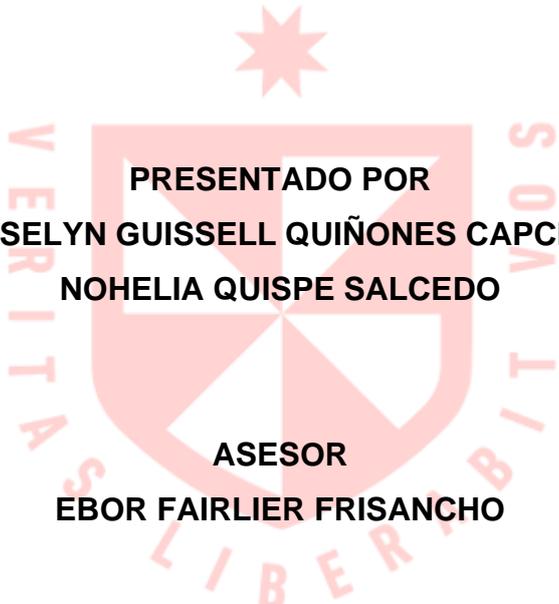




**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**FACTORES DETERMINANTES PARA LA EXPORTACIÓN
DE FIBRA DE ALPACA EN AREQUIPA, 2022**



**PRESENTADO POR
JOSELYN GUISELL QUIÑONES CAPCHA
NOHELIA QUISPE SALCEDO**

**ASESOR
EBOR FAIRLIER FRISANCHO**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ
2023**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**FACTORES DETERMINANTES PARA LA EXPORTACIÓN
DE FIBRA DE ALPACA EN AREQUIPA, 2022**

PARA OPTAR

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR

JOSELYN GUISELL QUIÑONES CAPCHA

NOHELIA QUISPE SALCEDO

ASESOR

MG. EBOR FAIRLIER FRISANCHO

LIMA, PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios por iluminar cada paso en mi vida; a mis padres por apoyarnos desde siempre, por todo su amor, su comprensión y toda su dedicación incondicional.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, mi hija que en todo momento estuvieron apoyándome y brindándome su apoyo y amor.

A Dios por todos los momentos agradables que me brinda día a día, por ser mi mayor fortaleza para seguir día a día, y por permitirme llegar hasta aquí,

A nuestros padres quien me han guiado siempre brindándome su apoyo incondicional y que cuyos constantes esfuerzos nos orienta a seguir adelante.

A nuestro asesor de tesis Ebor Fairlier por su grandioso apoyo y asesoramiento gracias a su experiencia pudimos culminar nuestra investigación

ÍNDICE

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	1
ÍNDICE	3
RESUMEN.....	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	18
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	18
1.2 Bases Teóricas	20
1.3. Definición de Términos Básicos	33
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	35
2.1 Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas.....	35
2.2. Operacionalización de variables	35
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	37
3.1 Diseño Metodológico	37
3.2 Diseño Muestral	38
3.3. Población	38
3.4. Muestra.....	38
3.5. Técnicas de Recolección de Datos.....	39
3.6. Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información	39
3.7. Aspectos Éticos	40
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	41
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	93
CONCLUSIONES	97
RECOMENDACIONES	98
FUENTES DE INFORMACIÓN	99
ANEXOS.....	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Proceso Productivo en Confecciones de Alpacaca.	29
Figura 2 Variable Independiente/Dimensiones /Indicadores.	35
Figura 3 Variable Dependiente/Dimensiones /Indicadores.....	36
Figura 4 Género.	44
Figura 5 Rango de Edad.....	45
Figura 6 Nivel Educativo.	46
Figura 7 La capacidad productiva de fibra de alpaca crecerá en los próximos años.....	47
Figura 8 El tiempo necesario para producir la fibra de alpaca mediante un determinado proceso.....	48
Figura 9 La empresa implemente soluciones cuando la capacidad productiva es restringida por la oferta y demanda.	49
Figura 10 Las empresas deben implementar estrategias que ayuden a reducir costos de producción.....	50
Figura 11 Las empresas deben mejorar la gestión de procesos para reducir costos de producción.....	51
Figura 12 Las empresas deben automatizar la producción de fibra de alpaca para reducir costos.....	52
Figura 13 Las maquinarias de las empresas mantienen un sistema operativo eficiente.	53
Figura 14 La maquinaria de la empresa soportará un aumento de producción.	54
Figura 15 El uso de la tecnología es importante en el proceso de exportación de la fibra de alpaca.	55
Figura 16 Las empresas deben contar con páginas web para comercializar sus productos..	56
Figura 17 Las empresas deben mantener el uso adecuado de las páginas web para estar en comunicación con los proveedores.....	57
Figura 18 La cadena de distribución es eficiente para la exportación.	58
Figura 19 La logística de la empresa se acopla al proceso de exportación.....	59

Figura 20 El transporte va a depender de la mercadería a exportar.....	60
Figura 21 Mantener la documentación alineada al transporte de carga que mantiene la exportación de fibra de alpaca.....	61
Figura 22 Es importante tener en cuenta los requisitos que mantiene una exportación para lograr la posición internacional.....	62
Figura 23 Las empresas deben mantener una planificación adecuada para la exportación de fibra de alpaca.....	63
Figura 24 Se debe contar con un stock proporcional para la venta de sus productos.....	64
Figura 25 Las características del producto garantizan el éxito o rechazo del proveedor para poder posicionarse en el mercado internacional.	65
Figura 26 Es importante implementar estrategias de marketing en toda empresa..	66
Figura 27 Es importante utilizar el canal on-line para la publicidad del producto.....	66
Figura 28 Las características del producto son importantes para la aceptación en el mercado objetivo.....	68
Figura 29 Es importante realizar estrategias de posicionamiento en el mercado objetivo.....	69
Figura 30 Es necesario contar con todos los documentos requeridos para realizar una exportación.....	70
Figura 31 El tiempo establecido que maneja el despacho aduanero con los documentos.. ..	71
Figura 32 La gestión documentaria debe ser atendida de manera automática.	72
Figura 33 Es importante que toda exportación cuente con un adecuado control aduanero.	73
Figura 34 Las empresas deben mantener un adecuado despacho aduanero para evitar caer en el canal rojo y así pagar gastos adicionales por la inspección	74
Figura 35 Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la variable Factores determinantes de Exportación.....	80
Figura 36 Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la variable Exportación	81

Figura 37 Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Tecnología	82
Figura 38 Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Producción	83
Figura 39 Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Logística Internacional	84
Figura 40 Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Posicionamiento Internacional	85
Figura 41 Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Marketing	86
Figura 42 Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Despacho Aduanero	87
Figura 43 Diagrama de dispersión entre los Factores Determinantes de Exportación y la Exportación	88
Figura 44 Diagrama de dispersión entre la Producción y el Posicionamiento Internacional	90
Figura 45 Diagrama de dispersión entre la Tecnología y el Marketing	91
Figura 46 Diagrama de dispersión entre la Logística Internacional y el Despacho Aduanero	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Factores determinantes para las exportaciones..	22
Tabla 2 Restricción de las exportaciones.	25
Tabla 3 Tipos de exportaciones.	26
Tabla 4 Partida arancelaria de la alpaca.	28
Tabla 5 Principales mercados de Fibra de Alpaca 2019/2020.	30
Tabla 6 Certificaciones de Exportación.	31
Tabla 7 Normas Técnicas Peruanas.	33
Tabla 8 Estadística de fiabilidad Coeficiente de Alfa de Cronbach de la variable factores determinantes de exportació.	41
Tabla 9 Estadística de fiabilidad Coeficiente de Alfa de Cronbach de las dimensiones de la variable de la variable independiente.	42
Tabla 10 Estadística de fiabilidad Coeficiente de Alfa de Cronbach de la variable exportación de fibra de alpaca.	42
Tabla 11 Estadística de Fiabilidad Coeficiente de Alfa de Cronbach de las dimensiones de la variable dependiente.	43
Tabla 12 Género.....	43
Tabla 13 Rango de Edad.	44
Tabla 14 Nivel Educativo.....	45
Tabla 15 La capacidad productiva de fibra de alpaca crecerá en los próximos años.	46
Tabla 16 El tiempo necesario para producir la fibra de alpaca mediante un determinado proceso.	47
Tabla 17 La empresa implemente soluciones cuando la capacidad productiva es restringida por la oferta y demand.	48
Tabla 18 Las empresas deben implementar estrategias que ayuden a reducir costos de producción..	49
Tabla 19 Las empresas deben mejorar la gestión de procesos para reducir costos de producción.	50

Tabla 20 Las empresas deben automatizar la producción de fibra de alpaca para reducir costos.....	51
Tabla 21 Las maquinarias de las empresas mantienen un sistema operativo eficiente. .	52
Tabla 22 La maquinaria de la empresa soportará un aumento de producción.	53
Tabla 23 El uso de la tecnología es importante en el proceso de exportación de la fibra de alpaca.....	54
Tabla 24 Las empresas deben contar con páginas web para comercializar sus productos	55
Tabla 25 Las empresas deben mantener el uso adecuado de las páginas web para estar en comunicación con los proveedores.....	56
Tabla 26 La cadena de distribución es eficiente para la exportación.	57
Tabla 27 La logística de la empresa se acopla al proceso de exportació.....	58
Tabla 28 El transporte va a depender de la mercadería a exportar.....	59
Tabla 29 Mantener la documentación alineada al transporte de carga que mantiene la exportación de fibra de alpaca.	60
Tabla 30 Es importante tener en cuenta los requisitos que mantiene una exportación para lograr la posición internacional.	61
Tabla 31 Las empresas deben mantener una planificación adecuada para la exportación de fibra de alpaca.	62
Tabla 32 Se debe contar con un stock proporcional para la venta de sus productos.....	63
Tabla 33 Las características del producto garantizan el éxito o rechazo del proveedor para poder posicionarse en el mercado internacional.....	64
Tabla 34 Es importante implementar estrategias de marketing en toda empresa.....	65
Tabla 35 Es importante utilizar el canal on-line para la publicidad del producto.....	66
Tabla 36 Las características del producto son importantes para la aceptación en el mercado objetivo.....	67
Tabla 37 Es importante realizar estrategias de posicionamiento en el mercado objetivo.. ..	68

Tabla 38 Es necesario contar con todos los documentos requeridos para realizar una exportación..	69
Tabla 39 El tiempo establecido que maneja el despacho aduanero con los documento.	70
Tabla 40 La gestión documentaria debe ser atendida de manera automática.	71
Tabla 41 Es importante que toda exportación cuente con un adecuado control aduanero.	72
Tabla 42 Las empresas deben mantener un adecuado despacho aduanero para evitar caer en el canal rojo y así pagar gastos adicionales por la inspección.	73
Tabla 43 Estadísticos Descriptivos de la Variable Factores de Exportación.	74
Tabla 44 Estadísticos Descriptivos de la Variable Exportación.	75
Tabla 45 Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Tecnología.	75
Tabla 46 Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Producción	76
Tabla 47 Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Logística Internacional.	77
Tabla 48 Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Posicionamiento Internacional.	77
Tabla 49 Prueba de normalidad de la Dimensión Marketing.	78
Tabla 50 Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Despacho Aduanero.	79
Tabla 51 Prueba de normalidad de la Variable Factores determinantes de Exportación.	79
Tabla 52 Prueba de normalidad de la Variable Exportación.	81
Tabla 53 Prueba de normalidad de la Dimensión Tecnología.	81
Tabla 54 Prueba de normalidad de la Dimensión Producción.	82
Tabla 55 Prueba de normalidad de la Dimensión Logística Internacional.	83
Tabla 56 Prueba de normalidad de la Dimensión Posicionamiento Internacional.	85
Tabla 57 Prueba de normalidad de la Dimensión Marketing.	86
Tabla 58 Prueba de normalidad de la Dimensión Despacho Aduanero.	87
Tabla 59 Correlación de la variable Factores determinantes de exportación y la variable Exportación.	88

Tabla 60 Correlación de la dimensión Producción y la dimensión Posicionamiento Internacional.	89
Tabla 61 Correlación de la dimensión Tecnología y la dimensión Marketing.	90
Tabla 62 Correlación de la dimensión Logística Internacional y la dimensión Despacho Aduanero.	91
Tabla 63 Hipótesis general	93
Tabla 64 Hipótesis específica 1.	94
Tabla 65 Hipótesis específica 2.	95
Tabla 66 Hipótesis específica 3.	96
Tabla 67 Matriz de consistencia.	105
Tabla 68 Variable Independiente: Factores determinantes de exportación.....	107
Tabla 69 Variable Dependiente: Exportacion.	110
Tabla 70 Validación de experto 1 para la variable independiente.....	113
Tabla 71 Validación de experto 1 para la variable dependiente.....	116
Tabla 72 Información del Validador Experto.....	121
Tabla 73 Validación de experto 2 para la variable independiente.....	122
Tabla 74 Validación de experto 2 para la variable dependiente	126
Tabla 75 Instrumento de Recopilación de Datos para la variable independiente.....	129
Tabla 76 Instrumento de Recopilación de Datos para la variable dependiente.....	131

RESUMEN

La investigación presente tiene como objetivo general analizar los factores determinantes para la exportación de fibra de alpaca en Arequipa en el 2022. Además, la metodología que ha desarrollado en el trabajo de investigación tiene un enfoque cuantitativo, de tipo aplicativo con un alcance explicativo, y tiene un diseño no experimental de corte transversal. Cabe mencionar, que la población de la investigación es de 50 personas, y se utilizó un tipo de muestreo no probabilístico, asimismo, se empleó una encuesta con formato de escala Likert para recopilar datos.

De igual manera, en el análisis de coeficiente Alfa de Cronbach se ha obtenido una fiabilidad de 0,913 los valores obtenidos fueron de 0,928 para la variable independiente y 0,710 para la variable dependiente en la correlación de Spearman, en resumen, todos los resultados indican que existe una relación significativa entre ambas variables por lo tanto se concluye que los factores determinantes si influyen para la exportación de fibra de alpaca en Arequipa, 2022.

Palabras claves: Factores, exportación, producción, tecnología, logística internacional, posicionamiento internacional, marketing y despacho aduanero.

ABSTRACT

The present investigation has as a general objective to analyze the determining factors for the export of Alpaca Fiber in Arequipa in 2022. In addition, the methodology that has been developed in the investigation has a quantitative approach, of an application type with an explanatory scope, and has a non-experimental cross-sectional design. It is worth mentioning that the research population is 50 people, and a type of non-probabilistic sampling was used, likewise, for the collection of information, a survey with a Likert structure was used.

Similarly, in the Cronbach's Alpha coefficient analysis, a reliability of 0.913 was obtained for the independent variable and 0.928 for the dependent one; Also, it was obtained as a result in Spearman's correlation of 0.710 for both variables. In conclusion, the determining factors do influence the export of Alpaca Fiber in Arequipa in 2022.

Keywords: Factors, export, production, technology, international logistics, international positioning, marketing and customs clearance.

NOMBRE DEL TRABAJO

TITULACION 2023.docx

RECuento DE PALABRAS

20216 Words

RECuento DE CARACTERES

111542 Characters

RECuento DE PÁGINAS

129 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.5MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 16, 2023 9:05 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 16, 2023 9:08 AM GMT-5

● **10% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

INTRODUCCIÓN

Perú lidera las exportaciones y la producción global de fibra de alpaca, representando el 90% de las exportaciones y el 80% de la producción mundial. Asimismo, produce anualmente 4,500 toneladas de fibra de alpaca, destinado a más del 60% del mercado externo destacando Arequipa como la región que concentra casi la totalidad de los envíos, con 99% de participación, expresa (Comercio exterior, 2018)

Debido a ello, la irrupción del COVID-19, en donde se produjo en un contexto de debilitamiento del comercio mundial que se arrastra desde la crisis financiera de 2008-2009. La rápida propagación del COVID-19 y las medidas adoptadas por los gobiernos han tenido graves consecuencias en las principales economías mundiales, informa (Cepal, 2020)

En relación a lo antes mencionado, la llegada del Covid-19 trajo consigo la disminución e interrupción de la mayor parte del comercio internacional, en empresas productoras, confeccionistas y el cierre de fronteras en todo el mundo, generando bajas económicas, desempleos y pérdidas de negocios.

Por consiguiente, en el año 2020, se registraron exportaciones de productos derivados de la Alpaca por un valor de US\$ 114 millones, lo cual representa una disminución del 30,4% y un descenso de US\$50 millones respecto al año anterior. Asimismo, la línea Textil fue uno de los principales del sector que logro concentrar el 64% de los envíos, pero tuvo una variación negativa de 31,7%. En segundo lugar, la categoría de ropa constituyó el 29% de las ventas al exterior, y experimento una reducción del -31,7%. Finalmente, la línea de textiles para el hogar registro una disminución del 10,4%, expresa (PromPerú, 2020)

De modo que, el sector textil es uno de los que genera crecimiento económico en la mayoría de los países subdesarrollados, siendo un factor principal en las exportaciones dentro de este sector, ya que es un pilar importante para las mype, del cual ayudan a comercializar sus productos y de esta manera generar mayor crecimiento económico a nuestro país.

Asimismo, en la presente investigación se dará a conocer la influencia de los factores determinantes para la exportación de fibra de alpaca, ya que se inmovilizaron las exportaciones e importaciones en todo el mundo, causando perdidas de negocios, costos elevados, falta de productos y una insatisfacción por parte de los clientes. El objetivo de

la investigación es encontrar estrategias de ventas y la comercialización para la reapertura de posicionamiento de nuevos mercado y crecimiento de exportaciones a nivel mundial. También, se planteará diferentes soluciones sobre las estrategias de ventas, actividades promocionales, entre otros, para tener una mejor comercialización y buenas negociaciones de los productos ya sea a nivel nacional como internacional, logrando identificar oportunidades de mercados que generan mayor demanda de sus productos con un valor agregado y diferenciado de la competencia, obteniendo la satisfacción del cliente a través de la fidelización mediante la calidad y las promociones que se brinden.

Por lo expuesto, en la investigación se planteó el problema general: ¿Cuáles son los elementos clave que influyeron en la exportación de fibra de Alpaca en Arequipa en el año 2022? Como problemas específicos: 1) ¿De qué manera la producción de fibra de alpaca influye en el posicionamiento internacional? 2) ¿De qué manera la tecnología influye en el marketing de la fibra de alpaca? 3) ¿De qué manera la logística internacional influye en el despacho aduanero de la fibra de alpaca?

Asimismo, el propósito principal de la investigación es examinar los elementos que influyeron en la exportación de productos de fibra de alpaca en Arequipa en el 2022. Como objetivos específicos: En primera instancia es “determinar si la producción de fibra de alpaca influye en el posicionamiento internacional”. En segunda instancia es “determinar si la tecnología influye en el marketing de la fibra de alpaca”. En tercera instancia es “determinar si la logística internacional influye en el despacho aduanero de la fibra de alpaca”.

Por otro lado, se tiene como justificación teórica, ya que ayudará a favorecer al conocimiento existente, y aportará a futuras investigaciones. Asimismo, la justificación práctica, aceptara aplicar propuestas de mejoras y desarrollar nuevos conocimientos con relación al tema los factores determinantes para la exportación de fibra de alpaca. Además, justificación metodológica, así que contribuirá al logro de los propósitos de la investigación académica al identificar como influyen los elementos clave en el proceso d exportación de la fibra de alpaca; sin embargo, cabe resaltar que se analizará la variabilidad de exportaciones en el año 2022, ya que la pandemia ocasionó la paralización del comercio internacional en muchos rubros, dado lo mencionado por el autor, se determinara a elaborar el tema a mayor profundidad para lograr examinar los elementos clave que afectan a la exportación de fibra de alpaca.

Asimismo, en la presente investigación se mencionará los factores determinantes para la exportación de fibra de alpaca, a raíz de la situación actual que se está experimentado como es la pandemia del covid-19, se inmovilizaron las exportaciones e importaciones en todo el mundo, causando pérdidas de negocios, costos elevados, falta de productos y una insatisfacción por parte de los clientes.

La presente investigación es viable debido a que se considerara puntos claves para el desarrollo entre estos tenemos: Viabilidad técnica, por lo que se utilizara informaciones relevantes obtenidos en documentos científicos, revistas, repositorios y libros que tengan temas relacionados a la exportación, brindando mayor soporte al tema de investigación. Viabilidad ambiental, ya que se llevará a cabo mediante Word de manera virtual, ya que se evitará el uso de papel innecesario que realiza la contaminación. Viabilidad económica, lo cual los investigadores cuentan con los recursos económicos para la elaboración de la investigación, en donde se mantiene gastos de electricidad e internet. Viabilidad tecnológica, ya que en la investigación se utilizará una laptop, la cual, tendrá la información recolectada por los investigadores, cabe mencionar, que se utiliza las técnicas e instrumentos (encuestas – cuestionarios) para la recolección de información.

Además, la investigación cuenta con limitaciones entre estas tenemos el acceso a las empresas, bibliotecas, entre otros, en donde no se realizara la recolección de informaciones actualizada y el trabajo de campo, ya que el ministro de salud indico ciertas medidas de bioseguridad que se deben respetar, con el fin de prevenir la expansión del virus y restringir la movilidad sin restricciones, dado a lo antes mencionado, se utiliza información que se recopile mediante distintas plataformas virtuales, es por ello que se realizaran cuestionarios de manera virtual.

A continuación, se detallan los temas a desarrollar en los capítulos de la investigación:

En el Capítulo I: Marco Teórico, se explican los antecedentes que están relacionados con el tema, además, se da a conocer las bases teóricas de libro y otras investigaciones relacionadas al tema y a las variables, por último, se presentan las palabras claves que ayudan a entender la investigación

En el Capítulo II: En este capítulo se mencionan las hipótesis formuladas teniendo en cuenta las variables de la investigación, asimismo, se podrá encontrar las dimensiones por cada variable y se desarrolla la definición de las variables planteadas.

En el Capítulo III: En este capítulo se plantea el diseño metodológico, asimismo, se describe el diseño de la muestra, la población estudiada, la muestra seleccionada, método para recopilar datos, técnicas estadísticas empleadas y consideraciones éticas.

En el Capítulo IV: En el cuarto capítulo, el análisis estadístico y las inferencias de cada resultado.

En el Capítulo V: El capítulo de discusión de resultados, que sigue, contendrá un análisis exhaustivo de la investigación, incluyendo comparaciones e interpretaciones de los resultados en relación con otros estudios.

Finalmente, se enumeran las conclusiones y las recomendaciones basadas en los resultados de la investigación, destinadas a guiar a los exportadores en sus decisiones a nivel organizacional.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la Investigación

Según (Arias, 2012), comenta que: “Los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones” (pag.106).

A continuación, se presentan investigaciones de diferentes autores a nivel nacional e internacional.

1.1.1 Antecedentes Internacionales

Con las palabras de (Marrasquin & Franco , 2020) en su tesis titulada: “Factibilidad económica para la exportación de ropa de frio a base de fibra de alpaca a Dinamarca”, en la ciudad de Guayaquil, Ecuador; cuyo objetivo fue desarrollar un plan de factibilidad económica para la exportación de ropa de frio en fibra de alpaca a Dinamarca; por otro lado, no cuenta con hipótesis; pues la metodología utilizada fue exploratorio, descriptiva y cuantitativa y cuantitativa, con una muestra de 74 empresas.

Por último, uno de los resultados con mayor importancia de la investigación es que los productos de la fibra de alpaca son atractivos para los daneses, lo cual, hace que la fibra de alpaca se encuentra en un buen posicionada en los segmentos más altos. Cabe mencionar que el nivel de ingresos al igual que los niveles socioeconómicos de Dinamarca son atractivos, lo cual facilita la adquisición de los productos de fibra de alpaca, asimismo, su PIB en el 2019 fue de 53.430 euros; finalmente, el autor concluye la fibra de alpaca contiene mayor demanda por los consumidores extranjeros, en donde no se aprovechan todos los canales de distribución por una alta alza de precios, debido a la coyuntura que está atravesando como es el covid-19.

Citando a (Jiménez , 2018) en su tesis titulada: “Plan de exportación de chompa de fibra de alpaca, al mercado de Chile”, cuyo objetivo fue diseñar un plan de exportación para una empresa PYME de confección de chompa de alpaca para determinar la viabilidad de exportar eficientemente al país más conveniente; por otro lado, no cuenta con hipótesis; por consiguiente, la metodología utilizada fue cuantitativo, en donde va dirigido a mujeres entre 20 a 45 años.

Por último, se obtuvo como resultados que los principales países proveedores de prendas de alpaca al mercado chileno, tenemos como primer lugar al país del Perú con una

participación de 75,8 % y como segundo lugar el país de China con una participación de 6,4 %; finalmente, el autor concluye el comercio exterior es el componente más representativo de la riqueza de un país y que es muy fundamental para el país, para que este tenga un crecimiento y un desarrollo económico y social.

1.1.2 Antecedentes Nacionales

Según (Cáceres, 2020) en su tesis titulada: “Influencia de las exportaciones de alpaca sintética sobre la alpaca pura, en el Perú”, publicada en la Universidad San Ignacio de Loyola, en la ciudad de Lima-Perú; cuyo objetivo fue conocer la influencia en las exportaciones de alpaca sintética sobre las exportaciones de alpaca pura; por otro lado, no cuenta con hipótesis; por consiguiente, la metodología utilizada fue cuantitativa, exploratorio-explicativo.

