



Revista Venezolana de Gerencia





Competitividad en pymes exportadoras del sector textil peruano

Alfaro Bernedo, Juan Oswaldo*
Alfaro Bardales, María Renée**

Resumen

El sector textil peruano, destacado por su dinamismo y relevancia económica, alberga numerosas pymes dedicadas a la producción y exportación de textiles. En el actual contexto global, la competitividad se vuelve vital para la supervivencia de estas empresas. Este estudio tiene como objetivo analizar la competitividad en las pymes exportadoras del sector textil en Perú, abordando aspectos clave como calidad de productos, eficiencia operativa, acceso a mercados internacionales, innovación, y capacidad financiera. Se empleó un enfoque metodológico cuantitativo, utilizando cuestionarios con escalas tipo Likert para recopilar información. Los resultados muestran que las empresas medianas destacan en calidad y diseño de productos, mientras que las grandes tienen mayor acceso a mercados internacionales y capacidad financiera. No se observaron diferencias significativas en eficiencia operativa e innovación entre los distintos tamaños de empresas. Estas correlaciones destacan la importancia de la calidad de productos y la capacidad financiera para la competitividad de las pymes textiles peruanas.

Palabras clave: Competitividad; pymes; sector textil.

Recibido: 25.01.24

Aceptado: 17.04.24

* Doctor en Ingeniería, MSc. en Ingeniería de Sistemas, Ingeniero Industrial; Pas Rector de la UNFV. Amplia experiencia docente en pregrado y posgrado; experiencia en gestión en empresas textiles. Especialista en gestión por procesos e inteligencia de negocios. Perú. Filiación: Universidad Nacional Federico Villarreal. Email: jalfaro@unfv.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9803-5986>

** Doctora en Administración, Maestra en Ingeniería Industrial con Mención en Producción, Ingeniera Industrial, Catedrática Principal a nivel de Pregrado y Postgrado, con más de 40 años de experiencia profesional, en universidades e institutos militares, Pas Directora de la Escuela Universitaria de Posgrado de la UNFV. Perú. Filiación: Universidad Nacional Federico Villarreal. Correo: malfaro@unfv.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4601-6748>

Competitiveness of Peruvian textile export SMEs

Abstract

The Peruvian textile sector, noted for its dynamism and economic relevance, is home to numerous SMEs dedicated to the production and export of textiles. In the current global context, competitiveness becomes vital for the survival of these companies. This study aims to analyze the competitiveness of exporting SMEs in the textile sector in Peru, addressing key aspects such as product quality, operational efficiency, access to international markets, innovation, and financial capacity. A quantitative methodological approach was used, using questionnaires with Likert-type scales to collect information. The results show that medium-sized companies stand out in product quality and design, while large companies have greater access to international markets and financial capacity. No significant differences were observed in operational efficiency and innovation between the different sizes of companies. These correlations highlight the importance of product quality and financial capacity for the competitiveness of Peruvian textile SMEs.

Keywords: Competitiveness; SMEs; textile sector.

1. Introducción

El sector textil en Perú es una industria dinámica y de gran importancia económica, caracterizada por la presencia de numerosas pequeñas y medianas empresas (pymes) dedicadas a la producción y exportación de textiles y prendas de vestir. En las últimas décadas, este sector ha experimentado un notable crecimiento en sus exportaciones, de 2022 a 2023 el crecimiento alcanzó el 19,8% (Figueroa, 2023) alcanzando los 477 millones de dólares (De la Vega Polanco, 2023) lo que ha contribuido significativamente al desarrollo económico del país.

En el dinámico escenario actual de la economía global, la competitividad emerge como un factor absolutamente fundamental para el

éxito y la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas (pymes) exportadoras del sector textil peruano (Nuñez-Lira et al, 2023). Este sector se encuentra inmerso en un entorno altamente competitivo y globalizado, donde las empresas deben ser ágiles y proactivas para mantener e incluso mejorar su posición en los mercados internacionales (Sánchez et al, 2017).

La capacidad de adaptación de las pymes exportadoras del sector textil reviste una importancia crucial en este contexto. La rápida evolución de las tendencias de consumo, los cambios en las regulaciones comerciales y los avances tecnológicos requieren que estas empresas sean flexibles y estén preparadas para ajustar sus estrategias y procesos de manera eficiente y oportuna. La adaptabilidad les permite

responder de manera efectiva a los cambios del entorno y aprovechar nuevas oportunidades de mercado que puedan surgir (Blanco et al, 2021).

La capacidad de desarrollar productos y servicios innovadores (Inegbedion, 2022), así como de implementar procesos productivos eficientes y sostenibles, les brinda a estas empresas una ventaja competitiva significativa (Porter, 2008). La innovación no solo se refiere a la creación de nuevos productos, sino también a la mejora continua de los existentes y a la adopción de prácticas avanzadas en gestión y tecnología.

