanto, se plantea la problemática de relacionar los factores que se han convertido en decisivos para mantener a través de las políticas de promoción de las exportaciones, la competitividad empresarial de las. Para la metodología, el tipo de investigación que se empleó fue cualitativo correlacional y no experimental; teniendo encuestas como el método de recolección de datos, las cuales se aplicaron a una muestra de 59 empresas, con preguntas 24 preguntas basadas en las dimensiones de cada variable. Los resultados son evidenciados según el alto porcentaje de relación que existe entre la variable independiente y dependiente Donde se concluyó determinó que existe relación entre las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en las Pymes exportadoras de la Región de La Libertad, debido a que existe una necesidad en realizar la promoción de estos mecanismos de inserción al comercio internacional para poder impulsar el desarrollo exportador de estas empresas.

**Palabras clave:** Promoción de las exportaciones, competitividad empresarial, exportación y pymes.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

A nivel mundial gracias a las existentes exigencias de ingreso al comercio internacional, se ha aplicado en diversos países mecanismos para poder hacerlo, (como tratados internacionales), buscando un favorecimiento mutuo. Estas decisiones generan necesidad por parte del estado a las denominadas PYMES, para que les brinden la oportunidad de poder mostrarse al mercado internacional; empresas con falta de competencias como el poder adquisitivo, que desean incursionar su actividad comercial en el exterior, esperando ampliar sus horizontes.

Singer y Czinkota (como se cita en Bustos, Etchebarne y Geldres, 2011), proponen un modelo general del rol de la promoción de exportaciones, en donde representa un estímulo a la exportación, contribuyendo a que las empresas superen las barreras a la exportación, aumenten, aceleren, o incluso sustituyan el conocimiento y experiencia de la dirección respecto a las actividades de exportación, así como estimulen percepciones y actitudes positivas hacia la exportación.

Asimismo, aparece un factor importante para estas empresas que es la competitividad, se puede decir que son aquellos recursos o habilidades que muestren un mayor potencial competitivo. Los que serán considerados como críticos o estratégicos y las empresas deberán realizar las inversiones necesarias para mantenerlos y desarrollarlos en el medio y largo plazo. (Aragón y Rubio, 2005)

Por otro lado, principalmente en los países en vías de desarrollo como los países sudamericanos, existe lo que se denomina como estrategia sudamericana de promoción y apertura de las exportaciones a menor escala. Esto tiene la finalidad de incrementar la exportación en estas naciones mediante políticas diseñados por cada una de ellas.

De esta manera se pretende vender a compradores extranjeros, sabiendo que da un mejor beneficio pues el mercado internacional mayormente brinda un precio más alto y competitivo. En las grandes empresas que cuentan con directorios y asesores competitivos, la supervivencia está poderosamente relacionada con el conocimiento del dueño. (Paulise, 2015)

**Entonces** las pequeñas y medianas empresas carecen de un desarrollo competitivo para desenvolverse en el mercado externo. **Por lo tanto**, uno se puede preguntar si en realidad las Pymes tienen la capacidad para poder ingresar en el mercado externo, o de participar en él, cuestionarse si tiene lo necesario para competir. A esto Espino (2005), menciona:

Las PYMES están obligadas a tener una actitud innovadora y flexible, en continua búsqueda por la mejora permanente de sus productos, procesos, tecnologías y organización; factores que se han convertido en decisivos para mantener la competitividad; algo con lo que no cuentan estas empresas en el Perú. (p.12)

Por otro lado, se tiene como antecedentes

Calderón y Fayos (2004) en su trabajo de investigación *“Factores empresariales que influyen en las políticas de promoción de las exportaciones: Aplicación a la comunidad Valenciana”* publicado por la universidad de Valencia en España, en su procedimiento aplicó un cuestionario estructurado realizado con entrevistas personales a los responsables de exportación de las empresas entrevistadas. La muestra fue compuesta por 400 empresas exportadoras de la Comunidad Valenciana pertenecientes a los sectores de actividad más representativos. Concluyendo con que el análisis teórico desarrollado les permitió comprobar la necesidad de la existencia de políticas de promoción para impulsar el desarrollo exportador de las empresas de un entorno concreto. (Calderón & Fayos, 2004, p.1)



Valderrama (2018) en su tesis de maestría *“Relación entre la participación en ferias comerciales, y el desempeño de las empresas asociadas en pro olivo 2016 – 2017”*, publicado por la Universidad Privada de Tacna en Perú, con metodología no experimental de nivel explicativa, descriptiva. La muestra fue de 30 empresas, el total de su población ya que es muy pequeña; aplicó una encuesta con un cuestionario de 22 preguntas. Finalmente se llegó a concluir que existe relación directa entre la participación en ferias comerciales, de las empresas asociadas en Pro Olivo y su” desempeño. (Valderrama, 2018, p. 10)

Arreaga & Cali (2018) en sus tesis de licenciados *“Las ferias Internacionales y su incidencia en la competitividad de los productos ecuatorianos”*, publicado por la Universidad de Guayaquil en Ecuador, tuvo el objetivo de analizar la optimización de la aplicación del régimen de ferias internacionales para mejorar la competitividad de los productos que se dan en el Ecuador. Aplicó una investigación descriptiva y explicativa. La muestra fue de 384, aplicó una encuesta con un cuestionario de 10 preguntas y entrevista con 8 preguntas. Concluyó que las grandes, medianas y pequeñas empresas deben de mejorar sus productos e innovarlos para que se logre impulsar aún más a las exportaciones y que así aporte al desarrollo del país. (Arreaga & Cali, 2018, p. 2)

Ballesteros, Borja & Prieto (2017), en su trabajo de investigación *“Acuerdos comerciales y competitividad, una lectura alternativa desde la nueva geografía económica”* publicado por la Revista Clío América en Colombia, con el objetivo de explicar las nuevas tendencias de aglomeración de industrias en ciertos espacios geográficos, utilizó un diseño de investigación cualitativo, aplicado a las pymes colombianas. Se concluyó que, las pymes en Colombia se han vuelto muy representativas en la generación de empleos en el país; aunque también se indicó que

han tenido problemas internos, por parte de las entidades financieras y su restricción sobre los créditos a dichas empresas (Ballesteros, Borja & Prieto, 2017, p. 1)

Choy (2010), en su trabajo de investigación "Competitividad de las micro y pequeñas empresas (mypes) ante los acuerdos comerciales" publicado por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en Perú, con el objetivo principal de señalar cuál es la situación de las mypes y la posibilidad de participación ante un acuerdo comercial, con metodología de estudio descriptivo y de análisis de información con mypes nacionales de los distintos sectores económicos. Conclusiones. El tema Competitividad es de gran interés en nuestro país, principalmente cuando se relaciona con las MYPES frente a un acuerdo comercial, representando este un gran desafío para este tipo de empresas. (Choy, 2010, p. 2)

Martínez, (2011) en su trabajo de investigación "*Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes*" publicado por la Universidad del Norte en la revista científica Pensamiento y Gestión en Colombia, en su procedimiento llevó a cabo fue una metodología cualitativa, aplicó una entrevista personal semiestructurada. La muestra la constituyeron los programas y servicios ofrecidos por los distintos organismos de promoción de exportaciones seleccionados en el Caribe colombiano. Finalmente, los resultados le permitieron concluir que, de acuerdo con el modelo propuesto, el sistema de promoción de exportaciones del Caribe colombiano, pese a que sus programas y servicios se encuentran distribuidos entre los distintos organismos que operan en esta región, no están lo suficientemente orientados a las necesidades de las Pymes y no están utilizando mecanismos adecuados para su divulgación y conocimiento. (Martínez, 2011, s.p.)

Aguilar, Saavedra, & Tapia (2015) en su trabajo de investigación "*La Competitividad Sistémica de la PYME del Distrito Federal, México*" de la Revista

Faedpyme International Review (FIR) de España; realizó la recolección de datos por medio de un trabajo de campo e investigación documental. Los principales hallazgos son: entre las principales fortalezas del entorno económico: alto nivel de producto interno bruto, una alta productividad laboral y su autonomía fiscal, entre las principales debilidades: los sindicatos y la tasa de desempleo; por su parte entre las oportunidades destacan la inversión extranjera y entre las amenazas la inseguridad, la corrupción y la dificultad en los trámites empresariales. En el entorno regional encontró una relación positiva y perfecta de 1 entre el número de unidades económicas y el PIB per cápita. Con respecto a los factores socioculturales, presenta niveles de pobreza y desempleo menores al resto del país. Por último, en el nivel micro, la competitividad de la PYME se encontró en relación directa con el tamaño de la empresa y el sector industria muestra más alta competitividad que los sectores comercio y servicios. (Aguilar, Saavedra & Tapia, 2015, s.p.)