Por último, uno de los resultados de la investigación fue tener una distribución normal, ya que el valor P es igual a 0.18, lo cual, es mayor al 0.05. Adicional, la estadística de Jarque Bera es menor a 5.99, lo cual indica que se tiene una distribución normal; finalmente, el autor concluye que en los últimos años se ha obtenido un impacto positivo en las exportaciones de fibras de alpaca, dado que se ha podido comprobar con análisis, balances y comparaciones de datos estadísticos e interpretaciones de otros autores

Como expresa (Rojas, 2020) en su tesis titulada: “Factores determinantes en la exportación de fibra de alpaca del Perú 2010 – 2019”, publicada en la Universidad San Ignacio de Loyola, en la ciudad de Lima-Perú; cuyo objetivo fue elaborar un estudio sobre los factores que influyen en la exportación de fibra de alpaca durante el lapso que abarca desde el año 2010 al año 2019; por otro lado, tuvo como hipótesis que los determinantes influyen en la exportación de fibra de alpaca en el periodo 2010-2019; por consiguiente, la metodología utilizada fue aplicada, explicativa, cuantitativa y no experimental, con una muestra de 40 exportadores e importadores.

Por último, los resultados de la investigación fue que el R cuadrado ajustado es de 0.79, lo que significa que se tienen una buena asociación entre la variable dependiente e independiente, No obstante, existe una relación inversa de la variable PBI per cápita con las exportaciones de China; finalmente, el autor concluye que las exportaciones de alpaca cada vez se van elevando, pero que no todos los países a donde se pretende comercializar generan aportes, ya que el precio elevado que se maneja hoy en día no favorece a mucho de los exportadores.

Mencionando a (Dongo & Pequeño , 2017) en su tesis titulada: “Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pyme del Sector textil y confecciones en Lima Metropolitana”, publicada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, asimismo, el objetivo de la investigación es identificar los aspectos que influyen en el proceso de las pyme exportadoras del sector textil y confecciones; por otro lado, la hipótesis de la investigación es que los factores de las pyme exportadoras del sector textil y confecciones influyan de forma positiva en el desarrollo de las exportaciones en Lima Metropolitana; por consiguiente, la metodología utilizada fue descriptivo, aplicada y cuantitativo, además, la muestra está formada por 35 pyme exportadoras y 48 no exportadoras

Por último, el resultado más relevante de la investigación es que la fibra de alpaca producido en Perú ha logrado obtener un buen posicionamiento en el mercado mundial, obteniendo el primer lugar en su categoría; cabe mencionar, que el autor indica que existen aspectos importantes que influyen positivamente en desarrollo de las pyme exportadoras, los factores internos y externos de las organizaciones, y a las características que se han desarrollado en el mismo sector, estos hacen que el desarrollo de las exportaciones de fibra de alpaca siga desenvolviéndose de forma positiva; finalmente, el autor concluye que “existen instituciones como Promperú, Comexperú, Sni y Adex que vienen impulsando el desarrollo y crecimiento de las pyme exportadoras”, además, estas instituciones antes mencionadas se encuentran implementando herramientas que permitan a las pyme exportadoras cumplir con sus objetivos en el mercado internacional.

1.2 Bases Teóricas

Según (Arias, 2012) expresa que “Las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado” (pág. 107)

A continuación, se presentan las bases teóricas de la investigación, donde se muestran definiciones o teorías de ambas variables.

1.2.1. Factores determinantes de exportación

Factor

De acuerdo al diccionario (Real Academia Española, 2020) define que factor es “Elemento o causa que actúan junto con otros”. Asimismo, (Oxford , 2020) expresa que es “una de las cosas que tiene un efecto en una determinada situación , la decisión , eventos , etc.”

Determinar

(Real Academia Española, 2020) define que determinar es “Decidir algo, despejar la incertidumbre sobre ello.” A lo que (Word Reference, 2020) expresa que es “Provocar, ser causa de algo”.

Es por ello, si asociamos factores y determinantes, podemos decir que significa factores que causan o determinan un comportamiento o resultado.

Factores determinantes de exportación

En relación a lo antes mencionado se puede definir a los factores determinantes de exportación como: “Factores que causan o desafían que las empresas encaminen dando iniciativa a la comercialización y expansión de sus productos mediante exportaciones a distintos mercados internacionales”.

Tipos de factores

Dicho de las palabras de (Fonseca, 2017) expresa que existen diversos tipos de factores al momento de realizar exportaciones mediante un rígido reglamento que contienen distintos países, del cual los exportadores deben seguir y visualizar el público objetivo a donde se quieren internacionalizar.

Tabla 1.

Según el autor (Fonseca, 2017) el orden de los factores determinantes al momento de realizar las exportaciones es:

Factores determinantes para las exportaciones

- Expectativas de ganancias
- Capacidad de producción
- Costos: operacionales, recursos humanos, transporte
- Demanda
- Estrategias y objetivos de la empresa
- Leyes y otras regulaciones (locales y extranjeras)
- Estabilidad política del país destino
- Riesgos
- Precios-Estrategias
- Flexibilidad de financiamiento para el exportador
- Flexibilidad de financiamiento para el importador
- Infraestructura del país destino (incluyendo tecnología TIC)
- Acceso a materia prima
- Impuestos y aranceles en el mercado destino
- Características socioculturales del país extranjero
- Investigación y desarrollo (innovación)
- Competencia
- Tratados comerciales
- Tasas de cambio

Nota: Se presenta el orden de los factores determinantes al momento de realizar las exportaciones. Tomado de la Revista Empresarial Inter Metro por Fonseca, 2017

Teoría de la proporción de factores por Heckscher y Ohlin

(Lavados , 2009), expresa que “los países individualmente considerados tienen ventajas comparativas para exportar determinados bienes, es por ello que la escasez relativa tiende a reflejarse en los precios: por lo tanto, a medida que el comercio internacional se desarrolla, la lista de productos de exportación de un país estaría fuertemente sesgada hacia los productos que usan una alta proporción de los factores abundantes, y la

importación estaría sesgada hacia los bienes que tuvieran un componente relativamente alto de los factores escasos.” (pág.178)

Teoría de las proporciones factoriales

(Anónimo, 2013) “Esta teoría plantea que las naciones tienen toda una tecnología equivalente pero que difieren en sus dotaciones de factores mediante el trabajo, recursos naturales y capital, que son los insumos básicos para la producción. De esta manera las naciones consiguen ventaja comparativa basada en los factores en aquellos sectores de los cuales se hace un uso intensivo, de aquello que tienen en abundancia, permitiendo exportar los bienes que producen e importando productos en los que se tiene una desventaja comparativa en cuanto a estos factores.” (pág.8)

Problemas frecuentes de la fibra de alpaca

Citando a (Parodi, 2011) comenta que existen tres tipos de características que predomina la fibra de alpaca, las cuales son sus propiedades térmicas, la tenacidad y la gran diversidad de colores que se emplean. Asimismo, se valora el esfuerzo de muchas instituciones en la cual genera un valor agregado mediante las inversiones tecnológicas, pero lastimosamente no se genera lo suficiente para una gran exportación. Además, la mayor dificultad encontrada en las exportaciones de la fibra de alpaca se visualiza en la calidad, ya que no cuenta una buena selección por la mano de obra en la cual se prevé poco calificada, adicional a ello, las mype no suelen tener el poder de negociación correspondiente para generar ventas y también se cuenta con la falta de organización en la cual no se mantiene un buen control.

Por consiguiente, con el pasar de los años muchas mype han ido evolucionando en cuanto a calidad y mejoras de exportación, en donde Perú ha concretado un 85% de alpacas en el mundo, en la cual representa 4.2 millones de alpacas. Además, el diario gestión también comenta que el principal cambio climático más frecuente en la cadena productiva de fibra de alpaca son los cambios climatológicos y la micro crianza de las alpacas en la sierra peruana, dado que el promedio de productores es mayor de 50 años, por lo que ya no le dan la debida importancia en el tema de crianza de estos animales, expresa (Gestión, 2018).

A continuación, se presentarán las dimensiones de la variable independiente:

Producción

(Ramírez, 2010) informa que “todos los factores de producción contribuyen al crecimiento económico, ningún producto se puede fabricar sin materias primas, en donde estos materiales no se pueden extraer, refinar y transformar sin que la gente trabaje.”

Esto quiere decir que, el factor de producción es muy importante y fundamental para todas las empresas que crean, innovan y producen bienes y servicios a ofrecer ya sea de manera nacional o internacional.

Tecnología

(Acosta, 2013) expresa que “El cambio tecnológico ocurre cuando se introducen modificaciones en la operación de la maquinaria y los equipos o cuando se sustituyen éstos para dar paso a la automatización y/o la sistematización.”

A lo que, día a día, ha ido evolucionando y sustituyendo maquinaria obsoleta, por lo que, gracias a la tecnología, se puedan optimizar procesos, generar mayor productividad y competitividad, entre otros.

Logística internacional

Citando a (Cabrera, 2014) define que “Tiende a la gestión de cadenas de suministro eficientes y flexibles, que se adapten a los cambios en el mercado mediante la coordinación entre sus miembros, comprendiendo el movimiento físico de los productos que se mantiene desde el punto de origen hasta la distribución y recibo del cliente final.” (pág.15)

1.2.2. Exportación

Según (Siicex, 2020) define que la exportación es “Régimen aduanero que permite la salida legal de bienes y servicios de origen nacional.”

Asimismo, (Robbins & Coulter, 2014) la exportación es la salida legal de bienes y servicios nacionales para su uso o consumo en el exterior, efectuada en determinadas condiciones, por lo que permite observar y evaluar comportamientos con el fin de evidenciar cuáles son las características distintivas de las compañías que exportan frente a las empresas que no lo realizan.

Problemas de comercialización

Citando a (Lavados , 2009) “Los Costos de transporte y las barreras al comercio son importantes, pero no siempre constituyen los factores de mayor peso para los exportadores potenciales.”

Asimismo, el autor menciona que “Los problemas que los exportadores tienen que enfrentar y resolver para materializar la exportación están vinculados con la creación de un sistema de informaciones operativo: con la penetración de los mercados externos y la mantención de una proporción del mercado aceptable; y con el establecimiento de una organización de ventas en el exterior, teniendo un mínimo grado de control sobre ella.” (pág.195)

Restricción de las exportaciones

Como señala (Arce & Condor , 2019) refiere que, en el comercio internacional existe distintas barreras que los países establecen para la protección y regulación de sus exportaciones, los cuales se detallan, a continuación:

Tabla 2.

Restricción de las exportaciones

Restricciones	Concepto
Barreras arancelarias	Son impuestos que se deben pagarse al momento de exportar e importar; su principal objetivo es proteger al productor nacional y al mercado local.
Barreras no arancelarias	Medidas sanitarias Fitosanitarias

Nota: La información fue proporcionada de “Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú” por Arce & Condor.

Teorías

Cuando se habla de exportaciones, existen varias teorías y todos conjuntamente se adhieren en el comercio internacional con una base empírica y donde distintos autores lo presentan con implicancias normativas respecto a cómo mejorar la situación de un país determinado, expresado (Lavados , 2009).

Por ende, a la teoría Ricardiana de la ventaja absoluta, del cual su autor es David Ricardo, la cual hace énfasis a la exportación y como un país debe especializarse en un producto y aplicarlo, también importar el producto que un país no lo desarrolla o no tiene experiencia, por ende, se basa en que el país busque la ventaja a través de la especialización que puedan tener respecto a un producto.

Tipos de exportaciones

Teniendo en cuenta, lo antes mencionado, es importante saber que existen dos formas de exportar las cuales son directas e indirectas y de esta forma poder internacionalizarse, dicho esto (Martínez & Lombana, 2013) describen:

Tabla 3.

Tipos de exportaciones

Tipos	Concepto
Exportaciones directas	No se necesita de terceros para poder comercializarse, donde el exportador es responsable utilizando sus recursos en todo el proceso y quede en manos del cliente final con la remuneración quedada en el contrato dando un mayor retorno económico.
Exportaciones indirectas	Usadas por empresas que recién ingresan en el mundo de la exportación y tienen dificultades de poder ejercer todo el proceso ellos solos, de tal manera, que se recurra de intermediarios para poder concretar una venta.

Nota: La información fue proporcionada de “Pymes Rutas para la exportación” por Martínez & Lombana.

La importancia de las exportaciones

Las exportaciones generan mayor parte de la economía de un país, dado la gran productividad que se emplea, aplicando mayor empleo en lugar de que se desarrolle. Como consecuencia de ejercerlo es el incremento del PBI, ya que las exportaciones traen consigo mayor entradas económicas y mayor desarrollo social implicando así su desarrollo, informan (Galindo & Rios, 2015).

A continuación, se presentan las dimensiones de la variable dependiente:

Posicionamiento Internacional

Según (Carpintero, 2014) el posicionamiento internacional consiste en posicionar la web de la empresa en los buscadores del país en el que se quiera posicionar. La posición que la empresa elija ocupar deberá tener en cuenta tanto sus puntos fuertes como la situación de la competencia, además de las características propias de cada mercado.

Marketing

(Gibello Rael, 2015) plantea que, toda empresa que se descubre potenciar su iniciativa en mercados internacionales se debe tomar en cuenta que el marketing Mix, sirve como estrategia principal para lograr mayor competitividad, fidelización y satisfacción de los clientes hacia el mercado objetivo que se va a establecer, teniendo en cuenta las 4p las cuales son conformadas por el producto, precio, plaza y promoción.

Despacho aduanero

(Páez, 2018) define que el despacho aduanero “es el proceso administrativo que permite la entrada, tránsito y salida de la mercancía de un territorio aduanero”

A lo que (Snice, 2015) expresa que “es el conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y a su salida del mismo, de acuerdo con los diferentes tráficos y regímenes aduaneros establecidos, deben realizar ante la aduana.”

Base Legal

“La clasificación arancelaria es el código que caracteriza una mercancía en un sistema ordenado de y codificación”, expresa (Gob, 2021)

La fibra de alpaca es transformada para su exportación mediante, chompas, abrigos, chalecos, entre otros. Manteniendo su partida arancelaria, comprendiendo a la siguiente estructura arancelaria:

Tabla 4.

Según (Gob, 2021) la partida arancelaria de la alpaca es:

Categoría	Partida Arancelaria	Descripción
Pelo fino	51.11	Tejidos de lana cardada o pelo fino cardado.
	5111.11.40.00	De alpaca o de llama
Prendas de vestir	5112904000	Demás tejidos de pelo de alpaca o de llama peinado
	6102100000	Abrigos, chalecos, capas, anoraks y cazadoras de punto, de lana o pelo fino, para mujeres
	6115940000	Medias y demás artículos de calcetería de punta, de lana o pelo fino
	6116910000	Guantes de punto, de lana o pelo fino

Nota: En la siguiente tabla se puede evidenciar la partida arancelaria y su descripción dado que cada partida contiene una numeración diferente. Tomado de (Sunat, 2021)

Proceso productivo de Alpaca

Según (Mincetur, 2020) expresa que “se entiende por cadena productiva a una concentración sectorial o geográfica de empresas que intervienen directa o indirectamente en un proceso productivo, desde la provisión de insumos y materias primas, transformación, la gestión, hasta el marketing y la comercialización.”

Donde para realizar dicho proceso existen dos épocas de esquila teniendo un periodo de 2 a 3 meses aproximadamente estos son según (Mincetur, 2020):

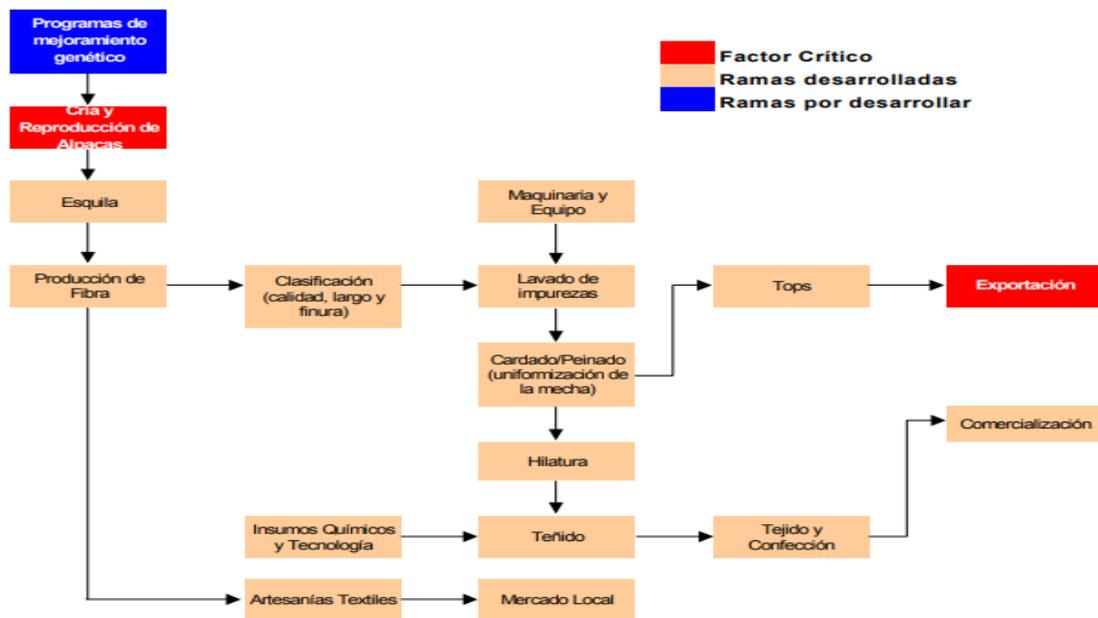
- Campaña grande: Marzo, abril y mayo

- Campaña chica: Octubre y noviembre

Se requiere un proceso adecuado, riguroso y cuidadoso para obtener la fibra de alpaca, del cual no todas las empresas contienen un buen proceso para la realización de ello.

Figura 1.

Proceso Productivo en Confecciones de Alpaca



Nota: En la siguiente figura se puede evidenciar el proceso productivo en confeccionistas de alpaca que se requiere un mejor manejo de control y gestión. Tomado de Mincetur,2020.

Principales mercados de Fibra de Alpaca

Según (PromPerú, 2020), menciona que para el 2020 las exportaciones de fibra de alpaca decrecieron en los principales mercados internacionales, asimismo estos mercados donde decrecieron las exportaciones de productos de alpaca fueron Estados Unidos, Italia y China. A continuación, se observa en la tabla 5 las exportaciones del 2019 y 2020 y las variaciones que existen entre ambos años.

Tabla 5.

Según (PromPerú, 2020) los principales mercados de Fibra de Alpaca 2019/2020 (participación US\$ Millones)

	2019	2020	VAR. % 19/20
TOTAL GENERAL	163	114	-30.4
1. EE. UU.	38	28	-25.9
2. ITALIA	36	18	-50.1
3. CHINA	22	17	-22.4
4. NORUEGA	13	13	1.0
5. ALEMANIA	6	5	-9.6
6. REINO UNIDO	5	4	-24.5
7. SUECIA	5	4	-27.5
8. JAPÓN	4	3	-39.4
9. COREA DEL SUR	4	3	-36.1
10. SUIZA	3	2	-32.2
11. BOLIVIA	3	2	-47.1
12. DINAMARCA	2	2	-9.9
13. CANADÁ	3	2	-40.7
14. FRANCIA	2	1	-27.3
15. CHILE	2	1	-45.9
16. RESTO	16	10	-34.9

Nota: En la siguiente table se puede visualizar que existe un decrecimiento de los principales mercados que adquieren la fibra de alpaca. Tomado por (PromPerú, 2020)

Certificación de exportación

Según la (Cámara de Comercio de La Libertad, 2023) señala que el certificado es un documento que permite acreditar y garantizar que la mercancía a exportar cumple con las reglas de origen establecidos por los acuerdos comerciales. Cabe mencionar que existen

certificaciones que no son obligatorias. Sin embargo, estas certificaciones pueden ayudar a posicionar el producto exportado en el mercado internacional. A continuación, se mencionan los certificados que estén relacionados con la exportación de fibra de alpaca.

Tabla 6.

Certificaciones de Exportación

Certificaciones	Definición	
COMERCIO JUSTO	Según (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2023) señala que el comercio justo es “un sistema de certificación diseñada para identificar productos que cumplen con estándares medioambientales, laborales y de desarrollo social”	
NORMA GLOBAL DE TEXTILES ORGANICOS (GOTS)	El (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2023) justifica que es “la norma que define criterios ambientales del más alto nivel en toda la cadena de producción para que el producto sea considerado orgánico”. Cabe mencionar que los productos deben cumplir con las normas de etiquetado, procesamiento, embalaje, y la distribución textil con por lo menos 70% de fibras naturales con certificación orgánica.	
MARCA ALPACA	Según (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2023) indica que la Marca Alpaca es “un programa de la asociación internacional de alpaca, esta garantiza el contenido y la calidad de los productos de alpaca”	

RESPONSABILIDAD ALPACA STANDARD El (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2023) señala que la organización Textile Exchange, “busca verificar que se respete el bienestar de las alpacas” a través de los gremios de alpaca.



ESTANDAR DE ALPACA RESPONSABLE (RAS) (Ministerio de Comercio Exterior y turismo, 2023) menciona que el RAS es “una norma internacional y voluntaria que aborda el bienestar de los animales en la cadena de suministro de la alpaca desde los fundos certificadas hasta el producto final”.



Nota: Elaboración Propia

Normas Técnicas Peruanas

El (Instituto Nacional de Calidad, 2023) señala que la norma técnica es “un documento técnico voluntario que contiene especificaciones de calidad, terminología, métodos de ensayo, información de rotulado, envasando, símbolos entre otros”.

Asimismo, el (Instituto Nacional de Calidad, 2023) menciona que la norma técnica peruana que hace referencia a las buenas prácticas de esquila y manejo de vellón de la fibra de alpaca es 231.370:2010, la cual, tiene como objetivo, establecer las buenas prácticas pecuarias para la esquila y el manejo del vellón de la fibra de alpacas. Asimismo, existen otras normas técnicas según el Instituto Nacional de Calidad y estas son:

Tabla 7.

Normas Técnicas Peruanas

Normas Técnicas Peruanas	Definición
NTP 231.300:2004	Fibra de Alpaca en vellón. Definiciones, categorización, requisitos y rotulado.
NTP 231.301:2004	Fibra de Alpaca clasificada. Definiciones, clasificación por grupos de calidades, requisitos y rotulado.
NTP 231.302:2004	Fibra de alpaca en vellón. Procedimiento de categorización y muestreo.

Nota: Elaboración Propia

Instituciones gubernamentales

Según (Ministerio de Relaciones Exteriores, s.f.) señala que las instituciones que promueven la exportación son:

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR
- Comisión de promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU
- Instituto Peruano de la Alpaca y Camélidos -IPAC
- Ministerio de la Producción (CRECEMYPE)
- Comisión para la Promoción de Exportación (PROMPEX)
- La Sociedad Peruana de Criadores de Alpacas y Llamas (SPAR)
- asociación de Exportadores del Perú (ADEX)

1.3. Definición de Términos Básicos

Como señala (Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero, s.f.), (Real Academia Española, 2021), definen lo siguiente:

- **Exportación:** Es el conjunto de productos o servicios que salen del país de origen para su venta, la cual favorece de manera económica a los que lo desarrollan.

- **Despacho Aduanero:** Es realizado bajo cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias en la exportación o importación de las mercancías.
- **Transporte:** Medio que es usado para el traslado de una mercancía de un lugar de origen hasta su destino final (vía aérea, vía terrestre y vía marítima).
- **Producción:** Es aquella actividad económica, la cual permite la elaboración de un producto determinado, siguiendo ciertos pasos para aprovechar los recursos, llegando así a la mercancía final.
- **Tecnología:** Es el implemento y métodos, los cuales son utilizados en la producción de un bien o servicio.
- **Precio:** Cantidad monetaria para adquirir un bien o servicio.
- **Plaza:** Lugar en el que se puede comercializar productos o servicios, en donde esté al alcance del público.
- **Promoción:** Se establece mediante estrategias de venta para que el consumidor pueda adquirir un bien o servicio satisfaciendo su necesidad estando al alcance de su bolsillo.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas

Según (Arias, 2012) expresa que la hipótesis “Es una suposición que expresa la posible relación entre dos o más variables, la cual se formula para responder tentativamente a un problema o pregunta de investigación.”

2.1.1. Hipótesis general

- Los elementos decisivos tienen un impacto en el proceso de exportación de fibra de alpaca en Arequipa en el 2022.

2.1.2. Hipótesis específicas

- La producción de fibra de alpaca influye en el posicionamiento internacional.
- La tecnología influye en el marketing de la fibra de alpaca.
- La logística internacional influye en el despacho aduanero de la fibra de alpaca.

2.2. Operacionalización de variables

Variable Independiente:

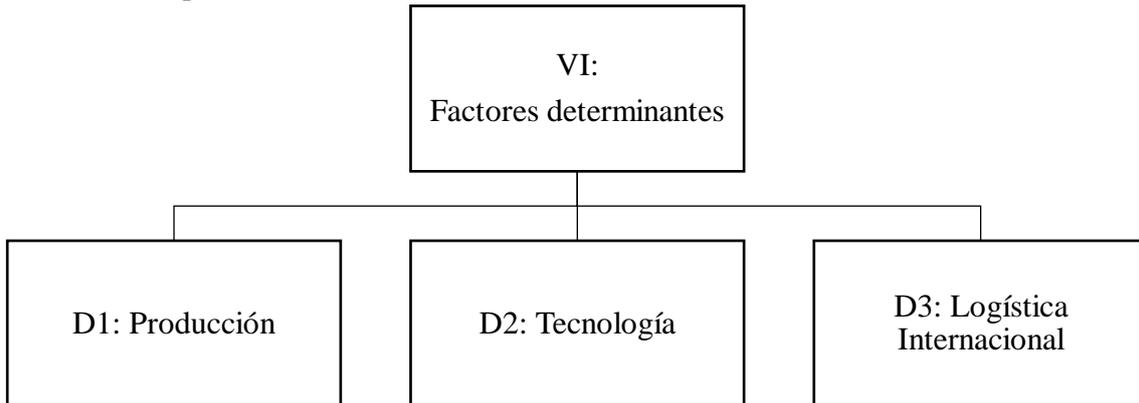
Factores determinantes de exportación: Son elementos que generan desafíos para que las organizaciones adopten la iniciativa de comercializar y expandir sus productos o servicios a través de la exportación a distintos mercados internacionales.

