

UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
FACULTAD DE INGENIERIA ECONOMICA, ESTADISTICA Y CIENCIAS
SOCIALES



TESIS

**“NIVEL DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS MYPES Y SU RELACIÓN
CON LA ACTIVIDAD EXPORTADORA EN EL PERÚ, EN EL 2019”**

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO ECONOMISTA

ELABORADO POR

GIANCARLO EMANUEL CHIARA CHILET

 0009-0004-9017-0050

ASESOR

PH.D JORGE ENRIQUE GOBITZ MORALES

 0000-0001-5386-8645

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria: A mi mami Emperatriz (+); a mis padres Manuel y Shirley; y a mis hermanos Christian y Kervin

Agradecimiento: A mi asesor de tesis.

RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo estudiar cómo el nivel de internacionalización de las micro y pequeñas empresas en el Perú tienen relación con la actividad exportadora, durante el 2019.

En la investigación, se han empleado tres tipos de técnicas: la descriptiva u observacional, la correlacional y la de regresión logística.

La técnica descriptiva u observacional ha sido interpretada mediante modelos conceptuales, describiendo las características de los empresarios que exportan.

Con la técnica correlacional, se ha medido el grado de relación (magnitud) existente entre las variables independientes cualitativas y las variables dependientes. Por último, se ha realizado un análisis de regresión logística, de cómo las MYPES (variable independiente) tienen una significativa relación con la actividad exportadora en el Perú en el 2019 (variable efecto), habiéndose incluido variables independientes tanto cualitativas como cuantitativas.

La investigación ha concluido en que las características internas, del entorno, del sector, del emprendedor, y los recursos tangibles e intangibles de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora. Por otra parte, se ha encontrado que el nivel de innovación, en el entorno regional, no tiene mayor significación en la explicación de las exportaciones de las empresas según los resultados obtenidos del modelo logístico.

Palabras clave: internacionalización de empresas, innovación, emprendimiento, exportación.

ABSTRACT

The objective of this research is to study how the level of internationalization of micro and small enterprises in Peru is related to export activity during 2019.

Three types of techniques have been used in the research: descriptive or observational, correlational, and logistic regression.

The descriptive or observational technique has been interpreted through conceptual models, describing the characteristics of exporting entrepreneurs.

The correlational technique has measured the degree of relationship (magnitude) between qualitative independent variables and dependent variables.

Lastly, a logistic regression analysis has been conducted to examine how SMEs (independent variable) are significantly related to export activity in Peru in 2019 (dependent variable), including both qualitative and quantitative independent variables.

The research has concluded that the internal characteristics, environment, sector, entrepreneur, and tangible and intangible resources of SMEs are related to export activity. On the other hand, it has been found that the level of innovation in the regional environment does not have significant influence on explaining company exports, according to the results obtained from the logistic model.

Key words: internationalization of companies, innovation, entrepreneurship, export.

INDICE

Dedicatoria.....	i
Resumen.....	ii
Abstract.....	iii
Índice de contenido.....	iv
Índice de tabla.....	vii
Índice de figuras.....	vii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1 Generalidades.....	1
1.2 Problemática.....	3
1.3 Formulación del Problema.....	14
1.3.1 Problema Específicos.....	14
1.4 Objetivos.....	14
1.4.1 Objetivo general.....	14
1.4.2 Objetivos específicos.....	14
1.5 Hipótesis.....	15
1.5.1 Hipótesis General.....	15
1.5.2 Hipótesis Específicas.....	15
1.6 Justificación de la investigación.....	16
1.7 Viabilidad de la investigación.....	17
CAPÍTULO II: FUNDAMENTO TEÓRICO.....	18
2.1 Antecedentes.....	18
2.2 Enfoque teórico / conceptual adoptado por la investigación.....	25
2.2.1 La Internacionalización.....	25

2.2.2	La Nueva Teoría del Comercio Internacional.....	26
2.2.3	Factores Determinantes de la Internacionalización.....	29
	a) Factores internos de la empresa.....	30
	b) Características del entorno.....	31
	c) Características del sector económico.....	32
	d) Características del emprendedor.....	33
	e) Recursos y capacidades de la empresa.....	34
	f) Innovación.....	35
2.3	Marco conceptual.....	37
CAPÍTULO III: METODOLOGIA.....		39
3.1	Métodos.....	39
3.2	Nivel de la Investigación.....	39
3.3	Enfoque.....	40
3.4	Diseño.....	40
3.5	Población y muestra.....	41
3.6	Operacionalización de variables.....	41
3.7	Técnicas e instrumentos de recolección y de análisis de datos.....	45
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE INTERNACIONALIZACIÓN		
DE LAS MYPES QUE SE RELACIONAN CON LA ACTIVIDAD		
EXPORTADORA EN EL PERU.....		47
4.1	Análisis exploratorio.....	47
4.2	Análisis descriptivo.....	48

4.3 Análisis de correlación.....	51
4.4 Análisis de influencia: Regresión logística.....	51
RESULTADOS.....	55
DISCUSIÓN	58
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES.....	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64
ANEXOS.....	72

Relación de Tabla

Tabla 1. *Operacionalización de Variables*

Relación de Figuras

Figura 1. Comportamiento de la Economía (PBI), 2001-2019

Figura 2. Balanza Comercial, (2011-2019)

Figura 3. Inversión Extranjera Directa (2012-2019)

Figura 4. Factores Determinantes de la Internacionalización de las empresas

Figura 5. Empresarios MYPES según Sexo

Figura 6. Empresarios MYPES, según nivel de Estudios

Figura 7. Empresarios MYPES que exportan, según Sexo

Figura 8. Empresarios MYPES que exportan según nivel Educativo

Figura 9. Función de Regresión Logística

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Generalidades

En el Perú, en la década del 2010-2019, se obtuvo un menor crecimiento respecto a la década anterior, con una tasa anual de 4.5% en promedio, siendo el año 2019 el más afectado por la desaceleración del crecimiento de la economía mundial que repercutió en el dinamismo del volumen del comercio mundial.

La internacionalización y el desarrollo exportador es un fenómeno al cual se enfrentan las MYPES en el Perú en un marco de una economía cada vez más globalizada e interrelacionada. En los últimos años, se ha observado un mayor número de empresas que deciden exportar, con la finalidad de lograr un mayor apogeo en el sector externo; es por ello que el objetivo del estudio es determinar el nivel de internacionalización de las MYPES y su relación con la actividad exportadora en el Perú en el 2019, teniendo como hipótesis específicas si las características del entorno, del sector, del emprendedor, recursos y capacidades e innovación, se relacionan con la exportación de las empresas.

Según el planteamiento del problema, el alcance del estudio, las hipótesis enunciadas, el diseño de la investigación es transversal, no experimental; y los métodos aplicados serán descriptivos-explicativos, evaluativo y estadístico. Asimismo, explora cuantitativamente y aborda el análisis de aquellos factores que influyen en el desarrollo exportador de las MYPES en el Perú, tomando como fuente la "Encuesta Nacional de Empresas 2019" del INEI.

Se describe la problemática y se presenta el marco teórico, la metodología, análisis, conclusiones y recomendaciones.

Jorge-Martin (2022) sostiene que la internacionalización es un proceso clave en la expansión de la empresa, y que la actitud de la empresa es el aspecto fundamental para iniciar la actividad internacional y especialmente para la supervivencia exportadora; mientras que Escandón y Hurtado (2012), afirman que las características asociadas al tamaño de las ventas, las expectativas de crecimiento empresarial que conllevan a la generación de empleo y los diferentes niveles de inversión en actividades de I + D son condiciones que describen el perfil de las empresas Born Global, donde su principal factor diferenciador radica en la percepción que tienen los empresarios sobre las posibilidades de la empresa para crecer y las oportunidades que poseen en el mercado externo.

Así también, sostienen que la localización geográfica de la empresa en regiones con una tradición exportadora consolidada, permite que las empresas jóvenes tiendan a internacionalizarse porque pueden encontrar beneficios de las condiciones favorables tanto de su sector como de su entorno en general, y que por tanto, los factores del entorno desempeñan un papel relevante en el momento de tomar la decisión de internacionalizarse.

Por otro lado, Jorge-Martin (2022), refiere que el aspecto más importante destaca en el crecimiento de la exportación y sobre el valor total de las ventas de la empresa.

Escandón y Hurtado (2012), sostienen que en los factores externos se encuentran la influencia del sector económico, dado que el uso de nuevas tecnologías, el ingreso de nuevas empresas y la intensidad exportadora del sector propician un ambiente favorable para que las empresas jóvenes tomen la decisión de expandirse hacia otros mercados, teniendo en cuenta que poseen fortalezas propias del sector al que pertenecen.

Para Bardales (2019):

El nivel educativo superior, es un factor que influye positivamente en la internacionalización de las PYMES, seguida por el factor de actitud frente al riesgo; por lo que una constante capacitación afectará positivamente a los emprendedores puesto que les brindará nuevos instrumentos y conocimientos necesarios para reducir la incertidumbre y poder adoptar una mejor percepción de cara a las barreras, riesgos y ventajas de la internacionalización. (p.45)

De otro lado, Escandón y Hurtado (2012), sostienen que las capacidades del emprendedor para identificar las oportunidades de negocio se relacionan positivamente con la temprana internacionalización de las PYMES, y los recursos tangibles e intangibles que posee la empresa determinan el proceso de internacionalización temprana de las pequeñas empresas.

Por otra parte, Silva, Echeverry y Bocanegra (2021), consideran que la innovación abierta puede ser una alternativa adecuada para que las PYMES creen valor, generen nuevos productos y procesos con redes en el exterior, y así tener acceso a los mercados internacionales.

1.2 Problemática

Lu y Beamish, citado en Botello (2014), sostienen que la internacionalización es un fenómeno al cual se enfrentan las empresas en el marco de una economía cada vez más globalizada e interrelacionada.

Así también, Peters y García, citado por Botello (2014), afirman que este proceso puede ser fuente de ganancias en competitividad, ya que impulsa la absorción de técnicas y conocimientos que mejoran constantemente los procesos de

producción, permitiendo que las empresas puedan afrontar la competencia externa.

Es importante precisar, que el Perú es uno de los países de Latinoamérica con mayor tasa de actividad emprendedora, encontrándose en el cuarto lugar en el ranking de emprendimiento en Latinoamérica (2016-2017)¹.