Molina & Ampudia (2018) en su trabajo de investigación "*Factores de competitividad empresarial en el sector comercial*" de la Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo en Colombia, con una metodología de tipo descriptivo transeccional de campo. La muestra fue de ciento veinte (120) informantes claves; específicamente el personal administrativo fijo que labora en dichas empresas. Se utilizó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario, estructurado por (12) ítems, con una escala tipo Likert, de selección de respuestas múltiples. Es así que se obtuvieron como resultados que los factores de competitividad empresarial presentes en el sector comercial son la innovación, flexibilidad productiva y calidad, que se ubicaron en una categoría moderadamente satisfactoria, considerando como oportunidad de mejora el indicador tecnología. (Molina & Ampudia, 2018, p.16)

Añaños & Ferrero, (2015) en su trabajo de investigación *"Las políticas de promoción de las exportaciones en la provincia de Santa Fe, período 2008-2011"* de la Revista UNR Editora de Rosario Argentina, construyó una base de datos propia tomando como unidad de análisis las empresas beneficiarias. A partir de esta nueva información se realizó un análisis descriptivo por: Nodos regionales, Sistemas productivos, Nivel de participación en los eventos, Nivel de internacionalización alcanzado. Observó que los resultados obtenidos por las políticas implementadas son limitados y existen campos de acción considerables a atender en el futuro. Tal situación plantea la necesidad de que las políticas de promoción de las exportaciones realicen un proceso de maduración si es que pretenden responder eficazmente a las demandas que le presenta la compleja realidad empresarial. (Añaños, & Ferrero, 2015, p. 137)

Dermuer , González Torres & Ibarra (2017) en su trabajo de investigación *"Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California"* de la Revista SCIELO; mediante una metodología de carácter descriptivo, correlacional y de corte transversal; desarrollaron el modelo de competitividad sistémica a escala micro y se aplicaron un instrumento de medición de 64 preguntas a 195 empresas del estado; además, se realizaron el uso de regresiones lineales múltiples de tipo tradicional para la comprobación de hipótesis. Obteniendo como resultados que las pymes en el estado presentan un nivel de competitividad medio-bajo, sin mostrar relación entre el tamaño de las empresas y su competitividad, mientras que el área de producción-operaciones resultó ser más significativa para su nivel de competitividad. (Dermuer, Gonzáles, & Flores, 2017, p.107)

Gómez, Gil & Dávila, (2018) en su trabajo de investigación *"Propuesta de reforma al estatuto tributario municipal de santa rosa de cabal como impacto en la competitividad empresarial"* de la Revista EBSCO de la Universidad de Manizales en

Brasil, utilizó la metodología Vester, donde logró establecer la correlación existente entre los indicadores de competitividad y la tributación. Finalmente se toman los aspectos relevantes de los sectores económicos y se analiza la estructura del impuesto de industria y comercio actual, comparado con dos municipios de la región, se determinan los posibles cambios en cuanto a tarifas de manera que guarden congruencia con sus características sectoriales, con su potencial y con los requerimientos legales. (Sánchez, Gil, & Ibarra, 2018, p. 72)

Moreno (2017) en su tesis de licenciada *“Políticas de promoción del estado peruano para las exportaciones 2004-2016”* de la Universidad César Vallejo en Perú, tuvo el objetivo de determinar la influencia de las políticas de promoción del estado peruano en las exportaciones, durante el período 2004- 2016, utilizó el diseño de investigación no experimental, para el análisis de datos el método estadístico, el cual se basa en organizar los datos por medio de cuadros y presentar estos datos a través de gráficos de línea y describir los resultados por medio de un análisis comparativo por el período de 5 años. Por último, se concluye que las políticas de promoción del estado peruano cumplen una función preponderante sobre las exportaciones de productos no tradicionales, ya que genera una mayor participación de estos productos en el mercado exterior, contribuye a que los productores sean más competitivos para que puedan expandirse y desarrollarse en nuevos mercados incrementando la cartera de clientes, lo cual permitirá aprovechar nuestros recursos, incrementar nuestro sistema económico, crear empleos y ser reconocidos internacionalmente por nuestras riquezas naturales. (Moreno, 2017, p. 9)

Chinchay & Vera (2017) en su tesis de licenciado *“Estrategias de promoción para la exportación de joyas de plata de la empresa MCP Joyeros Perú S.A.C. al mercado de Miami 2017-2018”* de la Universidad San Martín de Porres en Perú, tuvo

el objetivo determinar la Estrategia de Promoción que permita la Exportación de Joyas de Plata de la Empresa MCP Joyeros Perú S.A.C. al Mercado de Miami 2017 – 2018, emplearon el diseño exploratorio – cualitativo – documental ya que es el más adecuado para el contexto empresarial, se utilizaron asimismo instrumentos como el análisis de contenido y la guía de entrevistas. Finalmente, como resultado obtuvieron que la participación en ferias internacionales de joyería es la estrategia de promoción más pertinente para la exportación de joyas de plata al mercado de Miami, puesto que permite el contacto con potenciales clientes y ofrece información sobre el negocio de la industria joyera. (Chinchay & Vera, 2017, p.10)

Rojas (2018) en su tesis de título *“La información financiera para optimizar la competitividad de las mypes del Sector Comercial de Cajamarca 2016”* de la Universidad Nacional de Cajamarca de Perú, tuvo el objetivo de Determinar la relación de la información financiera en la Competitividad de las Mypes del sector comercial en la ciudad de Cajamarca – 2016, donde sus resultados y conclusiones indican que el sector comercial de las Mypes en Cajamarca, no formulan estados financieros para gerenciar sus empresas, solo lo hacen para fines tributarios y laborales donde la ley lo exige y multa su omisión. (Rojas, 2018, p.12)

Ruiz & Trinidad (2017) en su tesis de licenciado *“Efecto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la competitividad internacional de las pymes agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana y C.”* de la Universidad San Ignacio de Loyola de Perú, tuvo el objetivo de Evaluar la relación entre el efecto de las Tecnologías de Información y Comunicación con la competitividad internacional de las pymes agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana y Callao, realizaron entrevistas a profundidad y cuestionarios a

los responsables de las pymes exportadoras de espárragos frescos. Los resultados de la investigación han demostrado que el efecto de las Tecnologías de Información y Comunicación si tiene relación con la competitividad internacional de las pymes agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana y Callao. (Ruiz & Trinidad, 2017, p. 4)

Ticacala (2013) en su tesis de licenciado *“La competitividad frente a la estructura de las PYMES en Juliaca año 2012”* de la Universidad Nacional del Altiplano en Perú”, tuvo el objetivo de Determinar la incidencia de la estructura en la competitividad de las Pymes ubicadas en la ciudad de Juliaca, concluyó que la competitividad depende de la estructura, viendo el coeficiente de incertidumbre, Al evaluar la estructura determinado por la gestión financiera, de las Pymes, que el 58.3% realiza Gestión Financiera y el 41.7% no realiza Gestión financiera y describiendo la situación actual de la competitividad analizando la innovación, de las Pymes que el 16.7% realiza diariamente, el 34.7% realiza semanalmente, el 11.1% realiza quincenalmente, el 25.0% realiza mensualmente, el 8.3% no realiza y el 4.2 % no tiene conocimiento de innovación en la ciudad de Juliaca. (Ticala, 2013, p. 5)

Falcón (2016) en su tesis de licenciado *“Políticas de Promoción al Comercio y su efecto en las Exportaciones de cacao en el Departamento de Piura, Perú, periodo 2012-2015”*, de la Universidad César Vallejo, Perú, tuvo el objetivo de Analizar cuáles el efecto de las políticas de promoción al comercio en las exportaciones de cacao en el Departamento de Piura, Perú, periodo 2012-2015, utilizó un diseño no experimental de corte longitudinal, usando como técnica la revisión documentaria, teniendo como instrumento la guía de análisis. La investigación ha servido para demostrar que el efecto de las políticas de promoción al comercio; tales como los acuerdos comerciales

y las ferias, han mostrado un crecimiento notable, debido a que las exportaciones de cacao del Departamento de Piura en el periodo estudiado, crecieron de manera significativa al 2015 con un 974% de crecimiento a lo exportado en el 2012. (Falcón, 2016, p. 9)

Habiendo mencionado los antecedentes de la presente investigación, ahora se realizará la sección de las bases teóricas, con las teorías que se adecuan al presente estudio. Considerando las variables correspondientes, tienen el propósito de aumentar la comprensión científica, explicar y predecir la situación problemática.

A continuación, se tiene las bases teóricas de las políticas de promoción de las exportaciones:

Padilla (2008), tiene como definición que la promoción de las exportaciones es definida como un grupo de instrumentos que están al alcance de los entes encargados de promocionar el comercio, autorizando el manejo, la modificación, la alteración gradualmente de las relaciones comerciales de un país con otro.

Para La Cámara de Comercio de Bogotá (2012), se define como “el conjunto de actividades, estrategias, medidas e instrumentos, que se espera permitan incrementar y diversificar las exportaciones” (p. 3). Del mismo modo, se denomina a las políticas de promoción como el mecanismo que permite a un país incrementar y diversificar las exportaciones. (Vergara, 2016, p. 135)

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016), define:

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 como el sector



exportador aproveche dicho acceso. Asimismo, aspectos tales como innovación, movilidad de factores, transferencia de conocimientos y un adecuado clima de negocios son fundamentales para asegurar una mayor diversificación del comercio exterior Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2016, párr.1).

Del mismo modo, las políticas de promoción de las exportaciones son realizadas mediante los siguientes mecanismos:

- Ferias internacionales: Para la Cámara de Comercio de Bogotá (2016), son espacios de comercio para que los empresarios obtengan la oportunidad de exhibir y comercializar sus productos y servicios, y al mismo tiempo conseguir contactos potenciales de compradores, vincularse con la competencia, conocer la actualidad de los mercados y nuevos productos. Por otro lado, para participar en una feria internacional es necesario realizar acertadamente los preparativos y una correcta planificación.

- Acuerdos comerciales: de acuerdo con Kugman, Olney y Wells (2008), “son tratados por los que un país se compromete a aplicar políticas menos proteccionistas frente a las exportaciones de otros países y, a cambio, los otros países también se comprometen a hacer lo mismo con las exportaciones de este país” (p. 26). Del mismo modo, hoy en día el Perú cuenta con una ampliada red de Acuerdos Comerciales, los que permiten generar oportunidades para desarrollar la oferta exportable; colocando a esta nación como atractivo para realizar inversiones en nuevos sectores que no han sido explotados.