Variable Dependiente:

Exportación: Es la salida legal de bienes y servicios nacionales para su uso o consumo en el exterior, efectuada en determinadas condiciones. (Robbins & Coulter, 2014)

Figura 2.

Variable Independiente/Dimensiones /Indicadores



- Capacidad Productiva
- Reducción de costos

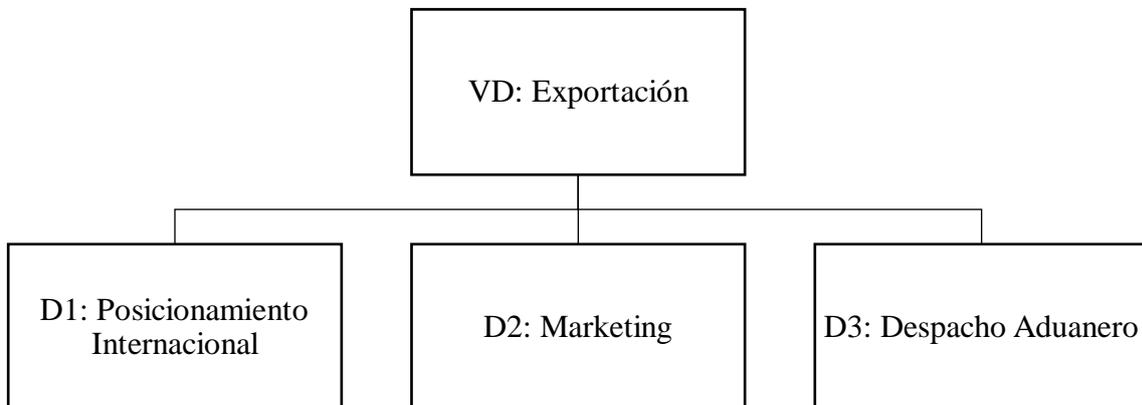
- Sistema operativo
- Página web

- Cadena de Distribución
- Transporte

Fuente: Elaboración propia

Figura 3.

Variable Dependiente/Dimensiones /Indicadores



- Producto
- Disponibilidad del producto

- Promoción
- Mercado objetivo

- Plaza
- Gestión Documentaria

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño Metodológico

Citando a (Hernández et.al, 2014) expresa que: “El investigador debe visualizar la manera práctica y concreta de contestar las preguntas de investigación, además de cumplir con los objetivos fijados. Esto implica seleccionar o desarrollar uno o más diseños de investigación y aplicarlos al contexto particular de su estudio.”

A continuación, se describe el enfoque, tipo, alcance, diseño, corte y unidad de análisis que respaldan los autores (Hernández et.al, 2014):

Enfoque: Cuantitativo; dado que el instrumento que se aplica una encuesta, con el fin de medir de manera confiable esta investigación.

Tipo: Aplicada, pues se determinan los conocimientos obtenidos en la investigación, con el fin de proporcionar la solución al problema planteado.

Alcance: La investigación tiene dos alcances, las cuales son:

Es descriptiva porque la investigación implica que se va observar las situaciones, comportamientos, para lograr definir los problemas que suscitan en la organización.

Tiene un alcance explicativo, pues la investigación se encarga de encontrar el efecto que tiene una variable independiente en la variable dependiente.

Diseño: “El diseño que se trabajará en la investigación será no experimental; ya que las variables no serán manipuladas en ningún momento. asimismo, las variables serán observadas para después ser analizadas en la investigación”.

Corte: En la investigación el corte que tendrá será transversal, pues la investigación se dará en un único tiempo, asimismo el levantamiento de información será en un momento único.

Unidad de análisis: En la investigación la unidad de análisis son personas naturales y empresas exportadoras de fibra de alpaca que se encuentren que se encuentren en el departamento de Arequipa, asimismo, ellos responderán un cuestionario donde nos ayudaran a resolver la pregunta general planteado de la investigación.

3.2 Diseño Muestral

3.3. Población

De acuerdo con Hernández et al. (2014), expresa que: “La población o universo es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

Con lo anterior expuesto, se puede indicar que la población es de más 1,000 exportadores de fibra de alpaca, del cual, solo 357 empresas han logrado exportar a 58 mercados, siendo 40 empresas menos que el 2019, esta información se recopiló gracias a (PromPerú, 2020).

Los criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión

En los criterios de inclusión se han considerado personas naturales y empresas del rubro de exportación del departamento de Arequipa que deseen participar libremente en la encuesta a realizar.

Criterios de exclusión

En los criterios de exclusión se ha considerado organizaciones que no pertenecen al rubro de exportación, y en segundo lugar se tiene a las empresas que no desean participar del cuestionario.

3.4. Muestra

En la opinión de Hernández et al. (2014), define que “La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población” (p. 175).

Por lo tanto, la muestra hace referencia a una pequeña parte que se considera representativa de una población, en base a lo anterior expuesto, en la investigación, la población que se analizará en la investigación será igual a la muestra, dado que se cuenta con un total de 357 empresas exportadoras para el levantamiento de información, donde todas las empresas participaran en la investigación.

Además, se puede indicar que la muestra será no probabilística, porque la elección de la muestra no se usará fórmulas estadísticas, sino dependerá del juicio personal del investigador. (Hernández et al., 2014)

Sin embargo, existen diversos escenarios que hacen que no se llegue a la muestra completa, obteniendo solo 50 encuestas de los exportadores.

3.5. Técnicas de Recolección de Datos

En la presente investigación se utilizarán distintas técnicas de recolección de datos para llevar a cabo el desarrollo del trabajo de campo, del cual se tiene respaldo de los autores (Hernández et al., 2014):

Cuestionario: “Es considerado el instrumento más usado para recopilar datos, en el que se formulan diversas preguntas de la variable independiente y dependiente”, dando a conocer la valoración de los exportadores de alpaca.

Encuesta: “Es un método que recolecta datos en un momento determinado con el fin de describir su influencia de las variables de estudio a investigar, lo cual, permita obtener información real, confiable y de forma sistemática, asimismo, la encuesta se realizara de manera virtual”.

Escala de Likert: “Es una herramienta de medición de valores, en los cuales estos están ubicados en un orden específico, en la investigación las preguntas que se realizarán tendrán opciones de respuesta, siendo 1 totalmente en desacuerdo a 5 totalmente de acuerdo”.

3.6. Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información

En la presente investigación se utiliza distintas técnicas estadísticas para el procesamiento de información desarrollo en el trabajo de campo, del cual se tiene respaldo de los siguientes autores, para Excel (Microsoft, 2021) y para Spss_{v25} (IBM, 2012)

Excel: “Excel es una tabla de datos es un rango de celdas en el que puede cambiar los valores de algunas de las celdas y obtener respuestas diferentes a un problema”, en donde se podrá ingresar información y/o datos relevantes de la encuesta para la tabulación.

Spss_{v25}: “El Spss permite llevar a cabo el proceso analítico completo que trabaja de manera rápida y sencilla, validando la funcionalidad estadística adecuada en el momento apropiado, el sistema facilitara el desarrollo de la investigación, con el fin de procesar cálculos y análisis estadísticos”.

3.7. Aspectos Éticos

En el trabajo de investigación, los bases teóricos y otras definiciones han sido sustentadas por diferentes autores, y estos se encuentran en la bibliografía, cabe mencionar, que los autores en la investigación han sido citados con el estilo APA séptima edición.

Asimismo, como todo profesional y docente, se debe tener en cuenta los siguientes principios éticos y morales de la (Universidad de San Martín de Porres, 2008) como son:

- **Honestidad:** “En la presente investigación se mostrará los resultados de la encuesta realizada, para así, trabajar y obtener resultados con transparencia y sin ninguna manipulación”.
- **Confidencialidad:** “La información obtenida a través del instrumento solo se utilizará para el desarrollo de la presente investigación”.
- **Respeto:** “El desarrollo del cuestionario de la investigación, se aplicará de manera formal, es decir, se presentan documentos que acrediten la seriedad de la investigación, asimismo, se demuestra respeto por las personas que participarán en el cuestionario”.
- **La responsabilidad:**” Los investigadores tendrán la responsabilidad de elaborar y desarrollar la investigación con dedicación y cumpliendo los objetivos institucionales”.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Validación del Instrumento: Alfa de Cronbach

Asimismo, para la validación del instrumento, se utilizó el análisis de coeficiente de Alfa de Cronbach para cada variable con sus respectivas dimensiones, resultado obtenido de las encuestas llevadas a cabo a los exportadores de fibra de alpaca.

Variable Independiente: Factores determinantes de exportación

En la tabla 6, se puede ver el análisis coeficiente de Alfa de Cronbach obteniendo una fiabilidad de 0,913, lo cual significa, que para la investigación es positiva, ya que el valor está alejado del 0 y más cerca del 1. Asimismo, el instrumento ayudara a determinar de manera consistente la variable “factores determinantes de exportación”.

Tabla 8.

Estadística de fiabilidad Coeficiente de Alfa de Cronbach de la variable factores determinantes de exportación

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,913	15

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7, se puede identificar las dimensiones de la variable factores determinantes de exportación, asimismo, en la tabla se observa el coeficiente de Alfa de Cronbach, donde, la primera dimensión producción obtuvo un valor de 0,802; la dimensión tecnología obtuvo un valor de 0,761 y la última dimensión obtuvo un valor de 0,741, por lo que se puede concluir que los valores son aceptables, ya que son mayores a 0 y están más cerca al valor 1, por ende, las dimensiones son confiables entre sí.

Tabla 9.

Estadística de fiabilidad Coeficiente de Alfa de Cronbach de las dimensiones de la variable de la variable independiente

Estadísticas de fiabilidad

Dimensiones	Alfa de Cronbach
Producción	0,802
Tecnología	0,761
Logística Internacional	0,741

Fuente: Elaboración propia

Variable Dependiente: Exportación de fibra de alpaca

En la tabla 8, se puede observar el análisis coeficiente de Alfa de Cronbach obteniendo un valor de fiabilidad de 0,928, lo cual significa que el valor es positivo, ya que el valor obtenido es más cercano al número 1. Además, con el valor obtenido del instrumento ayudara a determinar de manera consistente la variable dependiente (exportación de fibra de alpaca).

Tabla 10.

Estadística de fiabilidad Coeficiente de Alfa de Cronbach de la variable exportación de fibra de alpaca

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,928	10

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 9, se puede ver las dimensiones de la variable exportación de fibras de alpaca, cabe mencionar que en la tabla se puede observar el coeficiente de Alfa de Cronbach, donde la primera dimensión posicionamiento internacional registro un valor de 0,807, la segunda dimensión Marketing registro un valor de 0,827 , y la última dimensión despacho aduanero registro un valor de 0,818, por lo que se puede deducir que los

valores son aceptables, dado que, son mayores a 0 y están más cerca al valor, por ello las dimensiones son confiables entre sí. .

Tabla 11.

Estadística de Fiabilidad Coeficiente de Alfa de Cronbach de las dimensiones de la variable dependiente.

Estadísticas de *fiabilidad*

Dimensiones	Alfa de Cronbach
Posicionamiento Internacional	0,807
Marketing	0,827
Despacho Aduanero	0,818

Fuente: Elaboración propia

Análisis Descriptivo

Tablas de Frecuencias

En la tabla 10, Figura 4 se puede verificar que, el 48% son de género masculino que representan a 24 exportadores, y el 52% son de género femenino lo que representan a 26 exportadores.

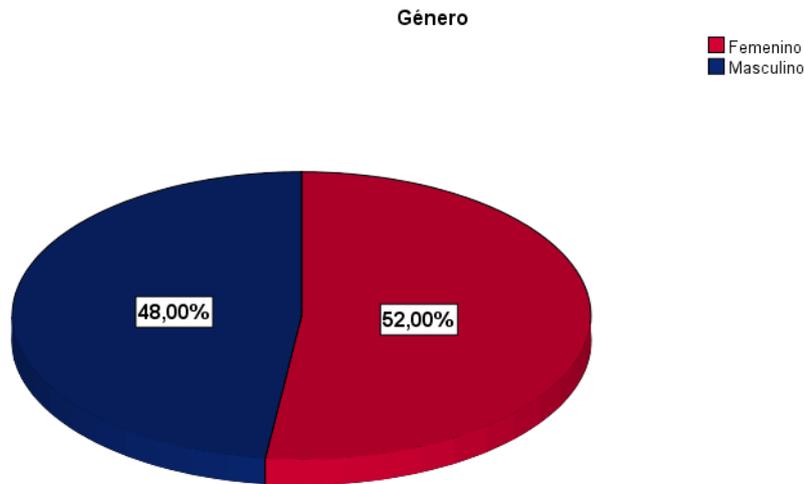
Tabla 12.

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	26	52,0	52,0	52,0
	Masculino	24	48,0	48,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.



Fuente: Elaboración propia

En la tabla 11, Figura 5 se identificó que, de los 50 exportadores de fibra de alpaca encuestados, el 62,0% tienen entre 24 a 35 años (31 exportadores), por otro lado, el 28,0% son mayores a 36 años de edad (14 exportadores), por último, el 10% tienen a lo más 23 años de edad (5 exportadores).

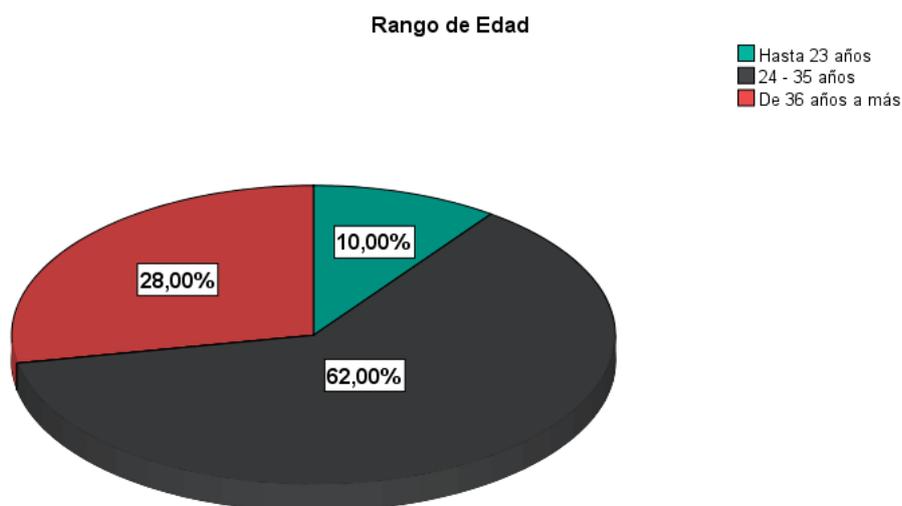
Tabla 13.

Rango de Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hasta 23 años	5	10,0	10,0	10,0
	24 - 35 años	31	62,0	62,0	72,0
	De 36 años a más	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5.



Fuente: Elaboración propia

En la tabla 12, Figura 6 se observa la relación al nivel educativo que tienen los 50 exportadores de fibra de alpaca encuestados, el 24,0% tiene el grado de bachiller (24 exportadores), por otro lado, el 14,0% posee el grado de licenciado (7 exportadores), mientras que el 9,0% tiene al menos una carrera técnica (9 exportadores), asimismo, el 24,0% tiene universidad completa (12 exportadores), finalmente, el 20,0% solos tiene secundaria completa (10 exportadores).

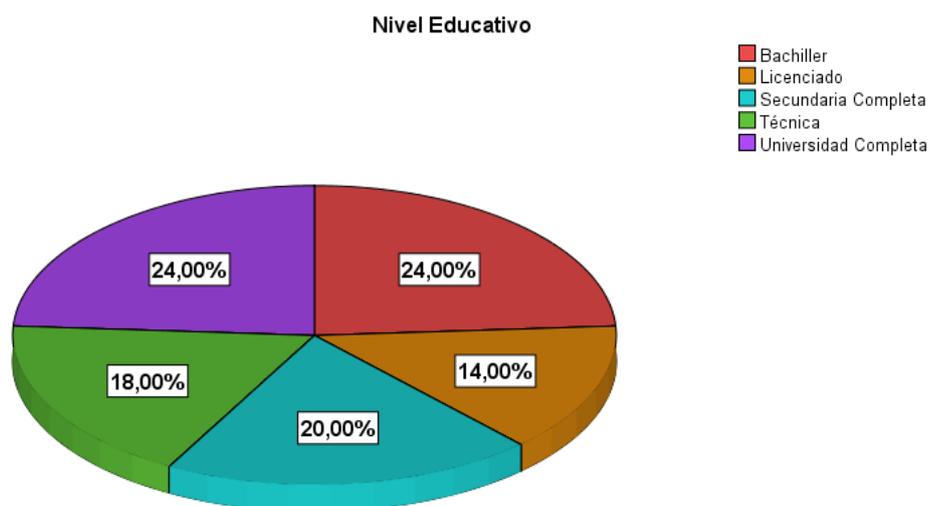
Tabla 14.

Nivel Educativo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bachiller	12	24,0	24,0	24,0
	Licenciado	7	14,0	14,0	38,0
	Secundaria Completa	10	20,0	20,0	58,0
	Técnica	9	18,0	18,0	76,0
	Universidad Completa	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 13, Figura 7 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de la capacidad productiva de este producto en mención crecerá en los próximos años, en ese sentido, el 20,0% expresa estar totalmente de acuerdo (10 exportadores), el 56,0% está de acuerdo (28 exportadores), el 18,0% muestra una postura indecisa (5 exportadores), el 2,0% está en desacuerdo (1 exportador) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

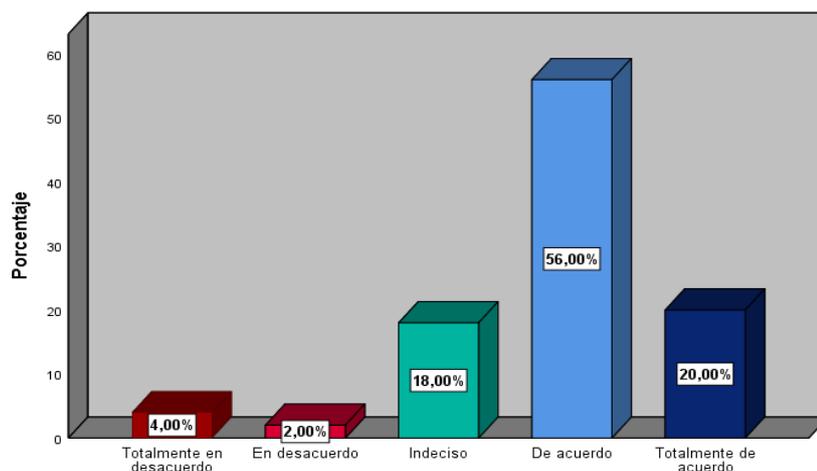
Tabla 15.

1. La capacidad productiva de fibra de alpaca crecerá en los próximos años.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	6,0
	Indeciso	9	18,0	18,0	24,0
	De acuerdo	28	56,0	56,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 7.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 14, Figura 8 se observa a los exportadores de fibra de alpaca acerca del tiempo para producir este producto en mención se realiza mediante un determinado proceso, en ese sentido el 10,0% expresa estar totalmente de acuerdo (5 exportadores), el 76,0% está de acuerdo (38 exportadores), el 8,0% son indecisos (4 exportadores), el 2,0% está en desacuerdo (1 exportador) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

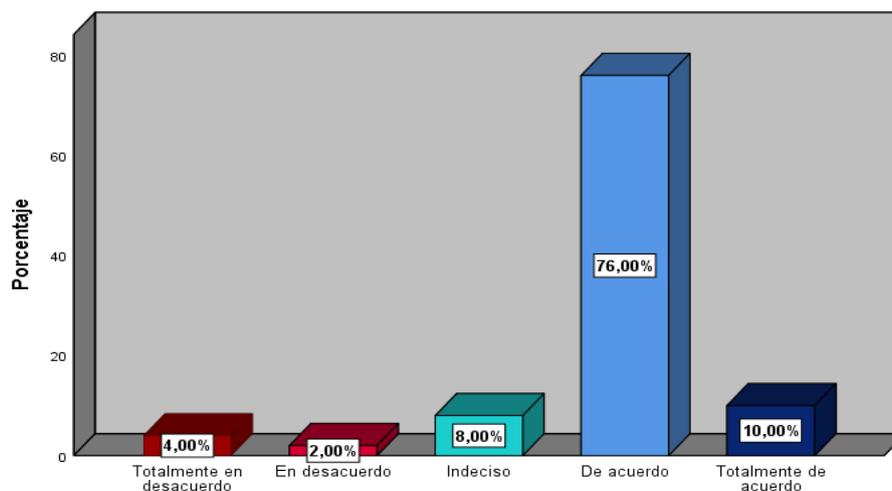
Tabla 16.

2. El tiempo necesario para producir la fibra de alpaca mediante un determinado proceso.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	6,0
	Indeciso	4	8,0	8,0	14,0
	De acuerdo	38	76,0	76,0	90,0
	Totalmente de acuerdo	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 15, Figura 9 se observa la apreciación de los exportadores de fibra de alpaca acerca de la empresa donde éste se encuentra implementa soluciones cuando la capacidad productiva es restringida por la oferta y demanda, en ese sentido. el 10,0% expresa estar totalmente de acuerdo (5 exportadores), el 70,0% está de acuerdo (35 exportadores), el 12,0% son indecisos (6 exportadores), el 2,0% está en desacuerdo (1 exportador) y el 6,0% está totalmente en desacuerdo (3 exportadores).

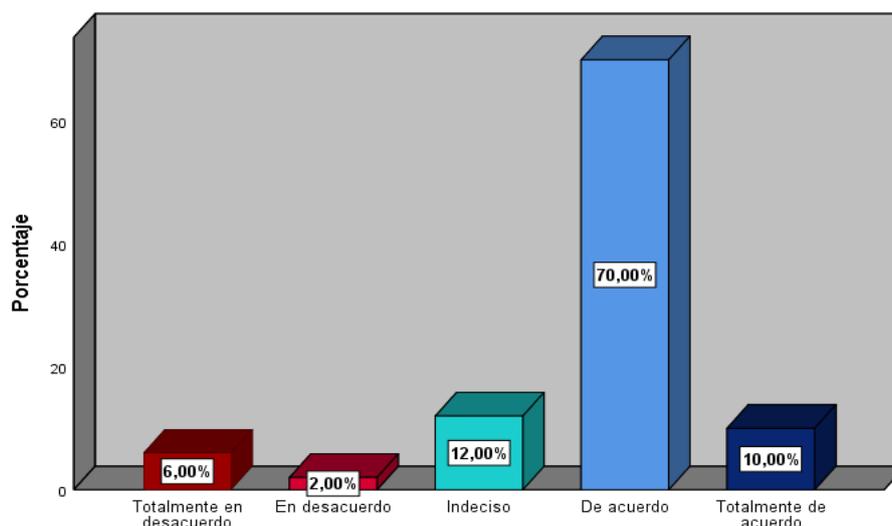
Tabla 17.

3. La empresa implemente soluciones cuando la capacidad productiva es restringida por la oferta y demanda.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	8,0
	Indeciso	6	12,0	12,0	20,0
	De acuerdo	35	70,0	70,0	90,0
	Totalmente de acuerdo	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 16, Figura 10 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de las empresas de este rubro deben de implementar estrategias que ayuden a reducir costos de producción, en ese sentido, el 26,0% expresa estar totalmente de acuerdo (13 exportadores), el 64,0% está de acuerdo (32 exportadores); el 2,0% muestra una postura indecisa (1 exportador), y el 8,0% está totalmente en desacuerdo (4 exportadores).

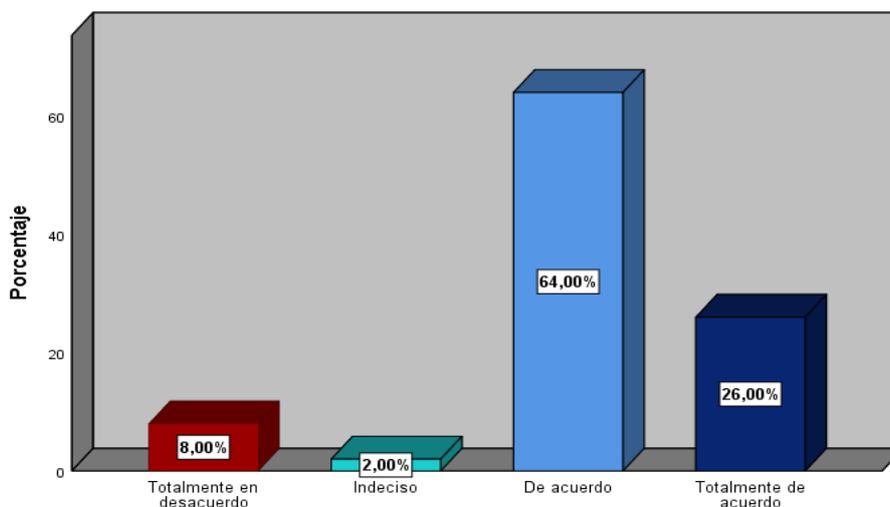
Tabla 18.

