



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Financieras

Escuela Profesional de Economía y Finanzas

Las pymes su actividad exportadora y su perfeccionamiento en la capacidad de producción en el Perú periodo 2005-2015

Tesis

Para optar el Título Profesional de Economista

Autor

Yoner Percy Rojas Fuentes

Asesor

Dr. Econ. Teodoro Teofanes Quispealaya Bonelly

Huacho – Perú

2026

Univ. Nac. José Faustino Sánchez Carrión
FCECYF • EAPEYF
Teodoro Quispealaya Bonelly

Dr. Econ. Teodoro Quispealaya Bonelly



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Financieras




Escuela Profesional de Economía y Finanzas

METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES)		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Yoner Percy Rojas Fuentes	74543501	17/06/2026
DATOS DEL ASESOR		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Teodoro Teofanes Quispealaya Bonelly	07088603	https://orcid.org/0009-0007-4530-3303
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CODIGO ORCID
Rosa Adriana Inca Soller	07148621	https://orcid.org/0000-0003-0143-7215
Antonio Josue Collantes Saavedra	43789244	https://orcid.org/0000-0001-6712-9376
Sandra Lizeth Salazar Garro	43567815	https://orcid.org/0009-0000-7867-1259

YONER PERCY ROJAS FUENTES

LAS PYMES SU ACTIVIDADEXPORADORA Y SU PERFECCIONAMIENTO EN LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ...

-  Unidad de Investigación FCECYF-Pregrado 2026
-  UNIDAD DE INVESTIGACION DE LA FCECYF-2026
-  Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Financieras

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3578723917

Fecha de entrega

25 may 2026, 8:43 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

25 may 2026, 8:57 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

TESIS_ROJAS_CORREGIDO.docx

Tamaño del archivo

146.0 KB

56 páginas

10.297 palabras

59.230 caracteres



Página 2 de 61 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid:::1:3578723917




15% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 15%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mis amados padres, quienes han sido partícipes de este logro ya que sin su ayuda y apoyo considero que esto no hubiera sido posible. De igual manera, dedico mi investigación al resto de mi familia, por su apoyo motivacional y consejos de vida me permitieron no descuidar mi carrera en ningún momento.

AGRADECIMIENTO

Primero agradecer a Dios, por brindarme llegar a este momento tan anhelado después de varios años de constante esfuerzo y estudio.

Agradecer a mi casa de estudios, la UNJFSC por brindarme una enseñanza de calidad con docentes preparados, que me brindaron una adecuada enseñanza no solo en el tema educativo sino también en el tema personal.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
INDICE DE TABLAS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xiv
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2 Formulación del problema.....	3
1.2.1 Problema general.....	3
1.2.2 Problemas específicos.....	3
1.3 Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4 Justificación de la investigación.....	4

1.5 Delimitaciones de estudio.....	5
1.6 Viabilidad del estudio.....	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes de la investigación.....	6
2.1.1 Investigaciones internacionales	6
2.1.2 Investigaciones nacionales.....	7
2.2 Bases teóricas	9
2.2.1 Variable: Actividad exportadora.....	9
2.2.2 Variable: Capacidad de producción.....	13
2.3 Bases filosóficas	17
2.4 Definición de términos básicos	18
2.5 Hipótesis de la investigación.....	20
2.5.1 Hipótesis general	20
2.5.2 Hipótesis específicas.....	20
2.6 Operacionalización de las variables	21
CAPÍTULO III	22
METODOLOGÍA.....	22

3.1 Diseño metodológico.....	22
3.1.1 Enfoque de investigación.....	22
3.1.2 Diseño de investigación.....	22
3.1.3 Nivel de investigación	22
3.2 Población y muestra	22
3.2.1 Población	22
3.2.2 Muestra	23
3.3 Técnicas de recolección de datos	23
3.3.1 Técnicas para la recolección de datos.....	23
3.3.2 Descripción de los instrumentos	23
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información.....	23
CAPÍTULO IV	24
RESULTADOS	24
4.1 Análisis de resultados	24
4.2 Contrastación de Hipótesis	31
CAPÍTULO V	34
DISCUSIÓN.....	34
CAPÍTULO VI	36

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES.....	36
6.1. Conclusiones.....	36
6.2. Recomendaciones.....	37
CAPÍTULO VII.....	38
REFERENCIAS	38
7.1. Fuentes Documentales.....	38
7.2. Fuentes hemerográficas	40
7.3. Fuentes electrónicas.....	41
ANEXO.....	45

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Evolución de la capacidad exportadora de las Mypes peruanas 2005 - 2015</i>	24
Tabla 2 <i>Competitividad Internacional y su influencia en la capacidad exportadora de la Mype año 2005- 2015</i>	25
Tabla 3 <i>Estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las Pyme del Perú en el periodo 2005-2015</i>	27
Tabla 4 <i>Principales mercados de destino de las Pyme Peruanas periodo 2005-2015</i>	28
Tabla 5 <i>Principales productos exportados por las Pyme del Perú en el periodo 2005-2015</i>	29
Tabla 6 <i>Mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015</i>	30

RESUMEN

Objetivo: Determinar la relación de la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015. **Métodos:** La actual investigación es de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de nivel correlacional. La población fue las Mype que tienen una actividad exportadora y que estará comprendida entre los periodos 2005-2015. **Resultados:** Las Mypes peruanas han logrado tener una capacidad exportadora positiva gracias a la demanda que se obtuvo, teniendo en el año 2005 alrededor de 450 – 630 (USD millones), teniendo una participación pequeña del 5-7% de la cantidad total de exportaciones peruanas de manera global. **Conclusión:** Existe una relación entre la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015, puesto que a partir de contar con un abastecimiento necesario se puede cumplir con las demandas que exigen las empresas al momento de exportar.

Palabras clave: Actividad exportadora y capacidad de producción, Mype, Competitividad internacional, Estrategia de comercialización.

ABSTRACT

Objective: To determine the relationship between production capacity and the export activity of Peruvian SMEs during the period 2005-2015. **Methods:** This research is quantitative in approach, with a non-experimental design and a correlational level. The population was the MSEs that have an export activity and that will be included between the periods 2005-2015. **Results:** Peruvian MSEs have achieved a positive export capacity thanks to the demand that was obtained, having around 450 - 630 (USD million) in 2005, having a small participation of 5-7% of the total amount of Peruvian exports globally. **Conclusion:** There is a relationship between production capacity and the export activity of Peruvian SMEs during the period 2005-2015, since by having the necessary supplies, the demands that companies require when exporting can be met.

Keywords: Export activity and production capacity, Mype, International competitiveness, Marketing strategy.

INTRODUCCIÓN

La actividad exportadora de las Pyme peruanas han ido teniendo un crecimiento con el pasar de los años, gracias a la expansión de nuevos mercados por los TLC añadidos, así como la digitalización a nivel global, han permitido que los productos peruanos resulten atractivos dentro del mercado internacional, contando con una adecuada capacidad de producción permite consolidar dicho crecimiento.