En un mercado global saturado de opciones, es fundamental que estas empresas puedan destacarse ofreciendo propuestas de valor únicas y distintivas (Inegbedion, 2022). Esto puede lograrse a través de la diferenciación en términos de calidad, diseño, servicio al cliente, sostenibilidad o cualquier otro atributo que sea valorado por los consumidores internacionales.

La competitividad en las pymes exportadoras del sector textil peruano va más allá de simplemente competir en precio. Se trata de ser ágiles, innovadoras y diferenciadas en un entorno globalizado y altamente competitivo, donde la capacidad de adaptación, la innovación continua y la diferenciación son las claves para mantener y mejorar su posición en los mercados internacionales.

La conducción de un análisis pormenorizado sobre la competitividad en las pequeñas y medianas empresas (pymes) exportadoras del sector textil peruano ostenta una relevancia sustancial por múltiples motivos. En primer término, permite una aprehensión más profunda de los factores que ejercen influencia sobre la capacidad de estas

entidades para competir en el contexto global y para mantener su inserción en las cadenas de valor internacionales.

Adicionalmente, el examen de la competitividad en las pymes del sector textil resulta pertinente para la identificación de los activos y pasivos del sector, así como para discernir las ocasiones y riesgos que confronta en el escenario tanto nacional como internacional. Este proceso de análisis provee información de alta valía para la formulación e implementación de políticas públicas, programas de asistencia y estrategias empresariales dirigidas a potenciar la competitividad y la performance de las pymes dedicadas a la exportación.

El objetivo principal de este artículo científico es analizar la competitividad en las pymes exportadoras del sector textil peruano. Para lograr este objetivo, se llevará a cabo un estudio exhaustivo que abarcará aspectos como la calidad y diseño de productos, la eficiencia operativa, el acceso a mercados internacionales, la innovación y tecnología, y la capacidad financiera de las empresas.

El análisis de estos aspectos permitirá identificar las principales áreas de mejora y las estrategias más efectivas para fortalecer la competitividad de las pymes textiles en el contexto peruano y global. Asimismo, se busca generar conocimiento científico que contribuya al desarrollo sostenible y competitivo del sector textil y de las pymes exportadoras en el país.

2. Competitividad: elementos teóricos

La competitividad es un concepto fundamental en el ámbito empresarial y económico que ha sido objeto de

estudio y debate en diversas disciplinas. Según lo planteado por Porter (1990), la competitividad no cuenta con una definición o una teoría que sean ampliamente aceptadas. El autor también afirma que el significado de competitividad puede variar dependiendo de si se refiere a una empresa, una nación o según la especialidad o enfoque que se utilice para definirla.

Para fines de la presente investigación, esta puede definirse como la capacidad de una empresa, sector o país para generar valor agregado de manera sostenible en un entorno globalizado y altamente competitivo (Rivas et al, 2022). Este valor agregado se refleja en la capacidad de la empresa para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, mejorar la eficiencia en sus procesos, innovar en sus productos y servicios, y obtener resultados financieros positivos que aseguren su continuidad y crecimiento en el tiempo (García-Sánchez et al, 2019).

La competitividad, según Izquierdo et al, (2023), tiene sus raíces en las teorías clásicas de la economía, las cuales sostienen que toda organización debe generar elementos de valor para lograr una diferenciación significativa. Con el transcurso del tiempo, se han considerado factores ambientales para incorporarlos en este concepto, siendo estos factores la tecnología, la mejora continua y el desarrollo de habilidades blandas para la gestión de la producción. Estas teorías coinciden en que las organizaciones deben orientarse hacia la obtención de ventajas diferenciales en el futuro, enfocando sus esfuerzos en lograr mejoras incrementales tanto en la producción como en la gestión en general (Nel et al, 2022).

El concepto de competitividad ha

sido abordado desde tres perspectivas principales, según Nelson (1992) la interna de la empresa, el desempeño macroeconómico de las economías y el efecto de las políticas a nivel microeconómico, incluyendo aspectos industriales y tecnológicos. Estos desarrollos teóricos generaron una mayor demanda de análisis y mediciones, con el objetivo de mejorar las condiciones económicas y sociales de las regiones (Huber y Mungaray, 2017). Aiginger, Bärenthaler-Sieber y Vogel (2015) señalan que para el análisis de la competitividad se puede empezar por distinguir entre actividades intensivas en trabajo y en tecnología, así como entre aquellas que requieren mano de obra poco calificada o altamente calificada, o incluso si son actividades intensivas en educación.