-Drawback o Restitución de Derechos Arancelarios: para Flores e Hidalgo (2009), es definido como “un régimen aduanero de perfeccionamiento activo, consistente en la devolución de los derechos arancelarios pagados por los insumos usados para producir una mercancía que se va a exportar, dirigido a promover las exportaciones”. (p.40)

Siguiendo con las bases teóricas, ahora se presentan las correspondientes a la competitividad empresarial. Son descritas de esta manera:

Competitividad, significa una fortaleza económica que tiene una empresa en relación a sus competidores en una economía de mercado global en la cual los bienes, servicios, personas, habilidades e ideas se mueven libremente a través de las fronteras geográficas (Murtha y Ann Leway, s.f.). Por otro lado, para Barreto (2018), la competitividad es la capacidad de las empresas para generar servicios y productos de los cuales se obtendrán ganancia y rentabilidad, de modo que los consumidores estén dispuestos a comprar a cierta empresa prefiriéndola sobre sus competidores.

Según Ivancevich y Lorenzi (1997), la competitividad es la medida en que un país, regido con condiciones de mercado libre y leal, se encuentra en capacidad de producir bienes y servicios que puedan sobrepasar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun incrementando al mismo tiempo, la renta real de sus ciudadanos. Por lo tanto, la competitividad de una empresa es su capacidad para proveer bienes y servicios igual o más eficaz y eficiente que sus competidores. (Enright, Francés y Scoot, 1994)

Asimismo, se encuentran los factores dentro de la competitividad empresarial, son los presentados a continuación:

- Gestión financiera: Para Córdova (2012), se entiende por finanzas a “la totalidad de actividades que se relacionan con el intercambio y manejo de capital” (p.19). Por lo tanto, la gestión financiera es la encarga del análisis de las decisiones y acciones involucradas con los medios financieros necesarios en las actividades de las organizaciones. Por otro lado, se sabe que las principales y necesarias formas para realizar una correcta gestión financiera es en primera instancia a través de la realización de estados financieros; asimismo también existen otras herramientas que se emplean como el financiamiento externo.

- Comercio electrónico: Malca (2001), lo define como la utilización las tecnologías de la informática y las telecomunicaciones, que permiten las transacciones de productos o servicios entre las empresas. Asimismo, para Cangas y Guzmán (2010), se entiende como la ejecución de tecnologías digitales para beneficiar a las actividades de comercio dirigidas a alcanzar la adquisición de rentabilidad y retención de clientes. Por otro lado, para medir su eficacia se necesita considerar los siguientes factores: la efectividad de la atracción de clientes a la página web empleando métodos de promoción en línea; la utilidad para los clientes acerca de la página web considerando al contenido y al diseño del sitio web; adaptar contenido correctamente al público objetivo y la satisfacción de las necesidades de los clientes a través de suministrar dialogo interactivo.

- Tamaño de la empresa: según Jiménez (2006) el tamaño de la organización es la medida de la relación entre la remuneración y el número de trabajadores, consideradas necesarias para una mejor productividad.

Culminando con la teoría, tenemos que el concepto que corresponde a las exportaciones es, según Vergara (2012), los bienes producidos o adquiridos por una compañía de nuestro país enviado posteriormente al extranjero; de esta manera, estas compañías podrían iniciar su participación en el comercio internacional. En otras palabras, las empresas introducidas en operaciones internacionales de comercio lo realizan con la intención de aumentar sus ingresos de ventas, encontrar y diversificar nuevos mercados en el exterior.

En este sentido, es pertinente dar las definiciones conceptuales, partiendo con las políticas de promoción de las exportaciones, definidas como “el conjunto de herramientas que se encuentran al alcance de los entes responsables de promover el comercio, que permiten el manejo, la modificación, la alteración gradualmente de las relaciones comerciales de un país con otro”. (Padilla, 2008, p.12).

Del mismo modo, para La Cámara de Comercio de Bogotá (2012), es “el conjunto de actividades, estrategias, medidas e instrumentos, que se espera permitan incrementar y diversificar las exportaciones”. (p.3)

En consecuencia, se incluye a las Ferias internaciones, definidas como “instrumentos de promoción que internacionalizan productos locales, nacionales de uno o más sectores en un mismo lugar y a un mismo tiempo”. (Rodríguez, 2016, p. 7)

También tenemos a los Acuerdos comerciales que, de acuerdo con Kugman, Olney & Wells (2008)), “son tratados por los que un país se compromete a aplicar políticas menos proteccionistas frente a las exportaciones de otros países y, a cambio, los otros países también se comprometen a hacer lo mismo con las exportaciones de este país”.

Por otro lado, está la Competitividad, la que significa una fortaleza económica que tiene una empresa con respecto a sus competidores en una economía de mercado

global en la cual los bienes, servicios, personas, habilidades e ideas se mueven libremente a través de las fronteras geográficas (Murtha & Ann Leway, s.f.). En consecuencia, se va a calificar a la gestión financiera, la encarga de analizar las decisiones y acciones que tienen que ver con los medios financieros necesarios en las tareas de las organizaciones. (Córdova, 2012)

Al mismo tiempo se toma en cuenta al comercio electrónico, con una definición amplia y precisa, es el uso de las tecnologías de la informática y las telecomunicaciones, que permiten las transacciones de productos o servicios interempresarial. (Malca, 2001, p.37)

También se considera al tamaño de la empresa, para Jiménez (2006), se va a determinar con la cantidad de trabajadores y el rango de la estructura salarial.

La presente tesis tiene como finalidad presentar evidencia recolectada en campo para hallar la relación de las Políticas de Promoción de las Exportación y la competitividad empresarial en las pymes de la región de la Libertad, pero enfocado específicamente en las que participan en el mercado internacional (exportadoras). Sector de gran importancia dentro de nuestra región y que participa directamente en el movimiento económico del país. En un marco general, es importante mencionar que la crisis actual para noviembre del 2020, ha disminuido un 12.5% del total de exportaciones de las empresas peruanas (Gestión, 2020). Por lo tanto, se pretende demostrar que tanto van de la mano estos mecanismos con la competitividad de estas empresas.

Por otro lado, la línea de investigación de esta tesis pertenece a la gestión empresarial. Alineado con el objetivo de desarrollar una propuesta que permite mejorar la eficiencia de las actividades de estas empresas en el ámbito comercial, lo que va a

permitir el desarrollo integral de la sociedad partiendo desde una perspectiva económica y social.

En consecuencia, partiendo con todo lo mencionado en los párrafos anteriores, la presente investigación busca determinar la relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en las Pymes exportadoras de la región de La Libertad, 2020.

## **1.2. Formulación del problema**

¿De qué manera las políticas de promoción de las exportaciones se relacionan con la competitividad empresarial en las Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en las Pymes exportadoras de la Región de La Libertad, 2020.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Determinar si la participación en ferias internacionales se relaciona con la competitividad empresarial en las Pymes exportadoras de la Región La Libertad 2020.

- Determinar si lo acuerdos comerciales se relacionan con la competitividad empresarial en las Pymes exportadores de la Región La Libertad 2020.

## **1.4. Hipótesis**

### **1.4.1. Hipótesis general**

H1: Existe relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad en las Pyme exportadoras de la región de La Libertad, 2020.

H0: No existe relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad en las Pyme exportadoras de la región de La Libertad, 2020.

### **1.4.2. Hipótesis específicas**

Indicar las hipótesis específicas.

- Existe relación participación en ferias internacionales se relaciona con la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la Región La Libertad 2020.
- Existe relación entre los acuerdos comerciales y la competitividad empresarial de las Pyme exportadoras de la Región La Libertad 2020.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA**

### **2.1. Tipo de investigación**

La presente investigación fue de tipo correlacional ya que tuvo como objetivo general lograr determinar el grado de relación existente entre las dos variables de estudio (Marroquín Peña, 2012) ; se caracterizaron porque primero se midieron las variables y luego, mediante prueba de hipótesis correlacional y la aplicación de técnicas estadísticas se estimó la correlación.

De característica cuantitativa, ya que se limitó a recopilar y presentar resultados cuantificables de la realidad sin ninguna clase de experimentación (no experimental), el cual permitió finalmente describir información de la muestra de la población seleccionada.

Para profundizar los estudios de correlación, siempre se encontró el comportamiento de una variable de investigación con respecto a la otra. Es decir, para tratar predecir el valor aproximado que obtuvo un grupo de individuos (pymes exportadoras de La Libertad), en una variable, partiendo del valor que ha tenido en la variable relacionada.

Se puede decir, que la utilidad y el propósito principal de los estudios correlaciones son encontrar cómo se pudo comportar la primera variable, conociendo el comportamiento de la segunda.

Específicamente para esta investigación se ha tenido el interés de llegar a describir y declarar la relación existente entre las variables de esta tesis; estas correspondieron a las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial. Siendo más precisos, se partió a través de los objetivos específicos, que buscaron describir la relación entre las dimensiones de la primera variable (ferias internacionales y acuerdos comerciales), con respecto a la segunda variable investigada.



## 2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

La población de la presente investigación fue sacada de la descripción del título, todas las pymes de la Región La Libertad y que al mismo tiempo desarrollaron actividad en el comercio internacional, para ser más exactos, las dedicadas a exportar. En consecuencia, se consideraron a todas las que figuran en la base de datos de SUNAT hasta marzo del 2021 (última fecha que presentaron reportes).