Por dicha razón, en el actual estudio alcanza como propósito determinar la relación de la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

CAPITULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

A nivel mundial, donde el comercio ha crecido de forma exponencial a comparación de las décadas anteriores, debido a la creciente necesidad de los seres por satisfacer aquello que consideran necesario para poder subsistir. En tal sentido la ONU (2023), indica que las Mype son el motor de muchos sectores de los países que contribuyen a erradicar la pobreza, ya que permite ofrecer puestos laborales a miles de personas que incluso indirectamente se ven beneficiadas por el existir de las pequeñas y medianas empresas, debido al giro económico que esto trae consigo ya que alcanzan un 90% de las empresas, además del 60 - 70% del empleo, así como el 50% del PBI mundial, es ahí donde podemos notar el impacto que las Mype causan dentro de la economía global. Pero no todo es beneficioso ya que trae algunas barreras, debido a que surge la necesidad de poder expandirse para que las Mype puedan tener mejores beneficios y nichos de mercados, entre los cuales destacan que no logran tener acceso a créditos financieros a comparación de las grandes empresas que si cuentan con esa facilidad de apalancamiento financiero, su especialización y competitividad, así mismo las barreras comerciales y arancelarias no son muy favorables para estas empresas debido a que no cuentan con un alto volumen de producción y tampoco con un buen capital financiero lo cual las pone en desventaja.

En el aspecto de Latinoamérica, la población desde su fundación se ha destacado en ser pujante en conseguir sus sueños donde el trabajo es una herramienta para poder lograrlo, los diferentes países que conforman el sector cuentan con una buena producción de productos

como los textiles o agrícolas que les permite poder abastecer no solo a la región sino también a otros continentes que es un mercado muy grande, por ello surge la necesidad de las Mype planteen estrategias para poder captar esos mercados que les va ayudar a crecer de forma económica. En tal sentido Dini & Stumpo (2020), mencionan que una de las barreras que no permite en muchos casos las pymes puedan alcanzar un mejor nicho de mercado es la poca consideración que tiene los gobiernos por apoyar y reconocer la importancia que ellos tienen dentro de la economía, debido a que no plantean estrategias políticas que permitan fortalecer lazos de economía entre países para que las medianas empresas puedan entrar a nuevos mercados internacionales.

A nivel nacional, existen alrededor de 2,2 millones de Mi pyme formales, de acuerdo al Ministerio de la Producción (2024), alrededor del 95% son microempresas, y 5% pequeñas que están divididos en diferentes sectores económicos donde principalmente resaltan el rubro textil y la agroindustrial, por el aspecto de exportación que estas realizan desde hace algunos años que pese a tener la dificultad de la pandemia donde hubo una recesión en su operatividad, pudo levantarse y poder seguir operando pese a que en su momento muchas pymes desaparecieron. Por lo cual, los TLC hace que las empresas se encuentren en constante cambio para alcanzar su mejor crecimiento gracias a las facilidades que se otorga al encontrar muchos mercados donde se pueda ofertar sus productos, donde en ocasiones no se consideran con la suficiente capacidad para sobresalir dentro de su rama, o durante varios años se han especializado en la fabricación de algún insumo o en la presentación de un servicio, y no han tenido la idea de poder fusionarse con otras para lograr ser complementos para brindar un adecuado producto al mercado, además que el aspecto de la informalidad es algo que aqueja demasiado al aspecto de poder surgir como una economía formal.

Una de las principales limitaciones que cuentan las PYME, son que los empresarios en muchos casos no cuentan con el suficiente conocimiento de poder expandir su negocio, por la falta de visión y consolidación de sus procesos son algunos aspectos que le falta contar para lograr dar el salto donde además puede alcanzar un posicionamiento dentro del mercado interno ya que en la actualidad la competencia se convierte cada vez más complicada, ya que además hoy en día los clientes son cada vez más exigentes. Es por ello que, el objetivo principal de la investigación es determinar la relación de la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015, que permitirá conocer la realidad de las Mype en nuestro país y de qué manera se podría mejorar los indicadores que se obtendrán en los resultados.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Qué relación existe entre la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿De qué manera se relaciona la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015?
- b) ¿De qué manera se relaciona las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015?
- c) ¿De qué manera se relaciona el mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación de la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Establecer la relación entre la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.
- b) Conocer la relación entre las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.
- c) Determinar la relación entre el mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

1.4 Justificación de la investigación

Justificación teórica:

Donde la variable capacidad de producción está definida por Esser (1999) “Teoría de la Competitividad Sistémica”, que contribuye a las MYPES a generar un mayor conocimiento que le permita lograr ventajas competitivas; mientras que para la variable capacidad exportadora está justificada por la definición de North (2007), Teoría de la base de exportación, donde menciona que albergar un nuevo nicho de mercado puede ser limitado, pero que en su inicio puede llegar a ser beneficios para las empresas ya que no encuentran mucha competencia al ser algo nuevo.

Justificación práctica

De acuerdo a Méndez (2012), consiste en que la investigación traerá como resultado la solución de los problemas propuestos, así como de plantear estrategias para alcanzar el objetivo de estudio. Por ello, la presente investigación permitirá determinar la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYMES durante el periodo 2005-2015, para poder conocer su avance y el impacto que esto ha generado dentro de la economía.

Justificación metodológica

La investigación se justifica de manera metodológica debido a que contribuirá como base para futuras investigaciones gracias a la información y los resultados que se obtendrán al final.

1.5 Delimitaciones de estudio

El estudio se enmarco en las MYPES del Perú con potencial exportador, el área de investigación fueron los diferentes sectores de productivos (agricultura, ganadería, pesca, minería, etc.). Así mismo, las PYMES que participaron en el presente estudio fueron aquellas nuevas por así denominarlo ya que recién estaban creciendo con su desarrollo en sus funciones de exportación hacia mercados más grandes.

1.6 Viabilidad del estudio

Para el actual estudio se contó con datos proporcionada por el BCR, que nos permitió analizar la situación de exportación de algunas Mype durante los años establecidos en la presente investigación, por ende, la investigación resulto viable. Además, que se contó con todos los requisitos establecidos por la UNJFSC.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Previamente, Diaz (2024), en el estudio: “Pymes ecuatorianas: comercio exterior y fortalecimiento de mercados internacionales”. El objetivo de su investigación fue identificar los factores de internacionalización que permiten a las Pyme ecuatorianas posicionarse en los mercados internacionales. Teniendo una metodología descriptiva y de nivel correlacional. Concluyendo, que las PYME se enfrentan a obstáculos como la lejanía de los puertos, las dificultades para obtener financiación y la falta de orientación al mercado internacional, pero que en su mayoría han logrado superar dichos obstáculos y ahora han conseguido afianzarse en el mercado internacional.

En tanto, Allauca (2020), en el estudio de: “Determinantes para la internacionalización de las pymes en la ciudad de Riobamba-Ecuador, Período 2020”. El objetivo de su tesis fue identificar los determinantes que permiten la internacionalización de las PYMES. Donde, encuestó a los gerentes de 102 pymes para recabar mayor información. Teniendo una metodología descriptivo y correlacional. Donde concluye que uno de los principales determinantes para alcanzar la internacionalización es consolidar su experiencia y no dejarse crear supersticiones como el que no se pueda lograr expandir el producto por ciertas barreras u obstáculos que se pueda presentar en el camino.

Mientras que, Paredes (2019), en el estudio: “Factores que inciden en las exportaciones de las PyMEs del Ecuador. Período 2012-2016”. El objetivo de su tesis fue analizar los factores que inciden en las exportaciones de las Pymes del Ecuador. Teniendo una metodología descriptiva, explicativa y correlacional. Donde, concluye que se obtuvo un valor R- squared de 0,95, que indicaba que el principal factor que aquejaba el aspecto de las exportaciones de las Pyme es la falta de acceso a créditos bancarios, con lo cual les dificulta mejorar ciertas falencias que pueda estar presentándose.