En este trabajo se consideran factores de naturaleza interna de la empresa y lo referido a aspectos industriales y tecnológicos. Esser, Hillebrand y Meyer-Stamer (1996) señalan que la mención de la incorporación de tecnologías en la organización de la producción, la gestión financiera, la eficiencia en el sistema financiero, el acceso y disponibilidad de infraestructura material y no material, las capacidades del capital humano, así como los aspectos socioculturales, es suficiente para esperar resultados superiores en aquellas industrias con mayores capacidades para adoptar estas innovaciones.

Los factores determinantes de la competitividad son fundamentales para comprender la capacidad de las empresas, sectores o países para destacarse en un entorno globalizado y altamente competitivo, se consideran algunos en el cuadro 1.

Cuadro 1 Factores Determinantes de la Competitividad

Factor	Definición
Calidad y Diseño	La calidad de los productos y servicios, así como su diseño innovador, son elementos clave para la competitividad. La capacidad de ofrecer productos textiles de alta calidad y con diseños atractivos permite a las pymes destacarse en el mercado y satisfacer las demandas de los consumidores internacionales (Buckley et al, 1988; Porter, 1985; Porter, 1990; Martínez et al, 2011).
Eficiencia Operativa	La eficiencia en los procesos productivos, la gestión adecuada de los recursos y la optimización de costos son fundamentales para mejorar la competitividad. Las pymes que logran operar de manera eficiente pueden ofrecer precios competitivos y mejorar su rentabilidad (MEF, 2018; Nuñez-Lira et al, 2023).
Acceso a Mercados	La capacidad de acceder a nuevos mercados y diversificar las exportaciones es crucial para la competitividad de las pymes. La apertura a mercados internacionales amplía las oportunidades de crecimiento y reduce la dependencia de un mercado único (Cetindamar y Kilitcioglu, 2013; Ubfal, 2004; Ambastha y Momaya, 2004).
Innovación y Tecnología	La capacidad de innovar en productos, procesos y modelos de negocio, así como la adopción de tecnologías avanzadas, son factores determinantes para la competitividad. Las pymes que invierten en innovación suelen tener ventajas competitivas sostenibles (Porter, 1990; MEF, 2018; Villalva, 2023).
Recursos Humanos	El talento humano y la capacitación son elementos esenciales. Las pymes que cuentan con personal capacitado, motivado y comprometido suelen ser más competitivas en términos de calidad, productividad e innovación (Porter, 1990; Nuñez-Lira et al, 2023).

Estos factores son esenciales para mejorar la competitividad y el desempeño de las pymes textiles en el mercado internacional. El sector textil en Perú enfrenta desafíos y oportunidades en términos de competitividad. Aspectos como la calidad de la materia prima, la mano de obra calificada, la innovación en diseño y la penetración en mercados internacionales son cruciales para mejorar la competitividad de las pymes textiles en el país.

La competitividad en las pymes exportadoras del sector textil peruano se sustenta en la calidad, la eficiencia, la innovación, el acceso a mercados y el capital humano. Comprender estos elementos teóricos es fundamental para diseñar estrategias efectivas que impulsen la competitividad y el desarrollo sostenible de las pymes en este sector.

3. Empresas sector textil Perú

La industria textil peruana se caracteriza por una diversidad

de empresas que abarcan desde microempresas hasta grandes corporaciones. La estructura del sector refleja una combinación de empresas familiares tradicionales, así como también empresas modernas con enfoque en la innovación y la sostenibilidad (Briceño, 2015). Estas empresas operan tanto a nivel local como internacional, contribuyendo significativamente a la economía del país y generando empleo en distintas regiones.

En términos de tamaño, la mayoría de las empresas textiles en Perú son micro y pequeñas empresas (MYPEs), las cuales representan una parte importante del tejido empresarial del sector. Estas MYPEs suelen enfocarse en segmentos específicos del mercado, como la producción de tejidos tradicionales, prendas de vestir especializadas o textiles para el hogar. Por otro lado, existen también empresas medianas y grandes que tienen una presencia destacada en el mercado nacional

e internacional, con capacidades de producción a gran escala y acceso a tecnologías avanzadas.

La industria textil y de confecciones en Perú ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, destacándose en el mercado internacional gracias a la excelente calidad y reputación de las fibras peruanas, así como por su alto grado de integración en todo el proceso productivo. Los productos textiles peruanos son reconocidos por ofrecer una excelente relación calidad-precio en sus respectivas categorías a nivel global.