Así también, es importante mencionar que al cuarto trimestre de 2019, en el Perú, el número de empresas activas registradas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos equivale a 2,734,619 empresas, el cual representa una cifra mayor en 14,3% en comparación al año anterior. Asimismo, se constituyeron 66,743 empresas en el último trimestre de 2019, así como se dieron de baja 30,793, presentando una variación neta de 35,950 empresas (INEI, 2019).

Asimismo, cabe precisar que las políticas económicas en el Perú, tanto en lo referente a la política fiscal, monetaria y tributaria, han permitido un buen funcionamiento del mercado de bienes y servicios, permitiendo el ajuste macroeconómico ante perturbaciones económicas, con la finalidad de impulsar un mayor crecimiento.

Botello (2014) afirma:

Los enfoques teóricos que discuten actualmente por qué las empresas se internacionalizan se alejan de las primeras aproximaciones teóricas de tipo agregado iniciadas por David Ricardo. En estas se veía la participación de los países en los mercados externos como consecuencia de sus ventajas comparativas o absolutas, las cuales eran resultado de la acumulación de recursos naturales o de la casualidad histórica. En este momento, sin

¹ según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016/17

embargo, se considera a la empresa como un agente activo que toma decisiones en un medio competitivo, las cuales se reflejan en el conjunto de la sociedad. Estas aproximaciones datan en primera instancia del pensamiento de Coase (1937), quien postuló que la decisión de internacionalizar a las empresas reflejaba el hecho de que el costo de la presencia en el mercado podía ser evitado o reducido mediante la externalización de ciertas transacciones, tales como la investigación, la comercialización y la contratación, entre otras. Así, mientras mayor sea el tamaño de la empresa más altos serán los costos de su presencia en el mercado y, por ende, mayores los incentivos que tendrá para expandirse e integrarse a los mercados internacionales. (p.49)

Otro planteamiento sobre este tema es el de Dunning (1973, 1988, 1999), quien menciona que la empresa solo elige internacionalizarse cuando puede explotar totalmente sus ventajas competitivas (know-how, localización y calidad, entre otras) en aquellos mercados a los cuales puede llegar extendiendo su cadena de valor agregado y sus cuotas de mercado; por esta razón, las empresas multinacionales siempre desarrollan activos específicos (acceso exclusivo a tecnología y capital humano, entre otros) que las colocan en una posición competitiva mayor que otras que no lo son. Aunque, para Renau (1996), el modelo de Dunning es solo una derivación progresiva de la teoría de Coase, ya que los fundamentos de las ventajas competitivas de la empresa proceden de los procesos de evolución o decisión interna de la misma. (p.49)

Otro enfoque es el modelo de Uppsala (Johanson y Wiedersheim 1975; Johanson y Vahlne 1990), que esboza que la internacionalización es

consecuencia de las disposiciones incrementales² de la empresa y atraviesa por cuatro fases: a) exportaciones ocasionales; b) exportación por medio de operadores independientes, por ejemplo, la venta de derechos de venta de productos en el extranjero por parte de otras empresas (franquicias); c) establecimiento de sucursales comerciales en el extranjero; d) y establecimiento de unidades productivas en el extranjero. Estos estadios se van adquiriendo a medida que se incrementa la experiencia de la empresa en el mercado externo (Johanson y Vahlne 1990) al igual que aumenta el tamaño de la misma.

En medio de estas teorías, surge la realidad de las empresas latinoamericanas como un espacio de interés científico, dado que esta región ha afrontado el proceso de internacionalización con suma intensidad desde la década anterior (Wilska y Tourunen 2001). (p.50)

Según Comex Perú (2019):

Durante 2019, el Perú se mantuvo como una de las economías más sólidas y dinámicas de la región. A pesar de los sólidos fundamentos macroeconómicos y la política económica que mantiene nuestro país, el retroceso del nivel de inversión pública y los shocks externos negativos desaceleraron el crecimiento. Particularmente, el conflicto comercial entre EE.UU. y China presiona a la baja los precios de los commodities y afecta el desempeño de nuestras exportaciones mineras. No obstante, es preciso notar que la recuperación del nivel de inversión privada, el incremento de la demanda interna y el dinamismo de las exportaciones no tradicionales permitieron cerrar el año con resultados positivos... (p. 12)

² Se refieren a las etapas graduales y progresivas que una empresa atraviesa al internacionalizarse, desde exportaciones ocasionales hasta el establecimiento de unidades productivas en el extranjero.

El proceso de internacionalización en el Perú, en las últimas dos décadas se ha desarrollado en el contexto de un vigoroso crecimiento de la economía (Ver Figura 1); esta tendencia ha estado sustentada en mayores precios de las materias primas que han impulsado el ingreso de mayor inversión extranjera directa a nuestro país. Entre los años 2010- 2019, el Perú ha tenido un menor crecimiento con relación a la anterior década; sin embargo, ha alcanzado una tasa de crecimiento promedio por año de 4.5% en el periodo de 2010 a 2019. La economía peruana en el año 2019 se desarrolló en un entorno internacional afectado por la desaceleración del crecimiento de la economía mundial, lo que repercutió en el dinamismo del comercio mundial, que registró el incremento más bajo en los últimos cinco años. Así también, la economía mundial en el 2019 registró un crecimiento de 2,2%, esto debido particularmente a la desaceleración de las economías avanzadas, como la disminución en el ritmo de crecimiento de los Estados Unidos ante la caída de la inversión y las tensiones comerciales (INEI, 2019).

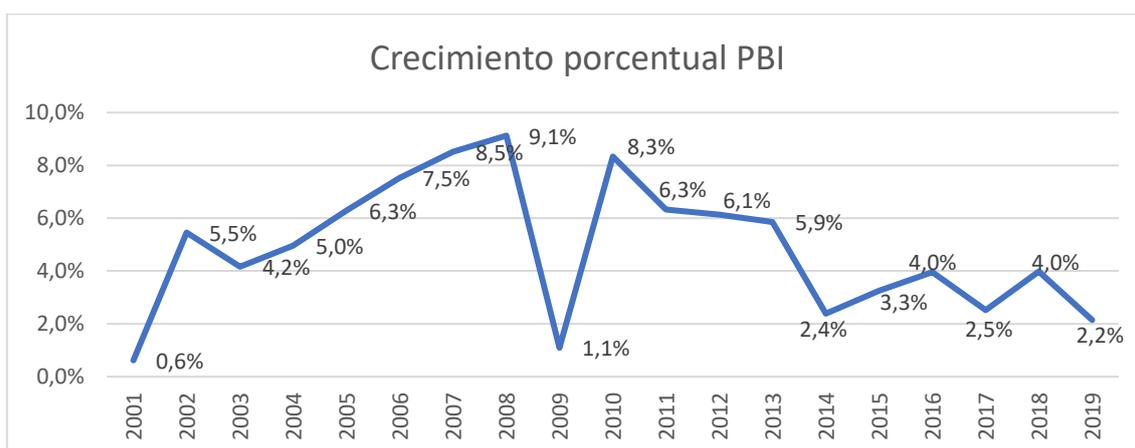


Figura 1. Comportamiento de la Economía – PBI, 2001-2019

Fuente: BCRP

Elaboración: Propia

Según el BCRP (2019):

La balanza comercial registró un valor de US\$ 6 614 millones en 2019. El volumen de exportaciones aumentó 0,7 por ciento, mientras que el volumen de importaciones disminuyó 0,2 por ciento, reflejando el menor dinamismo de la demanda interna. Los precios de exportaciones e importaciones disminuyeron 3,4 y 1,7 por ciento, respectivamente, debido a las menores cotizaciones en los mercados de commodities en el contexto de la guerra comercial entre Estados Unidos y China. (p.45)

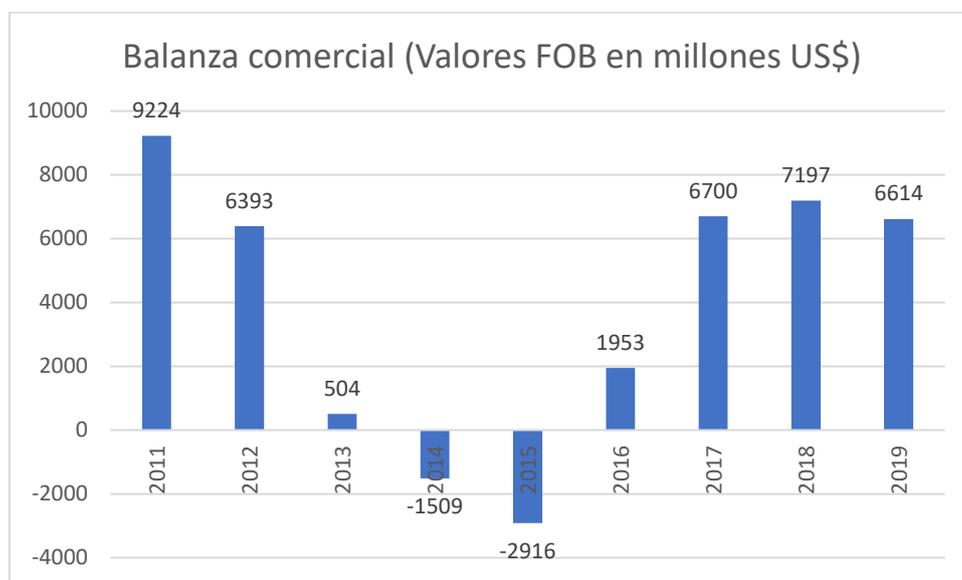


Figura 2. Balanza Comercial (2011-2019)

Fuente: BCRP

Elaboración: Propia

Según BCRP:

Las exportaciones en 2019 totalizaron US\$ 47 688 millones, monto menor en US\$ 1 378 millones al registrado el año previo. Esta caída se explicó por los menores precios promedio de exportación de los productos tradicionales (4,1 por ciento) y de los no tradicionales (1,6 por ciento). (p.46)

Es importante destacar que, en la última década, los flujos de inversión provenientes del extranjero impactaron en el incremento porcentual del PBI en nuestro país. Así, en la Figura 3, se muestra que la Inversión Extranjera Directa, en el 2019 representó US\$ 8,892 millones de dólares.