Se encontró en los datos estadísticos presentados por SUNAT y ADEX Data Trade sobre la Región de La Libertad, en donde la población de las Pymes exportadoras fue de 68 empresas.

### Muestra:

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población (68)

Z: confianza 95% (1.96)

E: error 5%

P: probabilidad de éxito 50%

Q: probabilidad de fracaso 50%

El resultado de nuestro cálculo de la muestra (n) nos dio el número de empresas con las que aplicó nuestro instrumento de medición (encuesta); por lo tanto, la cantidad exacta fue de 59 Pymes. Estas son Pymes exportadoras que, además se encontraron en la Libertad.

El número de estas empresas fue calculado de las estadísticas de SUNAT y ADEX Data Trade, donde dio la cantidad exacta de Pymes dedicadas a la exportación dentro de esta región. Este tipo de empresa se ha caracterizado por contar con una cantidad de trabajadores entre 1 y 250. Esto representó la unidad de análisis de interés para esta investigación. En consecuencia, nos permitió calcular la muestra.

### **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

La técnica utilizada para desarrollar la presente investigación fue la encuesta. Esta consistió en desarrollarse a través de la formulación de preguntas estructuradas.

El instrumento que se empleó fue un cuestionario escrito, este fue definido como un conjunto de preguntas diseñadas con la finalidad de generar los datos necesarios para la investigación (Gates & Mc Daniels, 1999).

Los autores Festinger y Katz (1979) en Sánchez (2004), han definido a la encuesta como un proceso de recolección sistemática de datos de la población o muestras de la población que se necesita obtener mediante el uso de entrevistas. En adición, también mencionaron que una encuesta por muestreo es cuando solo se ha aplicado a una fracción que representativa de la población total.

Por su parte, acerca del muestreo probabilístico Pimienta (2000), nos menciona que tuvo como objetivo estudiar los métodos para seleccionar y observar una parte considerada representativa en la población seleccionada (muestra); con la finalidad de realizar inferencias sobre el total. Entonces, también se puede mencionar de una encuesta que utilizó un muestreo probabilístico tuvo solamente la intención de obtener un perfil estadístico de la población.

Dentro de este tipo de muestreo se aplicaron preguntas con respuesta a escala, estas se caracterizaron por ser de opción múltiple en donde sus opciones fueron diseñadas

para capturar la intensidad de la respuesta de los encuestados. Para profundizar, al término fue definido por Pimienta (2000), como un procedimiento para asignar números a las propiedades de los objetos en cuestión; el cual se refiere a un objeto de medición.

Específicamente, entre los tipos de escala que existen se ha empleado la denominada como escala de Likert, la cual contuvieron una serie de afirmaciones que expresaron actitudes que pudieron ser favor o desfavorables hacia el concepto de este estudio. Esto se refirió a aplicar preguntas en las cuales las respuestas han indicado el nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de ellas; después se dio una escala numérica con la que se llegó a determinar el grado de actitud favorable o no. Al finalizar se sumaron las calificaciones para medir la actitud de los encargados de responder cada encuesta.

En adición, se ha mencionado que las preguntas fueron alienadas con cada uno de los indicadores de las dimensiones de cada variable. En consecuencia, al pertenecer a una investigación correlacional, cada pregunta contó con calificaciones de la escala Likert (definitivamente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y definitivamente en desacuerdo).

Por otro lado, para la validez del instrumento, se consideró importante entre los teóricos que han estudiado la validez del contenido, a Tristán – López (2008), quien estableció que el índice de validación de contenido (IVC), está regido por la siguiente ecuación:

$$CVR = IVC =$$

*Por otro lado, se tiene el CVR corregido (CVR') está dado*

$$CVR =$$

Asimismo, para Tristán – López (2008), el valor mínimo CVR' para que un ítem pueda haberse integrado al instrumento o el banco de ítems es necesario que supere el 0.58%.

El proceso de recolección de datos será a través del instrumento ya mencionado, donde consistió en ir encuestar a los responsables administrativos de las Pymes exportadores de la región La Libertad.

#### **2.4. Procedimiento**

Ya se han expuesto las técnicas que existen en esta investigación para la obtención de la información correspondiente, sus características y en forma en que se llevaron a cabo. Para los fines de esta tesis, se decidió aplicar un cuestionario a escala, específicamente el de la escala de Likert. Las razones son que la información que hemos necesitamos recolectar es de tipo cuantitativo; debido a que fue necesario identificar la apreciación de nuestra muestra hacia nuestro tema de investigación. Para esto, anteriormente se definió lo que presentó nuestra muestra y población. En adición, se mencionó que las preguntas han sido de acuerdo a cada uno de los indicadores de las dimensiones de cada variable.

Con respecto al tratamiento y análisis de datos, se ha registrado cada respuesta de la encuesta aplicada a los encargados de cada una de las empresas en donde se describió la realidad en base de su contexto empresarial. Estas fueron registradas y trabajadas estadísticamente sin alteración alguna para su presentación. Precisamente para el caso de la escala de Likert se analizó cada una de las respuestas con su valor asignado a cada una de sus opciones; cada pregunta ha contado con calificaciones de la escala Likert (definitivamente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y definitivamente en desacuerdo).

## Consideraciones Éticas

Por otro lado, en las consideraciones éticas se comienza mencionando el respeto a los derechos de autor, tomando bibliografías de terceros, siempre respetándolos a través de las referencias utilizadas mediante las citas bibliográfica. Indecopi (2020), menciona que el derecho de autor es un sistema de protección que tuvo como fin el reconocimiento de un derecho de propiedad sobre un bien de carácter intelectual o intangible, a favor del creador de la obra.

Se respetó los derechos de autor, tomando bibliografías de terceros, siempre respetándolos a través de las referencias utilizadas mediante las citas bibliográfica.

Finalmente, se consideró garantizar en su totalidad el respeto y bienestar de cada encuestado. Asimismo, se está haciendo referencia al derecho de confidencialidad a la persona encargada de responder la encuesta a nombre de la empresa en la que labora. Jamieson (2020), mencionó que la confidencialidad se refiere al acuerdo establecido entre el investigador y el participante acerca de la manera en que se manejará, administrará y difundirá la información privada de identificación.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

### CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Para probar si las variables se asemejan a una distribución normal, se realizó la prueba de hipótesis Kolmogorov-Smirnov.

**Tabla 1 Prueba de Normalidad**

|   | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |    |      | Shapiro-Wilk |    |      |
|---|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
|   | Estadístico                     | gl | Sig. | Estadístico  | gl | Sig. |
| Políticas de promoción de las exportaciones | ,223                            | 59 | ,000 | ,832         | 59 | ,000 |
| Competitividad                              | ,199                            | 59 | ,000 | ,835         | 59 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Encuesta aplicada. Salida: SPSS Vrs. 26.0.

**H<sub>0</sub>:** Los datos provienen de una población normal.

**H<sub>1</sub>:** Los datos no provienen de una población normal.

**Decisión:**

Cuando valor  $p > 0.05$  Aceptamos la Hipótesis Nula

Cuando valor  $p < 0.05$  Rechazamos la Hipótesis Nula (se acepta la Hipótesis Alterna)

La prueba de Kolmogorov-Smirnov es un test estadístico empleado para contrastar la normalidad de un conjunto de datos ( $n \geq 50$ ). Sin embargo, el valor p de las variables en estudio es menor al nivel de significancia 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se concluye que los datos no provienen de una población normal motivo por el cual se optó por utilizar el coeficiente Rho de Spearman (prueba No paramétrica).

**Tabla 2**
**Relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020**

|              |  |        |                             | Políticas de promoción de las exportaciones | Competitividad |
|--------------|--|--------|-----------------------------|---|----------------|
| Rho Spearman | de Políticas de promoción de exportaciones | de las | Coefficiente de correlación | 1,000                                       | ,981**         |
|              |  |        | Sig. (bilateral)            | .   | ,000           |
|              |  |        | N                           | 59  | 59             |
|              | Competitividad                             |        | Coefficiente de correlación | ,981**                                      | 1,000          |
|              |  |        | Sig. (bilateral)            | ,000  | .              |
|              |  |        | N                           | 59  | 59             |

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

Fuente: Encuesta aplicada. Salida: SPSS Vrs. 26.0.

**Hipótesis Estadística:**

Hi: Existe relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020.

Ho: No existe relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020.

**Interpretación:** La tabla 1 se puede apreciar que el estadístico Rho de Spearman = 0.981 lo que indica que existe una fuerte correlación lineal positiva con un valor  $p = 0.000$ , el cual es menor al nivel de significancia ( $\alpha$ ) = 0.05. Por lo tanto, existe relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020.

**Tabla 3**
**Relación de la participación en ferias internacionales con la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020**

|                 |                              |                   |    | <b>Correlaciones</b>      |                |
|-----------------|------------------------------|-------------------|----|---------------------------|----------------|
|                 |                              |                   |    | Ferias<br>internacionales | Competitividad |
| Rho<br>Spearman | de Ferias<br>internacionales | Coeficiente<br>de | de | 1,000                     | ,950**         |
|                 |                              | correlación       |    |                           |                |
|                 |                              | Sig. (bilateral)  |    | .                         | ,000           |
|                 |                              | N                 |    | 59                        | 59             |
|                 | Competitividad               | Coeficiente<br>de | de | ,950**                    | 1,000          |
|                 |                              | correlación       |    |                           |                |
|                 |                              | Sig. (bilateral)  |    | ,000                      | .              |
|                 |                              | N                 |    | 59                        | 59             |

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

Fuente: Encuesta aplicada. Salida: SPSS Vrs. 26.0.