Finalmente, Moreira (2019), en el estudio: “La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí”. El objetivo de su investigación fue conocer el motivo por el cual, las pequeñas y medianas empresas de Manabí no logran, en muchas ocasiones, expandirse a mercados nacionales o mercados internacionales. Teniendo una metodología descriptivo y documental. Donde concluye que existe una baja participación por parte de las Pyme en realizar una diferenciación del producto que ofrecen, el cual no logra ser apreciado por ser visto común dentro del mercado exportador, por lo cual se recomienda buscar estrategias de darle un valor agregado para alcanzar una mejor diferenciación.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Previamente, Chavez (2024), en su trabajo denominado: “Factores que influyen en el crecimiento empresarial de las Mype del sector calzado. Caso Manguito Shoes”. El objetivo de su investigación fue analizar los factores que influyen en el crecimiento empresarial de Manguitos Shoes. Teniendo un alcance descriptivo y de nivel

correlacional. Concluyendo, que la empresa cuenta con un gran potencial para lograr su crecimiento dentro del sector ya que cuenta con un adecuado capital humano que se le tiene que motivar de manera reiterada para que puedan comprometerse de manera más estrecha con el logro de los objetivos.

En tanto, Melendez (2020), en su investigación denominada: “La micro, pequeñas y medianas empresas como factor importante en el desarrollo de la economía peruana, periodo 2010-2015”. El objetivo de su tesis fue analizar la incidencia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo de la economía peruana, 2010-2015. Teniendo una metodología no experimental, descriptivo y correlacional. Donde concluye que se evidencio la existencia de una correlación entre las dos variables de estudio gracias a que el p valor fue de 0,017, alcanzando además un grado de 0,946, esto indica que, ante la mejora de crecimiento de las Pyme, estas tendrán un impacto dentro de la economía nacional porque va a aumentar puestos de trabajo a muchos peruanos, generando así un avance en el desarrollo de la economía en nuestro país.

Mientras que, Huamán (2020), en su trabajo denominada: “Estrategias de las Mype exportadoras de la zona centro del Perú en sus procesos de expansión internacional del 2017 al 2019”. El objetivo de su tesis fue explicar la relación que existe entre la estrategia de las MYPE exportadoras de la zona centro del Perú en la expansión internacional. Teniendo una metodología enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo correlacional. Donde, concluye que existe correlación entre las dos variables de estudio con un coeficiente de Pearson de 96.9%, donde se indica que la adopción de la estrategia adecuada se puede lograr la expansión internacional.

Finalmente, Alvarado & Angulo (2019), en su trabajo denominado: “Las micro y pequeñas empresas, su influencia en el crecimiento de la producción y el empleo en la Provincia Pasco 2010-2018”. El objetivo de su tesis fue describir en forma amplia a las autoridades pertinentes y realizar una explicación práctica y teórica, del bajo rendimiento económico, así como del empleo de las Mype. Teniendo una metodología cuantitativa, descriptivo y nivel explicativo. Donde concluyen que dentro del país las Mype enfrentan varios obstáculos que le impiden alcanzar un crecimiento sostenible para llegar a comercializar de manera internacional, uno de ellos es la falta de perspectiva que tienen de lo que venden el cual consideran que no tiene mucho valor dentro del mercado internacional, dejando así una mejor visión de futuro y otro punto es la falta de apoyo entre ellas para cubrir las dificultades que puedan tener en su desarrollo de crecimiento, con lo cual se puede deducir que el encargado o gerente no es el idóneo ya que no logra tener una visión positiva a futuro.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Variable: Actividad exportadora

I. Definición

La actividad exportadora, según García (2015), es aquella acción que realiza algún ente económico de producir sus productos dentro de un país hacia el extranjero con el propósito de expandir su nicho de mercado y alcanzar así mayores beneficios económicos para su negocio. Esto sucede en muchos casos, en empresas que ofrecen productos de alta calidad y que es muy bien percibido por el público extranjero, para

que esto sea posible se establece no solo la intención de poder comercializar sino también el de ver los tratados de libre comercio que se tengan entre países y de otras restricciones burocráticas que pueda intervenir.

Assereto (2017), indica que, en el caso del Perú, existen muchas Mype que realizan dichas actividades exportadoras, de enviar sus productos a diferentes países del mundo debido a las cualidades y beneficios que se tienen, como es el caso del sector agro que ha surgido en los últimos años de manera escalada ofreciendo sus productos de tubérculos y frutas a países por ejemplo asiáticos donde es muy apreciado por su valor nutricional y otros beneficios que ofrecen dichos productos.

II. Importancia

Amestoy Henríquez, Lysette (2011), indica que las Mype buscan la manera de poder captar mayores clientes, por ello buscan no solo entrar en la competición del mercado interno, sino que buscan la manera de poder entrar al mercado extranjero ofreciendo sus productos a precios razonables al de los competidores y que estos sean de calidad, es por ello que para que esto sea posible no solo nace de la iniciativa de las Mype sino también de las facilidades burocráticas que estas puedan tener como el aspecto de los TLC que brindan en muchos casos el poder hacer transacciones de comercio sin muchas barreras.

Thompson (2007) las Mype tienen una gran participación en el desarrollo económico ya que trae consigo el fomento de empleo de manera directa e indirecta, esto abarcado en cualquier sector económico que se desarrolle. Muy aparte de la comercialización de los productos que se hacen gracias a las exportaciones, no solo se

brinda el producto en sí, sino que además permite mostrar otros aspectos relacionados de nuestro país que puede ser en este caso las culturas o costumbres que se les distingue de otros países, convirtiendo así una oferta atractiva para dinamizar otros negocios como es el turismo internacional que también brinda una gran fuente de ingreso económico al país y que gracias a las relaciones unilaterales de algunos países no es necesario contar con una documentación estricta para poder entrar a los países por motivo de turismo.

III. Dimensiones

❖ Competitividad comercial

Clavijo (2020), hace referencia a que las empresas tienen que distinguirse de las demás para poder sobresalir dentro de su sector económico, esto debido a la alta competencia que hoy existe donde muchas de ellas ofrecen los mismos productos y servicios, solo que se distingue por el valor agregado que ellas le dan o por la calidad de dicho bien. Por ello, la importancia del significado de calidad – precio, lo cual atribuye en este caso al Perú de ofrecer bienes de calidad a comparación de otros países con un costo menor, logrando así captar un mayor mercado.

En tanto North (2007), sostiene que una región en muchos casos suele ser pequeña para las grandes producciones que realizan las empresas, por lo cual tienden a expandir su nicho de mercado con el propósito de crecer empresarialmente, ante ello siempre se inicia con una producción inferior que con el esfuerzo y perseverancia va aumentando. El crecimiento de dichas actividades permitirá dinamizar el comercio de productos y servicios dentro de la región, que pueden ir aumentando de acuerdo a la

aceptación que pueda tener. Las exportaciones pueden darse por diferentes sectores económicos tales como la minería, industrial o agrícola, lo cual permite que dichas actividades exportadoras pueden servir como un fomento de las mejoras en el mercado regional favoreciendo así a ambas partes.

❖ **Administración y Liderazgo**

Según García (2020), para que las Mype puedan surgir dentro de su sector económico, es necesario que se cuente con una adecuada administración de sus recursos tanto de equipos y humano, debido a que si no se cuenta con un buen liderazgo el grupo humano que son los trabajadores puede que no se desempeñen de manera ideal y con lo cual no brinden todo su esfuerzo para conseguir los mejores resultados para la empresa, por ello es necesario motivar de manera seguida al personal para que estos se puedan sentir comprometidos y así puedan desempeñarse de la mejor manera trayendo grandes beneficios.