Según el Instituto Peruano de Economía (2021), en el ranking de competitividad mundial realizado por el Institute for Management Development (IMD), Perú ocupó el puesto 52 de 64 economías a nivel global en el año 2020. No obstante, en el 2021, descendió seis posiciones, obteniendo una puntuación 9.5 puntos menor que el año previo en una escala del 0 al 100. Este descenso representó la peor posición del país en los últimos 5 años.

La capacidad y adaptabilidad laboral del Perú se refleja en este sector, el cual engloba a más de 46,000 empresas, generando más de 400,000 empleos directos en el país (González, 2022). Esta cifra demuestra el impacto significativo que tiene la industria textil y de confecciones en la economía peruana y en la generación de empleo.

En la actualidad, el sector textil y de confección contribuye aproximadamente con el 10% de la producción manufacturera del país y representa alrededor del 2% de su Producto Interno Bruto (PIB) (González, 2022). Este sector juega un papel crucial en la economía peruana, siendo una fuente importante de ingresos y empleo para miles de personas en todo el país.

De acuerdo con el informe de la Asociación de Exportadores de Perú (ADEX), las exportaciones peruanas de textiles y confecciones experimentaron un incremento del 32,1% durante el primer bimestre de 2022 en comparación con el mismo período del año anterior (ADEX, 2022). Destaca que Estados Unidos continúa siendo el principal mercado de exportación para este sector.

La industria textil peruana tiene una presencia significativa en los mercados internacionales, destacándose como uno de los principales sectores exportadores del país. Los principales destinos de las exportaciones textiles peruanas incluyen países de América del Norte, Europa, Asia y América Latina (Muñoz, 2006). La diversificación de los mercados de exportación ha sido una estrategia clave para las empresas textiles, permitiéndoles mitigar riesgos y aprovechar oportunidades en diferentes regiones del mundo.

En este sentido, las empresas textiles peruanas enfrentan el desafío de mantener y expandir su presencia en los mercados internacionales, compitiendo con empresas de otros países que también buscan posicionarse en esos mismos mercados. La diferenciación de productos, la calidad, el cumplimiento de estándares internacionales y la adaptación a las tendencias de consumo son factores determinantes para el éxito en los mercados de exportación.

La competitividad de las empresas se ve influenciada por diversos factores, entre los que destacan la calidad de los productos, la eficiencia en los procesos, la innovación, el acceso a mercados y la gestión de recursos humanos (Robayo, 2016). Si bien el sector textil peruano ha logrado posicionarse como un actor importante a nivel internacional, enfrenta desafíos significativos.

Uno de los principales desafíos es la competencia global, especialmente de países con costos de producción más bajos y una fuerte presencia en el mercado textil. Esto ha llevado a las empresas peruanas a buscar estrategias de diferenciación basadas en la calidad, el diseño, la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. Asimismo, aspectos como la infraestructura logística, los trámites burocráticos y la volatilidad de los mercados internacionales representan desafíos adicionales que requieren atención por parte de las empresas y las autoridades gubernamentales (CAF, 2022).

Dentro del contexto de la industria textil peruana, se encuentran presentes diversas regulaciones y normativas que impactan en su funcionamiento y evolución. Estas regulaciones abarcan aspectos fundamentales que involucran la producción, comercialización, calidad de los productos, protección ambiental, condiciones laborales y otros elementos significativos para la operación eficiente y responsable del sector. Destacan entidades como el Instituto Nacional de Calidad (INACAL), encargado de establecer normas técnicas y de calidad para garantizar estándares mínimos de calidad y seguridad en los productos textiles. Asimismo, el Ministerio del Ambiente (MINAM) y otras instituciones gubernamentales regulan el impacto ambiental de las actividades textiles, promoviendo prácticas sostenibles y una adecuada gestión de residuos y emisiones contaminantes. Por otro lado, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) establece normativas laborales que salvaguardan los derechos de los trabajadores en la industria textil, incluyendo aspectos relacionados con las jornadas laborales, salarios mínimos

y condiciones de trabajo seguras y saludables.

En cuanto a las regulaciones aduaneras y comerciales, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) se encarga de regular los procedimientos aduaneros y establecer los aranceles aplicables a las importaciones y exportaciones de productos textiles. Además, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y PromPerú desempeñan un papel importante en la promoción de las exportaciones del sector textil peruano, mediante programas de apoyo, participación en ferias internacionales y la promoción de la marca país en mercados extranjeros. Estas regulaciones y políticas gubernamentales buscan fomentar la competitividad, calidad, sostenibilidad y cumplimiento ético en la industria textil del país, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico y al posicionamiento estratégico de Perú en el ámbito internacional.

Sin embargo, también existen desafíos relacionados con la burocracia, la carga tributaria y la rigidez normativa, que pueden afectar la competitividad de las empresas textiles. Por tanto, se requiere un enfoque integral que combine políticas públicas efectivas con la colaboración entre el sector privado, las instituciones educativas y la sociedad en general para impulsar el desarrollo sostenible y competitivo de la industria textil peruana.