4. Las empresas deben implementar estrategias que ayuden a reducir costos de producción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	8,0	8,0	8,0
	Indeciso	1	2,0	2,0	10,0
	De acuerdo	32	64,0	64,0	74,0
	Totalmente de acuerdo	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 10.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 17, Figura 11 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de las empresas del rubro deben de mejorar en la gestión de procesos para reducir costos de producción, en ese sentido el 22,0% expresa estar totalmente de acuerdo (11 exportadores), el 66,0% está de acuerdo (33 exportadores), el 6,0% muestra una postura indecisa (3 exportadores), el 2,0% está en desacuerdo (1 exportador) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

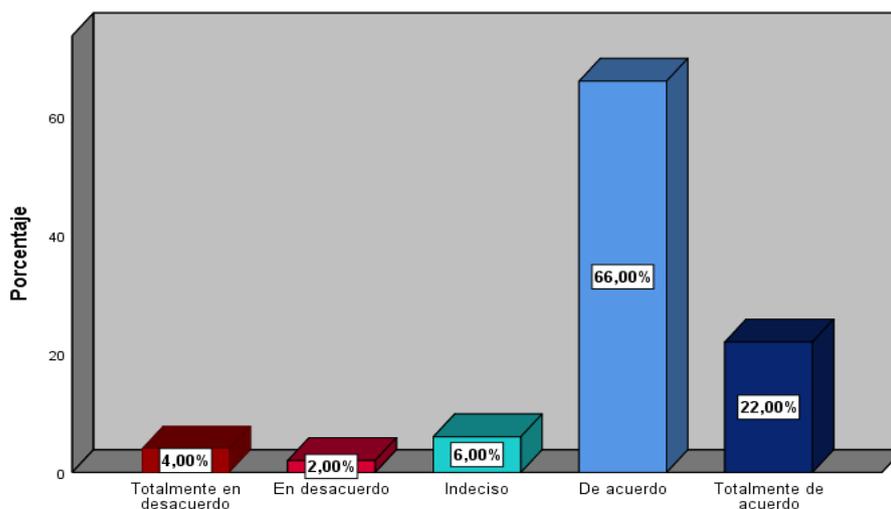
Tabla 19.

5. Las empresas deben mejorar la gestión de procesos para reducir costos de producción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	6,0
	Indeciso	3	6,0	6,0	12,0
	De acuerdo	33	66,0	66,0	78,0
	Totalmente de acuerdo	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 11.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 18, Figura 12 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de las empresas del rubro deben de automatizar la producción para reducir costos, en ese sentido, el 10,0% expresa estar totalmente de acuerdo (5 exportadores), el 56,0% está de acuerdo (28 exportadores), el 28,0% muestra una postura indecisa (14 exportadores), el 4,0% está en desacuerdo (2 exportadores) y el 2,0% está totalmente en desacuerdo (1 exportador).

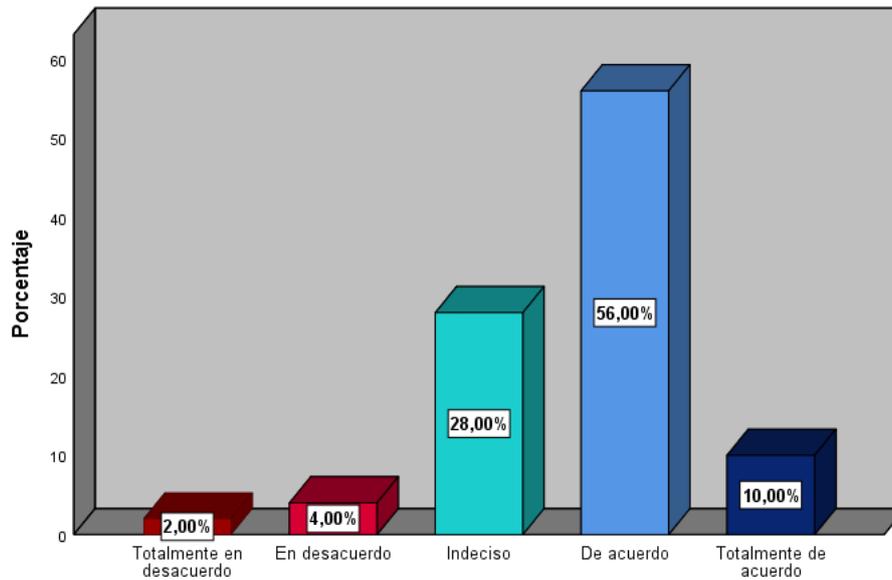
Tabla 20.

6. Las empresas deben automatizar la producción de fibra de alpaca para reducir costos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	En desacuerdo	2	4,0	4,0	6,0
	Indeciso	14	28,0	28,0	34,0
	De acuerdo	28	56,0	56,0	90,0
	Totalmente de acuerdo	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 12.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 19, Figura 13 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de las maquinarias de las empresas si mantienen un sistema operativo diferente, en ese sentido el 8,0% expresa estar totalmente de acuerdo (4 exportadores), el 44,0% está de acuerdo (22 exportadores), el 17,0% muestra una postura indecisa (17 exportadores), el 10,0% está en desacuerdo (5 exportadores) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

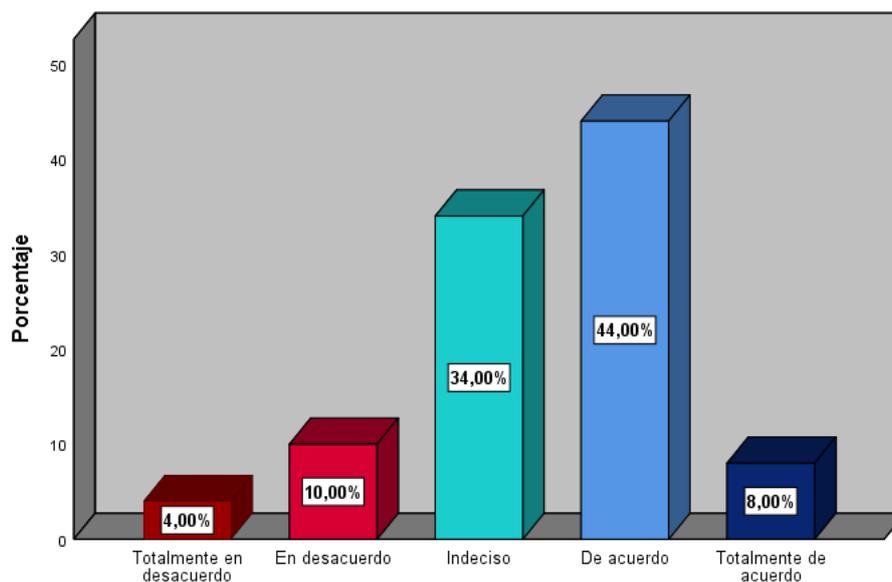
Tabla 21.

7. Las maquinarias de las empresas mantienen un sistema operativo eficiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	5	10,0	10,0	14,0
	Indeciso	17	34,0	34,0	48,0
	De acuerdo	22	44,0	44,0	92,0
	Totalmente de acuerdo	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 13.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 20, Figura 14 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca que las maquinarias de la empresa donde éste se encuentra si llegara a soportar un aumento de producción, en ese sentido, el 6,0% expresa estar totalmente de acuerdo (3 exportadores), el 58,0% está de acuerdo (29 exportadores), el 26,0% muestra una postura indecisa (13 exportadores), el 6,0% está en desacuerdo (3 exportadores) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

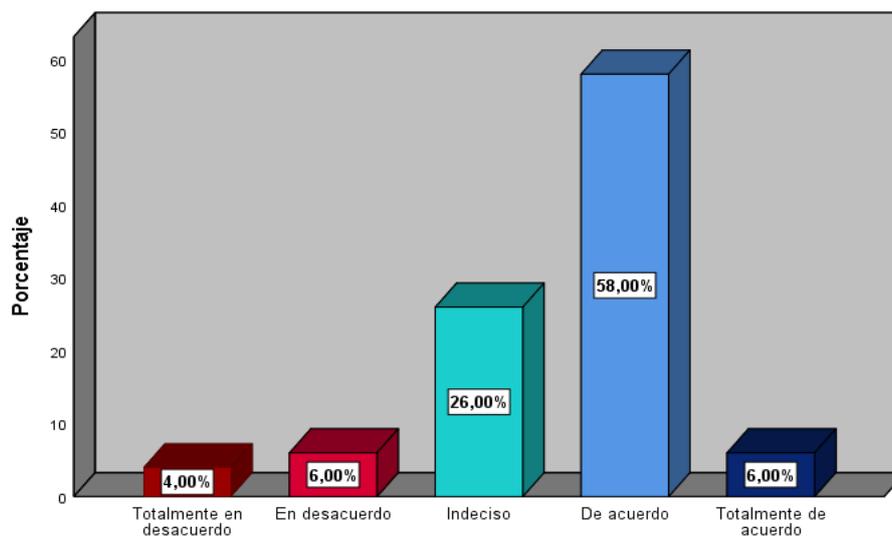
Tabla 22.

8. La maquinaria de la empresa soportará un aumento de producción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	3	6,0	6,0	10,0
	Indeciso	13	26,0	26,0	36,0
	De acuerdo	29	58,0	58,0	94,0
	Totalmente de acuerdo	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 14.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 21, Figura 15 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca del uso de la tecnología es importante para el proceso de exportación, en ese sentido, el 20,0% expresa estar totalmente de acuerdo (10 exportadores), el 66,0% está de acuerdo (33 exportadores), el 6,0% muestra una postura indecisa (3 exportadores), el 4,0% está en desacuerdo (2 exportadores) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

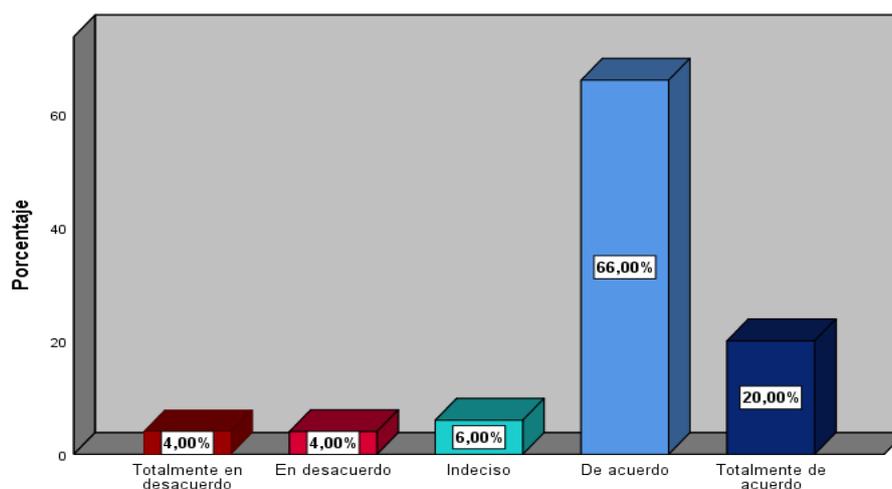
Tabla 23.

9. El uso de la tecnología es importante en el proceso de exportación de la fibra de alpaca.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	2	4,0	4,0	8,0
	Indeciso	3	6,0	6,0	14,0
	De acuerdo	33	66,0	66,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 15.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 22, Figura 16 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de las empresas del rubro deben de contar con páginas web para comercializar sus productos, el 40,0% está totalmente de acuerdo (20 exportadores), el 48,0% está de acuerdo (24 exportadores), el 8,0% muestra una postura indecisa (4 exportadores), y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

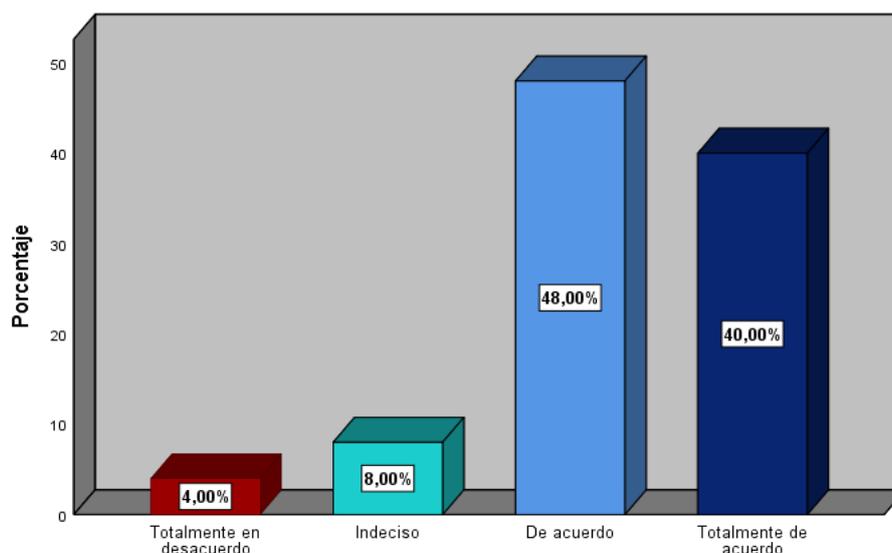
Tabla 24.

10. Las empresas deben contar con páginas web para comercializar sus productos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
Indeciso	4	8,0	8,0	12,0
De acuerdo	24	48,0	48,0	60,0
Totalmente de acuerdo	20	40,0	40,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 16.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 23, Figura 17 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de las empresas del rubro estas deben mantener el uso adecuado de las páginas web para estar en comunicación con sus proveedores, en ese sentido, el 32,0% expresa estar totalmente de acuerdo (16 exportadores), el 46,0% está de acuerdo (23 exportadores), el 18,0% muestra una postura indecisa (9 exportadores), el 2,0% está en desacuerdo (1 exportador) y el 2,0% está totalmente en desacuerdo (1 exportador).

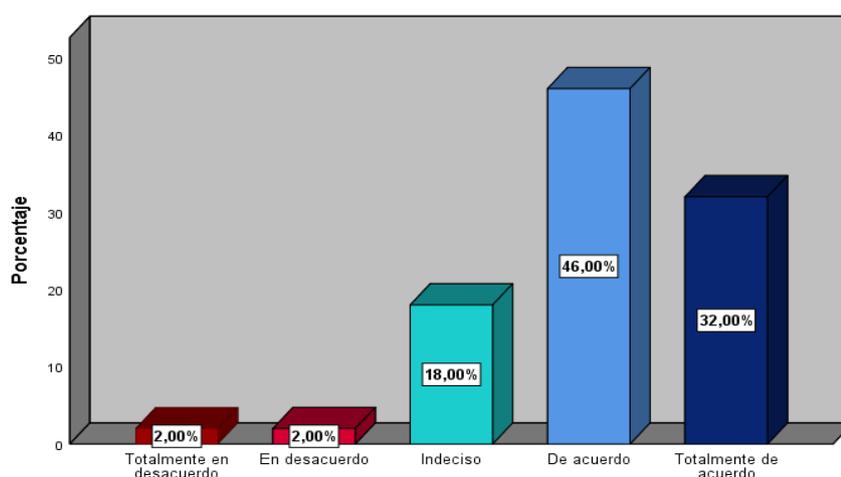
Tabla 25.

11. Las empresas deben mantener el uso adecuado de las páginas web para estar en comunicación con los proveedores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	4,0
	Indeciso	9	18,0	18,0	22,0
	De acuerdo	23	46,0	46,0	68,0
	Totalmente de acuerdo	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 17.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 24, Figura 18 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de las cadenas de distribución si son eficientes para la exportación, en ese sentido, el 30,0% expresa estar totalmente de acuerdo (15 exportadores), el 56,0% está de acuerdo (28 exportadores), el 4,0% muestra una postura indecisa (2 exportadores), el 6,0% está en desacuerdo (3 exportadores) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

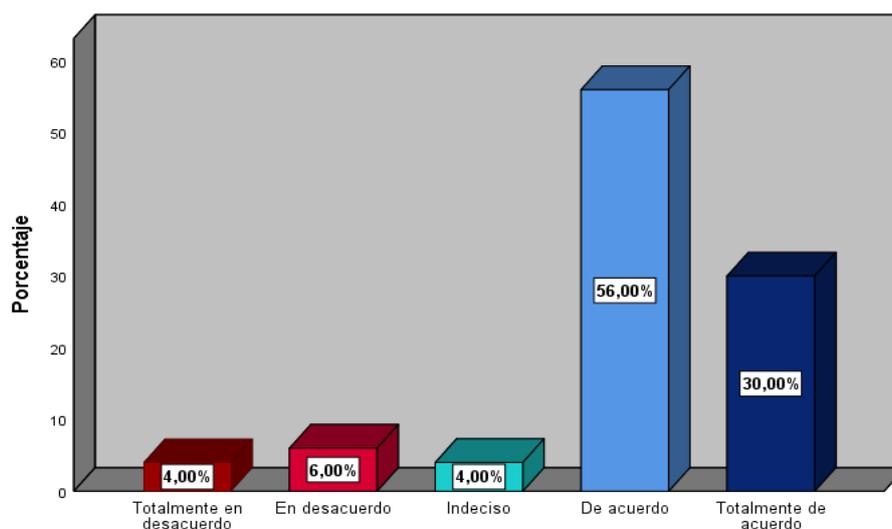
Tabla 26.

12. La cadena de distribución es eficiente para la exportación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	3	6,0	6,0	10,0
	Indeciso	2	4,0	4,0	14,0
	De acuerdo	28	56,0	56,0	70,0
	Totalmente de acuerdo	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 18.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 25, Figura 19 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de la logística de la empresa donde se encuentra éste se acopla al proceso de exportación, el 16,0% está totalmente de acuerdo (8 exportadores), el 56,0% está de acuerdo (28 exportadores), el 22,0% muestra una postura indecisa (11 exportadores), el 2,0% está en desacuerdo (1 exportador) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

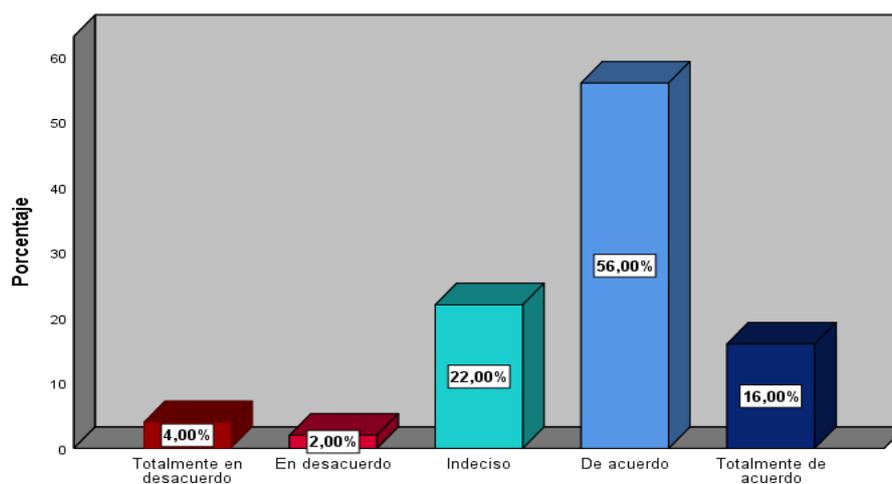
Tabla 27.

13. La logística de la empresa se acopla al proceso de exportación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	6,0
	Indeciso	11	22,0	22,0	28,0
	De acuerdo	28	56,0	56,0	84,0
	Totalmente de acuerdo	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 19.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 26, Figura 20 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca del transporte llega a depender de la mercadería a exportar, en ese sentido, el 20,0% expresa estar totalmente de acuerdo (10 exportadores), el 68,0% está de acuerdo (34 exportadores), el 2,0% muestra una postura indecisa (1 exportador), el 6,0% está en desacuerdo (3 exportadores) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

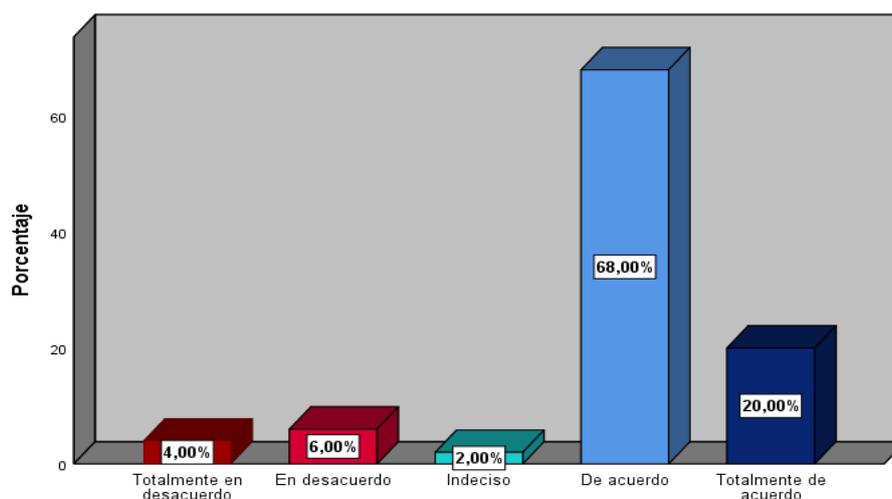
Tabla 28.

14. El transporte va a depender de la mercadería a exportar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	3	6,0	6,0	10,0
	Indeciso	1	2,0	2,0	12,0
	De acuerdo	34	68,0	68,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 20.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 27, Figura 21 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de si mantener la documentación alineada al transporte de carga que mantiene la exportación del producto, en ese sentido, el 16,0% expresa estar totalmente de acuerdo (8 exportadores), el 76,0% está de acuerdo (38 exportadores), el 4,0% muestra una postura indecisa (2 exportadores), y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

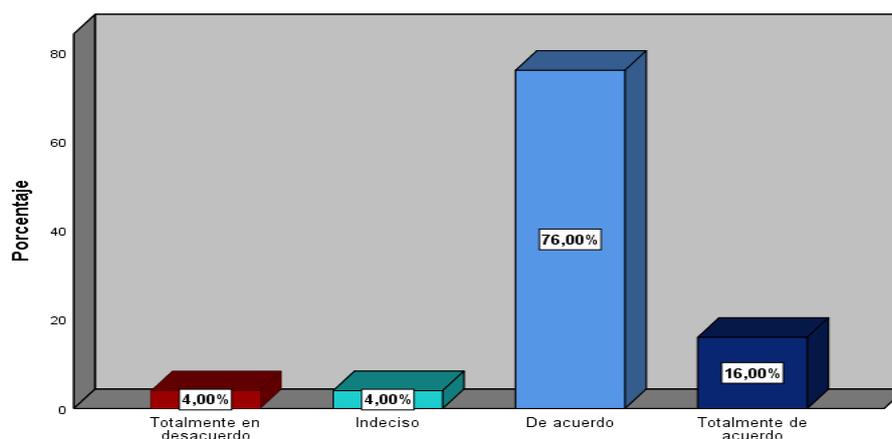
Tabla 29.

15. Mantener la documentación alineada al transporte de carga que mantiene la exportación de fibra de alpaca.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	Indeciso	2	4,0	4,0	8,0
	De acuerdo	38	76,0	76,0	84,0
	Totalmente de acuerdo	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 21.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 28, Figura 22 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de que si es importante tener en cuenta los requisitos que mantiene una exportación con el fin de lograr posición internacional, en ese sentido, el 32,0% expresa estar totalmente de acuerdo (16 exportadores), el 56,0% está de acuerdo (28 exportadores), el 4,0% muestra una postura indecisa (2 exportadores), el 4,0% está en desacuerdo (2 exportadores) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

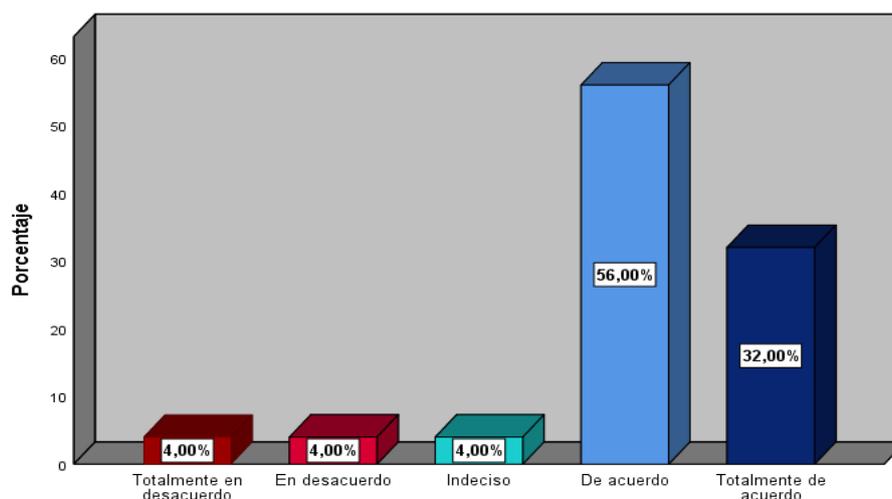
Tabla 30.

16. Es importante tener en cuenta los requisitos que mantiene una exportación para lograr la posición internacional.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	2	4,0	4,0	8,0
	Indeciso	2	4,0	4,0	12,0
	De acuerdo	28	56,0	56,0	68,0
	Totalmente de acuerdo	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 22.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 29, Figura 23 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de si las empresas deben de mantener una planificación adecuada para la exportación del producto, en ese sentido, el 30,0% expresa estar totalmente de acuerdo (15 exportadores), el 62,0% está de acuerdo (31 exportadores), el 4,0% muestra una postura indecisa (2 exportadores), el 2,0% está en desacuerdo (1 exportador) y el 2,0% está totalmente en desacuerdo (1 exportador).