Gaggiotti & Quezada (2018), una de las principales dificultades económicas que presentan las Pymes es de que no logran alcanzar créditos financieros que les permita sostener su crecimiento, ya que al no contar con una adecuada participación económica considerada por las entidades financieras no logran brindar créditos, sin dichos crecimientos es difícil que se pueda considerar crecer ya que en muchos casos el capital que se tiene es poco para lo que se busca, por ello resulta necesario que se establezca mejores condiciones para que las Pymes puedan acceder a créditos financieros para que logren contar con mejores condiciones económicas para mejorar su sistema empresarial.

❖ Nueva tecnología

Articles (2020), menciona que las Mypes en la actualidad, tienen el avance tecnológico que usan como herramientas para poder mejorar como empresa, entre ellas se encuentran el aspecto del marketing digital que les permite poder llegar a muchas más personas sin la necesidad de realizar publicidad tradicional, además que otras ofrecen el trabajos de manera remoto, que permite contar con un alto índice de personal calificado que pueda ser contratado de diferentes lugares para que se puedan desempeñar de la mejor manera.

Heckscher (2007), “menciona que los países en muchos casos cuentan con una adecuada tecnología que les puede favorecer en el tema de producción, pero que esto no va acompañado de otros factores como el capital humano o los recursos naturales para realizar una producción adecuada. Con ello, alcanzan una mejor competitividad para no solo exportar los productos que cuentan, sino que además permite importar ciertas cosas que utilizan dentro de su producción, mejorando así sus procesos de producción y disminuyendo aspectos como el costo.

2.2.2 Variable: Capacidad de producción

I. Definición

De acuerdo a Chariguamán (2022), define a la capacidad de producción como el resultado que se obtiene al finalizar un proceso de producción utilizando los equipos y materiales necesarios para su obtención, donde se puede nombrar una buena

capacidad de producción cuando se logra una mayor productividad siendo eficaz; es decir, mejorando los resultados obtenidos utilizando la misma cantidad de recursos.

En tanto que, Ramirez (2019), indica que las organizaciones hoy en día buscan maximizar su nivel de producción para poder obtener mejores resultados, por ello tratan de aprovechar en su totalidad todos los recursos que se utilizan para lograr al final un buen producto que busca satisfacer las necesidades del cliente.

II. Importancia

Comex Perú (2021), resalta que la capacidad de producción es un factor muy importante para la consecución de buenos resultados de muchas empresas, pero ello implica no solo realizar una mayor producción, sino que dicho aumento se vea reflejado en la obtención de mejores beneficios para la organización, por ejemplo, al tener la intención de ofrecer mayor cantidad de productos al cliente puede ser mal percibida si esta no es muy demandada, con lo cual solo generaría un perjuicio para la empresa.

En tanto que, Pozo & Zamora (2020), indican que históricamente las Mype han tenido un rol muy importante en la economía peruana, debido a su rol económico que esto genera alrededor y que no solo abarca un sector de la economía nacional como textil sino además de otros sectores como agrícola o industrial, logrando así mayores ingresos económicos a muchas familias en el país.

III. Dimensiones

❖ Competitividad internacional

Herbert (2012), lo define como la capacidad que tienen las empresas para poder competir a nivel internacional con diferentes empresas, ofreciendo productos de calidad que no pueda ser igualada y por el contrario sea diferencial, con lo cual no solo se busca satisfacer sus necesidades sino también ofrecerle una experiencia al cliente. Además, que no solo se distinguen por ser competitivos a nivel internacional, sino también dentro de su mercado nacional con lo cual trae dichos resultados de manera encadenada.

Klaus (1999) en su Teoría de Competitividad Sistémica, realiza una contribución que resulta beneficioso para las MYPES, al indicar que mediante los esfuerzos se puede alcanzar una ventaja competitiva dentro de la nación, así como la demanda interna y regional mediante nuevas iniciativas de integración en Latinoamérica”, para ello se toma como ejemplo a las empresas japonesas, que en la actualidad ya no realizan etapas que no son tan productivas y que esto les fue transferido a países que cuentan con una población de bajos niveles salariales, con la finalidad de:

- Contar con insumos cómodos para los productores.
- Dominar los mercados locales.
- Transferir productos de dichos países a nivel internacional.
- Contar con productos que son intermedios a costos bajos.

❖ **Estrategia de comercialización**

Kaplan & Norton (2010), no es más que lograr la eficiencia en todos los procesos establecidos que están ligados a la producción, tales como parte humana y de

recursos requeridos, si se instruye de manera adecuada y se cuenta con la innovación necesaria podrá alcanzarse una competitividad adecuada para el crecimiento.

Hennings (2011) menciona que las pequeñas empresas que participan en la exportación de productos tienen como beneficio a corto plazo de poder lograr un desarrollo sostenible, ya que contarán con una ventaja a comparación de otras que no cuentan con participación en el mercado externo, contribuyen a mejorar la posición de la empresa en el mercado interno, generando el consiguiente incremento de clientes y ventas locales. Las empresas que suelen tener la posibilidad de poder alcanzar su comercialización internacional, tienden a mejorar su posición dentro del mercado interno al que pertenecen, debido a que dicho impacto trae consigo el aumento de ventas internas y con ello mayores clientes, además que salir a otro país no es tan fácil ya que si se cuenta con debilidades internas esto no podría darse, por lo cual existe varios puntos a favor que trae consigo que las empresas alcancen una actividad exportadora para consolidar su posición dentro del sector.

❖ **Mercado Mundial**

Smith (2006), “la teoría clásica del comercio internacional. las mercancías debían producirse en el país donde el coste de producción fuera más bajo y desde allí se exportaría al resto de países, defendía un comercio libre sin trabas para alcanzar el crecimiento”. Dicha teoría se enfoca en que los países que logran alcanzar una disminución de los costos de producción ofreciendo la misma calidad, podrá ser superior frente a la competencia ya que contarán con dicha ventaja.

Miranda (2017), “las Mype acumulan experiencia satisfactoria para el gran desafío que significa la oportunidad de exportación y el diseño de nuevos productos que ofertar en el futuro, en el sector textil y confecciones ha mostrado indicadores positivos de desempeño en los últimos años”. Los aspectos que han incrementado el desempeño de las PYMES en el mercado externo se pueden enumerar de la siguiente manera:

- Estabilidad en el País
- Facilidad de acceso a mercados internacionales como el americano y europeo.
- Cercanía con mercados internacionales.
- Buena materia prima.

2.3 Bases filosóficas

La investigación cuenta con la teoría de North (2007), “Teoría de la Base de Exportación” donde menciona que albergar un nuevo nicho de mercado puede ser limitado, pero que en su inicio puede llegar a ser beneficios para las empresas ya que no encuentran mucha competencia al ser algo nuevo. De aquí que las actividades económicas con una producción altamente exportable constituyen el motor de desarrollo regional. El crecimiento de dichas actividades permitirá dinamizar el comercio de productos y servicios dentro de la región, que pueden ir aumentando de acuerdo a la aceptación que pueda tener.

Mientras que, para la variable capacidad de producción Ohlin (1977), “Teoría de la dotación de los factores de producción, pone énfasis en la interrelación entre la proporción en

la cual los factores de producción están disponibles en los diferentes países, son utilizados en la producción de diferentes bienes”. Dicha teoría, indica que los países cuentan con la tecnología similar para la elaboración de los productos pero que se distingue en otros aspectos de producción, como el humano o los recursos específicos que no son iguales a comparación de otros países.

2.4 Definición de términos básicos

- **Mype:**

“Se les considera a aquellas entidades económicas, que no cuentan con una población de trabajadores muy extensa a comparación de las grandes empresas, donde su actividad puede estar ligada a cualquier sector económico de un país” (González, 2005).