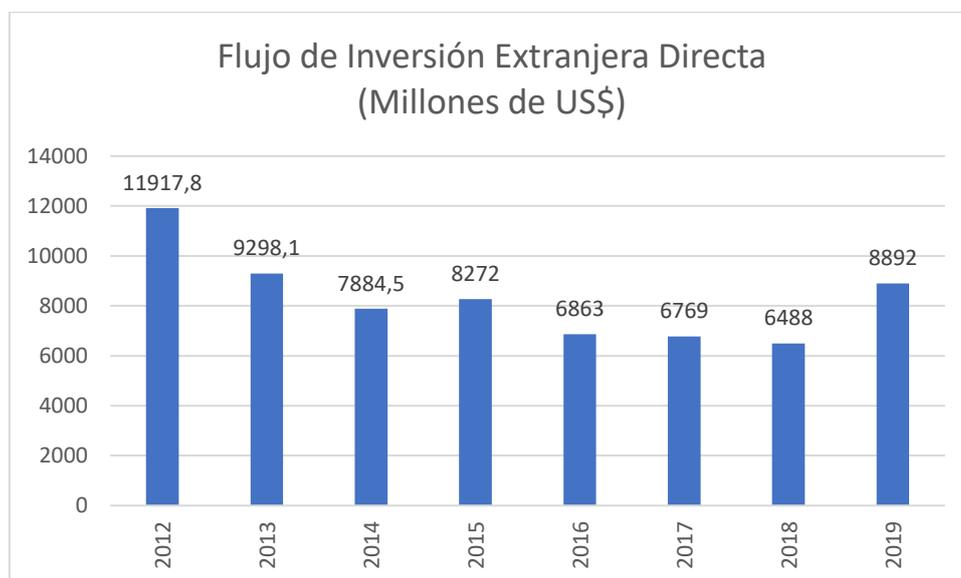


Figura 3. Inversión Extranjera Directa (2012-2019)

Fuente: BCRP

Elaboración: Propia

A pesar de que nuestro país tiene una importante dotación de recursos de naturales, en particular del cobre, motivo por el cual ha traído importantes inversiones del exterior, no ha logrado posicionarse nuestra economía como un país líder en términos comerciales y logísticos en América Latina.

Según PromPYME (2005, p. 9), las MYPES enfrentan restricciones como problemas de escasas capacidades operativas, limitadas actitudes gerenciales, problemas de información, informalidad, desarticulación empresarial, uso inadecuado de tecnología, dificultad de acceso a financiamiento, factores que conducen a una baja productividad y, por ende, a una baja competitividad que originan una menor rentabilidad.

La escasez de los recursos puede generar pérdidas, ocasionando el retiro del mercado exterior, y brindando solo atención al mercado local. En el extremo, el cierre de la empresa, por la mala inversión de los recursos.

Malca y Rubio (2015), refiere que:

Se identifican tres tipos de empresas que participan en las exportaciones peruanas: exportadoras continuas (que tienen tres o más años de exportación continua), empresas esporádicas (aquellas que no tienen continuidad en su evolución exportadora) y exportadores únicos (empresas que exportaron solamente una vez). De esta clasificación, las empresas esporádicas representan un porcentaje muy elevado que dependiendo del sector fluctúan entre el 87% y el 94% del total de las empresas que exportan y muestran una alta probabilidad de convertirse en exportadoras. (p.52)

Es preciso indicar que el término de “empresas esporádicas” mencionadas en la anterior cita, hace referencia a aquellas empresas que no exportan continuamente y que tienen un alto potencial para convertirse en exportadoras.

Bilkey & Tesar (como se citó en Malca y Rubio, 2014) formulan un modelo de seis etapas para explicar el desarrollo del proceso exportador de la empresa y, a través de estas, identificaron que las percepciones de las barreras a la exportación varían según la etapa en que se encuentre la empresa. Los autores

concluyen que mientras más avanzada se encuentre la empresa en la etapa de exportación, más alto será el porcentaje de empresas que perciban las dificultades para entender las prácticas empresariales en el extranjero, las diferentes especificaciones de los productos y estándares de consumo, problemas derivados de la cobranza de las exportaciones, así como obtener una adecuada representación en los mercados extranjeros. (p.6 y 7)

Luego de explorar la literatura, podemos determinar que son innumerables y distintas las barreras a la exportación, dado la naturaleza de los entornos de cada empresa y las diferentes percepciones que los empresarios tienen de ellas. Así tenemos que uno de los mayores problemas que limitan a que las empresas comiencen a exportar son la fuerte competencia que existe en el extranjero, la falta de conocimiento para exportar, la comprensión insuficiente de los procedimientos y las dificultades de localizar mercados extranjeros (Alexandrides, 1971; Leonidou, 1995).

Existen empresas con limitaciones de recursos financieros, que afecta a su capital y actividad productiva. Internacionalmente la empresa requiere disponer de recursos para poder financiar sus actividades tanto de marketing como las comerciales.

En su relación con potenciales clientes, la empresa necesita ofrecer financiación a sus clientes extranjeros para que éstos financien sus compras, que pueden ser financiación a corto plazo o financiación a medio o largo plazo, en la que es normal emplear créditos a la exportación; sin embargo esta financiación que es dirigida a clientes no puede ser concedida directamente por la empresa, sino por instituciones financieras, normalmente bancos; donde la empresa debe

presentar la operación a un banco para que éste conceda la financiación al cliente, pudiendo requerir contar con garantías adecuadas (Fanjul, 2022).

Otras causas, tienen que ver con limitaciones tanto técnicas como administrativas; como es la competencia de empresas internacionales, los cobros y pagos, el tipo de cambio, entre otros.

Como consecuencia de su falta de preparación, algunas empresas como las MYPES, no actúan con moderación y cometen una serie de errores que los llevan en muchos casos a experimentar daños graves.

Cabe resaltar que luego del panorama de la cuarentena, muchas empresas peruanas empiezan a sortear con eficiencia la pandemia y apostar por mercados del extranjero.

De otro lado, la globalización exige una mayor descentralización; es decir ahora conviene tener más operaciones en otros países y salir a conquistar otros mercados.

Las MYPES son el campo de investigación central, en él se deben enfocar todos los esfuerzos para implementar los procesos de internacionalización, el mismo que permitirá que nuestro país tenga un mejor desempeño competitivo respecto a los mercados externos.

Se deben analizar en las empresas los factores internos y externos; a nivel interno tomar en cuenta la edad de la empresa, su tamaño, la tecnología y como se organiza internamente, entre otros; a nivel externo, se debe analizar las características del sector y del mercado interno, la intervención del gobierno, a nivel externo las características del mercado interno al que se enfrenta la firma, las características del sector y fundamentalmente la intervención del gobierno.

Para ello, es importante contar con un ambiente propicio que impulse la inversión, el desarrollo de la competencia y los derechos de propiedad.

El crear empresas y ver la entrada en nuevos mercados demanda la disponibilidad de financiar y de permitir el impulso de nuevos proyectos de inversión, pero también su mantenimiento, hasta que éstos resulten rentables.

Las ganancias de productividad harán que se fortalezcan las empresas, siendo necesario mejorar la capacitación del personal, y abriendo las puertas a la innovación y la tecnología; sin embargo, se hace necesario y prioritario contar con una política económica que eliminen las barreras que restrinjan la asignación de recursos hacia los objetivos productivos.

La falta de recursos para las empresas y otros obstáculos no ha permitido el crecimiento de su productividad en las empresas, por tanto se requiere otorgarles mayores recursos para que desarrollen su potencial lo cual intensificará el crecimiento de la economía.

El Gobierno tiene el reto de actuar con un horizonte mayor al de su propia gestión, combinar las mejores instituciones, que limiten las políticas que comprometan el futuro de las cuentas fiscales; debe ver también un papel más activo de los distintos miembros de la sociedad, que permita mostrar el impacto de cada decisión del Ejecutivo o el Legislativo sobre el crecimiento de la economía y el bienestar de los peruanos.

En tal sentido, la presente investigación analiza cuantitativamente las condiciones y determinantes de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas en el Perú en el año 2019, interpretándola como el grado de ventas al exterior que ellas han logrado dado el bajo nivel de inversiones de capital físico que poseen en el exterior.

1.3 Formulación de Problema

¿De qué manera el nivel de internacionalización de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora en el Perú en el 2019?.

1.3.1 Problemas Específicos

¿De qué manera las características internas de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora?

¿De qué manera las características del entorno de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora?

¿De qué manera las características del sector económico se relacionan con la actividad exportadora?

¿De qué manera las características del emprendedor de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora?

¿De qué manera los recursos y capacidades de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora?

¿De qué manera la innovación de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar el nivel de internacionalización de las MYPES y su relación con la actividad exportadora en el Perú en el 2019.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar cómo las características internas de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora.
- Determinar cómo las características del entorno de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora.

- Determinar cómo las características del sector económico se relacionan con la actividad exportadora
- Determinar cómo las características del emprendedor de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora.
- Determinar cómo los recursos y capacidades de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora.
- Determinar cómo la innovación de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis General

El nivel de internacionalización de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora en el Perú en el 2019.

1.5.2 Hipótesis Específicas

- Las características internas de las MYPES como las ventas, las expectativas de crecimiento y generación de empleo, la inversión en I + D, se relacionan con la actividad exportadora.
- Las características del entorno de las MYPES, como la localización geográfica, la percepción de oportunidades y la expansión, se relacionan con la actividad exportadora.
- Las características del sector económico al que pertenece las MYPES se relacionan con la actividad exportadora.
- Las características del emprendedor de las MYPES (edad, formación profesional, experiencia, actitud al riesgo) se relacionan con la actividad exportadora.

- Los recursos tangibles e intangibles que posee las MYPES, así como la capacidad y las habilidades del emprendedor se relacionan con la actividad exportadora.
- El nivel de innovación del entorno regional de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora.

1.6 Justificación de la investigación

Es conveniente realizar esta investigación, ya que contribuirá a tener una visión clara de las empresas del Perú en la economía del país y como estas se enfrentan a los mercados internacionales.

En el Perú, las empresas constituyen el eje fundamental del desarrollo económico, pues permite al país tener un mejor desempeño competitivo respecto a los mercados externos; es por ello que a través de esta investigación se determinará como la internacionalización se relaciona con el desarrollo exportador en el Perú.

La investigación se llevará a cabo en el Perú, la población bajo estudio son las empresas MYPES. Será una investigación básica, porque auscultaremos las diferentes teorías existentes en relación con el problema de estudio. Estas teorías serán los soportes científicos del marco teórico; luego se formulará las hipótesis y se contrastarán con la realidad en base a datos estadísticos del INEI del año 2019, y de otras instituciones públicas y privadas, para arribar a las conclusiones.