**Hipótesis Estadística:**

Hi: Existe relación entre la participación en ferias internacionales con la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020.

Ho: No existe relación entre la participación en ferias internacionales con la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020.

**Interpretación:** La tabla 2 se puede apreciar que el estadístico Rho de Spearman = 0.950 lo que indica que existe una fuerte correlación lineal positiva con un valor  $p = 0.000$ , el cual es menor al nivel de significancia ( $\alpha$ ) = 0.05. Por lo tanto, existe relación entre la participación en ferias internacionales con la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020.



**Tabla 4**
**Relación de los acuerdos comerciales con la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020**

|                 |                            |                   |    | <b>Correlaciones</b>    |                |
|-----------------|----------------------------|-------------------|----|-------------------------|----------------|
|                 |                            |                   |    | Acuerdos<br>Comerciales | Competitividad |
| Rho<br>Spearman | de Acuerdos<br>Comerciales | Coeficiente<br>de | de | 1,000                   | ,979**         |
|                 |                            | Correlación       |    |                         |                |
|                 |                            | Sig. (bilateral)  |    | .                       | ,000           |
|                 |                            | N                 |    | 59                      | 59             |
|                 | Competitividad             | Coeficiente<br>de | de | ,979**                  | 1,000          |
|                 |                            | Correlación       |    |                         |                |
|                 |                            | Sig. (bilateral)  |    | ,000                    | .              |
|                 |                            | N                 |    | 59                      | 59             |

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

Fuente: Encuesta aplicada. Salida: SPSS Vrs. 26.0.

**Hipótesis Estadística:**

Hi: Existe relación entre los acuerdos comerciales con la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020.

Ho: No existe relación entre los acuerdos comerciales con la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020.

**Interpretación:** La tabla 3 se puede apreciar que el estadístico Rho de Spearman = 0.979 lo que indica que existe una fuerte correlación lineal positiva con un valor  $p = 0.000$ , el cual es menor al nivel de significancia ( $\alpha$ ) = 0.05. Por lo tanto, existe relación entre los acuerdos comerciales con la competitividad empresarial en la Pymes exportadoras de la región de la Libertad, 2020.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

A partir de los hallazgos encontrados, aceptamos la hipótesis alternativa general que establece que existe relación entre las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial de las PYMEs exportadoras de la Región La Libertad. Estos resultados guardan relación con los obtenidos por Calderón y Fayos (2004) nos muestran que se comprobó la necesidad de la existencia de políticas de promoción de las exportaciones para impulsar el desarrollo exportador de las empresas en su sector. Por otro lado, Martínez (2011), menciona que el sistema de promoción de exportaciones del Caribe colombiano, pese a que sus programas y servicios se encuentran distribuidos entre los distintos organismos que operan en esta región, no están lo suficientemente orientados a las necesidades de las Pymes y no están utilizando mecanismos adecuados para su divulgación y conocimiento.

Con respecto al objetivo específico **de determinar la relación de la participación en ferias internacionales con la competitividad empresarial de las pymes exportadoras**, se obtuvo un alto grado de relación  $Rho: 0.950$ . Estos resultados son similares a los que encontró Valderrama (2018), donde concluyó la existencia de una relación directa entre la participación en ferias internacionales, de las empresas Pro Olivo con su desempeño (promoción del producto y nivel competitivo). Del mismo modo, Arreaga y Cali (2018) concluyeron que las grandes, medianas y pequeñas empresas deben de mejorar sus productos e innovarlos para que se logre impulsar aún más a las exportaciones y que así aporte al desarrollo del país.

En lo que respecta al objetivo específico **de determinar la relación entre los acuerdos comerciales con la competitividad empresarial de las pymes exportadoras**, se

acepta que existe una relación debido al alto grado obtenido en los resultados  $Rho: 0.979$ . Estos resultados guardan relación con los obtenidos por Ballesteros, Borja y Prieto (2017), quienes mencionan que las pymes en Colombia se han vuelto muy representativas en la generación de empleos en el país; aunque también indicaron que han tenido problemas internos, por parte de las entidades financieras y su restricción sobre los créditos a dichas empresas emergentes. Del mismo modo Choy (2010), indica que los acuerdos comerciales abren oportunidades para las empresas peruanas; dependiendo de su capacidad para aprovecharlas; las nuevas generaciones en el Perú encaran un escenario muy distinto al que ha vivido cualquier peruano o residente en nuestro país en el pasado; al mismo tiempo, nos dice que entre sus mayores dificultades enfrentadas por las pymes en países latinoamericanos es su baja capacidad administrativa y gestión gerencial en el área internacional y su limitado acceso a tecnologías, especialmente las referentes al comercio exterior.

Cabe mencionar algunas **limitaciones** encontradas. La presente tesis proporciona una investigación empírica mediante el estudio cuantitativo de las variables. De esta manera surgen limitaciones como la recolección de datos y aplicación del instrumento, principalmente a la escasa probabilidad de que las empresas puedan participar del estudio, ya que algunas prefieren no brindar o dar respuesta de la información para no exponer datos internos sobre ellas, e incluso inconvenientes de una rápida respuesta para su participación. Asimismo, existió dificultad de por parte de SUNAT con los datos de cada una de las empresas de la muestra seleccionada. De esta manera, se puede decir que las dificultades de pandemia y de tiempo estuvieron relacionadas, causando complicaciones precisamente para la presentación de los resultados.

Por otro lado, **las implicancias** prácticas de la presente investigación se refieren al aporte que da el obtener las apreciaciones dentro de las pymes de acuerdo al contexto que observan y entienden; mostrando los factores a mejorar para la competitividad que les

permitirá mejorar en su funcionamiento interno y así llegar en mejores condiciones a los mercados internacionales, apoyados de los mecanismos de promoción de las exportaciones que se realizan en el Perú. La Implicancia teórica de la investigación está basada en sumar una teoría más a lista de investigaciones relacionadas al estudio de las Pyme, enfocándose en aportar este conocimiento plasmado para sus mejoras internas y el alcance de mercados extranjeros. De esta manera, como implicancia metodológica, está aportar a la realización de futuros estudios donde se pueda brindar de referencia a la presente investigación, siendo posible repetir el mismo diseño metodológico, herramientas y procedimientos utilizados.

## **4.2 Conclusiones**

En esta tesis se determinó que existe relación entre las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en las Pymes exportadoras de la Región de La Libertad, debido a que existe una necesidad en realizar la promoción de estos mecanismos de inserción al comercio internacional para poder impulsar el desarrollo exportador de estas empresas.

Se pudo determinar que existe relación entre la participación en ferias intencionales y la competitividad empresarial de las pymes exportadoras de La Libertad, ya que es bastante importante obtener oportunidades mostrándose a posibles clientes internacionales que pueden permitir experimentar el roce del mercado internacional, permitiendo el desarrollo de las competencias de una pyme.

Se pudo determinar que existe relación entre los acuerdos comerciales y la competitividad empresarial de las pymes exportadoras de la región La Libertad, debido la posibilidad que trae consigo poder aprovechar un acuerdo comercial con un país del exterior, donde puede existir la probabilidad de llegar a cerrar contratos, expandir fronteras, crecer

como empresa y competir con mayores exigencias a las del mercado nacional, trayendo consigo mejorar la competitividad empresarial interna.

Ahora, lo que concierne a la validación de la hipótesis, se han identificado las apreciaciones y es posible confirmar que se cumplió con la hipótesis H1: "Existe relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad en las Pyme exportadoras de la región de La Libertad, 2020". Siendo las apreciaciones relacionadas a los antecedentes que mencionan considerar importante participar en una feria internacional y la presencia de acuerdos comerciales para el comercio de estas empresas, guardando relación con lo que corresponde a la competitividad empresarial.