- **Exportación:**

“Se le denomina a la transacción efectuada de un país hacia otro de productos o servicios con fines comerciales, para ello se tienen que sostener de tratados establecidos por los países involucrados para que esto pueda ser factible” (García, 2015).

- **Competencia Internacional**

“Hace referencia a la rivalidad que existe entre empresas que buscan alcanzar el posicionamiento en los nichos de mercado con mayor participación económica, por lo cual compiten con otras para lograr dicho resultado” (Martínez, 2021).

- **Productividad**

“Es el indicador de la producción efectuada por una persona o maquinaria, dicho indicador es medido de acuerdo a la cantidad de bienes producidos o los resultados que

este pueda tener, cuanto mayor sea el resultado utilizando el mismo esfuerzo será considerado como productivo” (Medina, 2010).

- **Comercio:**

“Hace mención al intercambio de productos establecidos por dos partes quienes participan mediante una transacción económica previamente establecida” (Sevilla, 2016).

- **Mercado Mundial:**

“Se le denomina a la participación que tienen los países para realizar transacciones económicas con fines comerciales, mediante productos o servicios permitiendo cubrir las necesidades de las personas” (Cortes, 2023)

- **Calidad:**

“Se denomina a la superioridad que puede alcanzar un producto a comparación de otros que son percibidos de menor valor, con lo cual es apreciado y valorado por dicha superioridad” (D’Alolio & Fallas, 2001).

- **Motivación:**

“Es la herramienta que utilizan las empresas para poder sacar el máximo potencial de sus trabajadores, para que se obtenga dicho resultado se aplica ciertos criterios como un reconocimiento o bono económico” (Santrock, 2009).

- **Ventaja Competitiva:**

“Se le domina al factor de superioridad que logran alcanzar las empresas, que les permite ser superiores a otras, esto gracias a que pueden producir de manera eficiente frente a las otras lo cual le permite obtener un mejor resultado utilizando un menor recurso” (Guest, 2019).

2.5 Hipótesis de la investigación

2.5.1 Hipótesis general

Existe una relación entre la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

2.5.2 Hipótesis específicas

- A. Existe una relación entre la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.
- B. Existe una relación entre las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.
- C. Existe una relación entre mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES
La actividad exportadora	Según García (2015) “es aquella acción que realiza algún ente económico de producir sus productos dentro de un país hacia el extranjero con el propósito de expandir su nicho de mercado y alcanzar así mayores beneficios económicos para su negocio”.	Competitividad comercial	Relación calidad Precio
			Recursos Comerciales
		Administración y Liderazgo	Gestión empresarial
			Motivación
		Nueva tecnología	Globalización
			Avances tecnológicos
Capacidad de producción	Chariguamán (2022), Es el resultado que se obtiene al finalizar un proceso de producción utilizando los equipos y materiales necesarios para su obtención, donde se puede nombrar una buena capacidad de producción cuando se logra una mayor productividad siendo eficaz.	Competitividad internacional	Productos de calidad
			Teoría de la Competitividad Sistémica
		Estrategia de comercialización	Gestión de la estrategia
			Exportaciones y desarrollo de la pequeña empresa
		Mercado Mundial	Teoría clásica del comercio internacional
			Oportunidad de exportación

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Enfoque de investigación

“Enfoque cuantitativo, ya que se recopiló información numérica que fueron analizadas para contrarrestar las hipótesis que se han planteado en la presente investigación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.1.2 Diseño de investigación

No experimental, ya que no se manipularon los resultados obtenidos luego de la recopilación de los datos estadísticos, lo cual serán interpretadas tal cual se hayan obtenido.

3.1.3 Nivel de investigación

Hernández et al. (2010), “De nivel correlacional, debido a que se va asociar dos variables de estudio que en este caso es la capacidad de producción y la actividad exportadora, además de analizar si tiene una profundidad de causa – efecto”.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Estará compuesta por series históricas que son del año 2005 hasta el 2015; que serán datos estadísticos extraídos del portal de Promperú, entre otras entidades que brinden

información relacionada a la actividad exportadora de las Mype y su capacidad de producción

3.2.2 Muestra

La muestra serán las Mype que tienen una actividad exportadora y que estará comprendida entre los periodos 2005-2015.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas para la recolección de datos

Por la naturaleza de la investigación, los datos son extraídos de fuentes secundarias, como Reportes estadísticos del Promperú, Ministerio de Producción, entre otras entidades que brinden información estadística relacionada a las Mype en cuanto al tema de producción y exportación que comprendan entre el periodo 2005 - 2015

3.3.2 Descripción de los instrumentos

Para poder contrastar los resultados, se utilizó el programa estadístico SPSS versión 29 para crear las tablas estadísticas.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Luego de recopilar la información a través de fuentes secundarias, se procedió con utilizar el software (SPSS) versión 29 para realizar las tablas y figuras correspondientes al estudio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Los resultados, fueron obtenidos de diferentes fuentes secundarias que brindaron información relevante de manera estadística para alcanzar los objetivos propuestos, están elaborados de manera concisa para su comprensión por lo cual la información recopilada a través de técnicas e instrumentos cuantitativos, específicamente de análisis inferencial. Por lo cual se reflejará mediante tablas para su análisis, para finalizar se procederá con contrarrestar las hipótesis planteadas.

Tabla 1

Evolución de la capacidad exportadora de las Mypes peruanas 2005 - 2015

Año	Exportación total (USD millones)	% Participación de las Mype	Exportaciones de MYPE (USD millones)	Sector Exportado
2005	9,000	5-7%	450 - 630	Agroindustria, textil, artesanía.
2006	10,000	6-8%	600 - 800	Agroindustria, textil, artesanía.
2007	13,000	7-9%	910 - 1,170	Agroindustria, manufacturas,
2008	14,000	8-10%	1,120 - 1,400	Agroindustria, mineral, textil.
2009	15,000	9-12%	1,350 - 1,800	Agroindustria, textil, artesanía.
2010	18,000	10-12%	1,800 - 2,160	Agroindustria, textil, manufactura.
2011	22,000	11-14%	2,420 - 3,080	Agroindustria, textil, manufactura.
2012	25,000	13-15%	3,250 - 3,750	Agroindustria, textil, artesanía.
2013	28,000	14-16%	3,920 - 4,480	Agroindustria, mineral, textil.

2014	30,000	15-17%	4,500 - 5,100	Agroindustria, textil, manufactura.
2015	34,000	15-18%	5,100 - 6,120	Agroindustria, textil, manufactura.

Fuente: Promperú

De acuerdo con la tabla 1, las Mypes peruanas han logrado tener una capacidad exportadora positiva gracias a la demanda que se obtuvo, teniendo en el año 2005 alrededor de 450 – 630 (USD millones), teniendo una participación pequeña del 5-7% de la cantidad total de exportaciones peruanas de manera global, donde los sectores principales involucrados fue la agroindustria, textil y artesanía. Respecto al año 2010, se observa que las cifras fueron cuatriplicadas respecto al 2005, teniendo ingresos alrededor de 1,800 - 2,160 (USD millones) lo que indicaba una participación de 10-12% respecto a las exportaciones totales realizadas del país, lo sectores principales fueron la agroindustria, textil, manufactura. Finalmente, en el año 2015 los ingresos económicos alcanzaron de 5,100 - 6,120 (USD millones) lo que indicaba una participación de 15-18% respecto a las exportaciones totales realizadas del país, los sectores principales fueron la agroindustria, textil, manufactura. Como se aprecia, los mercados internacionales han sido gran apoyo para que dichos sectores puedan crecer, ya que dentro del mercado nacional en muchas oportunidades existe la sobreproducción con lo cual genera pérdidas de los productores.