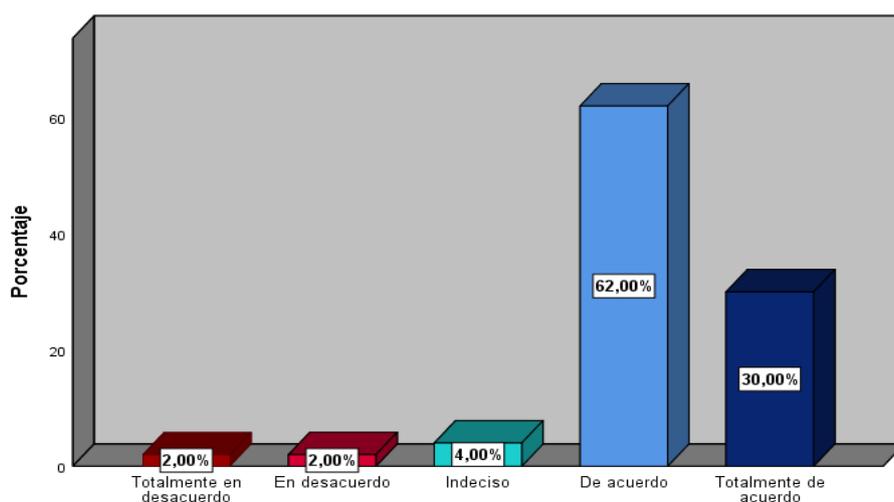
Tabla 31.

17.Las empresas deben mantener una planificación adecuada para la exportación de fibra de alpaca.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	4,0
	Indeciso	2	4,0	4,0	8,0
	De acuerdo	31	62,0	62,0	70,0
	Totalmente de acuerdo	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 23.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 30, Figura 24 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de si debe contar con un stock proporcional para la venta de sus productos, el 14,0% está totalmente de acuerdo (7 exportadores), el 70,0% está de acuerdo (35 exportadores), el 8,0% son indecisos (4 exportadores), el 2,0% está en desacuerdo (1 exportador) y el 6,0% está totalmente en desacuerdo (3 exportadores).

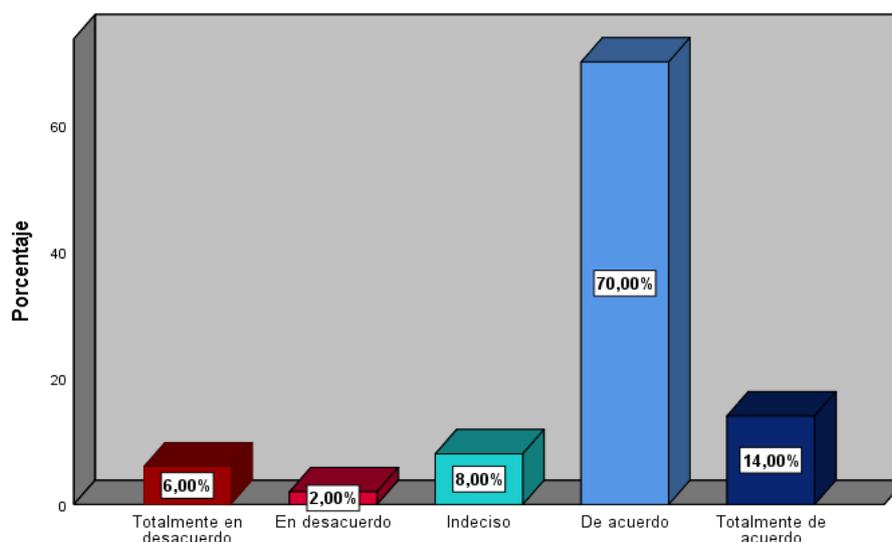
Tabla 32.

18. Se debe contar con un stock proporcional para la venta de sus productos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	8,0
	Indeciso	4	8,0	8,0	16,0
	De acuerdo	35	70,0	70,0	86,0
	Totalmente de acuerdo	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 24.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 31, Figura 25 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de que si las características del producto garantizan el éxito o rechazo del proveedor para poder posicionarse en el mercado internacional, en ese sentido, el 22,0% expresa estar totalmente de acuerdo (11 exportadores), el 64,0% está de acuerdo (32 exportadores), el 6,0% muestra una postura indecisa (3 exportadores), el 4,0% está en desacuerdo (2 exportadores) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

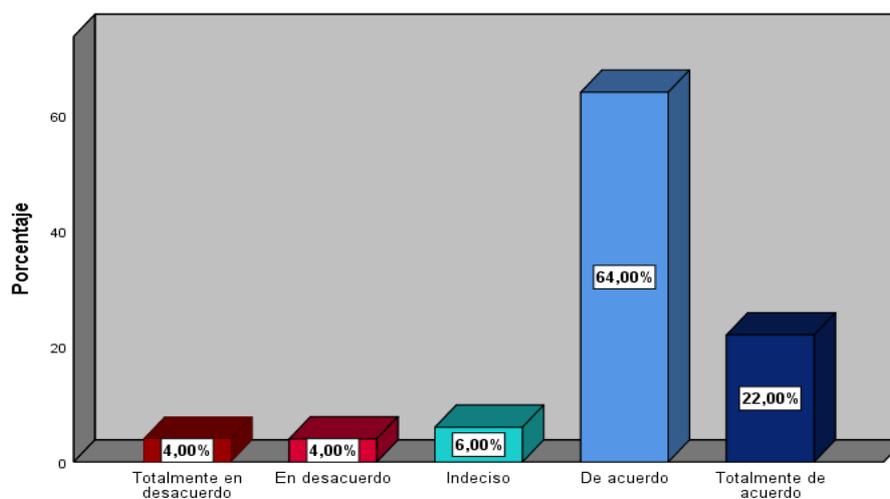
Tabla 33.

19. Las características del producto garantizan el éxito o rechazo del proveedor para poder posicionarse en el mercado internacional.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	2	4,0	4,0	8,0
	Indeciso	3	6,0	6,0	14,0
	De acuerdo	32	64,0	64,0	78,0
	Totalmente de acuerdo	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 25.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 32, Figura 26 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de la implementación de estrategias de marketing en toda empresa de este rubro si es importante, en ese sentido, el 32,0% expresa estar totalmente de acuerdo (16 exportadores), el 56,0% está de acuerdo (28 exportadores), el 2,0% muestra una postura indecisa (1 exportador), el 4,0% está en desacuerdo (2 exportadores) y el 6,0% está totalmente en desacuerdo (3 exportadores).

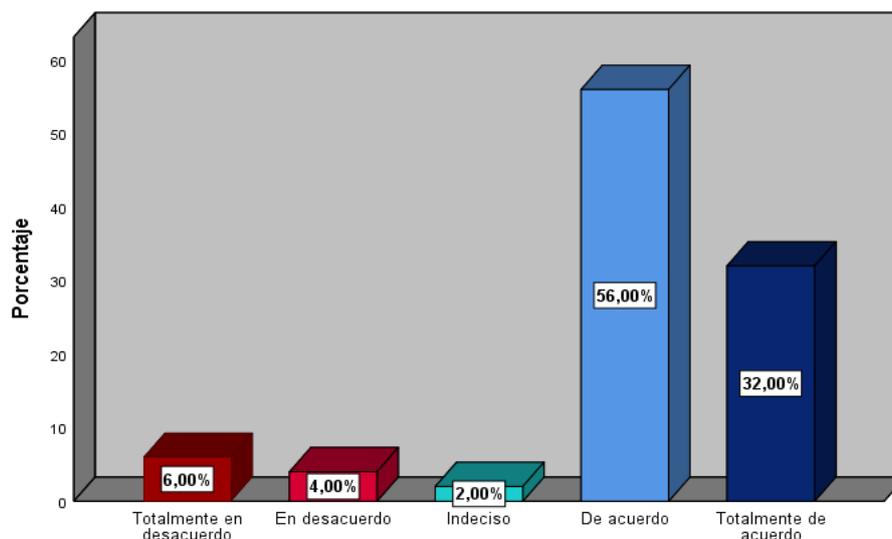
Tabla 34.

20. Es importante implementar estrategias de marketing en toda empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	En desacuerdo	2	4,0	4,0	10,0
	Indeciso	1	2,0	2,0	12,0
	De acuerdo	28	56,0	56,0	68,0
	Totalmente de acuerdo	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 26.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 33, Figura 27 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de la utilización del canal on-line para la publicidad es importante, en ese sentido, el 28,0% expresa estar totalmente de acuerdo (14 exportadores), el 60,0% está de acuerdo (30 exportadores), el 8,0% muestra una postura indecisa (4 exportadores), y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

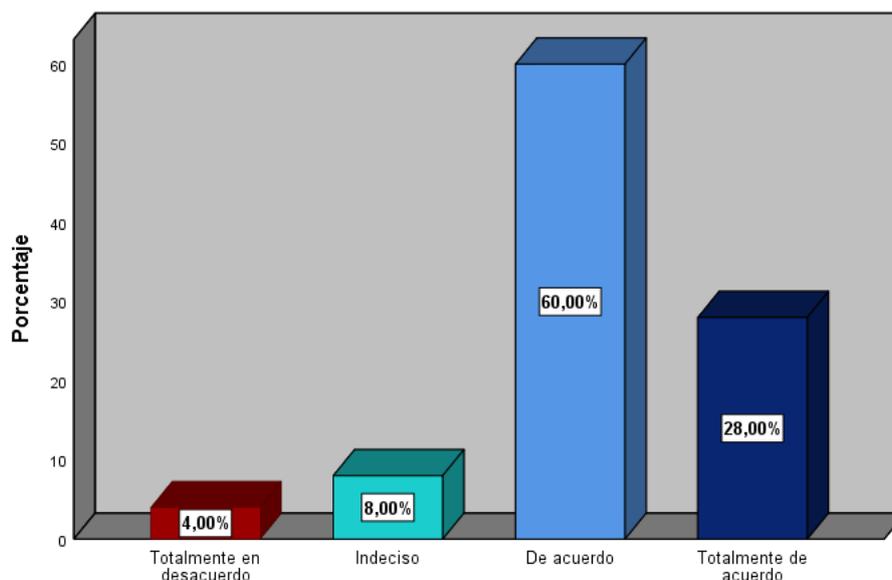
Tabla 35.

21. Es importante utilizar el canal on-line para la publicidad del producto.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	Indeciso	4	8,0	8,0	12,0
	De acuerdo	30	60,0	60,0	72,0
	Totalmente de acuerdo	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 27.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 34, Figura 28 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de si las características del producto son importantes para la aceptación en el mercado objetivo, en ese sentido, el 36,0% expresa estar totalmente de acuerdo (18 exportadores), el 62,0% está de acuerdo (31 exportadores), y el 2,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

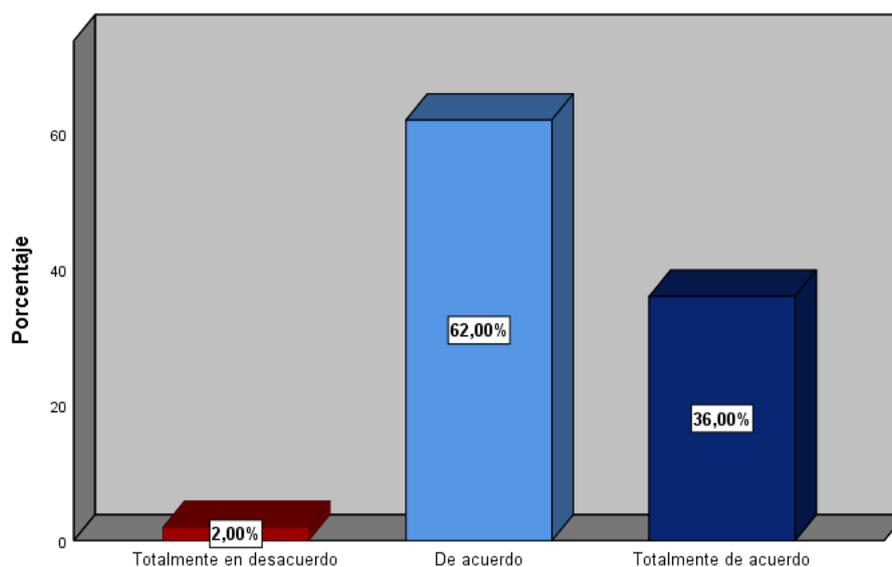
Tabla 36.

22. Las características del producto son importantes para la aceptación en el mercado objetivo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	De acuerdo	31	62,0	62,0	64,0
	Totalmente de acuerdo	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 28.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 35, Figura 29 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca puede realizar las estrategias de posicionamiento en el mercado objetivo es importante, en ese sentido, el 38,0% expresa estar totalmente de acuerdo (19 exportadores), el 48,0% está de acuerdo (24 exportadores), el 8,0% muestra una postura indecisa (4 exportadores), el 4,0% está en desacuerdo (2 exportadores) y el 2,0% está totalmente en desacuerdo (1 exportador).

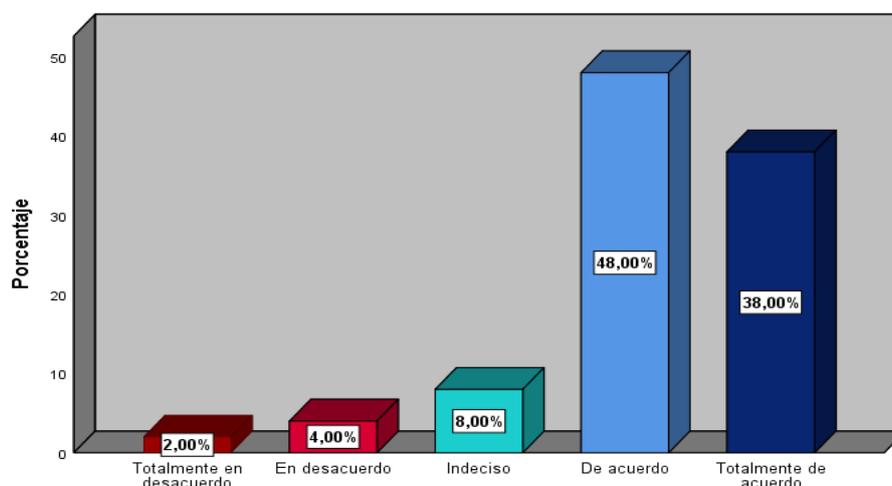
Tabla 37.

23. Es importante realizar estrategias de posicionamiento en el mercado objetivo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	En desacuerdo	2	4,0	4,0	6,0
	Indeciso	4	8,0	8,0	14,0
	De acuerdo	24	48,0	48,0	62,0
	Totalmente de acuerdo	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 29.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 36, Figura 30 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca sobre la obligación de contar con los documentos que se requieren para realizar la exportación, el 50,0% está totalmente de acuerdo (25 exportadores), el 46,0% está de acuerdo (23 exportadores), el 2,0% está en desacuerdo (1 exportador) y el 2,0% está totalmente en desacuerdo (1 exportador).

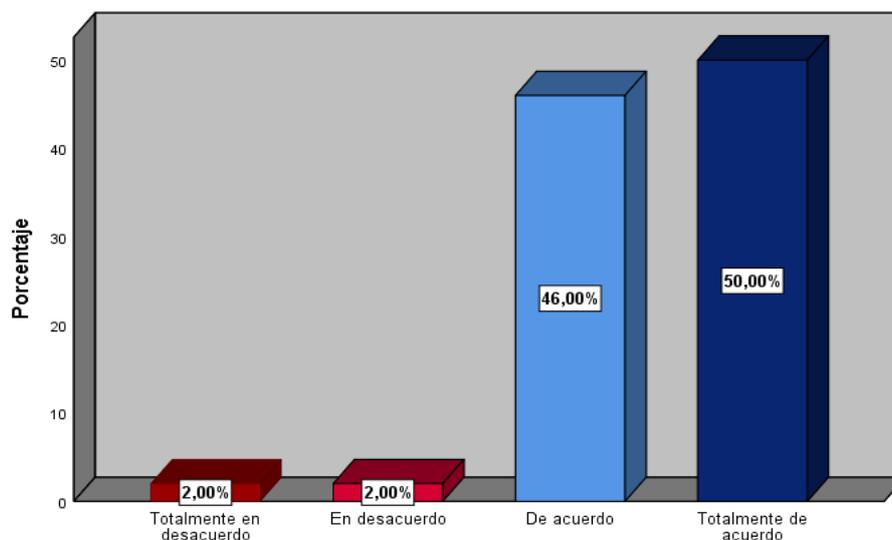
Tabla 38.

24. Es necesario contar con todos los documentos requeridos para realizar una exportación.

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
	Totalmente en desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	4,0
	De acuerdo	23	46,0	46,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	25	50,0	50,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 30.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 37, Figura 31 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca del tiempo establecido que maneja el despacho aduanero con los documentos es el adecuado, el 20,0% está totalmente de acuerdo (10 exportadores), el 48,0% está de acuerdo (24 exportadores), el 22,0% muestra una postura indecisa (11 exportadores), el 4,0% está en desacuerdo (2 exportadores) y el 6,0% está totalmente en desacuerdo (3 exportadores).

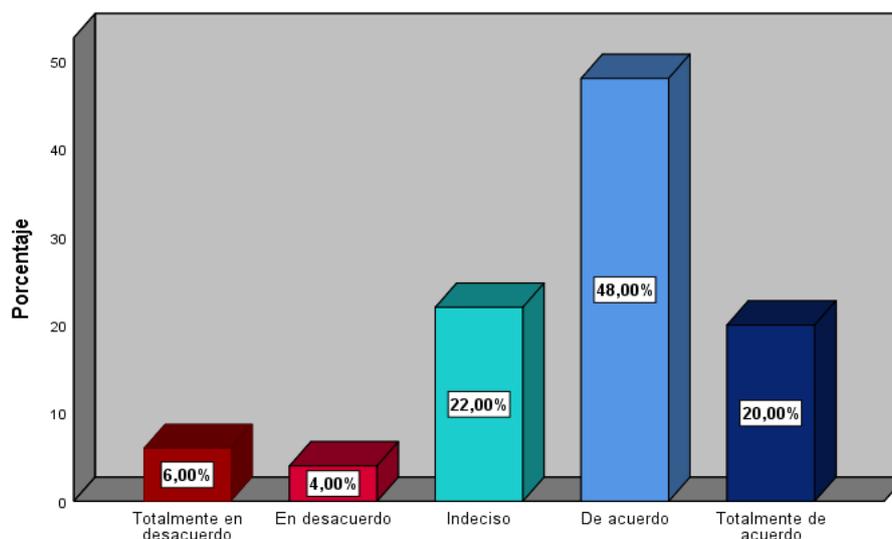
Tabla 39.

25. El tiempo establecido que maneja el despacho aduanero con los documentos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	En desacuerdo	2	4,0	4,0	10,0
	Indeciso	11	22,0	22,0	32,0
	De acuerdo	24	48,0	48,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 31.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 38, Figura 32 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de la gestión documentaria debe de ser atendida de manera automática, en ese sentido, el 16,0% expresa estar totalmente de acuerdo (8 exportadores), el 54,0% está de acuerdo (27 exportadores), el 20,0% muestra una postura indecisa (10 exportadores), el 6,0% está en desacuerdo (3 exportadores) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

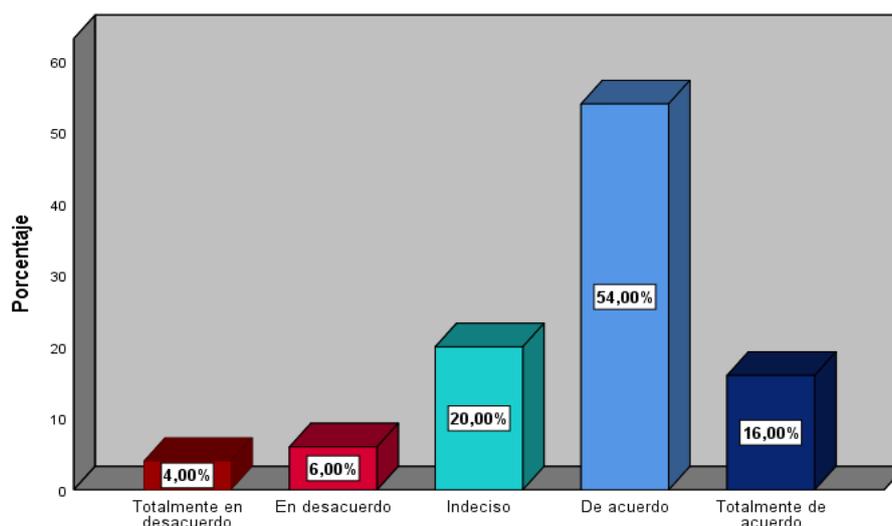
Tabla 40.

26. La gestión documentaria debe ser atendida de manera automática.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	3	6,0	6,0	10,0
	Indeciso	10	20,0	20,0	30,0
	De acuerdo	27	54,0	54,0	84,0
	Totalmente de acuerdo	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 32.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 39, Figura 33 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de si es importante que toda exportación cuente con un adecuado control aduanero, el 36,0% está totalmente de acuerdo (18 exportadores), el 52,0% está de acuerdo (26 exportadores), el 6,0% muestra una postura indecisa (3 exportadores), el 2,0% está en desacuerdo (1 exportador) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

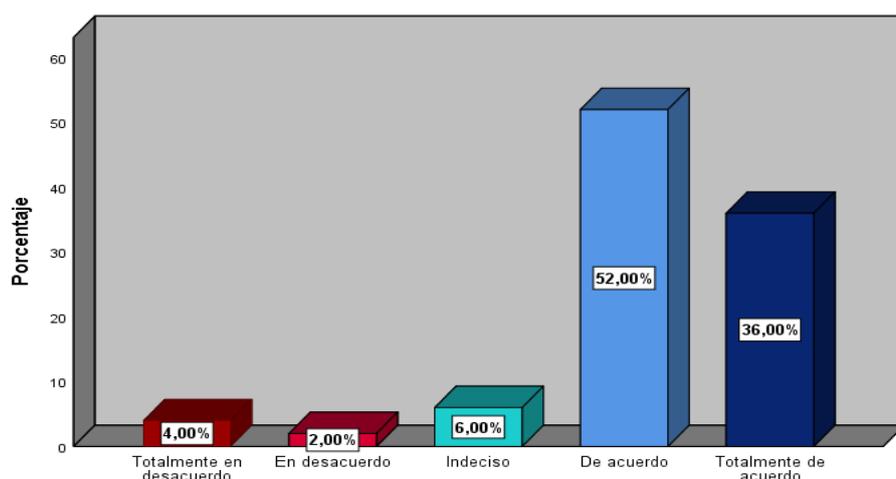
Tabla 41.

27. Es importante que toda exportación cuente con un adecuado control aduanero.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
En desacuerdo	1	2,0	2,0	6,0
Indeciso	3	6,0	6,0	12,0
De acuerdo	26	52,0	52,0	64,0
Totalmente de acuerdo	18	36,0	36,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 33.



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 40, Figura 34 se observa la percepción de los exportadores de fibra de alpaca acerca de las empresas del rubro estas deben de mantener un adecuado despacho aduanero para evitar caer en el canal rojo y así pagar gastos adicionales por la inspección, en ese sentido, el 36,0% expresa estar totalmente de acuerdo (18 exportadores), el 48,0% está de acuerdo (24 exportadores), el 6,0% muestra una postura indecisa (3 exportadores), el 6,0% está en desacuerdo (3 exportadores) y el 4,0% está totalmente en desacuerdo (2 exportadores).

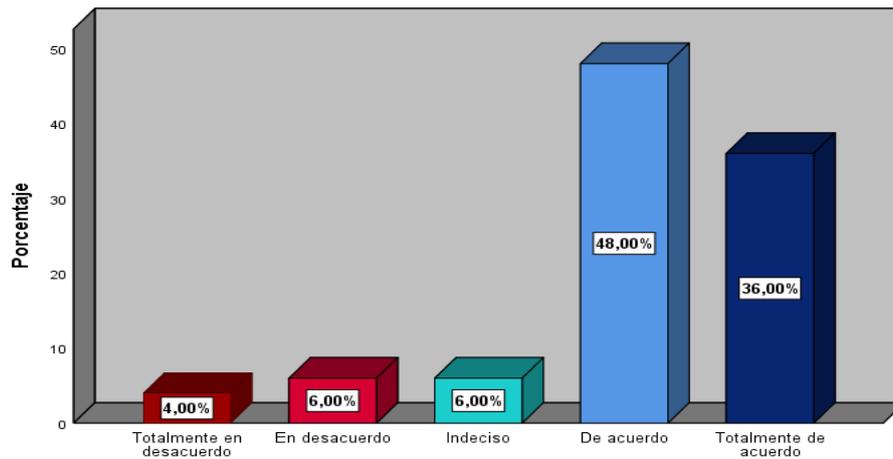
Tabla 42.

28. Las empresas deben mantener un adecuado despacho aduanero para evitar caer en el canal rojo y así pagar gastos adicionales por la inspección.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	3	6,0	6,0	10,0
	Indeciso	3	6,0	6,0	16,0
	De acuerdo	24	48,0	48,0	64,0
	Totalmente de acuerdo	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 34.



Fuente: Elaboración propia

Análisis de los Estadísticos Descriptivos

Variable Independiente: Factores de exportación

En la tabla 41, se observan los valores estadísticos de la variable factores de exportación, de las cuales, se han obtenido los siguientes resultados teniendo un Media con un valor de 3,88 lo que significa que se tiene una tendencia positiva en la variable; además, el valor estadístico de la Varianza de 0,36 y una desviación de 0,59 lo que significa que hay poca dispersión entre las respuestas de los encuestados; otro dato estadístico que se obtuvo fue el valor promedio mínimo de 1,00 y el valor máximo promedio fue de 4,52.

Tabla 43.

Estadísticos Descriptivos de la Variable Factores de Exportación

		Estadístico
Factores de Exportación	Media	3,88
	Varianza	0,36
	Desviación estándar	0,59
	Mínimo	1,00
	Máximo	4,52

Fuente: Elaboración propia

Variable Dependiente: Exportación

En la tabla 42, se puede identificar distintos valores estadísticos entre ellos el valor mínimo promedio de 1,00 el valor máximo promedio es de 5,00, también se obtuvo un valor de Media de 3,87 lo cual significa una tendencia positiva para la variable exportación. Asimismo, el dato estadístico de la varianza es de 0,44 y la desviación estándar es de 0,66, lo que indica que hay un poco dispersión entre las respuestas de los encuestados.