4. Sobre la metodología

En esta investigación sobre competitividad en pymes exportadoras del sector textil peruano, se utilizó un enfoque metodológico cuantitativo. Este enfoque se justificó debido a la necesidad

de obtener datos numéricos y objetivos que permitieran un análisis riguroso de la competitividad en el sector textil. La población objetivo de estudio fueron las pymes exportadoras del sector textil en Perú. Los sujetos seleccionados fueron empresas que cumplieran con los criterios de inclusión, como tener operaciones de exportación en el sector textil y contar con al menos un año de actividad exportadora. Se excluyeron empresas que no cumplieran con estos criterios y aquellas que no estuvieran dispuestas a participar en la investigación. Las organizaciones permanecen bajo el anonimato como medida que protege la confidencialidad, privacidad y autonomía de las organizaciones participantes, garantizando la integridad y validez de los resultados obtenidos.

Para la selección de la muestra, se utilizó un muestreo aleatorio estratificado. Las empresas se dividieron en estratos según su tamaño y se seleccionó aleatoriamente un número representativo de empresas de cada estrato para formar la muestra, resultando un total de 346 organizaciones.

Los instrumentos utilizados para recopilar información fueron cuestionarios estructurados con escalas tipo Likert. Estos cuestionarios se diseñaron para medir variables relacionadas con la competitividad de las pymes textiles exportadoras, como innovación, calidad del producto, eficiencia operativa y acceso a mercados internacionales, entre otros aspectos clave. Estos fueron respondidos por gerentes o directores generales de las organizaciones.

La recolección de datos se llevó a cabo mediante contactos directos con las empresas participantes. Se explicó el propósito de la investigación, se solicitó el consentimiento

informado de los participantes y se les proporcionaron los cuestionarios para su diligenciamiento. Los datos recopilados fueron analizados utilizando técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, como análisis de frecuencias, análisis de correlación y análisis de varianza (ANOVA), permitiendo identificar patrones y relaciones significativas entre variables relacionadas con la competitividad.

Durante el desarrollo de la investigación, se tomaron consideraciones éticas como el consentimiento informado de los participantes, la confidencialidad de la información y el respeto a los principios éticos en la investigación científica. En cuanto a las limitaciones y posibles sesgos, se reconoció la disponibilidad de datos, la participación voluntaria de las empresas y la interpretación adecuada de los resultados como aspectos a tener en cuenta en la discusión de los hallazgos de la investigación.

5. Competitividad en las pymes exportadoras de textil

Se presentan los resultados obtenidos de la investigación sobre competitividad en pymes exportadoras del sector textil peruano. A través de un enfoque metodológico cuantitativo y el análisis de datos recopilados de 346 organizaciones mediante un cuestionario con escala tipo Likert, se ha explorado diversas variables relacionadas con la competitividad de estas empresas en el mercado internacional. Los resultados proporcionan una visión detallada de aspectos clave como la calidad y diseño de productos, la eficiencia operativa, el acceso a mercados internacionales, la innovación y tecnología, y la capacidad financiera, permitiendo identificar

patrones y relaciones significativas que influyen en la competitividad del sector textil en Perú.

En el análisis de frecuencia, se examinaron las respuestas de las 346 organizaciones participantes en la investigación en relación con las variables clave abordadas. Este análisis nos permite comprender la distribución de las respuestas en las diferentes categorías de las escalas

tipo Likert utilizadas en el cuestionario. A través de este enfoque, podemos identificar la percepción general de las empresas respecto a aspectos como la calidad y diseño de productos, la eficiencia operativa, el acceso a mercados internacionales, la innovación y tecnología, y la capacidad financiera, proporcionando una base sólida para el análisis posterior y la discusión de los hallazgos (tabla 1).

Tabla 1
Análisis de Frecuencia

Variable	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
Calidad y diseño de productos	10	35	85	140	76
Eficiencia Operativa	15	50	100	130	51
Acceso a Mercados Internacionales	5	20	60	150	111
Innovación y Tecnología	8	30	75	130	103
Capacidad Financiera	12	45	90	120	79

El análisis de frecuencia revela que la mayoría de las empresas participantes (140) consideran que su calidad y diseño de productos es de nivel alto, seguido por 85 empresas que lo consideran de nivel medio. Solo un pequeño porcentaje de empresas (10) lo percibe como muy bajo. Esto sugiere que la mayoría de las empresas del sector textil en Perú se esfuerzan por ofrecer productos de alta calidad y con diseños atractivos, lo que es fundamental para competir en el mercado internacional.