Para llevar a cabo la operacionalización, se trabajará con la variable independiente “internacionalización”, y con la variable dependiente “actividad exportadora”, en el Perú en el año 2019.

1.7 Viabilidad de la investigación

El presente estudio es viable por contar con acceso a fuentes de información. A nivel primario, se cuenta con estadísticas del INEI del año 2019, y de otras instituciones públicas y privadas.

La investigación es de enfoque cuantitativo, siendo el tipo de estudio correlacional, descriptivo y analítico. Será transversal y con diseño no experimental. Asimismo, los métodos aplicados serán descriptivo-explicativo, evaluativo, y estadístico.

CAPÍTULO II. FUNDAMENTO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Al respecto se presenta la literatura existente en relación con la naturaleza del problema que se está investigando.

- **Barreras de exportación en la internacionalización de PYMES: una revisión de la literatura científica 2011-2020. Méndez, B; Obando, E; Rodriguez, S; Reyes, G. (2022)**

El objetivo de este artículo es establecer si existe o no relación entre dos variables de estudio, que son la Internacionalización de PYMES y las Barreras a la Exportación, conjuntamente a ello, se analizarán diversas bases de datos como Ebsco, ProQuest, Google Academic y repositorios, seleccionando artículos y tesis con un periodo de antigüedad de 10 años (2011–2020).

El presente estudio es de investigación básica, donde se aplicaron ciertos criterios de inclusión como:

- 1) Recopilación de artículos científicos, documentos de proyectos, revistas y tesis,
- 2) Búsqueda en el intervalo comprendido entre los años 2011-2020,
- 3) Se seleccionó en idioma español,
- 4) En la búsqueda de información se aplicaron palabras clave como: Exportación, PYMES, Barreras e Internacionalización,
- 5)

La información encontrada debía tener exclusivamente una de las variables de estudio.

Este artículo, concluye que son tres las principales barreras de exportación para las PYMES en su proceso de internacionalización, empezando por las **barreras culturales**, donde los negocios dependen mucho del conocimiento de otras culturas globales, asimismo, en segundo lugar están las **barreras arancelarias**, que son restricciones al comercio exterior y tratan temas como procedimientos y

reglamentaciones que se deben seguir para un óptimo resultado, en tercer punto están las **barreras de apoyo logístico**, que tienen que ver con la cadena de suministros en el comercio internacional. Cadenas sin la cual, este proceso no sería factible.

Por otro lado, los resultados evidenciados en este artículo indicaron que en promedio, las variables analizadas tienen relación entre sí, como la internacionalización de PYMES, que son parte fundamental de la economía de un país; sin embargo, el sector económico es afectado notablemente por las barreras de exportación, que impiden el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, no solo por las dificultades de normas o procesos a seguir, si no, por la falta de conocimiento y experiencia en el mercado internacional.

- **Internacionalización y supervivencia exportadora. Un estado de la cuestión. Jorge-Martín, R. (2022)**

El presente artículo tiene por objetivo presentar una breve visión de conjunto de la teoría actual acerca de la internacionalización y la decisión empresarial de llevarla a cabo. Desde una perspectiva histórica se presenta una breve definición del concepto; además, se analiza la decisión de internacionalización, sus razones, condicionantes, la actitud necesaria y los efectos que tiene.

Se presenta una visión general de lo que es la internacionalización en el ámbito de las empresas, considerando la perspectiva histórica del comercio exterior. También, se define claramente el concepto de internacionalización, ya que no es algo sobre lo que exista unanimidad

Se concluye que la internacionalización es un proceso clave en la expansión de la empresa, y que es preciso diferenciarla de la exportación, que se reduce a la venta en mercados extranjeros y constituye solo una expresión mínima del

proceso de internacionalización; así también que hay muchas razones para la internacionalización de las empresas, pero la principal es la búsqueda de beneficios por medio de la apertura a nuevos mercados.

En la internacionalización, las empresas se enfrentan a barreras y condicionantes que dificultan y marcan el proceso, desarrollando estrategias para superarlas o adaptarlas.

El aspecto fundamental a tener en cuenta para iniciar la actividad internacional, y especialmente para la supervivencia exportadora, es la actitud de la empresa, y por ello es necesaria una actitud proactiva para superar las dificultades de la internacionalización.

Finalmente, concluye que la internacionalización tiene por lo general efectos positivos para las empresas, ya que permite un aumento de los beneficios y una diversificación del riesgo, incrementando la experiencia y los conocimientos de la empresa; además, que la internacionalización tiene un impacto positivo directo sobre la imagen de la empresa.

- **Factores que influyen en la Internacionalización en PYMES de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015. Bardales, E. (2019)**

La tesis tiene por objetivo el determinar los factores que influyen en la internacionalización del emprendimiento temprano del Perú en el año 2015.

Entre los factores que se relacionan positivamente con la internacionalización según Bardales (2019), tenemos los internos: producto innovador y expectativa de crecimiento; y dentro de los factores de mercado y entorno: expansión de mercado sin tecnología; y como factores del emprendedor: nivel educativo y actitud frente al riesgo.

Es un estudio no experimental, correlacional causal de nivel explicativo aplicado a una población conformada por 474 emprendedores de PYMES en etapa de emprendimiento temprano de la base Global Entrepreneurship Monitor 2015 Perú.

La tesis concluye que de las PYMES peruanas que se han internacionalizado la mayoría ha logrado un incremento en el número de clientes mediante la “expansión sin nueva tecnología”. Esto podría deberse, tal como lo sugiere Escandón (2014) cuando analizó las born globals de Colombia, que señala que con el rápido avance de la tecnología resulta difícil para los emprendedores predecir los cambios tecnológicos en los próximos 2 a 3 años; por lo tanto, a las empresas no les queda otra opción más que el mejorar sus procesos o productos para mantenerse en el mercado. Es decir, priorizan la inversión en la mejora de procesos y productos antes de la renovación inmediata de acuerdo con los cambios tecnológicos que no resulten vitales.

Sin embargo, en las que son catalogadas como born global realizaron el incremento del número de sus clientes con una expansión con tecnología, como un factor muy importante para la internacionalización temprana de las born globals pues permite la continuidad el dinamismo y la innovación.

El nivel educativo de los emprendedores de las born globals peruanas es predominantemente el nivel superior, además el factor que influye de manera positiva a las born global es la edad del emprendedor (25 años a más) debido a que, a mayor edad, más experiencia, conocimiento adquirido y redes mejor establecidas.

Finalmente, la internacionalización permite a las empresas tener mayor flexibilidad al momento de elegir su modelo de gestión empresarial. Además, les

permite romper los ciclos económicos locales, reducir riesgos empresariales y valerse de sus mercados internacionales para garantizar su supervivencia y reducir pérdidas.

- **La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de cuestión. Valero, G; Rodenes, M; Rueda, G. (2016)**

El presente artículo efectúa una revisión teórica de la internacionalización y las empresas exportadoras, para encontrar los aspectos fundamentales, que permitan establecer la influencia de la competitividad y el capital tecnológico en la internacionalización de las empresas exportadoras. Además, representan una fuente de consulta desde lo académico y empresarial. Así, representa un aporte a la toma de decisiones en la internacionalización empresarial de la región. Se puede afirmar que definidos e identificados los aspectos por evaluar para ingresar al mercado internacional las empresas toman la decisión de si se insertan o no en el mercado internacional. La inserción internacional depende de la proyección estratégica que tenga la empresa y la capacidad de esta para asumir los negocios internacionales como un elemento fundamental e importante dentro de la organización.

La revisión teórica sienta las bases que permiten definir la relación que existe entre la competitividad y el capital tecnológico en la internacionalización de las empresas regionales; aportando una nueva referencia académica y empresarial para la toma de decisiones, que favorezca el proceso internacional de las empresas de la región.

- **Factores que influyen en el desarrollo exportador de las PYMES en Colombia. Escandón, D. y Hurtado, A. (2012)**

Esta investigación tiene por objetivo identificar los factores que influyen en el desarrollo exportador de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) con internacionalización temprana en Colombia. Por medio del uso de la información incluida en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en su reporte para Colombia en 2010, se toman las PYMES que inician su proceso de internacionalización en sus primeros años de creación, y con un modelo de ecuaciones estructurales se comprueba que variables como características del emprendedor, factores internos, características del sector y del entorno, innovación, recursos y capacidades determinan el proceso de internacionalización temprana de las PYMES en Colombia. Este estudio, contribuye a la investigación de las empresas Born Global en Colombia, donde la literatura sobre el tema aún es muy limitada, y permite abrir nuevos campos de investigación de cada uno de los factores determinantes encontrados.

- **La Globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. Puerto, D. (2010).**

Este artículo no solo pretende resaltar la importancia de la globalización en el crecimiento empresarial, sino que, además, invita a explorar la influencia de los factores externos e internos de la empresa sobre la toma de decisiones al momento de salir a los mercados extranjeros en búsqueda del crecimiento. Las estrategias de internacionalización como medio de crecimiento toman sentido cuando se mejora la productividad y se innova, es decir, cuando alcanza una condición que le garantice el éxito y la estabilidad.

Las condiciones de crisis en que se encuentran actualmente las empresas las ha llevado a intensificar la búsqueda de nuevas alternativas que les permita crecer y consolidarse. Para aquellas empresas que deciden crecer a través de

la conquista de nuevos mercados en el extranjero la globalización se constituye en un medio que les proporciona el espacio, les fija las condiciones y las compromete a trascender a un plano donde las transformaciones y los cambios se hacen inminentes. En este contexto se puede concluir que la apertura de fronteras y las aspiraciones orientadas al crecimiento de las empresas se articulan en la promoción de la dinámica del sistema global donde surgen nuevas posibilidades de participación y las opciones para el desarrollo de nuevos mercados.