## REFERENCIAS

- Aguilar, Saavedra, & Tapia. (2015). *La Competitividad Sistémica de la PYME del Distrito Federal, México*. Obtenido de Revista Faedpyme International Reviw: [https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=La+Competitividad+Sist%C3%A9mica+de+la+PYME+del+Distrito+Federal%2C+M%C3%A9xico&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=La+Competitividad+Sist%C3%A9mica+de+la+PYME+del+Distrito+Federal%2C+M%C3%A9xico&btnG=)
- Aguirre, P., Gil, C., & Gómez, J. (2018). *Propuesta de reforma al estatuto tributario municipal de santa rosa de cabal como impacto en la competitividad empresarial*. Obtenido de Revista EBSCO de la Universidad de Manizales: <https://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=01234072&AN=138353987&h=DG7aM8roILaoMGDMJXPCwXoDIPt6pXwk7g6tBaTaFpPrifYasLxtpiCsUDc%2b4%2ftiBY71uE36%2fZl4r5905HPy7A%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLo>
- Ampudia, & Molina. (2018). *Factores de competitividad empresarial en el sector comercial*. Obtenido de Revista electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología : <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/2249>
- Añaños, M., & Ferreros, G. (2015). *Las políticas de promoción de las exportaciones en la provincia de Santa Fe, período 2008-2011: entre avances institucionales innovadores y resultados limitados*. Obtenido de Universidad Nacional de Rosario: <http://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/5483>
- Aragón Sánchez, A., & Rubio Bañón, A. (2005). *Factores asociados con el éxito competitivo de las pyme industriales en España*. Obtenido de Universia Business: <file:///C:/Users/Alfredo/Downloads/Dialnet-FactoresAsociadosConElExitoCompetitivoDeLasPymeInd-1317676.pdf>
- Araoz, N. (2005). *Banco Interamericano de Desarrollo Departamento de Integración y Programas Regionales Divisió de Integración Comercio y Asuntos Hemisféricos*. Obtenido de [file:///C:/Users/Valentina%20Mayra/Downloads/Politica%20Comercial%20Araoz%20pg%2013%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Valentina%20Mayra/Downloads/Politica%20Comercial%20Araoz%20pg%2013%20(4).pdf)
- Arreaga, E., & Cali, Y. (2018). *Las ferias Internacionales y su incidencia en la competitividad de los productos Ecuatorianos*. Obtenido de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36349/1/Trabajo%20de%20titulacion%20de%20Estefania%20Arreaga-Yudy%20Cali.pdf>
- Ballesteros, S., Borja, J., & Prieto, D. (2017). *Acuerdos comerciales y competitividad, una lectura alternativa desde la nueva geografía económica*. Obtenido de Resvista Clío América: <http://oaji.net/articles/2017/3167-1534793427.pdf>
- Bogotá, C. d. (2012). *Instrumento de promoción de las exportaciones*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11183/1000001465.pdf?sequence=1>
- Bustos Medina, L., Etchebarne López, M., & Geldres Weiss, V. (2011). *Promocion de las exportaciones en el ámbito público: su impacto en el desempeñoexportador a nivel de la firma*. Obtenido de Redalyc: <https://www.readlyc.org/pdf/716/71618917002.pdf>
- Calderón, H., & Fayos, T. (2004). *Factores empresariales que influyen en las políticas de promoción de las exportaciones: Aplicación a la comunidad Valenciana*. Obtenido de Universidad de Valencia: <https://revistadyo.es/DyO/index.php/dyo/article/view/130>
- Chinchay, E., & Vera, K. (2017). *Estrategias de promoción para la exportación de joyas de plata de la empresa MCP Joyeros Perú S.A.C. al mercado de Miami 2017-2018*. Obtenido de Universidad de San Martín de Porres: <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2178774>
- Choy, E. (2010). *Competitividad de las micro y pequeñas empresas (mypes) ante los acuerdos comerciales*. Obtenido de Universidad Nacional Mayor de San Marcos: [http://ateneo.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2912/Quipukamayoc12v17n33\\_2010.pdf?sequence=1](http://ateneo.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2912/Quipukamayoc12v17n33_2010.pdf?sequence=1)

- Córdoba, M. (2012). *Gestión Financiera*. Obtenido de Ecoe Ediciones: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/12/Gestion-financiera-2da-Edici%C3%B3n.pdf>
- Dermuer, M., Gonzáles, L., & Ibarra, M. (2017). *Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*. Obtenido de Scielo: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5793716>
- Enright, M., Frances, A., & Scoot, E. (1994). *Venezuela, el reto de la competitividad*. Obtenido de Ediciones IESA: [http://agris.fao.org/agris-search/search.do;jsessionid=2044E93C7ED564EC782CE900366D50A1?request\\_locale=es&recordID=XF2015012160&sourceQuery=&query=&sortField=&sortOrder=&agrovocString=&advQuery=&centerString=&enableField=](http://agris.fao.org/agris-search/search.do;jsessionid=2044E93C7ED564EC782CE900366D50A1?request_locale=es&recordID=XF2015012160&sourceQuery=&query=&sortField=&sortOrder=&agrovocString=&advQuery=&centerString=&enableField=)
- Espino Vargas, E. (2005). *Estrategia de ensecón en la nueva tecnología para las pyme en el Perú*. Obtenido de Universidad Nacional de Trujillo: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5934/Tesis%20Doctorado%20-%20Pedro%20Espino%20Vargas.pdf?sequence=1>
- Falcón, J. (2016). *Políticas de Promoción al Comercio y su efecto en las Exportaciones de cacao en el Departamento de Piura, Perú, periodo 2012-2015*. Obtenido de Universidad César Vallejo: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/381>
- Flores, A., & Hidalgo, M. (2009). *El drawback como mecanismo de promoción de las exportaciones*. Obtenido de Universidad Nacional Mayor de San Marcos: <http://200.62.146.19/Bibvirtual/Publicaciones/quipukamayoc/2009/pdf/a05v16n32.pdf>
- Gates, R., & Mc Daniels, C. (1999). *Investigación de mercados contemporánea*. Obtenido de Editorial International Thompson : [https://books.google.com.pe/books/about/Investigaci%C3%B3n\\_de\\_mercados\\_contempor%C3%A1ne.html?hl=es&id=M4BKOWAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Investigaci%C3%B3n_de_mercados_contempor%C3%A1ne.html?hl=es&id=M4BKOWAACAAJ&redir_esc=y)
- Gestión*. (2020). Obtenido de Número exportadoras disminuyó 12.5% a noviembre, debido a la pandemia: <https://gestion.pe/economia/numero-exportadoras-disminuyo-125-a-noviembre-debido-a-la-pandemia-noticia/>
- Ivancevich, J., & Lorenzi, P. (1997). *Gestión de la calidad y competitividad.eda. Edición*. Obtenido de McGraw-Hill: <https://www.casadellibro.com/libro-gestion-calidad-y-competitividad/9788448108489/574784>
- Jiménez, M. (2006). *Modelo de Competitividad Empresarial*. Obtenido de file:///C:/Users/Alfredo/Downloads/Dialnet-ModeloDeCompetitividadEmpresarial-2263196.pdf
- Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. L. (2008). *Fundamentos de economía*. Obtenido de Reverté: [https://books.google.com.pe/books?hl=en&lr=&id=MF8sETKKD7EC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Krugman,+Paul+R.+%3B+Olney,+Martha+L.+y+Wells,+Robin.+Fundamentos+de+econom%C3%ADa.+Revert%C3%A9,+2008.&ots=odxo5d3-2U&sig=UYpXvNMNgQ\\_urqlpcJ9wazi7lc#v=onepage&q=Krugman%2C%20Pau](https://books.google.com.pe/books?hl=en&lr=&id=MF8sETKKD7EC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Krugman,+Paul+R.+%3B+Olney,+Martha+L.+y+Wells,+Robin.+Fundamentos+de+econom%C3%ADa.+Revert%C3%A9,+2008.&ots=odxo5d3-2U&sig=UYpXvNMNgQ_urqlpcJ9wazi7lc#v=onepage&q=Krugman%2C%20Pau)
- Malca, O. (2001). *Comercio Electrónico*. Obtenido de Universidad del Pacífico: <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/76/AE40.pdf?sequence=1>
- Marroquín Peña, R. (2012). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Universidad Nacional Educación Enrique Guzmán y Valle : [http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf)
- Martínez Carazo, P. C. (2011). *Influencia en la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes. Un estudio de caso*. Obtenido de Revista científica pensamiento: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3513/2247>
- MINCETUR. (2016). *Informe de Transferencia de Gestión*. Obtenido de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/institucional/transferencia\\_gestion/Informe\\_Transferencia\\_Gestion.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/institucional/transferencia_gestion/Informe_Transferencia_Gestion.pdf)
- Moreno, M. (2017). *Políticas de promoción del estado peruano para las exportaciones 2004-2016*. Obtenido de Universidad César Vallejo: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1850>

- Murtha, T. P., & Ann Leway, S. (s.f.). *Country capabilities and the strategic state: How national political institutions affect multinational corporations' strategies*. Obtenido de Strategic management journal: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.4250151008>
- Murtha, T. P., & Ann Leway, S. (s.f.). *Country capabilities and the strategic state: How national political institutions affect multinational corporations' strategies*. Obtenido de Strategic management journal: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.4250151008>
- Padilla. (2008). *Política Comercial*. Obtenido de Zona económica: <https://www.zonaeconomica.com/politica-comercial>
- Paulise, L. (2015). *8 factores por los que fracasan el 90% de las Pyme*. Obtenido de Destino Negocio: <https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/8-factores-fracasan-90-pyme/>
- Pimienta Lastra, R. (2000). *Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas*. Obtenido de Universidad Autónoma Metropolitana Unidad: <https://www.redalyc.org/pdf/267/26701313.pdf>
- Rodríguez Sáenz, D. (2016). *Cómo participar exitosamente en ferias internacionales*. Obtenido de Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura: <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/2653/1/BVE17038731e.pdf>
- Rojas, E. (2018). *La información financiera para optimizar la competitividad de las mypes del Sector Comercial de Cajamarca 2016*. Obtenido de Universidad Nacional de Cajamarca: <http://190.116.36.86/handle/UNC/2487>
- Ruíz, B., & Trinidad, Y. (2017). *Efecto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la competitividad internacional de las pymes agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana y C*. Obtenido de Universidad San Ignacio de Loyola: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2682>
- Ticala, L. (2013). *La competitividad frente a la estructura de las PYMES en Juliaca año 2012” de la Universidad Nacional del Altiplano en Perú*. Obtenido de Universidad Nacional del Altiplano: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/5578>
- Valderrama, L. (2018). *Relació entre la participación en ferias internacionales y el desempeño de las empresas asociadas en Pro Olivo 2016 - 2017*. Obtenido de Universidad de Tacna: <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/882/Valderrama-Perez-Lucio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vergara, N. (2012). *Marketing y Comercialización Internacional (2.a ed.)*. Colombia: Ecoe Ediciones.