En cuanto a la eficiencia operativa, se observa que 130 empresas consideran que su eficiencia es alta, seguido por 100 empresas que la perciben como de nivel medio. Solo 15 empresas la consideran muy baja. Esto indica que la mayoría de las empresas textiles exportadoras en Perú están enfocadas en mejorar sus procesos operativos para aumentar su competitividad y rentabilidad en el

mercado global.

El análisis muestra que un grupo significativo de empresas (150) considera que tiene un acceso alto a mercados internacionales, seguido por 60 empresas que lo consideran de nivel medio. Solo 5 empresas perciben su acceso como muy bajo. Estos resultados sugieren que las pymes exportadoras del sector textil en Perú tienen una presencia destacada en los mercados internacionales y buscan ampliar su alcance global.

En cuanto a la innovación y tecnología, se observa que 103 empresas consideran que tienen un nivel muy alto en este aspecto, seguido por 75 empresas que lo perciben como alto. Solo 8 empresas lo consideran muy bajo. Esto indica que las empresas textiles en Perú están enfocadas en adoptar tecnologías innovadoras para mejorar sus procesos y productos, lo

que les otorga una ventaja competitiva en el mercado global.

Finalmente, en cuanto a la capacidad financiera, se observa que 120 empresas consideran que tienen una capacidad alta, seguido por 90 empresas que la perciben como de nivel medio. Solo 12 empresas la consideran muy baja. Estos resultados sugieren que las pymes textiles exportadoras en Perú tienen una base financiera sólida que les permite mantener y mejorar su competitividad en el mercado internacional.

Las pymes exportadoras del sector textil en Perú están enfocadas en aspectos clave como la calidad de productos, eficiencia operativa, acceso a mercados internacionales, innovación y tecnología, y capacidad financiera, lo que refleja su compromiso con la competitividad y el éxito en el ámbito global.

El análisis de correlación realizado entre las variables reveló relaciones significativas que ofrecen insights valiosos sobre la competitividad de las pymes exportadoras del sector textil en Perú. En primer lugar, se encontró una correlación positiva significativa entre la calidad y diseño de productos y la capacidad financiera de las empresas, con un coeficiente de correlación de 0.65 y un nivel de significancia estadística de $p < 0.01$. Este hallazgo sugiere que las empresas que enfocan sus esfuerzos en mejorar la calidad y diseño de sus productos tienden a tener una mejor situación financiera, lo que podría atribuirse a una mayor demanda y aceptación de sus productos en los mercados internacionales.

Además, se identificó una correlación positiva moderada entre la eficiencia operativa y la innovación y tecnología, con un coeficiente de

correlación de 0.42 y un nivel de significancia de $p < 0.05$. Este resultado indica que las empresas que invierten en tecnologías innovadoras y mejoran sus procesos operativos tienden a ser más eficientes en la gestión de sus recursos y en la producción de bienes textiles, lo que contribuye a su competitividad en un entorno globalizado y exigente.

Por otro lado, no se encontraron correlaciones significativas entre el acceso a mercados internacionales y las otras variables analizadas. Esto sugiere que el acceso a mercados internacionales puede estar influido por una variedad de factores complejos que van más allá de las variables específicas consideradas en este estudio. Es importante destacar que estos resultados son fundamentales para comprender las dinámicas competitivas en el sector textil peruano y pueden orientar estrategias empresariales enfocadas en mejorar la calidad, eficiencia, innovación y acceso a mercados internacionales para impulsar la competitividad de las pymes exportadoras en este sector.

El análisis de varianza (ANOVA) desempeñó un papel fundamental al examinar las posibles diferencias significativas en las variables analizadas en función del tamaño de las empresas participantes en la investigación sobre competitividad en pymes exportadoras del sector textil peruano. Los resultados revelaron patrones interesantes que proporcionan información valiosa sobre cómo diferentes dimensiones empresariales pueden variar según el tamaño de la organización.

En cuanto a la calidad y diseño de productos, se observaron diferencias significativas entre los distintos tamaños de empresas ($F(2, 343) = 15.21, p < 0.001$). Sorprendentemente, fueron las empresas medianas las que obtuvieron

puntajes más altos en esta variable, lo que podría indicar una mayor capacidad de estas empresas para invertir en la mejora de la calidad y diseño de sus productos en comparación con las empresas de otros tamaños.

Por otro lado, no se encontraron diferencias significativas en la eficiencia operativa entre los diferentes tamaños de empresas, lo que sugiere que la eficiencia en los procesos no varía significativamente según el tamaño de la organización en el sector textil peruano.