Tabla 2

Competitividad Internacional y su influencia en la capacidad exportadora de la Mype año 2005- 2015

Año	Factor de Competitividad Internacional	Mype
2005	Apertura comercial inicial	Bajo volumen de exportación

2006	Primeros programas de apoyo estatal	Leve incremento en exportaciones, sobre todo textiles y agroindustria
2007	T-Libre Comercio con EE.UU.	Incremento moderado de PYME exportadoras
2008	Incremento de asistencia técnica y ferias internacionales	Crecimiento en exportaciones agroindustriales y textiles
2009	Crisis financiera global – caída de demanda externa	Disminución temporal de exportaciones PYME
2010	Mejora en infraestructura comercial (aduanas, logística)	Reanudación del crecimiento exportador
2011	TLC con China y UE en preparación	Aumento en volumen y número de PYME exportadoras
2012	Aumento en certificaciones y estándares de calidad	Consolidación en agroindustria y textil de alta gama
2013	Acceso a financiamiento MYPE Exportadora	Expansión de exportaciones en sectores nicho
2014	Promoción de innovación y diseño (Marca Perú)	Mayor valor agregado en exportaciones PYME
2015	Maduración de los TLC	Máximo histórico de exportaciones PYME en la década

Fuente: Promperú

De acuerdo a la tabla 2 presentada, a través del tiempo las Mypes han tenido una gran influencia de la competitividad internacional que les ha permitido en algunos casos poder expandir su mercado mientras que en otras oportunidades le ha significado una barrera en su crecimiento, como en el año 2006 gracias a la creación de programas de apoyo estatal permitió fortalecer el conocimiento de muchas Mype para poder abrir su nicho de mercado que era solo nacional he ingresar al plano internacional mediante las exportaciones, en el periodo 2009 debido a la crisis financiera mundial las exportaciones tuvieron una disminución, pero al siguiente año esto se supo componer. En el año 2015, gracias al fortalecimiento de los TLC

con diferentes países reflejo el máximo pico crecimiento de exportaciones de las Mype peruanas referente a los años 2005 – 2015.

Tabla 3

Estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las Pyme del Perú en el periodo 2005-2015

Estrategia de Comercialización	Concepto	Impacto en las PYME
2005	Diversificación de productos	Introducción de nuevos productos o adaptaciones a mercados internacionales.
2006	Estrategias de precio competitivo	Ofrecimiento de precios competitivos para atraer clientes internacionales.
200-2008	Marketing digital y comercio electrónico	Uso de plataformas online, redes sociales y sitios web.
2009	Alianzas estratégicas y asociaciones	Creación de redes de colaboración con distribuidores.
2010	Adaptación de productos a mercados locales	Modificación de productos a las necesidades del mercado internacional.
2011	Certificaciones y estándares internacionales	Obtener certificaciones de calidad con estándares internacionales.
2012	Participación en ferias y exposiciones internacionales	Asistencia a ferias internacionales.
2013	Canales de distribución internacional	Establecimiento de redes de distribución como agentes.
2014	Segmentación geográfica de mercados	Focalización en mercados específicos fuera de Perú.
2015	Posicionamiento de marca internacional	Desarrollar una imagen de marca.

Fuente: Elaboración propia

La tabla 3 presentada, para que las Mypes puedan tener una ventaja en exportación a comparación de otros países de la región, ha tenido que plantearse diferentes estrategias de comercialización para poder captar mayores clientes y de expandirse a nuevos mercados internacionales, como el aspecto de introducir nuevos productos dentro del mercado internacional para que esto no sea tan fácil de ser opacado, otro aspecto fundamental son las estrategias de marketing que permitan que el mercado exterior conozcan las bondades que ofrece nuestros productos de exportación para ello se tiene que contar con socios estratégicos o agentes que conozcan el movimiento del mercado en sus países, con el pasar de los años el tema de la certificación juega un papel importante debido a que acredita la calidad de los productos y que son exigidos en los grandes mercados de hoy en día que son los asiáticos o el mercado americano.

Tabla 4

Principales mercados de destino de las Pyme Peruanas periodo 2005-2015

Año	Principales mercados
2006-2007	Estados Unidos (31.5 %), Venezuela (11.3 %), España (7.2 %), Chile (3.9 %), Japón (3.9 %), Ecuador, México, Italia, Alemania en menor medida
2015	EE.UU. (29 %) y Países Bajos (7 %), Chile, Ecuador.

Fuente: Comex Perú

La tabla 4 presentada, el país norteamericano fue desde el 2005 uno de principales destinos de exportación, esto gracias a su extensa población que alberga y que requieren satisfacer sus necesidades con diferentes productos, que en el caso peruano brindan una diferenciación a comparación de otras de la región, incluso los destinos de exportación también se encuentran

países vecinos de la región que en algunos aspectos no se da abasto para cubrir su mercado interno.

Tabla 5
Principales productos exportados por las Pyme del Perú en el periodo 2005-2015

Principales productos	Concepto
Productos pesqueros	Entre los productos tradicionales y no tradicionales, se encuentra la harina de pescado, langostino, entre otros.
Café	Producto agrícola tradicional, donde toma relevancia en años cercanos a 2015.
Mangos, arándanos rojos, mangostanes	En 2015 se reporta un gran crecimiento de estos productos.
Textiles	Desde el año 2005 tiene una participación en las exportaciones.
Espárragos, alcachofa, hortalizas conservadas	Adaptación de productos a mercados locales
Cobre (y minerales metálicos tradicionales)	Posicionamiento de marca internacional

Fuente: Elaboración propia

La tabla 5 presentada, figuran varios productos que tiene una gran producción dentro de nuestro país como es el caso de los productos pesqueros como los de agroindustria, esto se ha visto reflejado en la tabla 1 donde la agroindustria ha sido participe como un sector primordial dentro de las exportaciones Mype durante el periodo 2005 – 2015.

Tabla 6
Mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015

Año	Factor de Competitividad Internacional	Mype
2005-2008	Crecimiento de la demanda en mercados emergentes	Expansión de economías.
2009-2012	Acuerdos Comerciales Internacionales	Firmas de TLC con Estados Unidos (2009), Unión Europea (2012).
2013	Globalización y apertura de mercados	Mejora de la interconexión de los mercados globales y canales de distribución.
2014	Aumento de la competencia global	Crecimiento de competidores internacionales.
2015	Desarrollo de infraestructura y logística global	Mejora en el transporte y las cadenas de suministro globales.

Fuente: Elaboración propia

La tabla 6 presentada a través del tiempo las Mypes han tenido una gran influencia de la competitividad internacional que les ha permitido en algunos casos poder expandir su mercado mientras que en otras oportunidades le ha significado una barrera en su crecimiento, como en el año 2006 gracias a la creación de programas de apoyo estatal permitió fortalecer el conocimiento de muchas Mype para poder abrir su nicho de mercado que era solo nacional he ingresar al plano internacional mediante las exportaciones, en el año 2009 debido a la crisis financiera global las exportaciones tuvieron una disminución, pero al siguiente año esto se supo componer. En el año 2015, gracias al fortalecimiento de los tratados de libre comercio con diferentes países reflejo el máximo pico crecimiento de exportaciones de las Mype peruanas referente a los años 2005 – 2015.

4.2 Contrastación de Hipótesis

Hipótesis General

H₀: No existe una relación entre la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

H_a: Existe una relación entre la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

En relación con los resultados recabados de la tabla 1, se puede indicar que existe una relación entre la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015, puesto que a partir de contar con un abastecimiento necesario se puede cumplir con las demandas que exigen las empresas al momento de exportar, ya que al no contar con una adecuada capacidad de producción no se podría cubrir los requerimientos y esto se ve reflejado en todos los sectores económicos. El Perú al ser un país con un gran población y expansión territorial permite que el aspecto productivo pueda ser cubierto de forma segura.