## ANEXOS

**ANEXO n°1. Tabla 5. Matriz de consistencia**

| <b>Problema de investigación</b>  | <b>Objetivos</b>   | <b>Hipótesis</b>  | <b>Metodología</b>   |
|---|--|---|--|
| ¿De qué manera se relacionan las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en las Pymes exportadoras de la región de La Libertad, 2020? | <b>Objetivo General:</b><br>Determinar la relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en las Pymes exportadoras de la región de La Libertad, 2019.   | <b>Hipótesis General:</b><br>Existe relación de las políticas de promoción de las exportaciones y la competitividad empresarial en las Pyme exportadoras de la región de La Libertad, 2020.   | <b>Tipo de Investigación:</b><br>La presente investigación es cuantitativa, se debe a que se limita a la presentación de los resultados de la realidad sin ninguna clase de experimentación (no experimental) y es correlacional ya que busca lograr determinar la relación entre las dos variables de este estudio. |
|   | <b>Objetivos Específicos:</b><br>Determinar si la participación en ferias internacionales se relaciona con la competitividad empresarial de las pymes exportadoras de la región La Libertad, 2020.<br><br>Determinar si los acuerdos comerciales se relacionan con la competitividad empresarial de las pymes exportadoras de la región La Libertad, 2020. | <b>Hipótesis Específicas:</b><br>Existe relación entre la participación en ferias internacionales con la competitividad empresarial de las pymes exportadoras de región de La Libertad, 2020.<br><br>Existe relación entre los acuerdos comerciales y la competitividad empresarial de las pymes exportadoras de la región La Libertad, 2020. | <b>Población:</b><br>La población se encontró de los datos estadísticos presentados por SUNAT y ADEX Data Trade sobre la región de La Libertad, 68 pymes exportadoras<br><br><b>Muestra:</b><br>59<br><br><b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</b><br>Técnica: Encuesta<br>Instrumento: Cuestionario. |

Fuente: Elaboración Propia.

**ANEXO n°2. Tabla 6. Matriz de operacionalización de Variable independiente**

| VARIABLE   | DEFINICIÓN<br>CONCEPTUAL   | DEFINICIÓN<br>OPERACIONAL   | DIMENSIONES            | INDICADORES   |
|--|--|---|------------------------|---|
| <b>Políticas de<br/>promoción de<br/>las<br/>exportaciones</b> | Se denomina a las políticas de promoción como el mecanismo que permite a un país incrementar y diversificar las exportaciones. (Vergara, 2016) | El conjunto de actividades, estrategias, medidas e instrumentos, que se espera permitan incrementar y diversificar las exportaciones. (Bogotá, Instrumento de promoción de las exportaciones, 2012) | Ferias internacionales | -Importancia de Participación (p.1)<br>-Importancia de búsqueda de contactos (p.2)<br>-Difusión de ferias internacionales (p.3)<br>-Conocimiento de inglés (p.4)<br>-Ruedas de negocios (p.5)<br>-Expansión de mercados (p.6) |
|  |  |   | Acuerdos Comerciales   | -Crecimiento de exportaciones (p.7)<br>-Capacidad productiva (p.8)<br>-Nivel de requisitos para el acceso a comercio internacional (p.9)<br>-Importancia del envío de muestras (p.10)   |

Fuente: Elaboración Propia.

**ANEXO n°3. Tabla 7. Matriz de operacionalización de Variable dependiente**

| VARIABLE              | DEFINICIÓN<br>CONCEPTUAL   | DEFINICIÓN<br>OPERACIONAL   | DIMENSIONES          | INDICADORES  |
|-----------------------|--|---|----------------------|--|
| <b>Competitividad</b> | Significa una fortaleza económica que tiene una empresa con respecto a sus competidores en una economía de mercado global en la cual los bienes, servicios, personas, habilidades e ideas se mueven libremente a través de las fronteras geográficas. (Murtha & Ann Leway, s.f.) | Operacionalmente se refiere a la capacidad que tiene una empresa utilizando sus propios recursos para desenvolverse al medirse contra el resto, esperando generar alguna ventaja. | Gestión Financiera   | -Solvencia económica y financiera (p.11)<br>-Acceso al financiamiento bancario (p.12)<br>-Posible alternativa de financiamiento de exportaciones (p.13)<br>-Uso de financiamiento internacional (p.16)<br>-Riesgo de deudas con entidades financieras (p.14)<br>-Efecto de endeudamiento. (p.15) |
|                       |  |   | Comercio electrónico | -Uso de comercio electrónico. (p.17)<br>-Importancia del uso de redes sociales. (p.18,19)<br>-Importancia del uso de página web. (p.20,21)   |
|                       |  |   | Tamaño de la empresa | -Cantidad de trabajadores (p. 22)<br>-Estructura salarial. (p. 23,24)  |

Fuente: Elaboración Propia.

**ANEXO n°4. Cuestionario**

**"RELACIÓN DE LA POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES Y LA  
 COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS PYMES EXPORTADORAS DE LA REGIÓN DE LA  
 LIBERTAD, TRUJILLO 2021"  
 MODELO ENCUESTA**

**Estimado Sr.:**

Buen día

Como parte de una tesis para obtener el grado de Licenciado le pedimos su colaboración para que luego de un riguroso **análisis de los ítems de la encuesta** mostrados, marque con un aspa el casillero que considera conveniente de acuerdo con su criterio y experiencia como cliente.

Para cada pregunta se considera la escala de Likert donde:

| a                     | B          | c           | d             | e                        |
|-----------------------|------------|-------------|---------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Indiferente | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo |

| N° | PREGUNTAS DE LA ENCUESTA  |
|----|---|
|    | <b>VARIABLE: POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES</b>  |
| 1. | <b>¿Considera usted importante participar en ferias internacionales como pyme exportadora de la región de la libertad, Trujillo 2021?</b><br>a. Totalmente de acuerdo<br>b. De acuerdo<br>c. Indiferente<br>d. En desacuerdo<br>e. Totalmente en desacuerdo                   |
| 2  | <b>¿Considera usted importante la búsqueda de contactos en las ferias internacionales como pyme exportadora de la región de la libertad, Trujillo 2021?</b><br>a. Totalmente de acuerdo<br>b. De acuerdo<br>c. Indiferente<br>d. En desacuerdo<br>e. Totalmente en desacuerdo |
| 3  | <b>¿Considera usted importante la difusión de las ferias internacionales como pyme exportadora de la región de la libertad, Trujillo 2021?</b><br>a. Totalmente de acuerdo<br>b. De acuerdo<br>c. Indiferente<br>d. En desacuerdo<br>e. Totalmente en desacuerdo              |

|          |  |
|----------|--|
| <b>4</b> | <b>¿Considera usted importante el conocimiento del inglés en las ferias internacionales como pyme exportadora de la región de la libertad, Trujillo 2021?</b>                            |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |
| <b>5</b> | <b>¿Considera usted importante la rueda de negocios en las ferias internacionales como pyme exportadora de la región de la libertad, Trujillo 2021?</b>                                  |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |
| <b>6</b> | <b>¿Considera usted la expansión de mercado en las ferias internacionales?</b>   |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |
| <b>7</b> | <b>¿Considera usted el crecimiento de las exportaciones mediante los acuerdos comerciales?</b>   |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |
| <b>8</b> | <b>¿Cuenta con capacidad productiva para un acuerdo comercial?</b>   |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
|  |   |
| <b>9</b>   | <b>¿Cuenta con los requisitos para el acceso al comercio internacional como pyme?</b>     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |   |
| <b>10</b>  | <b>¿Considera importante el envío de muestras en un acuerdo comercial?</b>                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |   |
| <b>VARIABLE: COMPETITIVIDAD</b>  |   |
| <b>11</b>  | <b>¿La empresa cuenta con solvencia económica y financiera positiva como pyme?</b>        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |   |
| <b>12</b>  | <b>¿La empresa cuenta con acceso financiero bancario como pyme?</b>                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |   |
| <b>13</b>  | <b>¿La empresa cuenta con posible alternativa de financiamiento de las exportaciones?</b> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> </ul>                                      |   |

|  |  |
|--|--|
| e. Totalmente en desacuerdo  |  |
| <b>14</b>  | <b>¿La empresa cuenta con riesgos de deudas con identidades financieras?</b> |
| a. Totalmente de acuerdo<br>b. De acuerdo<br>c. Indiferente<br>d. En desacuerdo<br>e. Totalmente en desacuerdo |  |
| <b>15</b>  | <b>¿La empresa cuenta con posible efecto de endeudamiento?</b>               |
| a. Totalmente de acuerdo<br>b. De acuerdo<br>c. Indiferente<br>d. En desacuerdo<br>e. Totalmente en desacuerdo |  |
| <b>16</b>  | <b>¿La empresa cuenta con posible uso de financiamiento internacional?</b>   |
| a. Totalmente de acuerdo<br>b. De acuerdo<br>c. Indiferente<br>d. En desacuerdo<br>e. Totalmente en desacuerdo |  |
| <b>17</b>  | <b>¿La empresa desarrollo el comercio electrónico actualmente?</b>           |
| a. Totalmente de acuerdo<br>b. De acuerdo<br>c. Indiferente<br>d. En desacuerdo<br>e. Totalmente en desacuerdo |  |
| <b>18</b>  | <b>¿Considera usted importante el uso de redes sociales?</b>                 |
| a. Totalmente de acuerdo<br>b. De acuerdo<br>c. Indiferente<br>d. En desacuerdo<br>e. Totalmente en desacuerdo |  |


|  |  |
|--|--|
|  |  |
| <b>19</b>  | <b>¿La empresa desarrolla actualmente el uso de redes sociales?</b>                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |  |
| <b>20</b>  | <b>¿Considera usted importante el uso de la página web?</b>                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |  |
| <b>21</b>  | <b>¿La empresa desarrolla actualmente uso de la página web?</b>                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |  |
| <b>22</b>  | <b>¿La empresa cuenta con la cantidad de trabajadores adecuada para sus funciones?</b> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |  |
| <b>23</b>  | <b>¿La empresa cuenta con una estructura salarial adecuada en el mercado?</b>          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Totalmente de acuerdo</li> <li>b. De acuerdo</li> <li>c. Indiferente</li> <li>d. En desacuerdo</li> <li>e. Totalmente en desacuerdo</li> </ul> |  |



|    |  |
|----|--|
|    |  |
| 24 | <b>¿La empresa cuenta con reconocimiento salariales a sus colaboradores?</b>   |
|    | <ul style="list-style-type: none"><li>a. Totalmente de acuerdo</li><li>b. De acuerdo</li><li>c. Indiferente</li><li>d. En desacuerdo</li><li>e. Totalmente en desacuerdo</li></ul> |