Tabla 44.

Estadísticos Descriptivos de la Variable Exportación

		Estadístico
Exportación	Media	3,87
	Varianza	0,44
	Desviación estándar	0,66
	Mínimo	1,00
	Máximo	5,00

Fuente: Elaboración propia

Dimensión: Tecnología

En la tabla 43, se observan los valores estadísticos de la dimensión tecnología, de las cuales, se han obtenido los siguientes resultados teniendo un Media con un valor de 3,83 lo que significa que se tiene una tendencia positiva en la dimensión tecnológica; además, el valor estadístico de la Varianza de 0,41 y una desviación de 0,64 lo que significa que hay poca dispersión entre las respuestas de los encuestados; otro dato estadístico que se obtuvo es fue el valor promedio mínimo de 1,00 y el valor máximo promedio fue de 4,80.

Tabla 45.

Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Tecnología

		Estadístico
Tecnología	Media	3,83
	Varianza	0,41

Desviación estándar	0,64
Mínimo	1,00
Máximo	4,80

Fuente: Elaboración propia

Dimensión: Producción

En la tabla 44, se observa los distintos valores estadísticos entre ellos tenemos al valor promedio mínimo de 1,00 el valor máximo promedio es de 4,50, también se obtuvo un valor de Media de 3,86 lo cual significa una tendencia positiva para la dimensión producción. Asimismo, el dato estadístico de la varianza es de 0,39 y la desviación estándar es de 0,62, lo que indica que hay un poco dispersión entre las respuestas de los encuestados.

Tabla 46.

Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Producción

		Estadístico
Producción	Media	3,86
	Varianza	0,39
	Desviación estándar	0,62
	Mínimo	1,00
	Máximo	4,50

Fuente: Elaboración propia

Dimensión: Logística Internacional

En la tabla 45, se observan los valores estadísticos de la de la dimensión logística internacional, de las cuales, se han obtenido los siguientes resultados teniendo un Media con un valor de 3,74 lo que significa que se tiene una tendencia positiva en la dimensión logística internacional; además, el valor estadístico de la Varianza de 0,44 y una

desviación de 0,67 lo que significa que hay poca dispersión entre las respuestas de los encuestados; otro dato estadístico que se obtuvo es fue el valor promedio mínimo de 1,00 y el valor máximo promedio fue de 5,00.

Tabla 47.

Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Logística Internacional

		Estadístico
Logística	Media	3,74
Internacional	Varianza	0,44
	Desviación estándar	0,67
	Mínimo	1,00
	Máximo	4,80

Fuente: Elaboración propia

Dimensión: Posicionamiento Internacional

En la tabla 46, se observan los valores estadísticos de la de la dimensión posicionamiento internacional, de las cuales, se han obtenido los siguientes resultados teniendo un Media con un valor de 3,83 lo que significa que se tiene una tendencia positiva en la dimensión posicionamiento internacional; además, el valor estadístico de la Varianza de 0,49 y una desviación de 0,70 lo que significa que hay poca dispersión entre las respuestas de los encuestados; otro dato estadístico que se obtuvo es fue el valor promedio mínimo de 1,00 y el valor máximo promedio fue de 5,00.

Tabla 48.

Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Posicionamiento Internacional

		Estadístico
Posicionamiento	Media	3,83
Internacional	Varianza	0,49

Desviación estándar	0,70
Mínimo	1,00
Máximo	5,00

Fuente: Elaboración propia

Dimensión: Marketing

En la tabla 47, se observan los valores estadísticos de la de la dimensión marketing, de las cuales, se han obtenido los siguientes resultados teniendo un Media con un valor de 3,83 lo que significa que se tiene una tendencia positiva en la dimensión marketing; además, el valor estadístico de la Varianza de 0,50 y una desviación de 0,70 lo que significa que hay poca dispersión entre las respuestas de los encuestados; otro dato estadístico que se obtuvo es fue el valor promedio mínimo de 1,00 y el valor máximo promedio fue de 5,00.

Tabla 49.

Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Marketing

		Estadístico
Marketing	Media	4,14
	Varianza	0,50
	Desviación estándar	0,70
	Mínimo	1,00
	Máximo	5,00

Fuente: Elaboración propia

Dimensión: Despacho Aduanero

En la tabla 48, se observan los valores estadísticos de la de la dimensión despacho aduanero, de las cuales, se han obtenido los siguientes resultados teniendo un Media con un valor de 4,00 lo que significa que se tiene una tendencia positiva en la dimensión

despacho aduanero; además, el valor estadístico de la Varianza de 0,52 y una desviación de 0,72 lo que significa que hay poca dispersión entre las respuestas de los encuestados; otro dato estadístico que se obtuvo es fue el valor promedio mínimo de 1,00 y el valor máximo promedio fue de 5,00.

Tabla 50.

Estadísticos Descriptivos de la Dimensión Despacho Aduanero

		Estadístico
Despacho	Media	4,00
Aduanero	Varianza	0,52
	Desviación estándar	0,72
	Mínimo	1,00
	Máximo	5,00

Fuente: Elaboración propia

Análisis de las Pruebas de Normalidad

Variable Independiente: Factores determinantes de exportación

En la tabla 49, se observa la prueba de normalidad de la variable factor determinantes de la exportación, donde el estadístico Kolmogorov-Smirnov, dado que el tamaño de la población es igual a 50. En este sentido, se observa que el valor P es igual 0,00 lo que significa que la prueba ha evidenciado que no existe normalidad en la variable factores determinantes de la exportación, ya que el valor de P es menor a 0.05

Tabla 51.

Prueba de normalidad de la Variable Factores determinantes de Exportación

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Factores de Exportación	0,246	50	0,000	0,808	50	0,000

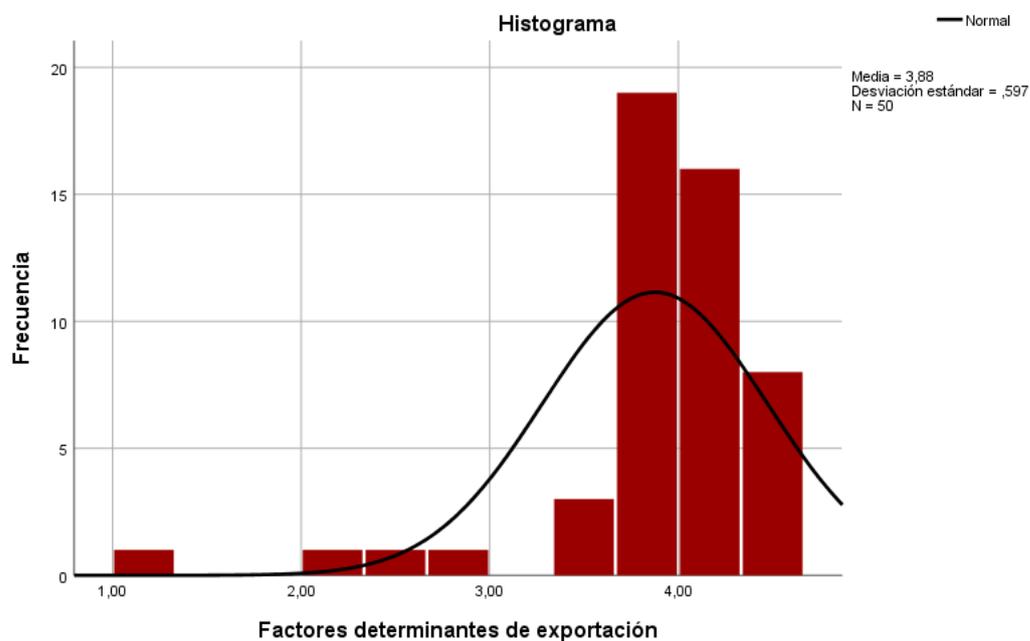
a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En la figura 35, se observa el histograma de la variable Factores determinantes de Exportación, lo cual, tiene una distribución anormal, esto se debe a que el valor representado es mayor al promedio.

Figura 35.

Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la variable Factores determinantes de Exportación



Fuente: Elaboración propia

Variable Dependiente: Exportación

En la tabla 50, se observa la prueba de normalidad de la variable exportación, donde, se identifican dos tipos de estadísticos en la investigación presente. El estadístico Kolmogorov-Smirnov, dado que el tamaño de la población es igual a 50. En este sentido, se observa que el valor P es igual 0,00 lo que significa que la prueba ha evidenciado que no existe normalidad en la variable exportación, ya que el valor de P es menor a 0.05

Tabla 52.

Prueba de normalidad de la Variable Exportación

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Exportación	0,199	50	0,000	0,819	50	0,000

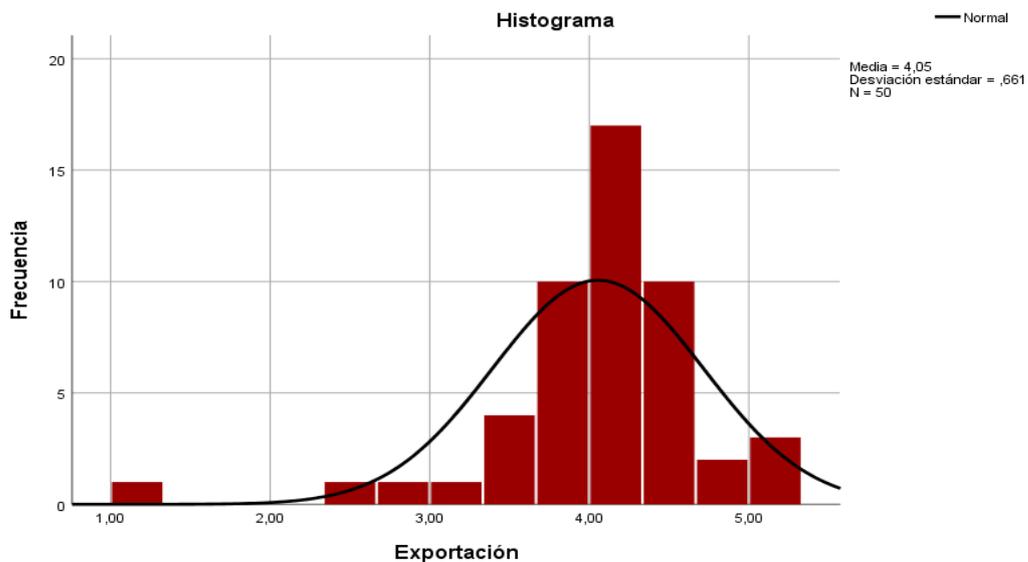
a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En la figura 36, se puede visualizar el histograma de la variable Exportación, donde señala que se tiene una distribución anormal y esto se debe a que el valor representado es mayor al promedio.

Figura 36.

Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la variable Exportación



Fuente: Elaboración propia

Dimensión Tecnología

En la tabla 51, se observa la prueba de normalidad de la dimensión tecnología, donde el estadístico Kolmogorov-Smirnov, dado que el tamaño de la población es igual a 50. En este sentido, se observa que el valor P es igual 0,00 lo que significa que la prueba ha evidenciado que no existe normalidad en la dimensión tecnología, ya que el valor de P es menor a 0.05

Tabla 53.

Prueba de normalidad de la Dimensión Tecnología

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Tecnología	0,180	50	0,000	0,823	50	0,000

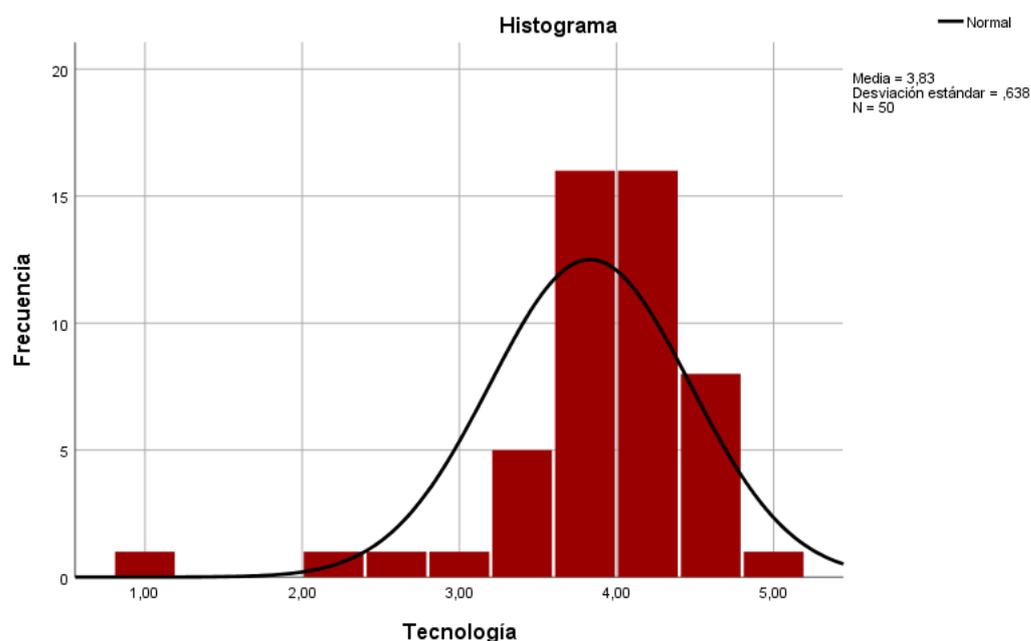
a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En la figura 37, se puede observar el histograma de la dimensión tecnológica, donde señala que se tiene una distribución anormal y esto se debe a que el valor representado es mayor al promedio.

Figura 37.

Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Tecnología



Fuente: Elaboración propia

Dimensión Producción

En la tabla 52, se observa la prueba de normalidad de la dimensión Producción, donde el estadístico Kolmogorov-Smirnov es igual a 50. En este sentido, se observa que el valor P es igual 0,00 lo que significa que la prueba ha evidenciado que no existe normalidad en la dimensión producción, ya que el valor de P es menor a 0.05.

Tabla 54.

Prueba de normalidad de la Dimensión Producción

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Producción	0,303	50	0,000	0,681	50	0,000

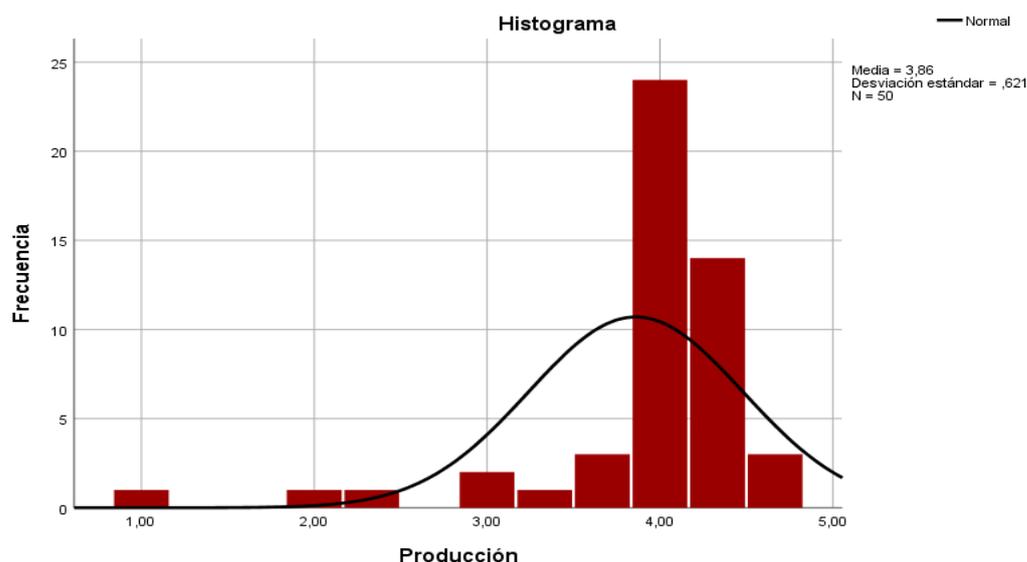
a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En la figura 38, se observa el histograma de la dimensión producción, donde señala que se tiene una distribución anormal y esto se debe a que el valor representado es mayor al promedio.

Figura 38.

Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Producción



Fuente: Elaboración propia

Dimensión: Logística Internacional

En la tabla 53, se observa la prueba de normalidad de la dimensión Logística Internacional, donde el estadístico Kolmogorov-Smirnov es igual a 50. En este sentido, se observa que el valor P es igual 0,00 lo que significa que la prueba ha evidenciado que no existe normalidad en la dimensión logística internacional, ya que el valor de P es menor a 0.05

Tabla 55.

Prueba de normalidad de la Dimensión Logística Internacional

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Logística Internacional	0,180	50	0,000	0,823	50	0,000

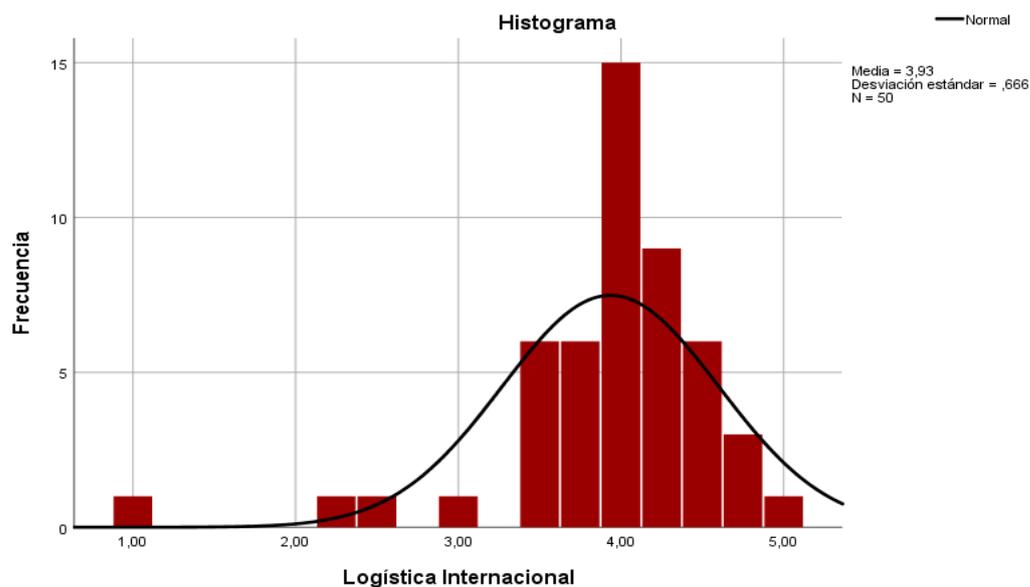
a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En la figura 39, se observa el histograma de la dimensión logística internacional, donde señala que se tiene una distribución anormal, y esto se debe a que el valor representado es mayor al promedio.

Figura 39.

Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Logística Internacional



Fuente: Elaboración propia

Dimensión Posicionamiento Internacional

En la tabla 54, se observa la prueba de normalidad de la dimensión Posicionamiento Internacional, donde el estadístico Kolmogorov-Smirnov, es igual a 50. En este sentido, se observa que el valor P es igual 0,00 lo que significa que la prueba ha evidenciado que no existe normalidad en la dimensión posicionamiento internacional, ya que el valor de P es menor a 0.05

Tabla 56.

Prueba de normalidad de la Dimensión Posicionamiento Internacional

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Posicionamiento Internacional	0,274	50	0,000	0,831	50	0,000

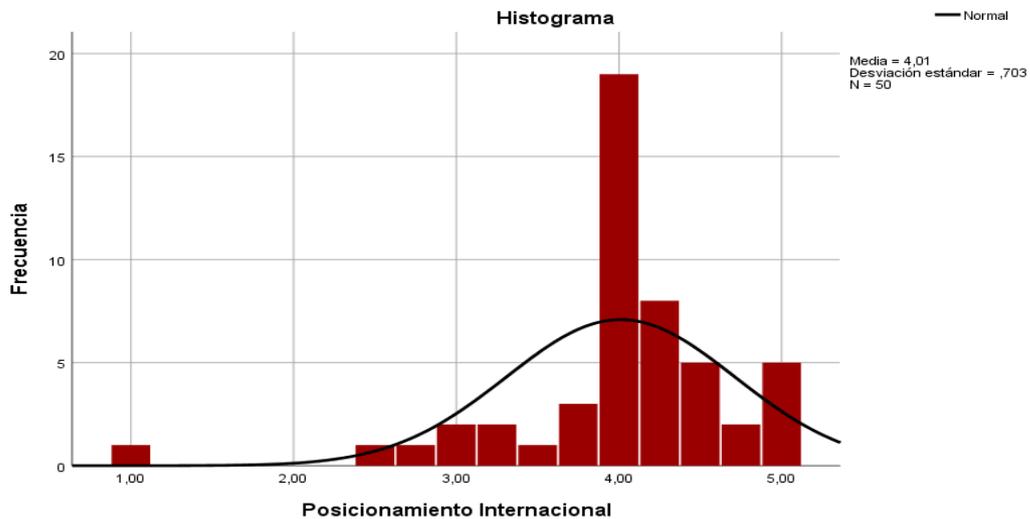
a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En la figura 40, se observar el histograma de la dimensión posicionamiento internacional, donde nos señala que se tiene una distribución anormal, y esto se debe a que el valor representado es mayor al promedio

Figura 40.

Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Posicionamiento Internacional



Fuente: Elaboración propia

Dimensión Marketing

En la tabla 55, se puede observar la prueba de normalidad de la dimensión Marketing, donde, se identifican dos tipos de estadísticos, en la investigación presente nos

centraremos en el estadístico Kolmogorov-Smirnov, dado que el tamaño de la población es igual a 50. En este sentido se observa que el valor P es igual 0,00 lo que significa que la prueba ha evidenciado que no existe normalidad en la dimensión marketing, ya que el valor de P es menor a 0.05

Tabla 57.

Prueba de normalidad de la Dimensión Marketing

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Marketing	0,199	50	0,000	0,830	50	0,000

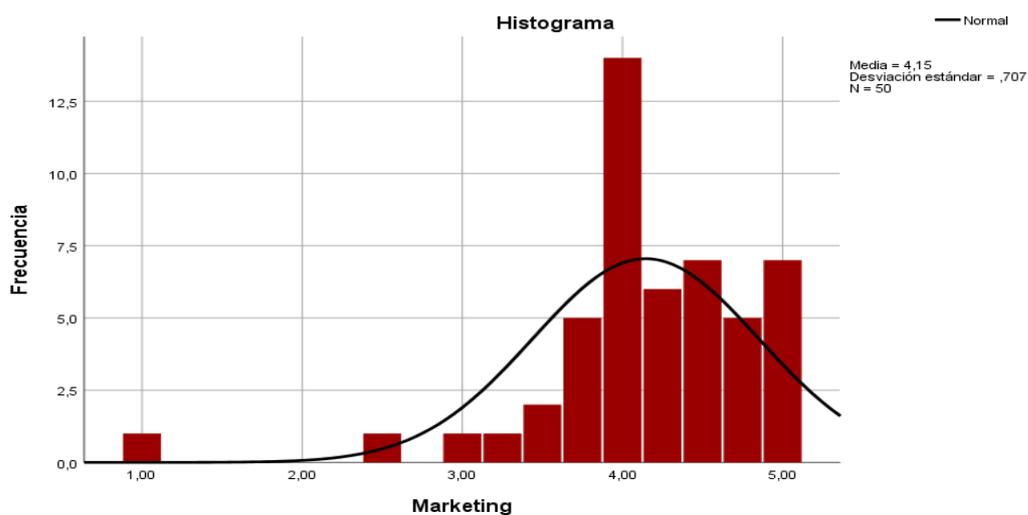
a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En la figura 41, se observa el histograma de la dimensión marketing, donde señala que se tiene una distribución anormal, y esto se debe a que el valor representado es mayor al promedio

Figura 41.

Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Marketing



Fuente: Elaboración propia

Dimensión: Despacho Aduanero

En la tabla 56, se observa la prueba de normalidad de la dimensión Despacho Aduanero, donde, se identifica en el estadístico Kolmogorov-Smirnov, dado que el tamaño de la población es igual a 50. En este sentido, el valor P es igual 0,00 lo que significa que la prueba ha evidenciado que no existe normalidad en la dimensión despacho aduanero, ya que el valor de P es menor a 0.05

Tabla 58.

Prueba de normalidad de la Dimensión Despacho Aduanero

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Conocimiento	0,166	50	0,000	0,819	50	0,000

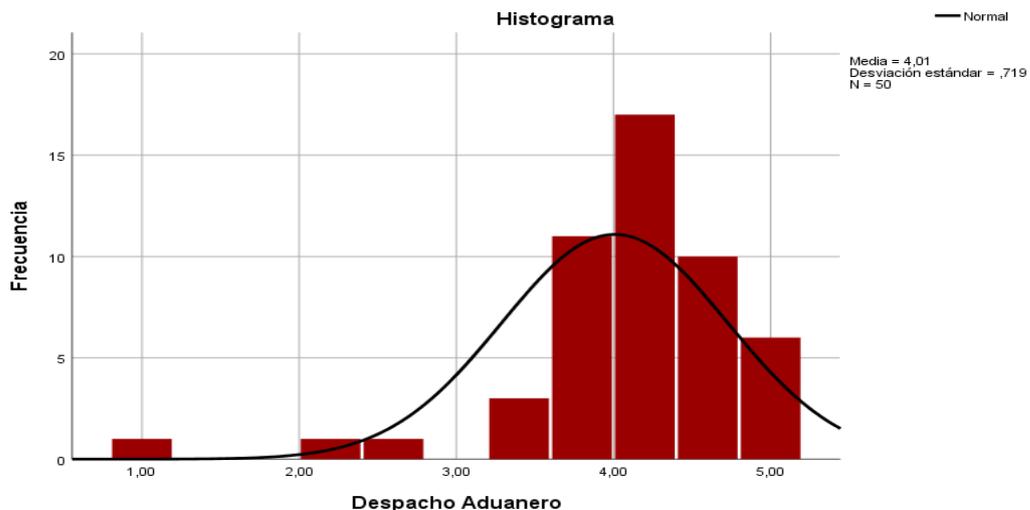
a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En la figura 42, se observar el histograma de la dimensión despacho aduanero, donde señala que se tiene una distribución anormal, y esto se debe a que el valor representado es mayor al promedio.