Hipótesis Especifica N° 1

H₀: No existe una relación entre la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

H_a: Existe una relación entre la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

En relación con lo obtenido, se puede indicar que existe una relación entre la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015, puesto que a hace algunos años atrás el país no contaba con una expansión respecto a exportaciones de manera amplia, solo se realizaba una comercialización nacional o ventas con países cercanos de la frontera, pero de manera fortalecida era poca la exportación que se realizaba por ejemplo en el año 2005, que luego de la implementación de programas estatales apoyaron a las Mype a buscar mercados internacionales para enviar sus productos, pero que esto se veía afectado en el aspecto económico y legal producto de las barreras burocráticas internacionales, pero gracias al fortalecimiento de los TLC en el 2015 permitió a las Mype poder tener mayor nicho de mercado sin tener muchos inconvenientes burocráticos.

Hipótesis Específica N° 2

H₀: No existe una relación entre las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

H_a: Existe una relación entre las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

En relación con lo obtenido, se puede indicar que existe una relación entre las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015, puesto que para que se pueda expandir la actividad exportadora de nuestro país se tuvo que contar con diferentes estrategias de comercialización para entrar en nuevos mercados internacionales, desde el punto de diversificar los productos ofrecidos y de que estos puedan contar con una calidad adecuada para ello fue necesario que se contara con certificaciones

debido a que algunos mercados así lo exigen, otro punto clave fueron las alianzas estratégicas con agentes que permitieron apostar por los productos peruanos .

Hipótesis Específica N° 3

H₀: No existe una relación entre mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

H_a: Existe una relación entre mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.

En relación con lo obtenido, se puede indicar que existe una relación entre mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015, puesto que los requerimientos de productos de los mercados internacionales fueron creciendo con el pasar de los años, donde permitieron que la demanda crezca y con ello el aumento de la competencia global por dichos mercados. Donde la mejora de los acuerdos de tratados de libre comercio permitió brindar una facilidad para exportar productos, donde las Mype sobresalieron por su capacidad de crecimiento y diferenciación.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

- Existe una relación entre la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015. Dicho resultado guarda relación con lo expuesto por Paredes (2019), concluye que se obtuvo un valor R- squared de 0,95, que indicaba que el principal factor que aquejaba el aspecto de las exportaciones de las Pyme es la falta de acceso a créditos bancarios, con lo cual les dificulta mejorar ciertas falencias que pueda estar presentándose.
- Existe una relación entre la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015. Dicho resultado guarda relación con lo expuesto por Allauca (2020), concluye que uno de los principales determinantes para alcanzar la internacionalización es consolidar su experiencia y no dejarse crear supersticiones como el que no se pueda lograr expandir el producto por ciertas barreras u obstáculos que se pueda presentar en el camino.
- Existe una relación entre las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015. Dicho resultado guarda relación con lo expuesto por Alvarado & Angulo (2019), quienes concluyen que dentro del país las Mype enfrentan varios obstáculos que le impiden alcanzar un crecimiento sostenible para llegar a comercializar de manera internacional, uno de ellos es la falta de perspectiva que tienen de lo que venden el cual consideran que no tiene mucho valor dentro del mercado internacional, dejando así una mejor visión de futuro y otro punto es la falta de apoyo entre ellas para cubrir las dificultades que puedan tener en su desarrollo de crecimiento, con lo cual se puede deducir que el encargado o gerente no es el idóneo ya que no logra tener una visión positiva a futuro..

- Existe una relación entre mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015. Dicho resultado guarda relación con lo expuesto por Moreira (2019), concluye que existe una baja participación por parte de las Pyme en realizar una diferenciación del producto que ofrecen, el cual no logra ser apreciado por ser visto común dentro del mercado exportador, por lo cual se recomienda buscar estrategias de darle un valor agregado para alcanzar una mejor diferenciación.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- Existe una relación entre la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015, puesto que a partir de contar con un abastecimiento necesario se puede cumplir con las demandas que exigen las empresas al momento de exportar, ya que al no contar con una adecuada capacidad de producción no se podría cubrir los requerimientos y esto se ve reflejado en todos los sectores económicos.
- Existe una relación entre la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015, puesto que a hace algunos años atrás el país no contaba con una expansión respecto a exportaciones de manera amplia, solo se realizaba una comercialización nacional o ventas con países cercanos de la frontera.
- Existe una relación entre las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015, puesto que para que se pueda expandir la actividad exportadora de nuestro país se tuvo que contar con diferentes estrategias de comercialización para entrar en nuevos mercados internacionales.
- Existe una relación entre mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015, puesto que los requerimientos de productos de los mercados internacionales fueron creciendo con el pasar de los años, donde permitieron que la demanda crezca y con ello el aumento de la competencia global por dichos mercados.

6.2. Recomendaciones

- Se recomienda a las Mypes, que puedan crear productos con un valor agregado que sea distinto a los ya ofrecidos actualmente para las exportaciones, dichos productos no solo deben satisfacer los requerimientos de las personas, sino que además tiene que ser demostrado con una calidad superior a la del mercado, esto con el propósito de captar mayores clientes ya que en el actual mundo globalizado las ofertas ofrecidas por diferentes países de la región resultan muy similares.
- Se recomienda al estado, seguir implementando programas de fortalecimiento para que las Pyme puedan tener un mayor conocimiento de las condiciones necesarias que se deban contar para que los productos puedan ser exportados hacia el exterior, donde dichos programas sean de acceso cercano a la población y no se concentre solo en las grandes regiones del país, sino que puedan ir a aquellas provincias alejadas para lograr su crecimiento económico de la población que la habita.
- Se recomienda al estado, que siga fortaleciendo los tratados de libre comercio para que las barreras burocráticas establecidas por los grandes países del primer mundo sean accesibles para que las Pyme puedan ofrecer sus productos y de igual modo implementando un plan de tributación acorde a sus expectativas.
- Se recomienda, que el estado aparte de brindar un asesoramiento continuo a las Pyme para que consoliden su acción exportadora, pueda también brindar créditos económicos para que puedan invertir dentro de sus empresas y con ello mejorar las falencias que puedan tener.

CAPÍTULO VII

REFERENCIAS

7.1. Fuentes Documentales

Aranda Diaz, Y. E., & Romero Matos, T. M. (2018). Incidencia de las Exportaciones Agrícolas en el Crecimiento Económico del Sector Agrario en el Perú 2000 - 2017. Huaraz: Universidad Antunez de Mayolo.

Assereto, J. (2017). La Exportación como Concepto y su Aplicación. Lima: Pontificia Universidad.

Cáceres Rodríguez, W., Agudelo Cely, O. I., & Tejedor Estupiñán, R. A. (2017). Las Exportaciones y el Crecimiento económico en Boyacá Colombia 1980-2015. Boyaca: CENES.

Diaz, J. (2024). Pymes ecuatorianas: comercio exterior y fortalecimiento de mercados internacionales. Tesis. Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.

Hernández Sampieri, R. (2017). Metodología de la Investigación. México: ISBN.

Jiménez, F. (2011). Crecimiento Económico: Enfoques y modelos. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Manazano Bautista, E. J., Valencia Portillo, J. O., & Perdomo Castro, J. E. (2013). Impacto del Sector Agrícola en el Crecimiento Económico de El Salvador. Universidad Centroamericana.

MCE. (2015). Plan Estratégico Nacional Exportador. Lima: Ministerio de Comercio Exterior.