## ANEXO n5°. Validación de expertos



| <b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS</b>   |   |   |    |               |
|---|---|---|----|---------------|
| <b>Título de la investigación:</b>  | "RELACIÓN DE LA POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS PYMES EXPORTADORAS DE LA REGIÓN DE LA LIBERTAD, TRUJILLO 2021" |   |    |               |
| <b>Línea de investigación:</b>  |   |   |    |               |
| <b>El instrumento de medición pertenece a las variables:</b>  | Políticas de promoción de las exportaciones y Competitividad  |   |    |               |
| <p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p> |   |   |    |               |
| Items   | Preguntas   | Aprecia   |    | Observaciones |
|   |   | SÍ  | NO |               |
| 1   | ¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?  | X   |    |               |
| 2   | ¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?   | X   |    |               |
| 3   | ¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?   | X   |    |               |
| 4   | ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?   | X   |    |               |
| 5   | ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?  | X   |    |               |
| 6   | ¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?   | X   |    |               |
| 7   | ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?   | X   |    |               |
| 8   | ¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?   | X   |    |               |
| 9   | ¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?   | X   |    |               |
| 10  | ¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?  | X   |    |               |
| 11  | ¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?   | X   |    |               |
| <b>Sugerencias:</b>   |   |   |    |               |
| Todo conforme.  |   |   |    |               |
|   |   | <br>_____<br>Firma del Experto |    |               |
| Nombre completo: <b>Luis Alfredo Mantilla Rodriguez</b><br>DNI: <b>18066188</b><br>Profesión: <b>Ingeniero Industrial – CIP 193995</b><br>Grado: <b>Magister</b>  |   |   |    |               |



**MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <b>Título de la Investigación:</b>                           | "RELACIÓN DE LA POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS PYMES EXPORTADORAS DE LA REGIÓN DE LA LIBERTAD, TRUJILLO 2021" |  |  |
| <b>Línea de Investigación:</b>                               |   |  |  |
| <b>El instrumento de medición pertenece a las variables:</b> | Políticas de promoción de las exportaciones y Competitividad  |  |  |

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

| Items | Preguntas   | Aprecia |    | Observaciones |
|-------|---|---------|----|---------------|
|       |   | SÍ      | NO |               |
| 1     | ¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?  | X       |    |               |
| 2     | ¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?                                 | X       |    |               |
| 3     | ¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?                                   | X       |    |               |
| 4     | ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?                         | X       |    |               |
| 5     | ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?  | X       |    |               |
| 6     | ¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?   | x       |    |               |
| 7     | ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?     | X       |    |               |
| 8     | ¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?                                   | X       |    |               |
| 9     | ¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?   | X       |    |               |
| 10    | ¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?  | X       |    |               |
| 11    | ¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos? | X       |    |               |

**Sugerencias:**  
Revisar ortografía

  
**Carmen Alda Saldaña Chang**  
 ING. INDUSTRIAL  
 R. CIP. N° 194878

Firma del Experto

Nombre completo: Carmen Saldaña Chang  
 DNI: 18139724  
 Profesión: Ingeniero Industrial  
 Grado: Post - grado

| <b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS</b>   |   |   |    |               |
|---|---|---|----|---------------|
| <b>Título de la investigación:</b>  |   | "RELACIÓN DE LA POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS PYMES EXPORTADORAS DE LA REGIÓN DE LA LIBERTAD, TRUJILLO 2021" |    |               |
| <b>Línea de investigación:</b>  |   |   |    |               |
| <b>El instrumento de medición pertenece a las variables:</b>  |   | Políticas de promoción de las exportaciones y Competitividad  |    |               |
| <p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p> |   |   |    |               |
| Ítems   | Preguntas   | Aprecia   |    | Observaciones |
|   |   | SÍ  | NO |               |
| 1   | ¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?  | X   |    |               |
| 2   | ¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?                                 | X   |    |               |
| 3   | ¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?                                   | X   |    |               |
| 4   | ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?                         | X   |    |               |
| 5   | ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?  | X   |    |               |
| 6   | ¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?   | X   |    |               |
| 7   | ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?     | X   |    |               |
| 8   | ¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?                                   | X   |    |               |
| 9   | ¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?   | X   |    |               |
| 10  | ¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?  | X   |    |               |
| 11  | ¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos? | X   |    |               |
| <b>Sugerencias:</b>   |   |   |    |               |
| Nombre completo: <b>Julio César Cubas Rodríguez</b><br>DNI: <b>17864776</b><br>Profesión: <b>Ingeniero Industrial – CIP : 44602</b><br>Grado: <b>Maestro</b>  |   | <br>_____<br>Firma del Experto   |    |               |

**ANEXO n6° Tabla 8. Validación por el criterio del juicio de expertos**

| Dimensiones            | Ítems   | Esencial | Útil/No Importante | Valor de CVR | CVR   | Resultado del ítem | Promedio Dimensional | Condición final de la dimensión |
|------------------------|---|----------|--------------------|--------------|-------|--------------------|----------------------|---------------------------------|
| Ferias Internacionales | 1. ¿Considera usted importante participar en ferias internacionales como pyme exportadora de la región de la libertad, Trujillo 2021?                     | 3        | 0                  | 1.000        | 1.000 | Habilitado         | 1.000                | Habilitado                      |
|                        | 2. ¿Considera usted importante la búsqueda de contactos en las ferias internacionales como pyme exportadora de la región de la libertad, Trujillo 2021?   | 3        | 0                  | 1.000        | 1.000 | Habilitado         |                      |                                 |
|                        | 3. ¿Considera usted importante la difusión de las ferias internacionales como pyme exportadora de la región de la libertad, Trujillo 2021?                | 3        | 0                  | 1.000        | 1.000 | Habilitado         |                      |                                 |
|                        | 4. ¿Considera usted importante el conocimiento del inglés en las ferias internacionales como pyme exportadora de la región de la libertad, Trujillo 2021? | 3        | 0                  | 1.000        | 1.000 | Habilitado         |                      |                                 |
|                        | 5. ¿Considera usted importante la rueda de negocios en las ferias internacionales como pyme exportadora de la   | 3        | 0                  | 1.000        | 1.000 | Habilitado         |                      |                                 |

|                      |  |   |   |       |       |            |       |            |
|----------------------|--|---|---|-------|-------|------------|-------|------------|
|                      | región de la libertad,<br>Trujillo 2021?   |   |   |       |       |            |       |            |
|                      | 6. ¿Considera usted la expansión de mercado en las ferias internacionales?             | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
| Acuerdos Comerciales | 7. ¿Considera usted el crecimiento de las exportaciones en acuerdos comerciales?       | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado | 1.000 | Habilitado |
|                      | 8. ¿Cuenta con capacidad productiva para acuerdos comerciales?                         | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
|                      | 9. ¿Cuenta con los requisitos para el acceso al comercio internacional como pyme?      | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
|                      | 10. ¿Considera importante el envío de muestras para acuerdos comerciales?              | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
| Gestión Financiera   | 11. ¿La empresa cuenta con solvencia económica y financiera positiva como pyme?        | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado | 1.000 | Habilitado |
|                      | 12. ¿La empresa cuenta con acceso financiero bancario como pyme?                       | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
|                      | 13. ¿La empresa cuenta con posible alternativa de financiamiento de las exportaciones? | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
|                      | 14. ¿La empresa cuenta con riesgos de  | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |

|                      |   |   |   |       |       |            |       |            |
|----------------------|---|---|---|-------|-------|------------|-------|------------|
|                      | deudas con identidades financieras?   |   |   |       |       |            |       |            |
|                      | 15. ¿La empresa cuenta con posible efecto de endeudamiento?                         | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
|                      | 16. ¿La empresa cuenta con posible uso de financiamiento internacional?             | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
| Comercio Electrónico | 17. ¿La empresa desarrollo el comercio electrónico actualmente?                     | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado | 1.000 | Habilitado |
|                      | 18. ¿Considera usted importante el uso de redes sociales?                           | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
|                      | 19. ¿La empresa desarrolla actualmente el uso de redes sociales?                    | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
|                      | 20. ¿¿Considera usted importante el uso de la página web?                           | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
|                      | 21. ¿La empresa desarrolla actualmente uso de la página web?                        | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
| Tamaño de la empresa | 22. ¿La empresa cuenta con la cantidad de trabajadores adecuada para sus funciones? | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado | 1.000 | Habilitado |
|                      | 23. ¿La empresa cuenta con una estructura salarial adecuada en el mercado?          | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |
|                      | 24. ¿La empresa cuenta con  | 3 | 0 | 1.000 | 1.000 | Habilitado |       |            |



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | reconocimiento<br>salariales a sus<br>colaborares? |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|