Figura 42.

Histograma de los puntajes promedios obtenidos para la dimensión Despacho Aduanero



Fuente: Elaboración propia

Análisis de la Correlación

La tabla 57, se observa el análisis de correlación entre las variables Factores determinantes de exportación y la Exportación donde el valor del coeficiente de correlación es (0,710**), asimismo, se obtuvo el valor de Sig. que es de 0,000, lo que significa que es menor a 0,05, esto se interpreta que cuanto más valor tenga la variable factores determinantes de exportación, el valor de la variable exportación será significativamente mejor, además en la figura 43 se puede observar el diagrama de dispersión donde se visualiza una incidencia entre las dos variables, es decir, los puntos se encuentran cerca a la recta y esta se direcciona hacia arriba lo cual es positivo. además, se puede concluir, mencionando que las variables factores determinantes de exportación y exportación de fibra de alpaca tienen una correlación alta, esto comprueba la hipótesis general planteada en la presente investigación.

Tabla 59.

Correlación de la variable Factores determinantes de exportación y la variable Exportación

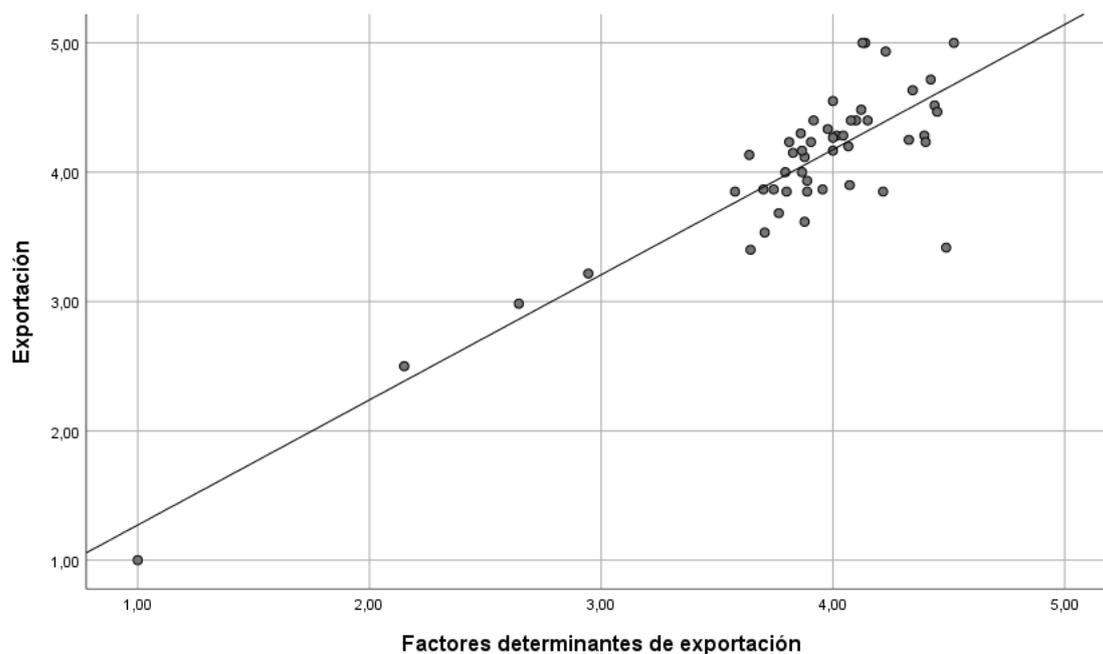
			Exportación
Rho de	Factores	Coeficiente de correlación	0,710**
Spearman	Determinantes de	Sig. (bilateral)	0,000
	Exportación	N	50

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

Fuente: Elaboración propia

Figura 43.

Diagrama de dispersión entre los Factores Determinantes de Exportación y la Exportación



Fuente: Elaboración propia

La tabla 58, se observar el análisis de correlación entre las dimensiones producción y el posicionamiento internacional donde el valor del coeficiente de correlación es (0,424**), asimismo se obtuvo el valor de Sig. que es de 0,000, lo que significa que es menor a 0,05, esto se interpreta que cuanto más valor tenga dimensión producción, el valor de la dimensión posicionamiento internacional será significativamente mejor, además, en la figura 44 se observa el diagrama de dispersión donde se visualiza una incidencia entre las dos dimensiones, es decir, los puntos se encuentran cerca a la recta y esta se direcciona hacia arriba lo cual es positivo. asimismo, se concluye que las dimensiones producción y posicionamiento internacional tienen una correlación positivamente moderada, esto comprueba la hipótesis específica 1 planteada en la presente investigación.

Tabla 60.

Correlación de la dimensión Producción y la dimensión Posicionamiento Internacional

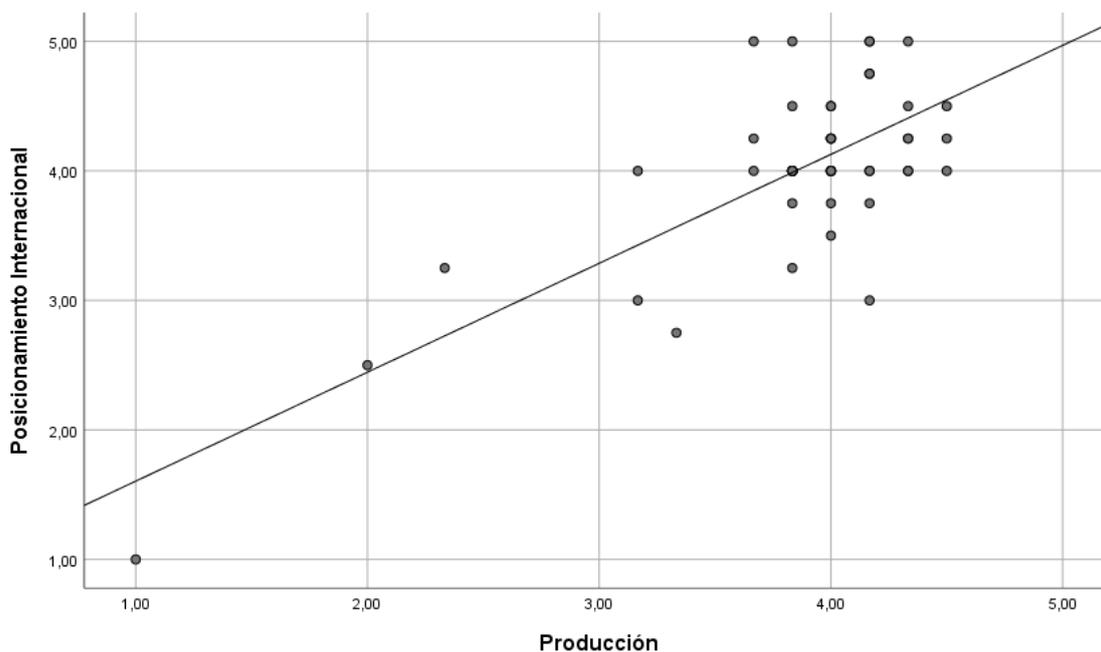
		Posicionamiento Internacional	
Rho de	Producción	Coeficiente de correlación	0,424**
Spearman		Sig. (bilateral)	0,000
		N	50

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

Fuente: Elaboración propia

Figura 44.

Diagrama de dispersión entre la Producción y el Posicionamiento Internacional



Fuente: Elaboración propia

La tabla 59, se observa el análisis de correlación entre las dimensiones tecnología y marketing donde el valor del coeficiente de correlación es (0,479**), asimismo, se obtuvo el valor de Sig. que es de 0,000, lo que significa que es menor a 0,05, esto se interpreta que cuanto más valor tenga dimensión tecnología, el valor de la dimensión marketing será significativamente mejor, además, en la figura 45 se observa en el diagrama de dispersión donde se visualiza una incidencia entre las dos dimensiones, es decir, los puntos se encuentran cerca a la recta y esta se direcciona hacia arriba lo cual es positivo. además, se puede concluir, mencionando que las dimensiones tecnología y marketing tienen una correlación positivamente moderada, esto comprueba la hipótesis específica 2 planteada en la presente investigación.

Tabla 61.

Correlación de la dimensión Tecnología y la dimensión Marketing

Marketing

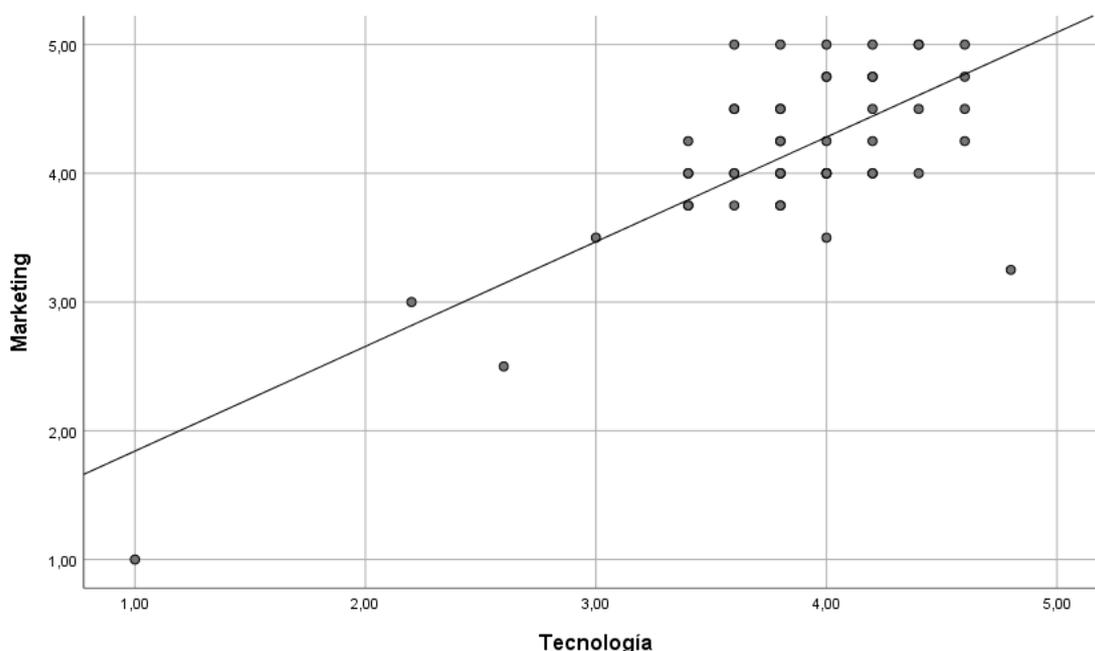
Rho de Spearman	Tecnología	Coefficiente de correlación	0,479**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	50

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

Fuente: Elaboración propia

Figura 45.

Diagrama de dispersión entre la Tecnología y el Marketing



Fuente: Elaboración propia

La tabla 60, se observar el análisis de correlación entre las dimensiones logística internacional y el despacho aduanero donde el valor del coeficiente de correlación es (0,626**), asimismo, se obtuvo el valor de Sig. que es de 0,000, lo que significa que es menor a 0,05, esto se interpreta que cuanto más valor tenga dimensión logística internacional, el valor de la dimensión despacho aduanero será significativamente mejor, además en la figura 46 se puede observar el diagrama de dispersión donde se visualiza una incidencia entre las dos dimensiones, es decir los puntos se encuentran cerca a la recta y esta se direcciona hacia arriba lo cual es positivo. además, se puede concluir, mencionando que las dimensiones logísticas internacional y el despacho aduanero tienen una correlación positivamente moderada, esto comprueba la hipótesis específica 3 planteada en la presente investigación.

Tabla 62.

Correlación de la dimensión Logística Internacional y la dimensión Despacho Aduanero

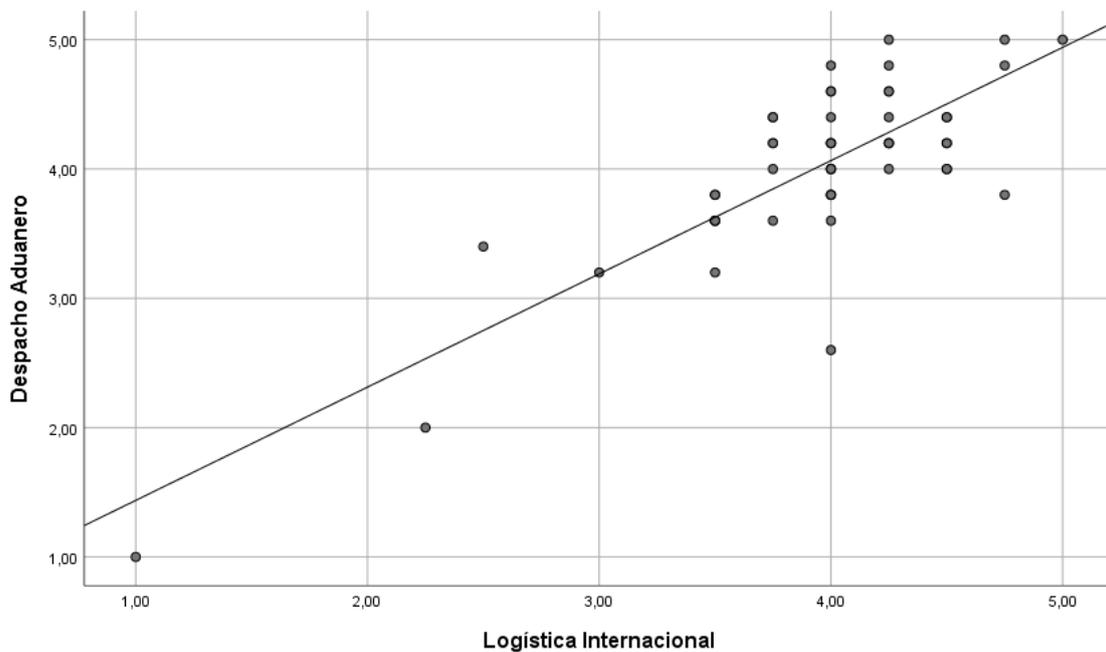
			Despacho Aduanero
Rho de Spearman	Logística Internacional	Coefficiente de correlación	0,626**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	50

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

Fuente: Elaboración propia

Figura 46.

Diagrama de dispersión entre la Logística Internacional y el Despacho Aduanero



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Hipótesis general: Los factores determinantes influyen para la exportación de fibra de alpaca en Arequipa en el 2022.

Tabla 63.

Hipótesis general

Sustento teórico	Apreciación crítica
Según (Rojas, 2020) comenta que en los cambios que ocurren en las exportaciones de fibra de alpaca suelen ser un 79%, debido a los diversos factores como el alza de precio, competencias, tecnología, comerciantes, entre otros. En relación con Azabache et.al (2021) sostienen que los factores determinantes de las exportaciones de fibra de alpaca fueron el alza de precio, evolución de la demanda y oferta de los productos, alza de competidores internacionales, pandemias y políticas, las cuales se visualizó un déficit de exportaciones, a consecuencia de ello, China fue el país que exporto más de 1,000 prendas de vestir de material de fibra de alpaca.	Los factores determinantes influyen para la exportación de fibra de alpaca, dado que se dio como resultado un Alfa de Cronbach para la variable independiente de 0,913 y para la variable dependiente de 0,928; además, se obtuvo una correlación de Spearman de 0,710 para ambas variables, dando como resultado positivo para la investigación, es por ello que se establecen y determinan los diversos problemas que generan el poder realizar una buena comercialización y expansión de los productos de fibra de alpaca, la cual se debe de cumplir con distintas condiciones y parámetros, de modo que se pueda determinar si se encuentra en condiciones de poder expandirse al mercado internacional.

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis específica 1: La producción de fibra de alpaca influye en el posicionamiento internacional.

Tabla 64.

Hipótesis específica 1

Sustento teórico	Apreciación crítica
<p>Los autores Azabache et.al (2021) comentan que la producción de fibra de alpaca en Perú es uno de los principales países que genera en el mundo un 80%. Asimismo, (Dongo & Pequeño , 2017) expresan que la fibra de alpaca ha logrado posicionarse en el mercado mundial en cuanto a la producción, generando el primer lugar, la cual mantiene diversas características destacando la preferencia del consumidor. Además, (Mincetur, 2020) sostiene que, para poder posicionarse en el mercado internacional con la fibra de alpaca, los productos de fibra de alpaca deben competir directamente con productos elaborados de pelos finos, y entre estos encontramos al <i>cashmere</i> y <i>mohair</i>, asimismo, los productos elaborados por este material ya se encuentran posicionados en el mercado internacional.</p>	<p>La producción de fibra de alpaca influye en el posicionamiento internacional, la cual se obtuvo un alfa de Cronbach para la dimensión 1 de la variable independiente de 0,802 y para la dimensión 1 de la variable dependiente de 0,807; asimismo, una correlación de Spearman de 0,424 para ambas dimensiones, siendo positivo para la investigación. Es por ello que, se debe establecer una buena producción con tecnología de alta calidad para poder lograr el posicionamiento que se requiere en los diversos países del mundo.</p>

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis específica 2: La tecnología influye en el marketing de la fibra de alpaca.

Tabla 65.

Hipótesis específica 2

Sustento teórico	Apreciación crítica
Según (Garrell & Llorenc, 2019) sostiene que, los usuarios y/o exportadores hoy en día suelen transcurrir por las redes sociales y/o páginas web, la cual es un nuevo método para poder comercializar los productos, captar a más clientes y promocionar los productos, ya que de esta forma se pueda llegar al público internacional, de modo que este permita poder generar estrategias de promoción que potencien las ventas.	La tecnología influye en el marketing de la fibra de alpaca, siendo así que, en el trabajo de investigación se logró un Alfa de Cronbach de 0,761 perteneciente a la dimensión 2 de la variable factores determinantes y para la dimensión 2 de la variable exportación de fibra de alpaca es de 0,827; asimismo, se obtuvo una correlación de Spearman de 0,479 para ambas dimensiones, dando como resultado positivo para la investigación, de modo que la mayoría de los exportadores y/o productores se han visto en la necesidad de poder implementar la tecnología a sus negocios para poder llegar a más clientes, ya sea nacionales e internacionales mediante diversas estrategias de marketing.

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis específica 3: La logística internacional influye en el despacho aduanero de la fibra de alpaca.

Tabla 66.

Hipótesis específica 3

Sustento teórico	Apreciación crítica
<p>Tomado de (Burbano & Morales, 2010) argumenta que, la logística comprende el proceso de desarrollado por una organización desde la fabricación de los productos hasta la satisfacción de los clientes. Asimismo, (Mincetur, 2019) sostiene que para promocionar un buen producto y que el cliente este satisfecho con su compra, se debe gestionar una adecuada inspección sobre la composición de los productos de fibra de alpaca con la información del etiquetado que se relaciona con el despacho de aduana, almacenajes, distribuciones, entre otros.</p>	<p>La logística internacional influye en el despacho aduanero de la fibra de alpaca, de modo que, en la investigación se obtuvo un alfa de Cronbach de 0,741 para la dimensión 3 de la variable factores determinantes de la exportación y para la dimensión 3 de la variable exportación de fibra de alpaca se obtuvo un valor de 0,818; asimismo, se obtuvo una correlación de Spearman de 0,626 para ambas dimensiones, dando como resultado positivo para la investigación. Ahora bien, los exportadores deben mantener una adecuada gestión logística, la cual este establecida en la distribución de productos para que de esta manera se pueda programar y coordinar los despachos aduaneros establecidos a los diversos países internacionales con un precio justo, logrando la satisfacción del cliente.</p>

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Se concluye que, los factores determinantes si influyen para la exportación de fibra de alpaca en Arequipa en el 2022 de forma significativa, a raíz de los resultados obtenidos en el levantamiento de información a través del cuestionario aplicado y por medio de la entrevista con el subgerente de la empresa, cuando se realizó el levantamiento se información se tuvo en cuenta las variables tanto directa como indirecta y las dimensiones correspondientes a cada una de ellas, lo que se logro fue comprobar la hipótesis planteada de la investigación, lo cual significa, que los factores si influye en las exportaciones de fibra de alpaca.

Por ende, la producción de fibra de alpaca si influye en el posicionamiento internacional, ya que se establece poder mantener una buena capacidad productiva, reducción de costos y disponibilidad de los productos, dado que el Perú es uno de los primeros lugares en cuanto a producción de fibra de alpaca, lo cual destaca la preferencia del consumidor, es por ello que, se pretender llegar a la internacionalización, con el fin de poder seguir comercializando productos de calidad en el exterior.

Además, la tecnología si influye en el marketing de la fibra de alpaca, hace mucha referencia a la maquinaria, mano de obra y promociones por redes sociales, además, muchos exportadores no implementan el uso adecuado de las mismas, de modo que no logran la captación de clientes que se requieren; asimismo, no cuentan con un personal capacitado en el área de marketing. Por consiguiente, es importante hacer implemento de la digitalización, con el fin de poder captar clientela en el comercio exterior.

Finalmente, la logística internacional si influye en el despacho aduanero de la fibra de alpaca, dado que es fundamental ejecutar un exhaustivo estudio de mercado para establecer de manera adecuada la distribución de los productos y el medio de transporte a utilizar; asimismo, visualizar la gestión documentaria, de manera correcta para gestionar de manera legal los productos al país destino.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a las empresas exportadoras de fibra de alpaca, analizar los factores que dificultan las exportaciones; además, deben de posicionarse bien en el mercado nacional y obtener todos los conocimientos necesarios para con ello, lograr ingresar al comercio internacional incrementando la oferta, demanda y calidad que requiere el consumidor extranjero.

Asimismo, lo más recomendable que se debe realizar dentro de las exportaciones para evitar el fallo de generar pérdidas por la poca producción de fibra de alpaca, es poder establecer un contrato con diversos proveedores, la cual se comprometan a generar cierta cantidad de materia prima siendo de calidad, para gestionar de manera adecuada cualquier obstáculo que se pueda atravesar en el transcurso de los pedidos, esto con el fin de poder tener la disponibilidad del producto a tiempo y de la misma manera optimizar costos.

Por otro lado, se recomienda que las empresas exportadoras de fibra de alpaca implementen un equipo comercial que se especialice en gestionar un adecuado marketing de los productos, ya sea en el mercado nacional e internacional; asimismo, el personal debe dominar diversos idiomas con el fin de poder potenciar y promocionar al cliente objetivo mediante las redes sociales.

Finalmente, se recomienda mantener un plan de contingencia acorde a la cadena logística, dado que el mercado internacional es muy exigente en la calidad de sus productos, por ende, los exportadores deben contratar un operador logístico que les ayude con la documentación aduanera, mediante el traslado y gestión de canales sobre los productos de fibra de alpaca para que se puedan entregar a tiempo.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Acosta, M. (2013). La innovación como proceso interactivo.
- Anónimo. (2013). Principales teorías sobre comercio internacional.
- Arce, K., & Condor, T. (2019). *Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625791/Arce_k.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación - Introducción a la metodología científica* (Sexta ed.). Caracas: Editorial Episteme C.A. Recuperado el 04 de febrero de 2021
- Azabache, D., Campero, J., Gallardo, A., & Ramirez, A. (2021). *Análisis de la evolución de la fibra de alpaca peruana del 2010 al 2019*. Lima: Universidad de Lima. Obtenido de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13275/Azabache_Analisis-evolucion-fibra.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Burbano, E., & Morales, R. (2010). Incidencia de la logística en el marketing. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105316833004.pdf>
- Cabrera, A. (2014). *Logística internacional: Una herramienta para la competitividad*. Madrid: Ices Editorial.
- Cáceres, D. (2020). *Influencia de las exportaciones de alpaca sintética sobre la alpaca pura, en el Perú*. Lima-Perú: Universidades San Ignacio de Loyola.
- Cámara de Comercio de La Libertad. (2023). *Certificados de Origen*. La Libertad: Cámara de Comercio de La Libertad. Obtenido de <https://www.camaratru.org.pe/web2/index.php/layouts/comercio-exterior/certificados-de-origen#:~:text=Es%20el%20documento%20que%20acredita,sus%20pares%20en%20el%20mundo.>
- Carpintero, L. (2014). *Políticas de marketing internacional*. España: PARANINFO.
- Cepal. (2020). *Los Efectos del Covid-19 en el Comercio Internacional y la Logística*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45877-efectos-covid-19-comercio-internacional-la-logistica>
- Comercio exterior. (2018). *Exportación de fibra de alpaca | Perú Info*. Obtenido de <https://peru.info/es-pe/comercio-exterior/noticias/7/32/peru--mayor-productor-y-exportador-de-fibra-de-alpaca>
- Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero. (s.f.). Glosario de Términos Aduaneros. *Ministerio de Economía y Finanzas*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/glosario_aduanero.pdf

- Dongo , M., & Pequeño , J. (2017). *Factores que influyen en el desarrollo exportador de las PYMES del Sector textil y confecciones en Lima Metropolitana*. Lima-Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626002/Dongo_H_M.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Fonseca, C. (2017). Aspectos determinantes para la exportación. *Revista Empresarial Inter Metro*, 13.
- Galindo, M., & Rios, V. (Julio de 2015). Exportaciones. *Mexico¿Cómo vamos?* Obtenido de https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184
- Garcia, F. (2004). *El cuestionario. Recomendaciones metodológicas para el diseño metodológico*. Mexico: Limusa S.A.
- Garrell, A., & Llorenc, G. (2019). *La industria 4.0 en la sociedad digital*. Barcelona: Marge Books. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=YnSIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Gestión. (2018). Perú aumenta sus exportaciones de derivados de alpaca pero su crianza es amenazada. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/peru-aumenta-exportaciones-derivados-alpaca-crianza-amenazada-246174-noticia/?ref=gesr>
- Gibello Rael, J. A. (2015). *La Estrategia de Marketing Mix en el Ámbito Internacional*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/6610/retrieve>
- Gob. (2021). *Obtener la Clasificación Arancelaria de Mercancías*. Obtenido de Gobierno del Perú: <https://www.gob.pe/6996-obtener-la-clasificacion-arancelaria-de-mercancias>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta. ed.). Ciudad de México: McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. Recuperado el 03 de febrero de 2021
- IBM. (2012). *IBM SPSS Statistics*. Obtenido de IBM SPSS Statistics: <https://www.ibm.com/downloads/cas/A2WER97M>
- Instituto Nacional de Calidad. (2023). *Importancia de las Normas Técnicas para Las Exportaciones*. Lima: Ministerio de Producción. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/reglamentostecnicos/informacion_general/documentos/Taller_Fibras_de_Alpaca_Presentaciones.pdf
- Jiménez , C. (2018). *Plan de exportación de chompa de fibra de alpaca, al mercado de Chile*. Cochabamba – Bolivia: Universidad Mayor de San Simón.
- Lavados , H. (2009). Teorías del comercio internacional: Modelos y algunas evidencias empíricas. 178-218.