- **Proceso del desarrollo exportador de la PYME Colombiana. Martínez, P. (2009)**

El presente artículo tiene por objetivo describir las características organizacionales, directivas, transaccionales y estratégicas de 63 PYMES industriales exportadoras colombianas, así como su percepción de los factores ambientales a lo largo de su proceso de desarrollo exportador. Los resultados revelan que estas PYMES se encuentran en la etapa inicial de su proceso de desarrollo exportador, por cuanto poseen poca experiencia y recursos comprometidos en sus actividades internacionales. Sin embargo, la experiencia, conocimiento y habilidades de sus directivos permiten suponer que las PYMES analizadas tiene el potencial para incrementar su penetración en el exterior, posibilitándoles hacer frente a la demanda potencial y evitando que éstas adopten una conducta marginal o una abstinencia en materia de exportaciones.

- **Análisis de la relación entre el compromiso exportador y las ayudas a la internacionalización de las empresas. Calderón, H; Fayos, T. (2004)**

Este estudio, efectuado en España, tiene por objetivo intentar justificar y modelizar la relación entre las necesidades de ayuda a la internacionalización

de las empresas y su compromiso exportador, y en segundo lugar hacer una aplicación a una muestra de empresas exportadoras beneficiarias de políticas de ayuda.

Los resultados del estudio han permitido despejar algunas de las dudas respecto a la relación entre los tres elementos centrales del análisis: las necesidades de la empresa, la etapa del proceso de internacionalización y la promoción de las exportaciones. Se ha visto que es necesario que las entidades competentes dediquen un esfuerzo a valorar las necesidades de sus clientes potenciales (empresas), antes de diseñar y ofertar las políticas de ayuda a la internacionalización. Por otra parte, se ha contrastado que no existe un desencuentro significativo entre la oferta de promoción existente y las necesidades de las empresas.

2.2 Enfoque teórico / conceptual adoptado por la investigación

2.2.1 La Internacionalización

Johanson y Vahlne (1990), definen la internacionalización como un proceso gradual, secuencial y progresivo de aprendizaje organizacional.

Para Welch y Luostarinen (1988), la internacionalización representa un proceso de compromiso en los mercados internacionales que se presenta en el interior de la firma y se refleja en el desarrollo y el fortalecimiento de las capacidades organizacionales, así como en la forma en que se toman las decisiones basadas en los mercados, determinando el grado de internacionalización de la firma.

A partir de los años noventa, la internacionalización se analiza desde una perspectiva estratégica, donde Melin (1992), uno de sus precursores, define la

internacionalización como «un proceso estratégico» o un «proceso de formación de estrategias».

Bajo el contexto de la PYME, Beamish (1990) define la internacionalización como un proceso de toma de conciencia sobre la influencia directa e indirecta de los mercados internacionales para la supervivencia y la mirada hacia el futuro de la empresa.

Desde la perspectiva de los mercados internacionales, Root (1994) define la internacionalización de las empresas como el conjunto de operaciones que favorecen la conformación de vínculos más o menos estables entre estas y los mercados internacionales.

Madsen y Servais (1997), estudian la utilidad del enfoque de redes y de la evolución económica para poder explicar el comportamiento de una empresa Born Global. Basados en el trabajo de Oviatt y McDougall (1994), que identifican a las nuevas empresas internacionales como pequeñas organizaciones que desde sus inicios implementan estrategias internacionales, señalan que existen diferencias significativas entre las empresas ya establecidas en mercados exteriores y aquellas que apenas están comenzando, y que se centran en la fuente de recursos de dichas empresas.

2.2.2 La Nueva Teoría del Comercio Internacional

Jimenez, F; Lahura, F (1997), sostienen que:

A partir de la Nueva Teoría del Comercio, el comercio puede originarse por la presencia de economías de escala (o retornos crecientes). Las economías de escala están relacionadas con las ganancias monopólicas, pues suponen una estructura de costos tal que los costos medios son mayores que los costos marginales; esto hace que la producción a gran

escala sea mejor debido a que los costos medios decrecen a medida que aumenta la escala de producción (el volumen de bienes producidos). Así, cuando hay economías de escala las empresas grandes tienen ventajas sobre las empresas pequeñas: los mercados tienden a estar dominados por una sola gran empresa (monopolio) o por pocas grandes empresas (oligopolio). En este contexto, las empresas grandes saben que pueden influir en el precio de sus productos. (p.6)

Existen dos tipos de modelos de comercio internacional en los que las economías de escala y la competencia imperfecta son los principales elementos: los modelos de competencia monopolística y los modelos de mercados oligopólicos (como por ejemplo el modelo de dumping). Los modelos de competencia monopolística se basan en dos supuestos principales. El primero es que cada empresa puede diferenciar su producto del de sus rivales, es decir, que existe diferenciación de productos. Esto significa que si su precio es ligeramente mayor al de su competidor, sus clientes no comprarán inmediatamente el producto de su competidor, ya sea porque conocen la calidad de su producto o por alguna otra razón similar. Este hecho permite que la empresa tenga un monopolio de su producto. El segundo supuesto es que las empresas toman como dados los precios de sus competidores; esto significa que no toman en cuenta el impacto de sus propios precios sobre los precios de sus competidores. (p. 7)

De otro lado, el comercio se puede originar por la presencia de economías de escala, generándose así un comercio de tipo intraindustrial. Sin embargo, en el mundo real, este tipo de comercio no es el único que se da.

También existe el tipo de comercio generado por las ventajas comparativas, el cual se caracteriza porque los productos que se comercian son de distintas industrias. A este tipo de comercio se denomina comercio interindustrial. Paul Krugman (1981) presenta un modelo en el que el comercio se origina tanto por la presencia de ventajas comparativas como por las economías de escala, en el cual cada uno de estas causas puede medirse a través de dos parámetros.

Con este modelo, Krugman responde a los tres problemas empíricos que la Teoría Convencional del Comercio (TCC) no explicaba muy bien, utilizando el marco de los retornos crecientes junto al de las ventajas comparativas, y llega a la conclusión que el patrón y volumen de comercio se alteran por la presencia de economías de escala. Además, afirma que la variedad de bienes producidos en cada uno de los países depende de la existencia de las economías de escala en la producción. (p.11)

Brian R. Copeland y Ashok Kotwal (1994) muestran que si los consumidores se preocupan de la calidad por los productos, entonces la ventaja absoluta puede jugar un papel significativo en la determinación de la posibilidad de que dos países obtengan ganancias al comerciar. En su análisis, suponen que los países tienen preferencias idénticas pero tecnologías diferentes y que existen dos bienes: uno homogéneo y otro diferenciado por calidad (quality-differentiated). Los autores muestran que si un país tiene ventaja absoluta en ambos bienes, entonces no sería posible el comercio entre los dos países, a pesar de las diferencias de los precios relativos de autarquía. Entonces, a pesar de la presencia de ventajas comparativas, no existiría comercio. (p.15)

2.2.3 Factores Determinantes de la Internacionalización

A partir de la revisión de las bases teóricas, definiciones conceptuales de las variables e indicadores, se ha identificado los factores que contribuyen a la internacionalización de las MYPES en sus primeros años de creación.

El modelo conceptual se basa en 06 factores determinantes de la internacionalización temprana de pequeñas empresas: (Ver Figura 4)

- a) Factores internos de la empresa
- b) Características del entorno regional
- c) Características del sector económico
- d) Características del emprendedor (fundador)
- e) Recursos y capacidades de la empresa
- f) Innovación

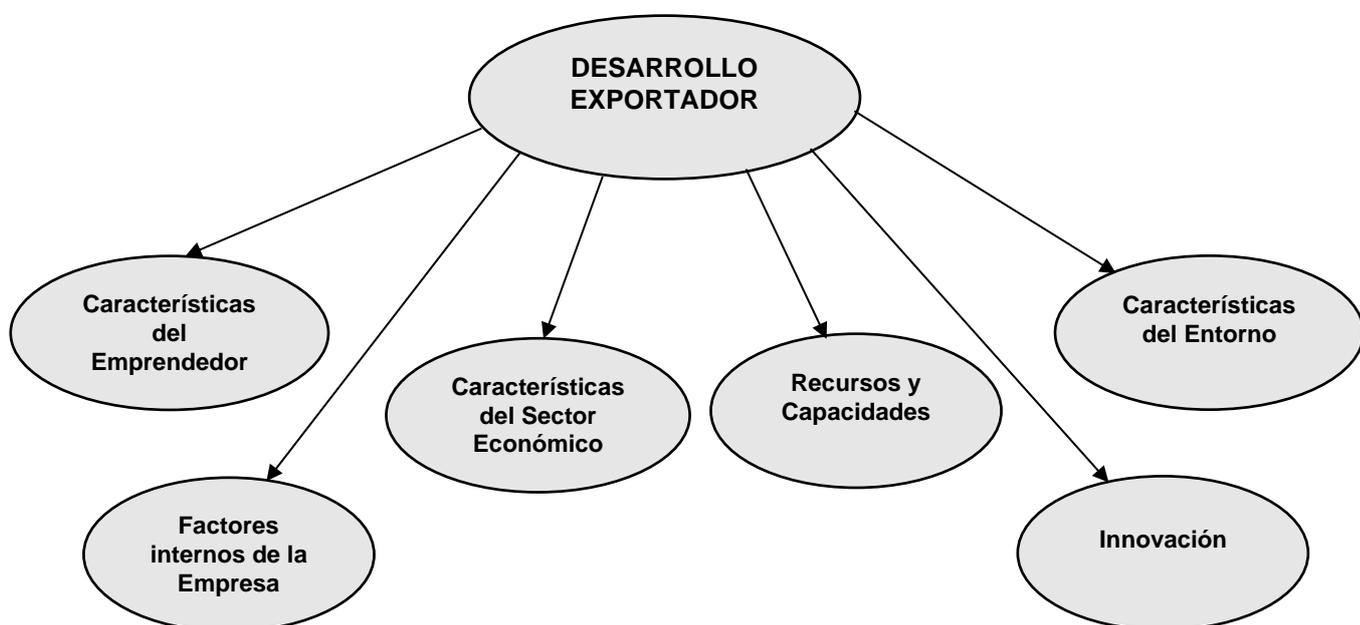


Figura 4. Factores Determinantes de la Internacionalización de las empresas.

Elaboración: Propia

a) Factores internos de la empresa

Los factores internos de una organización pueden determinar su capacidad de internacionalizarse (Westhead et al., 2001).

Hollenstein (2005), señala que el tamaño de la empresa influye en la internacionalización solamente cuando la empresa es aún pequeña, dado que este tipo de empresas se enfrentan a ciertas limitaciones físicas y financieras para lograr la internacionalización (Andersson et al., 2004).