En cuanto al acceso a mercados internacionales, se identificaron diferencias significativas entre los diferentes tamaños de empresas ($F(2, 343) = 9.87, p < 0.001$), siendo las empresas grandes las que reportaron un mayor acceso a mercados internacionales. Esto puede atribuirse a recursos y capacidades específicas que las empresas grandes tienen para expandirse globalmente y establecer relaciones comerciales en diversos países.

En cuanto a la innovación y tecnología, no se observaron diferencias significativas entre los tamaños de empresas, lo que sugiere que el enfoque en innovación y tecnología puede ser similar independientemente del tamaño de la organización en el sector textil.

Finalmente, en relación con la capacidad financiera, se encontraron diferencias significativas entre los diferentes tamaños de empresas ($F(2, 343) = 7.65, p < 0.001$), siendo las empresas grandes las que reportaron una mayor capacidad financiera. Esto indica que las empresas de mayor tamaño pueden tener acceso a recursos financieros más amplios, lo que les permite mantener una posición sólida en términos financieros y competitivos en el mercado internacional.

Los resultados indican que las empresas medianas destacan en calidad

y diseño de productos, las grandes tienen mayor acceso a mercados internacionales y capacidad financiera, mientras que no se observaron diferencias significativas en eficiencia operativa e innovación y tecnología entre los diferentes tamaños de empresas. Las correlaciones identificadas entre las variables resaltan la importancia de aspectos como la calidad de productos y la capacidad financiera en la competitividad de las pymes exportadoras del sector textil peruano.

6. Conclusiones

La calidad y diseño de productos emergen como aspectos cruciales para la competitividad de las pymes textiles peruanas. La correlación positiva significativa entre la calidad y diseño de productos y la capacidad financiera resalta la importancia de enfocarse en la mejora continua de la calidad y diseño para fortalecer la posición competitiva en los mercados internacionales.

La eficiencia operativa y la innovación y tecnología están vinculadas de manera moderada, lo que indica que las empresas que invierten en tecnologías innovadoras suelen ser más eficientes en sus procesos. Sin embargo, se observa que el tamaño de la empresa no afecta significativamente estas variables, lo que sugiere que la innovación y eficiencia operativa pueden ser áreas de enfoque independientemente del tamaño de la organización.

El acceso a mercados internacionales es más significativo en empresas de mayor tamaño, lo que sugiere que estas empresas tienen ventajas en términos de recursos y capacidades para expandirse globalmente. Esto destaca la importancia de estrategias que faciliten el acceso a

mercados internacionales para mejorar la competitividad en el sector textil peruano.

La capacidad financiera es mayor en empresas grandes, lo que les otorga una posición más sólida en términos financieros y competitivos. Esto subraya la necesidad de políticas y estrategias que promuevan el acceso a financiamiento y recursos para las pymes exportadoras del sector textil.

Esta investigación evidencia la complejidad de los factores que influyen en la competitividad de las pymes exportadoras del sector textil en Perú. Las conclusiones obtenidas brindan una base sólida para la formulación de políticas, estrategias y acciones que impulsen la competitividad y el desarrollo sostenible de estas empresas en un entorno globalizado y altamente competitivo.

Referencias bibliográficas

Aiginger, K., Bärenthaler-Sieber, S., & Vogel, J. (2015). *Competitiveness under new perspectives*. Unpublished. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1003.1525>

Ambastha, A., & Momaya, K. (2004). Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks and Models. *Singapore Management Rev*, 26(1), 45–61. <https://www.proquest.com/docview/226855141?sourcetype=Scholarly%20Journals>

Asociación de Exportadores de Perú- ADEX (2022). Reporte de Exportaciones diciembre 2022. Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales. https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2023/02/CIEN_REX_dic_2022_vf.pdf

Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe- CAF (23/06/2022). Perú

avanza en la facilitación del comercio y tiene desafíos en transporte y logística para aprovechar más el mercado regional y global. El Reporte de Economía y Desarrollo de CAF. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2022/06/peru-avanza-en-la-facilitacion-del-comercio-y-tiene-desafios-en-transporte-y-logistica-para-aprovechar-mas-el-mercado-regional-y-global/>

Blanco, M., Otalvaro, L., Vásquez, I., y Vásquez, C. (2021). Impacto en la comunicación asertiva debido al cambio organizacional que trajo el Covid-19. *Poliantea*, 16(29). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8291218.pdf>

Briceño, M. A. (2015). *La Empresa Familiar como factor clave para el desarrollo local del Estado de Mérida*. [Universidad de La Laguna]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=120346>

Buckley, P. J., Pass, C. L., & Prescott, K. (1988). Measures of international competitiveness: A critical survey. *Journal of Marketing Management*, 4(2), 175–200. <https://doi.org/10.1080/0267257x.1988.9964068>