- Marrasquin , P., & Franco , J. (2020). *Factibilidad económica para la exportación de ropa de frío a base de fibra de alpaca a Dinamarca*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica.
- Martínez, D., & Lombana, J. (2013). *Pymes Rutas para la exportación*. Colombia: Universidad del norte.
- Martinez, J. (2006). Factores Críticos para el Desempeño Exportador de las Pymes. 34.
- Méndez, C. (2011). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://doku.pub/documents/metodologia-de-la-investigacion-carlos-mendez-1pdf-8lyzpjxdoeqd>
- Microsoft. (2021). *Microsoft*. Recuperado el 27 de junio de 2021, de Microsoft: <https://support.microsoft.com/es-es/office/calcular-varios-resultados-mediante-una-tabla-de-datos-e95e2487-6ca6-4413-ad12-77542a5ea50b>
- Mincetur. (2019). *Alpaca*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/410726/7_Alpaca_2019_PLIEGOS.pdf
- Mincetur. (2020). *Perfil de Mercado y Competitividad Exportadora de Prendas de Alpaca*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/publicaciones/Tejido_Prendas_de_Alpaca.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2023). *FICHA MERCADO PRODUCTO: SUÉTERES, JERSEYS Y CÁRDIGAN DE ALPACA*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de <https://institucional.promperu.gob.pe/ContenidosFichas/europa/olon-ficha-mercado-reino-unido-producto-sueteres-jerseys-y-cardigan-2020.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y turismo. (2023). *Sostenibilidad*. Lima: Asociación Internacional de la Alpaca. Obtenido de <https://alpacadelperu.com.pe/es-pe/sostenibilidad#:~:text=El%20Est%C3%A1ndar%20de%20Alpaca%20Responsable,certificadas%20hasta%20el%20producto%20final>.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Introducción a los requisitos técnicos al comercio exterior*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/reglamentostecnicos/informacion_general/documentos/Taller_Fibras_de_Alpaca_Presentaciones.pdf
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (s.f.). *Instituciones vinculadas al comercio exterior*. Lima: Ministerio de Relaciones Exteriores. Obtenido de <http://consulado.pe/promocioneconomica/exporte/Documents/EmpVinComExt.pdf>
- Oxford . (2020). *Factor*. Obtenido de Diccionario Oxford en lengua española: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/factor>

- Páez, G. (2018). *Despacho aduanero*. Economía.
- Parodi, N. (2011). *Principales problemas en la calidad de la fibra de alpaca que limitan la comercialización*. Universidad San Martín de Porres. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1609/sme_v2n2_art2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- PromPerú. (2020). *Desempeño de la línea de Alpaca*. Obtenido de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/INFORME%20ALPACA%202020.pdf>
- Ramírez, P. (2010). *Factores de producción: ¿Qué son y qué tipos existen?*.
- Real Academia Española. (2020). *Determinar*. Obtenido de <https://dle.rae.es/determinar?m=form>
- Real Academia Española. (2020). *Factor*. Obtenido de <https://dle.rae.es/factor?m=form>
- Real Academia Española. (2021). *RAE*. Obtenido de <https://www.rae.es/>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración*. México: Decimosegunda edición.
- Rojas, J. (2020). *Factores determinantes en la exportación de fibra de alpaca del Perú 2010 – 2019*. Lima-Perú: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/99ae3082-8984-471b-800c-576cc616c0cd/content>
- Siicex. (2020). *Glosario*. Obtenido de https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_glosario&pletra=E&pNumPagina=3&_portletid_=SGlosario&_page_=155.00000
- Siicex. (2021). *Partida arancelaria del alpaca*. Obtenido de https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=3&pnomproducto=Abrigo
- Snice. (2015). *Proceso de despacho*. Obtenido de La Secretaría de Economía: <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/procesodespacho.html>
- Sunat. (2021). *Partida arancelaria de Alpaca*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/EAIScroll?Partida=5112201000&Desc=>
- Universidad de San Martín de Porres. (2008). *Código de Ética de la Universidad de San Martín de Porres*. Obtenido de <https://www.usmp.edu.pe/nuesuniv/pdf/CODIGO%20DE%20ETICA.pdf>
- Word Reference. (2020). *Determinar*. Obtenido de <https://www.wordreference.com/definicion/determinar>

ANEXOS

Anexo I: Matriz de Consistencia

Anexo II: Matriz de Operacionalización

Anexo III: Validación de Expertos

Anexo IV: Instrumento de Recolección de Datos

Anexo V: Evidencia

Anexo I: Matriz de consistencia

Tabla 67.

Matriz de consistencia

Título de la tesis: Factores determinantes para la exportación de Fibra de Alpaca en Arequipa en el año 2022

Autor(es):

- Joselyn Guissell, Quiñones Capcha
- Nohelia, Quispe Salcedo

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuáles son los factores determinantes para la exportación de Fibra de Alpaca en Arequipa en el año 2022?	Analizar los factores determinantes para la exportación de Fibra de Alpaca en Arequipa en el año 2022.	Los factores determinantes influyen para la exportación de Fibra de Alpaca en Arequipa en el año 2022.	Variable Independiente: Factores determinantes Variable dependiente: Exportación	X1. Producción X2. Tecnología X3. Logística Internacional Y1. Posicionamiento Internacional Y2. Marketing Y3. Despacho Aduanero	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativa • Alcance: Descriptiva Explicativa • Tipo: Aplicada • Diseño: No experimental

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable / Dimensión	Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)
¿De qué manera la producción de fibra de alpaca influye en el posicionamiento internacional?	Determinar si la producción de fibra de alpaca influye en el posicionamiento internacional.	La producción de fibra de alpaca influye en el posicionamiento internacional.	X1: Producción Y1: Posicionamiento Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad Productiva • Reducción de costos • Requisitos de exportación • Disponibilidad del producto 	
¿De qué manera la tecnología influye en el marketing de la fibra de alpaca?	Determinar si la tecnología influye en el marketing de la fibra de alpaca.	La tecnología influye en el marketing de la fibra de alpaca.	X2: Tecnología Y2: Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema operativo • Página web • Promoción • Mercado objetivo 	Cuestionario estructurado Escala de Likert
¿De qué manera la logística internacional influye en el despacho aduanero de la fibra de alpaca?	Determinar si la logística internacional influye en el despacho aduanero de la fibra de alpaca.	La logística internacional influye en el despacho aduanero de la fibra de alpaca.	X3: Logística internacional Y3: Despacho Aduanero	<ul style="list-style-type: none"> • Cadena de Distribución • Transporte • Gestión Documentaria • Canales Aduaneros 	

Fuente: Elaboración propia

Anexo II: Matriz de operacionalización

Tabla 68.

Variable Independiente: Factores determinantes de exportación

Variable independiente: Factores determinantes de exportación			
Definición conceptual: Factores que causan o desafían que las empresas encaminen dando iniciativa a la comercialización y expansión de sus productos mediante exportaciones a distintos mercados internacionales			
Instrumento: Cuestionario		Unidad de Análisis: 357 empresas exportadoras	
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento (preguntas a realizar)	Alternativas (Valores en Escala de Likert)
D1: Producción	I1: Capacidad Productiva	<ol style="list-style-type: none"> 1. La capacidad productiva de fibra de alpaca crecerá en los próximos años. 2. El tiempo necesario para producir la fibra de alpaca mediante un determinado proceso. 	<ol style="list-style-type: none"> 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo

		3. La empresa implemente soluciones cuando la capacidad productiva es restringida por la oferta y demanda.	5: Totalmente de acuerdo
	I2: Reducción de costos	4. Las empresas deben implementar estrategias que ayuden a reducir costos de producción. 5. Las empresas deben mejorar la gestión de procesos para reducir costos de producción. 6. Las empresas deben automatizar la producción de fibra de alpaca para reducir costos.	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
D2: Tecnología	I1: Sistema operativo	7. Las maquinarias de las empresas mantienen un sistema operativo eficiente. 8. La maquinaria de la empresa soportará un aumento de producción. 9. El uso de la tecnología es importante en el proceso de exportación de la fibra de alpaca.	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
	I2: Página web	10. Las empresas deben contar con páginas web para comercializar sus productos. 11. Las empresas deben mantener el uso adecuado de las páginas web para estar en comunicación con los proveedores.	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo

D3: Logística Internacional	I1: Cadena de Distribución	<p>12. La cadena de distribución es eficiente para la exportación.</p> <p>13. La logística de la empresa se acopla al proceso de exportación.</p>	<p>1: Totalmente en desacuerdo</p> <p>2: En desacuerdo</p> <p>3: Indeciso</p> <p>4: De acuerdo</p> <p>5: Totalmente de acuerdo</p>
	I2: Transporte	<p>14. El transporte va a depender de la mercadería a exportar.</p> <p>15. Mantener la documentación alineada al transporte de carga que mantiene la exportación de fibra de alpaca.</p>	<p>1: Totalmente en desacuerdo</p> <p>2: En desacuerdo</p> <p>3: Indeciso</p> <p>4: De acuerdo</p> <p>5: Totalmente de acuerdo</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 69.

Variable Dependiente: Exportación

Variable dependiente: Exportación			
Definición conceptual: Es la salida legal de bienes y servicios nacionales para su uso o consumo en el exterior, efectuada en determinadas condiciones.			
Instrumento: Cuestionario		Unidad de Análisis: 357 empresas exportadoras	
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento (preguntas a realizar)	Alternativas (Valores en Escala de Likert)
D1: Posicionamiento Internacional	I1: Requisitos de exportación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Es importante tener en cuenta los requisitos que mantiene una exportación para lograr la posición internacional. 2. Las empresas deben mantener una planificación adecuada para la exportación de fibra de alpaca. 	<ol style="list-style-type: none"> 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo

			5: Totalmente de acuerdo
	I2: Disponibilidad del producto	<p>3. Se debe contar con un stock proporcional para la venta de sus productos.</p> <p>4. Las características del producto garantizan el éxito o rechazo del proveedor para poder posicionarse en el mercado internacional.</p>	<p>1: Totalmente en desacuerdo</p> <p>2: En desacuerdo</p> <p>3: Indeciso</p> <p>4: De acuerdo</p> <p>5: Totalmente de acuerdo</p>
D2: Marketing	I1: Promoción	<p>5. Es importante implementar estrategias de marketing en toda empresa.</p> <p>6. Es importante utilizar el canal on-line para la publicidad del producto.</p>	<p>1: Totalmente en desacuerdo</p> <p>2: En desacuerdo</p> <p>3: Indeciso</p> <p>4: De acuerdo</p> <p>5: Totalmente de acuerdo</p>
	I2: Mercado objetivo	<p>7. Las características del producto son importantes para la aceptación en el mercado objetivo.</p> <p>8. Es importante realizar estrategias de posicionamiento en el mercado objetivo.</p>	<p>1: Totalmente en desacuerdo</p> <p>2: En desacuerdo</p> <p>3: Indeciso</p> <p>4: De acuerdo</p> <p>5: Totalmente de acuerdo</p>
D3:	I1: Gestión Documentaria	<p>9. Es necesario contar con todos los documentos requeridos para realizar una exportación.</p>	<p>1: Totalmente en desacuerdo</p> <p>2: En desacuerdo</p> <p>3: Indeciso</p>

Despacho Aduanero		<p>10. El tiempo establecido que maneja el despacho aduanero con los documentos.</p> <p>11. La gestión documentaria debe ser atendida de manera automática.</p>	<p>4: De acuerdo</p> <p>5: Totalmente de acuerdo</p>
	I2: Canales Aduaneros	<p>12. Es importante que toda exportación cuente con un adecuado control aduanero.</p> <p>13. Las empresas deben mantener un adecuado despacho aduanero para evitar caer en el canal rojo y así pagar gastos adicionales por la inspección.</p>	<p>1: Totalmente en desacuerdo</p> <p>2: En desacuerdo</p> <p>3: Indeciso</p> <p>4: De acuerdo</p> <p>5: Totalmente de acuerdo</p>

Fuente: Elaboración propia

Anexo III: Validación de Expertos

Tabla 70.

Validación de experto 1 para la variable independiente – Mg. Cesar Augusto Sobrino Espinoza

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario
Autor del Instrumento	Joselyn Guissell Quiñones Capcha y Nohelia Quispe Salcedo
Variable 1:	Variable Independiente: Factores determinantes de exportación
Población:	Una empresa exportadora

Dimensión / Indicador	Ítems	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Producción						
Indicador Capacidad Productiva	La capacidad productiva de fibra de alpaca crecerá en los próximos años.	4	4	4	4	
	El tiempo necesario para producir la fibra de alpaca mediante un determinado proceso.	4	1	1	4	Se recomienda reestructurar la pregunta para darle más claridad y coherencia.
	La empresa implemente soluciones cuando la capacidad productiva es restringida por la oferta y demanda	4	4	4	4	
Indicador Reducción de costos	Las empresas deben implementar estrategias que ayuden a reducir costos de producción.	4	4	4	4	
	Las empresas deben mejorar la gestión de procesos para reducir costos de producción.	4	4	4	4	
	Las empresas deben automatizar la producción de fibra de alpaca para reducir costos.	4	4	4	4	

D2: Tecnología						
Indicador Sistema operativo	Las maquinarias de las empresas mantienen un sistema operativo eficiente.	4	4	4	4	
	La maquinaria de la empresa soportará un aumento de producción.	4	4	4	4	
	El uso de la tecnología es importante en el proceso de exportación de la fibra de alpaca.	4	4	4	4	
Indicador Página web	Las empresas deben contar con páginas web para comercializar sus productos.	4	4	4	4	
	Las empresas deben mantener el uso adecuado de las páginas web para estar en comunicación con los proveedores.	4	4	4	4	
D3: Logística Internacional						
Indicador: Cadena de Distribución	La cadena de distribución es eficiente para la exportación.	4	4	4	4	
	La logística de la empresa se acopla al proceso de exportación.	4	4	4	4	
Indicador: Transporte	El transporte va a depender de la mercadería a exportar.	4	4	4	4	

	Mantener la documentación alineada al transporte de carga que mantiene la exportación de fibra de alpaca.	4	4	4	4	
--	---	---	---	---	---	--

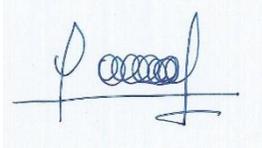
Firma de validador experto	
---------------------------------------	---

Tabla 71.

Validación de experto 1 para la variable dependiente – Mg. Cesar Augusto Sobrino Espinoza

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario
Autor del Instrumento	Joselyn Guissell Quiñones Capcha y Nohelia Quispe Salcedo
Variable 1:	Variable Dependiente: Exportación
Población:	Una empresa exportadora

Dimensión / Indicador	Ítems	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Posicionamiento Internacional						
Indicador Requisitos de exportación	Es importante tener en cuenta los requisitos que mantiene una exportación para lograr la posición internacional.	4	4	4	4	
	Las empresas deben mantener una planificación adecuada para la exportación de fibra de alpaca.	4	4	4	4	
Indicador Disponibilidad del producto	Se debe contar con un stock proporcional para la venta de sus productos.	4	4	4	4	
	Las características del producto garantizan el éxito o rechazo del proveedor para poder posicionarse en el mercado internacional.	4	4	4	4	

D2: Marketing						
Indicador Promoción	Es importante implementar estrategias de marketing en toda empresa.	4	4	4	4	
	Es importante utilizar el canal on-line para la publicidad del producto.	4	4	4	4	
Indicador Mercado objetivo	Las características del producto son importantes para la aceptación en el mercado objetivo.	4	4	4	4	
	Es importante realizar estrategias de posicionamiento en el mercado objetivo.	4	4	4	4	
D3: Despacho Aduanero						
Indicador Gestión Documentaria	Es necesario contar con todos los documentos requeridos para realizar una exportación.	4	4	4	4	
	El tiempo establecido que maneja el despacho aduanero con los documentos.	4	4	4	4	
	La gestión documentaria debe ser atendida de manera automática.	4	4	4	4	

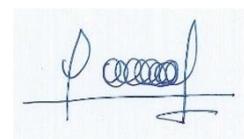
Indicador Canales Aduaneros	Es importante que toda exportación cuente con un adecuado control aduanero.	4	4	4	4	
	Las empresas deben mantener un adecuado despacho aduanero para evitar caer en el canal rojo y así pagar gastos adicionales por la inspección.	4	4	4	4	

Firma de validador experto	
---------------------------------------	---

Tabla 72.

Información del Validador Experto

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	CESAR AUGUSTO SOBRINO ESPINOZA
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer ()
Profesión:	ABOGADO Y DOCENTE UNIVERSITARIO
Grado académico	Licenciado () Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()



Firma Validador
Experto

Tabla 73.

Validación de experto 2 para la variable independiente – Mg. Jorge Córdova Egocheaga

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autoras del Instrumento	Joselyn Guissell Quiñones Capcha y Nohelia Quispe Salcedo					
Variable 1:	Variable Independiente: Factores determinantes de exportación					
Población:	357 empresas exportadoras					
Dimensión / Indicador	Ítems	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	Observaciones y/o recomendaciones
	D1: Producción					
Indicador	La capacidad productiva de fibra de alpaca crecerá en los próximos años.	4	4	4	4	

Capacidad Productiva	El tiempo necesario para producir la fibra de alpaca mediante un determinado proceso.	2	2	2	4	Redactarla de manera clara y completa
----------------------	---	---	---	---	---	---------------------------------------

	La empresa implemente soluciones cuando la capacidad productiva es restringida por la oferta y demanda	4	4	2	4	No creo que la capacidad productiva sea restringida por la demanda
Indicador Reducción de costos	Las empresas deben implementar estrategias que ayuden a reducir costos de producción.	3	3	3	3	Es una pregunta muy obvia
	Las empresas deben mejorar la gestión de procesos para reducir costos de producción.	3	3	3	3	Es una pregunta muy obvia
	Las empresas deben automatizar la producción de fibra de alpaca para reducir costos.	3	3	3	3	Es una pregunta muy obvia
D2: Tecnología						
Indicador Sistema operativo	Las maquinarias de las empresas mantienen un sistema operativo eficiente.	4	4	4	4	
	La maquinaria de la empresa soportará un aumento de producción.	4	4	4	4	
	El uso de la tecnología es importante en el proceso de exportación de la fibra de alpaca.	4	4	4	4	

Indicador Página web	Las empresas deben contar con páginas web para comercializar sus productos.	4	4	4	4	
	Las empresas deben mantener el uso adecuado de las páginas web para estar en comunicación con los proveedores.	4	4	4	4	
D3: Logística Internacional						
Indicador: Cadena de Distribución	La cadena de distribución es eficiente para la exportación.	4	2	4	4	La cadena de distribución deberá ser eficiente para una adecuada exportación
	La logística de la empresa se acopla al proceso de exportación.	4	4	4	4	
Indicador: Transporte	El transporte va a depender de la mercadería a exportar.	4	4	4	4	
	Mantener la documentación alineada al transporte de carga que mantiene la exportación de fibra de alpaca.	4	4	4	4	

<p>Firma de validador experto</p>	
--	---

Tabla 74.

Validación de experto 2 para la variable dependiente – Mg. Jorge Córdova Egocheaga

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Joselyn Guissell Quiñones Capcha y Nohelia Quispe Salcedo					
Variable 1:	Variable Dependiente: Exportación					
Población:	357 empresas exportadoras					
Dimensión / Indicador	Ítems	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Posicionamiento Internacional						
Indicador Requisitos de exportación	Es importante tener en cuenta los requisitos que mantiene una exportación para lograr la posición internacional.	4	4	4	4	

	Las empresas deben mantener una planificación adecuada para la exportación de fibra de alpaca.	4	4	4	4	
Indicador Disponibilidad del producto	Se debe contar con un stock proporcional para la venta de sus productos.	4	4	4	4	
	Las características del producto garantizan el éxito o rechazo del proveedor para poder posicionarse en el mercado internacional.	4	4	4	4	
D2: Marketing						
Indicador Promoción	Es importante implementar estrategias de marketing en toda empresa.	4	4	4	4	
	Es importante utilizar el canal on-line para la publicidad del producto.	4	4	4	4	
Indicador Mercado objetivo	Las características del producto son importantes para la aceptación en el mercado objetivo.	4	4	4	4	
	Es importante realizar estrategias de posicionamiento en el mercado objetivo.	4	4	4	4	
D3: Despacho Aduanero						
Indicador Gestión	Es necesario contar con todos los documentos requeridos para realizar una exportación.	4	4	4	4	

Documentaria	El tiempo establecido que maneja el despacho aduanero con los documentos.	4	4	4	4	
	La gestión documentaria debe ser atendida de manera automática.	4	4	4	4	
Indicador	Es importante que toda exportación cuente con un adecuado control aduanero.	4	4	4	4	
Canales Aduaneros	Las empresas deben mantener un adecuado despacho aduanero para evitar caer en el canal rojo y así pagar gastos adicionales por la inspección.	4	4	4	4	

Firma de validador experto	
-----------------------------------	--

Anexo IV: Instrumento de Recolección de Datos

Tabla 75.

Instrumento de Recopilación de Datos para la variable independiente

Edad	Hasta 23 años () 24 - 35 años () De 36 años a más ()							
Género	Femenino () Masculino ()							
Nivel Educativo	Secundaria completa () Técnico () Bachiller () Universidad completa () Licenciado ()							
Escala de Likert	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo							
Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	Escala				
				1	2	3	4	5
VARIABLE INDEPENDIENTE:	D1: Producción	I1: Capacidad Productiva	La capacidad productiva de fibra de alpaca crecerá en los próximos años.					
			El tiempo necesario para producir la fibra de alpaca mediante un determinado proceso.					
			La empresa implemente soluciones cuando la capacidad productiva es restringida por la oferta y demanda.					

		I2: Reducción de costos	Las empresas deben implementar estrategias que ayuden a reducir costos de producción.					
			Las empresas deben mejorar la gestión de procesos para reducir costos de producción.					
			Las empresas deben automatizar la producción de fibra de alpaca para reducir costos.					
	D2: Tecnología	I1: Sistema operativo	Las maquinarias de las empresas mantienen un sistema operativo eficiente.					
			La maquinaria de la empresa soportará un aumento de producción.					
			El uso de la tecnología es importante en el proceso de exportación de la fibra de alpaca.					
		I2: Página web	Las empresas deben contar con páginas web para comercializar sus productos.					
			Las empresas deben mantener el uso adecuado de las páginas web para estar en comunicación con los proveedores.					
	D3: Logística Internacional	I1: Cadena de Distribución	La cadena de distribución es eficiente para la exportación.					
			La logística de la empresa se acopla al proceso de exportación.					
		I2: Transporte	El transporte va a depender de la mercadería a exportar.					
			Mantener la documentación alineada al transporte de carga que mantiene la exportación de fibra de alpaca.					

Fuente: Elaboración propia

Tabla 76.

Instrumento de Recopilación de Datos para la variable dependiente

Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	Escala				
				1	2	3	4	5
VARIABLE INDEPENDIENTE:	D1: Posicionamiento Internacional	I1: Requisitos de exportación	Es importante tener en cuenta los requisitos que mantiene una exportación para lograr la posición internacional.					
			Las empresas deben mantener una planificación adecuada para la exportación de fibra de alpaca.					
		I2: Disponibilidad del producto	Se debe contar con un stock proporcional para la venta de sus productos.					
			Las características del producto garantizan el éxito o rechazo del proveedor para poder posicionarse en el mercado internacional.					
	D2: Marketing	I1: Promoción	Es importante implementar estrategias de marketing en toda empresa.					
			Es importante utilizar el canal on-line para la publicidad del producto.					
		I2: Mercado objetivo	Las características del producto son importantes para la aceptación en el mercado objetivo.					
			Es importante realizar estrategias de posicionamiento en el mercado objetivo.					

	D3: Despacho Aduanero	I1: Gestión Documentaria	Es necesario contar con todos los documentos requeridos para realizar una exportación.					
			El tiempo establecido que maneja el despacho aduanero con los documentos.					
			La gestión documentaria debe ser atendida de manera automática					
		I2: Canales Aduaneros	Es importante que toda exportación cuente con un adecuado control aduanero.					
			Las empresas deben mantener un adecuado despacho aduanero para evitar caer en el canal rojo y así pagar gastos adicionales por la inspección.					

Fuente: Elaboración propia