Las empresas también consideran que el acceso a los proveedores y la mano de obra calificada son factores importantes para la internacionalización de la empresa. Por otra parte, el incremento de las ventas es un sinónimo de crecimiento que genera un gran impacto sobre el fortalecimiento de la internacionalización de las empresas. Los canales de distribución del producto y las ventajas competitivas también hacen parte de factores determinantes dentro del proceso de internacionalización de la empresa.

Algunos autores han probado que el nivel de investigación y desarrollo (I + D) de una empresa se relaciona positivamente con las ventas (Cerrato, 2009); por lo tanto, también ejerce un efecto predominante sobre el proceso de internacionalización. Morrison y Roth (1992), demuestran que las empresas internacionalizadas se caracterizan por su mayor nivel de I + D.

Las características internas se componen de 4 indicadores:

- **Tamaño de las ventas:** identifica el volumen de ventas reportado por las empresas y clasificado en intensidades baja, mediana y alta.
- **Expectativas de crecimiento y generación de empleo:** evalúa la percepción del empresario sobre las posibilidades que posee su empresa en términos de crecimiento y generación de empleo.

- **Inversión en I + D:** mide el grado de inversión en investigación y desarrollo presente en la empresa, clasificado por niveles bajo, mediano y alto.
- **Percepción de incremento en intensidad exportadora:** se asocia con las posibilidades de aumentar los volúmenes de exportación en el corto plazo.

b) Características del entorno

El análisis del entorno permite que las empresas tengan herramientas para enfrentar los riesgos del mercado y captar las oportunidades (Ruzzier, Hisrich y Antoncic, 2006). La intensidad exportadora varía o solo por sector, sino también en cada región, al igual que los niveles de inversión extranjera varían según el entorno. La localización geográfica de las empresas es uno de los elementos con fuerte impacto en los procesos de internacionalización, asociada a la diversificación estratégica de mercados (Lombardo, 2007). Cavusgil y Zou (1994) y Shoham (1996), entre otros, se centran en comprender el fenómeno de la internacionalización que surge en un entorno global, determinando la influencia que tienen las variables claves para competir en el contexto global sobre el éxito de la internacionalización. Las variables utilizadas como determinantes del entorno son: modo de expansión, percepción de oportunidades y localización geográfica.

Las características del entorno se componen de 3 indicadores:

- **Percepción de oportunidades:** identifica el grado de oportunidades que ofrece el entorno para el establecimiento de nuevas empresas (bajo, medio, alto).

- **Localización geográfica:** identifica a las empresas por medio de su ubicación geográfica dentro del territorio peruano.
- **Modo de expansión:** muestra la forma como la empresa aumenta sus clientes (si no ha exhibido alguna expansión, si ha presentado expansión con o sin nueva tecnología y si ha tenido una expansión profunda de mercado).

c) Características del sector económico

El sector económico al cual pertenece una empresa no solamente ejerce una influencia sobre la toma de decisiones estratégicas, sino que también afecta la rapidez con que las nuevas pequeñas empresas se internacionalizan (Oviatt y McDougall, 2005). Existen sectores más exportadores, por lo tanto, la capacidad de internacionalización de algunas empresas se presenta según el tipo de sector (Westhead, Binks, Ucbasaran y Wright, 2002). La dinámica del sector de actividad económica de una empresa puede depender de la tradición exportadora del sector (Arias y Peña, 2004). Shrader et al. (2000) encontraron también una gran rivalidad sectorial asociada positivamente con la actividad exportadora de una organización.

Las características del sector económico se componen de 4 indicadores:

- **Nivel tecnológico:** examina el recurso tecnológico de una empresa nueva.
- **Sector de actividad:** sector extractivo (agricultura, forestal, pesca, minería), sector financiero y sector de servicios de consumo (bares, hoteles, restaurantes, comercial por menor, salud, educación, servicios sociales, recreación).

- **Intensidad exportadora del sector:** mide los niveles de exportación dentro de cada sector de actividad (superior, igual o inferior).
- **Nueva actividad emprendedora:** identifica los cambios en la cantidad de empresas (tasa de crecimiento).

d) Características del emprendedor

Shrader, Oviatt y McDougall (2000) y Westhead, Wright y Ucbasaran (2001) presentan la experiencia previa del emprendedor como un aspecto que afecta positivamente el comportamiento exportador de una empresa. Variables como la edad del empresario, el nivel educativo y la experiencia empresarial hacen al emprendedor un ser capacitado y dispuesto a enfrentar sea otros riesgos (Andersson, Gabrielsson y Wictor, 2004).

La edad del emprendedor se toma como una característica importante porque refleja el tiempo a través del cual ha logrado adquirir mayor experiencia en el mercado, años que también favorecen en la formación de alianzas estratégicas que son de gran utilidad cuando se toma el camino de la internacionalización. El nivel educativo también posibilita la adquisición de experiencia para ejercer el papel como empresario, bien sea en el país de origen o en otros países.

La experiencia adquirida por el emprendedor permite que el empresario pueda asumir los diferentes retos que hacen parte del proceso de internacionalización, y dentro de dicha experiencia cabe resaltar el conocimiento que los empresarios pueden llegar a adquirir sobre los mercados internacionales a lo largo de su carrera. Hay otras características también importantes del emprendedor, como su actitud al riesgo que impulsan sus propósitos de expandirse internacionalmente.

Las características del emprendedor se componen de 4 indicadores:

- **Edad:** se clasifica por cuartiles.
- **Formación profesional:** su clasificación es sin educación, nivel primario, secundario, tecnológico, universitario.
- **Experiencia:** se relaciona con la experiencia previa para la creación de empresas (número de años de experiencia).
- **Actitud al riesgo:** se relaciona con la percepción que tiene el empresario con respecto a su empresa (Palich y Bagby, 1995; Escandón y Hurtado, 2012). Se refiere al porcentaje de los individuos involucrados en la actividad empresarial que ven buenas oportunidades para su firma.

e) Recursos y capacidades de la empresa

Wernerfelt (1984) plantea que la perspectiva de los recursos y capacidades permite guiar la formulación de las estrategias de las firmas diversificadas, siempre y cuando la empresa se centre en los siguientes puntos: el tipo de recursos de la firma, los recursos que deben ser desarrollados para la diversificación, la secuencia y los mercados en los cuales debe tomar lugar la diversificación de los tipos de firmas que son deseables para adquirir. Los recursos y las capacidades de la empresa surgen como una derivación de las características del emprendedor (capacidades) y las características internas de la empresa (recursos). Según Storey (1994), las habilidades y capacidades del emprendedor explican el comportamiento de una empresa, por lo cual puede constituir una fuerza determinante sobre la internacionalización de la empresa. Por otra parte, los recursos acumulados por la empresa también inciden en la internacionalización de las nuevas empresas, dado que determinan la posición de la empresa para enfrentar el mercado global.

En cuanto a las capacidades organizacionales, se definen como el conjunto de rutinas que establecen la eficiencia con que la empresa logra transformar inputs en outputs (Collis, 1994).

Esta definición permite mostrar que las capacidades de una organización se reflejan en las rutinas de la empresa (Barney, 1986) y en la cultura corporativa de la organización, al igual que en las redes sociales establecidas entre los empleados (Teece, 1982). Por otro lado, las capacidades complementan el papel de la tecnología para lograr la eficiencia en la transformación de inputs en outputs (Collis, 1994).

Los recursos y capacidades se componen de 3 indicadores:

- **Percepción de capacidades:** porcentaje de los individuos involucrados en la actividad empresarial que creen que tienen habilidades y conocimientos necesarios para esta actividad.
- **Acceso a fuentes de financiación:** mide la frecuencia de uso de las diferentes fuentes de financiación empresarial existentes.
- **Redes:** mide el grado de pertenencia a las redes (alto uso, medio o bajo).

f) Innovación

Morrison y Roth (1992) vinculan la actividad innovadora de las empresas con su internacionalización, demostrando que las empresas exportadoras suelen caracterizarse por su mayor nivel de innovación. Wong y Singh (2004) señalan que la innovación tecnológica hace más probable que las empresas incursionen en el mercado internacional, demostrando la existencia de una relación positiva entre innovación y desarrollo exportador (Moen, 2002).

Para el caso de las pequeñas empresas, la adopción de tecnologías es aún más determinante dentro de su proceso de internacionalización porque les permite

superar ciertas limitaciones que debe enfrentar en el mercado global, además de acentuar su ventaja competitiva. Una empresa se vuelve innovadora conforme sus factores internos se lo permitan (ingresos, nivel de ventas, mano de obra) y bajo la influencia del entorno, es decir, según el nivel tecnológico característico del entorno al cual pertenece, que incentiva y obliga a la empresa a igualar dicho nivel para garantizar su permanencia en el mercado.

La innovación se compone de 3 indicadores:

- **Innovación del producto:** mide el nivel de innovación en el producto de la empresa (todos, algunos o ningún cliente considera el producto nuevo).
- **Capacidad innovadora:** mide el grado de innovación de las empresas mediante el análisis de cuántas empresas ofrecen un producto desconocido o poco familiar para sus clientes potenciales.
- **Innovación del sector:** número de empresas que ofrecen el mismo producto en el mercado

2.3 Marco conceptual

- **Capacidades Organizacionales. -**

Es el conjunto de rutinas que establecen la eficiencia con que la empresa logra transformar inputs en outputs (Collis, 1994).

- **Crecimiento empresarial. -**

Blázquez, F. (2005) lo definen como

(...) el proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovidos por el espíritu emprendedor del directivo, según el cual, la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos, realizando para ello cambios organizacionales

que soporten las modificaciones realizadas; todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable en el tiempo. (p. 16)

- **Empresa. -**

Conjunto de actividades llevadas a cabo por el empresario para la producción e intercambio de bienes y servicios con el objeto de obtener un beneficio máximo o por lo menos satisfactorio (Campaña Domínguez y Fernández Hernández, 2010).