Cetindamar, D. & Kilitcioglu, H. (2013). Measuring the competitiveness of a firm for an award system. *Competitiveness Review*, 23(1), 7-22. <https://doi.org/10.1108/10595421311296597>

De la Vega Polanco, M. (2023, marzo 7). *Exportaciones del sector textil y confecciones apuntan a expandirse*. El peruano. <https://www.elperuano.pe/noticia/216904-exportaciones-del-sector-textil-y-confecciones-apuntan-a-expandirse>

Esser, K., Hillebrand, W., y Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*, 59,

- 39-53. <https://repositorio.cepal.org/entities/publication/a27af0ba-c7e5-491e-a537-d3d59e47e0d2>
- Figuroa, Y. (2023, noviembre 3). *La industria textil en Perú: Importancia y desarrollo*. Atlasgov.com. <https://welcome.atlasgov.com/es/blog/inteligencia-de-mercado/industria-textil/>
- García-Sánchez, A., Siles, D., & Vázquez-Méndez, M. de M. (2019). Competitiveness and innovation: effects on prosperity. *Anatolia*, 30(2), 200–213. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1519179>
- González, V. L. (2022, agosto 31). *Panorama de la Industria textil peruana*. Textilespanamericanos.com. <https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2022/08/panorama-de-la-industria-textil-peruana/>
- Huber, G., & Mungaray, A. (2017). Los índices de competitividad en México. *Gestión y política pública*, 26(1), 167-218. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792017000100167&lng=es&tlng=es.
- Inegbedion, H. (2022). Product creativity and organisational competitiveness: Empirical evidence from Nigeria. *International Social Science Journal*, 72(245), 695–717. <https://doi.org/10.1111/issj.12346>
- IPE. (2021, junio 22). *La competitividad regional durante la pandemia*. Instituto Peruano de Economía. <https://www.ipe.org.pe/portal/la-competitividad-regional-durante-la-pandemia-incore-2021/>
- Izquierdo, J., Jiménez, R., Castro, G. y Ramos, E. (2023). Competitividad empresarial de las pequeñas empresas en los años 2020 - 2022: una revisión sistemática. (2023). *Avances*, 25(2), 271-291. <https://avances.pinar.cu/index.php/publicaciones/article/view/764>
- Martínez, A., López, P., y Méndez, C. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Documentos de investigación. Administración de Empresas, N.º 3. https://www.academia.edu/77783137/La_Competitividad_Empresarial_Un_Marco_Conceptual_Para_Su_Estudio_Corporate_Competitiveness_A_Conceptual_Framework_for_its_Study_uc-sb-sw=90515718
- Ministerio de Economía y Finanzas-MEF (2018). *Principales Ejes para Impulsar la Competitividad y Productividad*. Ministerio de Economía y Finanzas.
- Muñoz, W. (2006). *Perú: Tradición textil y competitividad internacional*. Fondo Editorial de la Universidad Católica Sedes Sapientiae.
- Nel, R., Jimenez, W., y Buitrago (2022). Las teorías de la competitividad: una síntesis. *Revista Republicana*, (31), 119-144. <http://ojs.urepublicana.edu.co/index.php/revistarepublicana/article/view/780>
- Nelson, R. (1992). Recent writings on competitiveness: Boxing the compass. *California Management Review*, 34(2), 127–137. <https://doi.org/10.2307/41166697>
- Núñez-Lira; L., Alfaro, J., Aguado, A., y González, E. (2023). Toma de decisiones estratégicas en empresas: Innovación y competitividad. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(No. Especial 9), 628-641. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.39>
- Porter, M. (1985). *Ventaja Competitiva*. Editorial CECSA.

- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press.
- Porter, M. (2008). *On competition: Updated and expanded edition*. Harvard Business School Publishing Corporation.
- Rivas, C., Carrillo, B., y Robinson, G. (2022). Competitividad de empresas turísticas en el Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Especial 7), 203-219. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.1>
- Robayo, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125-140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- Sánchez, M., Cervantes, V., y Peralta, P. (2017). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla - Colombia. *Revista De Ciencias Sociales*, 22(2). <https://doi.org/10.31876/rcs.v22i2.24861>
- Ubfal D. (2004). *El Concepto de Competitividad. Medición y Aplicación al Caso Argentino*. Instituto de Investigaciones Económicas. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires. <http://home.econ.uba.ar/economicas/sites/default/files/CENES15.pdf>
- Villalva A., J. E. (2023). Modelo de medición de la competitividad de las operaciones de minería de hierro. *Revista de la Universidad del Zulia*, 14(39), 254–277. <https://doi.org/10.46925/rdluz.39.14>