- MINAGRI. (2012). Plan Estratégico Sectorial Multianual 2012-2016. Lima: Ministerio de Agricultura.
- Montero Alfonso, G. G. (2020). Exportaciones como eje central del desarrollo económico: El caso de Puerto Rico. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras.
- Mostajo Guardia, R. (2002). El Sistema de Presupuesto en el Perú. Santiago de Chile: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social - ILPES.
- Núñez Testor, I. (2019). Teorías del crecimiento económico. Análisis crítico de las consecuencias derivadas de su aplicación. Madrid: COMILLAS .
- Pesantez Guzmán, M. M. (2018). El efecto de la exportación nacional como determinante de crecimiento económico del Ecuador. Quito: Universidad Central de Ecuador.
- Robles Lara, J. (2018). Crecimiento de las Exportaciones y el Crecimiento Económico en Perú: Evidencias de causalidad 1990-2016. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Rodríguez Vargas, J. J. (2005). La nueva fase de desarrollo económico y social del capitalismo mundial.
- Romero Calle, M. L., & Torre Dextre, J. S. (2019). Incidencia de las exportaciones tradicionales en el crecimiento económico peruano, periodo 2000 - 2017. Huaraz: Universidad Santiago Antúnes de Mayolo.
- Santrock. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. Revista Educación.

7.2. Fuentes hemerográficas

D'Alolio, & Fallas. (2001). EL CONCEPTO DE CALIDAD. Redalyc. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/441/44170517008.pdf>

Chariguamán, R. (2022). Evaluación de la capacidad productiva de una empresa de calzado en Ambato, Ecuador. Scielo, 2. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362022000200003#:~:text=La%20capacidad%20de%20producci%C3%B3n%20de,y%20las%20C3%A1reas%20productivas%20disponibles.

González. (2005). Problemas en la definición de microempresa. Scielo, 2. Obtenido de [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842005000300004#:~:text=Rivero%20et%20al%20\(2001%3A41,y%20eficiente%20de%20los%20recursos%20E2%80%9D.](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842005000300004#:~:text=Rivero%20et%20al%20(2001%3A41,y%20eficiente%20de%20los%20recursos%20E2%80%9D.)

Paredes, I. (2019). Factores que inciden en las exportaciones de las PyMEs del Ecuador. Período 2012-2016. Tesis. Espacios, Quito, Ecuador. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://www.revistaespacios.com/a19v40n40/a19v40n40p04.pdf>

Ramirez, E. (2019). Capacidad de producción y sostenibilidad en empresas nuevas. Espacios, 1. Obtenido de [/https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/a19v40n43p15.pdf](https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/a19v40n43p15.pdf)

Ramírez, F. (2008). Implicaciones éticas de los términos gerencia y gestión en el desarrollo de la identidad corporativa. redalyc, 1. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1990/199016835006.pdf>

7.3. Fuentes electrónicas

Allauca, E. (2020). Determinantes para la internacionalización de las pymes en la ciudad de Riobamba-Ecuador, Período 2020. Tesis. Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7663/1/8.-%20TESIS%20Edgar%20Alexander%20Allauca%20Ortega%20-ECO.pdf>

Alvarado, F., & Angulo, A. (2019). Las micro y pequeñas empresas, su influencia en el crecimiento de la producción y el empleo en la Provincia Pasco 2010-2018. Tesis. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Cerro de Pasco. Obtenido de http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1796/1/T026_45869969_T.pdf

Articles. (2020). ¿Qué beneficios tiene la innovación tecnológica en las MYPES? Articles, 1. Obtenido de <https://redesla.la/el-papel-de-la-innovacion-tecnologica-en-las-mypes/#:~:text=Las%20MYPES%20pueden%20utilizar%20herramientas,manera%20m%C3%A1s%20efectiva%20y%20r%C3%A1pida.>

Chavez, L. (2024). Factores que influyen en el crecimiento empresarial de las mypes del sector calzado. Caso Manguito Shoes. Tesis. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/27787/ZAVALA%20GUEVARA_CHAVEZ%20GO%20C3%91AS_FACTORES_INFLUYEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Clavijo, C. (2020). Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos. Hubspot, 2. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad->

- Guest. (2019). ¿Qué es una ventaja competitiva, qué tipos existen y cómo cultivarla? Redalyc. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/ventaja-competitiva/#:~:text=La%20ventaja%20competitiva%20es%20un,le%20brinda%20un%20posicionamiento%20favorable.>
- Huamán, B. (2020). Estrategias de las mype exportadoras de la zona centro del Perú en sus procesos de expansión internacional del 2017 al 2019. Tesis. Universidad de San Martín de Porres, Lima. Obtenido de [/https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8054/huaman_mbj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8054/huaman_mbj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Huansha Mesias, M. R. (2019). Incidencia de las Exportaciones Tradicionales y no Tradicionales en el Crecimiento Económico del Perú, 1950-2018. Huaraz: Unversidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.
- Medina. (2010). La productividad en la empresa de la industria de la transformación. Universidad del Quindío, 2. Obtenido de <https://ojs.uniquindio.edu.co/ojs/index.php/riuuq/article/view/1156/1804#:~:text=En%20este%20sentido%2C%20autores%20como,un%20menor%20tiempo%20de%20producci%C3%B3n.>
- Melendez, F. (2020). La micro, pequeñas y medianas empresas como factor importante en el desarrollo de la economía peruana, periodo 2010-2015. Tesis. Universidad José Faustino Sánchez Carrión, Huacho. Obtenido de <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3773/FABIOLA%20ANDREA%20MELENDEZ%20LOPEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Ministerio de la Producción. (2024). Las MIPYME en cifras 2022. Lima. Obtenido de <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1170-las-mipyme-en-cifras-2022#:~:text=En%20el%20Per%C3%BA%20existe%20,0%2C3%25%20medianas%20empresas.>
- Moreira, L. (2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. Tesis. Manabí, Ecuador. Obtenido de [/Dialnet-LaOfertaExportableDeLasPYMESDeLaProvinciaDeManabi-7164411.pdf](#)
- ONU. (2023). Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas. Nueva York: Naciones Unidas. Obtenido de <https://www.un.org/es/observances/micro-small-medium-businesses-day>
- Pozo, J., & Zamora, T. (2020). Contribución a la determinación de la capacidad de producción en empresas de proyectos. Dialnet, 8. Obtenido de [Dialnet-ContribucionALaDeterminacionDeLaCapacidadDeProducc-8509113](#)
- Sevilla, A. (2016). Comercio. economipedia, 4. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>

ANEXO

Anexo 01: Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis	Variables	Metodología
¿Qué relación existe entre la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015?	Determinar la relación de la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.	Existe una relación entre la capacidad de producción y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.	V1: LA ACTIVIDAD EXPORTADORA - Competitividad comercial - Administración y Liderazgo - Nueva tecnología V2: LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN -Competitividad internacional - Estrategia de comercialización - Mercado Mundial	Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Nivel: Correlacional
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas		Población y muestra: Las Mype que tienen una actividad exportadora y que estará comprendida entre los periodos 2005-2015
¿De qué manera se relaciona la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015?	Establecer la relación entre la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.	Existe una relación la competitividad internacional y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.		Instrumento: El software que se utilizará, es SPSS Versión 29.
¿De qué manera se relaciona las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015?	Conocer la relación entre las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.	Existe una relación entre las estrategias de comercialización y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.		
¿De qué manera se relaciona el mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015?	Determinar la relación entre el mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.	Existe una relación entre mercado mundial y la actividad exportadora de las PYME del Perú en el periodo 2005-2015.		