- **Exportaciones. -**

Son las ventas al exterior de los productos generados en el territorio interno y los servicios proporcionados por los productores del país a los no residentes. Las exportaciones se valoran a precios FOB, valor que corresponde al precio de mercado de los bienes en la frontera del país exportador. (INEI, 2017)

- **Exportaciones Tradicionales.-**

Productos de exportación que históricamente han constituido la mayor parte del valor de nuestras exportaciones. Generalmente tienen un valor agregado menor que el de los productos no tradicionales. Están definidos en la lista de exportaciones tradicionales del Decreto Supremo 076-92-EF. Con excepción del gas natural que, a pesar de no aparecer en dicha lista, se considera como un producto tradicional. (BCRP, 2019)

- **Exportaciones No Tradicionales.-**

Productos de exportación que tienen cierto grado de transformación o aumento de su valor agregado, y que históricamente no se transaban con el exterior en montos significativos. Legalmente, son todos los productos no incluidos en la

lista de exportaciones tradicionales del Decreto Supremo 076-92-EF. (BCPR, 2019).

- **Internacionalización.-**

Welch y Luostarinen (1988) resumen la visión dinámica del concepto y definen la internacionalización como un proceso de compromiso en los mercados internacionales que se presenta en el interior de la firma y se refleja en el desarrollo y el fortalecimiento de las capacidades organizacionales, así como en la forma en que se toman las decisiones basadas en los mercados, determinando el grado de internacionalización de la firma.

- **Productividad.-**

La productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios. Así pues, una definición común de la productividad es la que la refiere como una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos y denota la eficiencia con la cual los recursos - humanos, capital, conocimientos, energía, etc.- son usados para producir bienes y servicios en el mercado (Levitan, 1984).

- **MYPE.-**

Según el artículo 2° de la Ley 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Métodos

Los métodos aplicados en el presente trabajo de investigación son:

- Descriptivo-Explicativo
- Evaluativo
- Estadístico
- Síntesis

3.2 Nivel de la investigación: Correlacional, Descriptivo y Explicativo

Tomando en consideración los niveles de investigación que plantea Hernández, Fernández y Baptista (2014), esta investigación es: correlacional, descriptiva y explicativa.

Hernández et al. (2014), afirma que:

Los estudios correlacionales tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones solo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. (p. 93).

Así también, con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (p.92)

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en

explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables. (p.95).

3.3 Enfoque: Cuantitativo

Es secuencial y probatorio, utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis econométrico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Este enfoque parte del supuesto que "...en potencia todos los datos son cuantificables" (kerlinger, 1974), para ello se apoya en los fundamentos del positivismo y de la ciencia nomotética (establecimiento de leyes universales), cuya tendencia es hacia la concentración del análisis en las manifestaciones externas de la realidad.

3.4 Diseño: No experimental, y transversal

El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema (Wentz, 2014; McLaren, 2014; Creswell, 2013a, Hernández-Sampieri et al., 2013 y Kalaian, 2008).

Según el planteamiento del problema, alcance del estudio y las hipótesis formuladas, el diseño seleccionado es la investigación no experimental, donde no se manipularán las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables; solo se observarán los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para analizarlos, siendo así la investigación sistemática y empírica.

El diseño no experimental que se aplicará es transversal, descriptivo y analítico, cuyo propósito será el describir las variables, indagar la incidencia de los niveles de una o más variables en una población, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

3.5 Población y muestra

La población de estudio está conformada por todas las empresas formales encuestadas que han desarrollado alguna actividad económica durante el año 2019, ubicadas dentro del territorio nacional y que integra 11,632 empresas según la fuente del INEI “Encuesta Nacional de Empresas 2019”.

La muestra considera las micro y pequeñas empresas, los cuales son motivo de análisis de la presente investigación. Para ello se filtró en base a sus ventas netas de las micro y pequeñas empresas correspondiendo entre los S/ 630,000 y hasta S/ 7'140,000 en el año 2019. Es así que la muestra equivale a **6,023** empresas MYPES a nivel nacional y representan el 52% del total de empresas encuestadas en la Encuesta Nacional de empresas 2019.

3.6 Operacionalización de Variables

Es el proceso de sustitución de una variable teórica por uno o algunos indicadores capaces de permitir observar y medir dimensiones de su significado en una o en distintas unidades de observación. (Ver Tabla 1)

Variable independiente: Internacionalización de las Empresas

Variable dependiente: Desarrollo de las Exportaciones

Tabla 1

Operacionalización de Variables

Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores
	Características internas	<ul style="list-style-type: none">• Valor en ventas expresado en nuevos soles en el 2019.• Expectativa de crecimiento y empleo del 2019 respecto al 2018.

Internacionalización de las MYPES		<ul style="list-style-type: none"> • Valor de inversión en I+D expresado en nuevos soles en el 2019.
	Características del entorno	<ul style="list-style-type: none"> • Localización geográfica en el 2019. • Modo de expansión y percepción de oportunidades en el 2019.
	Características del sector económico	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel Tecnológico de las empresas en 2019. • Sector de Actividad en 2019. • Intensidad Exportadora del sector en 2019. • Nuevas actividades emprendedoras en 2019.
	Características del emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Edad del representante legal de las empresas en 2019. • Formación Profesional del representante de las empresas en 2019. • Experiencia del representante en 2019. • Actitud al riesgo del

		representante en el 2019.
	Recursos y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a fuentes de financiación de las empresas en el 2019. • Redes de comunicación en 2019. • Percepción de capacidades de las empresas en 2019.
	Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación de productos de las empresas en el 2019. • Capacidad innovadora de las empresas en el 2019. <p>Cantidad de empresas que innovan del sector en el 2019.</p>
Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores
Actividad Exportadora	Exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Exporta • No Exporta

Elaboración Propia

Fuente: Escandón, D; Hurtado, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las PYMES en Colombia

En cuanto a la **Internacionalización de las MYPES**, en sus características internas se ha tomado como indicadores el tamaño de las ventas que identifica el volumen de ventas reportado por las empresas; las expectativas de crecimiento y empleo, evalúa la percepción del empresario sobre las posibilidades que posee su empresa en cuanto a crecimiento y generación de empleo; el valor de inversión en I + D, que mide el grado de inversión en investigación y desarrollo en la empresa. En relación con las características del entorno, se ha tomado en cuenta indicadores como la localización geográfica que identifica a las empresas por medio de su ubicación geográfica dentro de Perú; y el modo de expansión muestra la forma como la empresa aumenta sus clientes. Asimismo, en relación a las características del sector, se ha identificado indicadores como el nivel tecnológico, que examina el recurso tecnológico de una empresa nueva; el sector de actividad, referido al sector extractivo, sector de transformación, sector financiero y sector de servicios de consumo; la intensidad exportadora del sector que mide los niveles de exportación dentro de cada sector de actividad y las nuevas actividades emprendedoras que identifica los cambios en la cantidad de empresas (tasas de crecimiento). Así también en relación con las características del emprendedor que comprende la edad del representante legal, su formación profesional, la experiencia que se relaciona con la experiencia previa para la creación de empresas y la actitud al riesgo que se relaciona con la percepción que tiene el empresario con respecto a su empresa. Otra dimensión que se ha considerado son los recursos y las capacidades, que comprende indicadores como el acceso a fuentes de financiación que mide la frecuencia de uso de las diferentes fuentes de financiación empresarial existentes; las redes que mide el grado de pertenencia

las redes; y la percepción de capacidades en porcentajes de los individuos involucrados en la actividad empresarial que creen que tienen habilidades y conocimientos necesarios para esta actividad; y finalmente la dimensión innovación que comprende indicadores como la innovación del producto que mide el nivel de innovación en el producto de la empresa; la capacidad innovadora que mide el grado de innovación de las empresas; y la innovación del sector que comprende el número de empresas que ofrecen el mismo producto en el mercado.

En cuanto a la Actividad Exportadora, la dimensión exportación que comprende indicadores, referido al porcentaje de empresas que exportan y aquellas que no exportan.

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección y de análisis de datos

En la investigación científica se han empleado tres tipos de técnicas:

- Técnicas descriptivas u observacionales.
- Técnica correlacional.
- Técnica de regresión logística.

Se ha elaborado con empleo de técnicas descriptivas; las observaciones que producen datos que son cuantificados usando así las técnicas cuantitativas; y los datos cuantitativos y sus inferencias son interpretados mediante modelos conceptuales.

Se ha realizado una descripción de las características de los empresarios PYME que exportan.

Mediante la técnica correlacional se ha medido el grado de relación (magnitud) existente entre las variables independientes cualitativas y la variable dependiente.

Asimismo, se ha utilizado un análisis de regresión logística donde se ha identificado variables independientes (causas) y variables dependientes (efectos), considerando que las MYPES han desarrollado la actividad exportadora de sus productos en el año 2019.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS MYPES QUE SE RELACIONAN CON LA ACTIVIDAD EXPORTADORA EN EL PERU

En base a la fuente del INEI “Encuesta Nacional de Empresas 2019” – ENE-2019 se identifican 11,632 empresas a nivel nacional. Para este estudio, se incluye solo micro y pequeñas empresas que tuvieron ventas netas de S/ 630,000 y hasta S/ 7'140,000 en el año 2019 respectivamente (MYPE). Las variables se muestran a continuación para un total de **6,023** empresas MYPES a nivel nacional, siendo esta la muestra representativa para nuestro análisis. Cabe precisar que las MYPES juegan un rol importante en la economía del Perú, ya que en la actualidad generan un gran porcentaje del PBI peruano (en 2019 representaron un 19.3% del PBI en ventas anuales). Asimismo, las MYPES se definen como la unidad económica productiva que según la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa se establece que los niveles de ventas anuales para las microempresas podrán ser hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), y para las pequeñas empresas, un máximo de venta anual de 1,700 UIT.

4.1 Análisis exploratorio

Para el presente estudio, la variable dependiente está expresada en base a si las micro y pequeñas empresas realizaron exportaciones de productos o servicios. Es así, que se tiene que el 3.61% de las micro y pequeñas empresas encuestadas, exportan.

En referencia a las variables independientes, se presentan 6 variables que contienen elevados porcentajes de valores perdidos (sin dato), siendo indicadores no útiles para el estudio. A pesar de que técnicamente hasta un 10%

de valores perdidos es aceptable, se conservaran los indicadores referidos a “capacitación recibida por parte de la empresa” y “asistencia técnica hacia la empresa” por considerarse importantes para el estudio. Por ejemplo, el indicador años de experiencia, se descartó ya que solo el 28.11% de la data contiene el año desde que el responsable de la gestión de la empresa está a cargo.

Por tanto, se analizó la relación de los 23 indicadores, correspondiente a las dimensiones de las variables independientes con los 02 indicadores de la dimensión de la variable dependiente.

4.2 Análisis descriptivo

Se analiza a los empresarios encuestados a nivel nacional en la Encuesta Nacional de Empresas 2019 según las características de sexo. (Ver Figura 5)

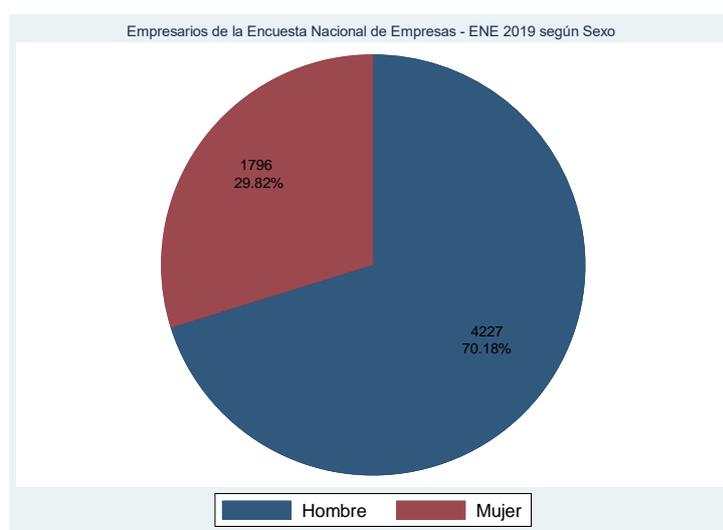


Figura 5. Empresarios MYPES según Sexo

*Fuente: Encuesta Nacional de Empresas - enero 2019

Elaboración propia

De los 6023 empresarios entrevistados en enero 2019, se tiene según sexo, 4227 hombres (70.18%) y 1796 mujeres (29.82%).

Asimismo, la edad promedio fue de 48.27 años, siendo la edad máxima de 96 años y la mínima de 19 años. La desviación típica fue de 11.92 años respecto de la media muestral.

Además, de los 6023 empresarios entrevistados, no tuvieron un nivel educativo 41 de ellos (0.68%), 68 empresarios declararon haber acabado el nivel primario (1.13%), 1307 tuvieron secundaria completa (21.7%), 3997 un nivel superior (66.36%) y 610 de ellos solo llegaron a un nivel de post grado (10.13%). (Ver Figura 6)

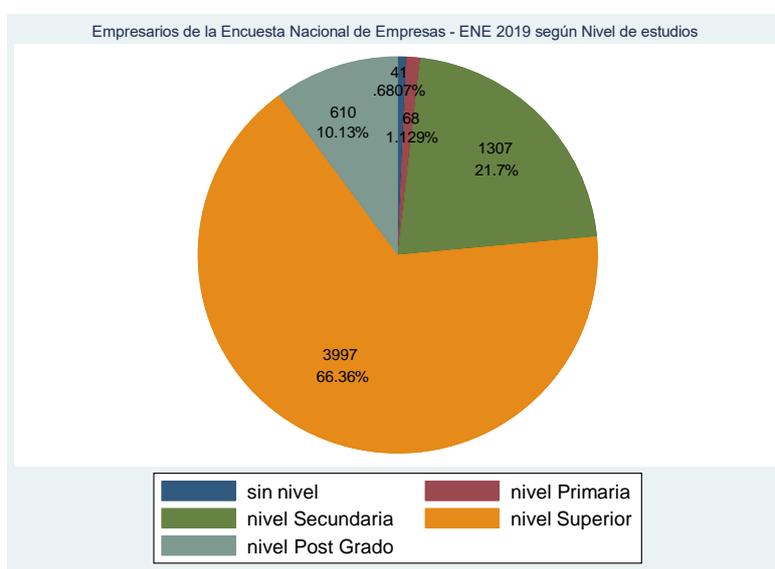


Figura 6. Empresarios MYPES, según nivel de Estudios

*Fuente: Encuesta Nacional de Empresas - enero 2019

Elaboración propia

Es preciso indicar que, de los 6023 empresarios entrevistados en enero 2019, 267 exportaron en algún momento del año (4.43%) y de ellos 193 fueron hombres y 74 mujeres, mientras que no exportaron 5756 empresarios durante el periodo estudiado (95.57%), siendo de estos 4034 hombres y 1722 las mujeres. (Ver Figura 7)

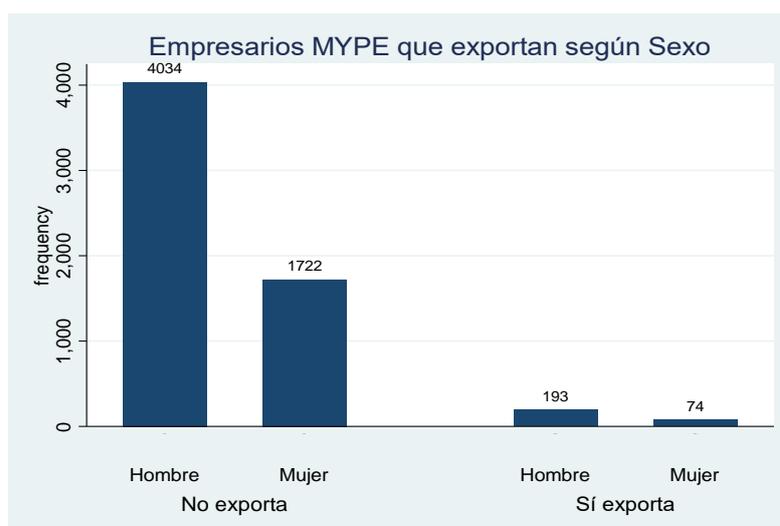


Figura 7. Empresarios MYPES que exportan, según Sexo

*Fuente: Encuesta Nacional de Empresas - enero 2019

Elaboración propia

De los 6023 empresarios entrevistados en enero 2019, 267 exportaron en algún momento del año (4.43%) y de ellos exportaron mayormente aquellos que declararon tener un nivel superior (45 empresarios) y solo uno de ellos tuvo nivel primario. Adicionalmente, se encontró que (2 empresarios) exportaron sin tener nivel educativo. Es preciso indicar, que se revisó las actividades económicas que desempeñan las dos empresas que exportaron y que sus representantes no presentan nivel educativo, son: “Extracción de minerales metalíferos no ferrosos” y de “Transporte de carga por vía aérea”, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Empresas 2019. Por otro lado, no exportaron 5756 empresarios durante el

periodo estudiado (95.57%) y de estos la mayoría tuvo un nivel superior de estudios (3807 empresarios) y solo 39 declararon no tener nivel alguno de educación. (Ver Figura 8).

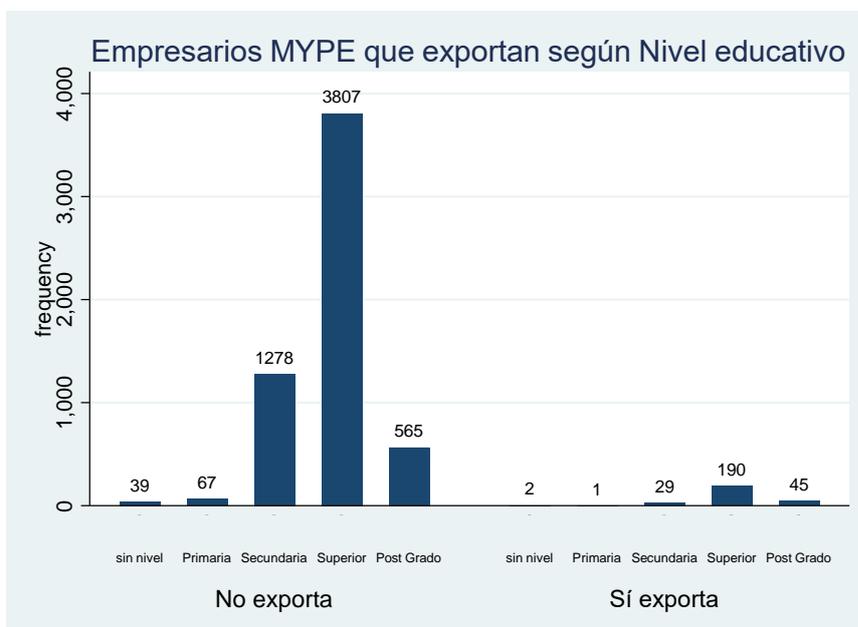


Figura 8. Empresarios MYPES que exportan según nivel Educativo

*Fuente: Encuesta Nacional de Empresas - enero 2019

Elaboración propia

4.3 Análisis de correlación

Se ha medido el grado de relación (magnitud) existente entre las variables independientes cualitativas (21) y la variable dependiente “Empresa exporta o no exporta” con el objetivo de detectar posteriormente posibles factores influyentes hacia la exportación.

Para este fin se ha hecho uso del Estadístico de correlación tetracórica para los pares dicotómicos (binarios) y de la correlación de Spearman en otro caso.

En cuanto al análisis de correlación para los pares binarios (Y vs. Xi), se muestran algunos resultados preliminares interesantes, como por ejemplo la

correlación entre “Empresa exporta o no exporta” y “Modo de ventas nacional o internacional de producto o servicio principal”; si la “empresa exporta o no exporta” y la “Red de negocio en exposición o feria por canal digital” o versus otra variable interesante como lo es “Nivel de Ventas (MYPE)”.

Las correlaciones más bajas pueden deberse al “desbalanceo” en las categorías (casos) de las variables independientes y las significativas podrían reflejarse en el siguiente análisis de influencia (modelación estadística).

Ahora, a través de la correlación Spearman se ha analizado las variables categóricas “empresa exporta o no exporta” y “Nivel de estudios del empresario”. El resultado (0.0691) muestra señales (aunque relativamente bajas) de que el hecho de que la empresa exporte o no exporte tendría alguna relación significativa estadística con el nivel de estudios del empresario o viceversa (Prob.=0.000).

En el siguiente análisis profundizaremos acerca de estas posibles relaciones y su respectiva influencia en el desarrollo exportador de dichas empresas.

4.4 Análisis de influencia: Regresión logística

Ante los indicios anteriores, se ha analizado el grado de influencia (identificar variables causa) que podrían tener las variables independientes en el hecho de que la MYPE haya desarrollado la exportación de sus productos en el 2019 (efecto).

Para este fin se ha hecho uso de la técnica de regresión logística debido a la naturaleza de la variable dependiente (categórica). En este análisis se incluyen tanto variables independientes cualitativas como cuantitativas. (Ver Figura 9).

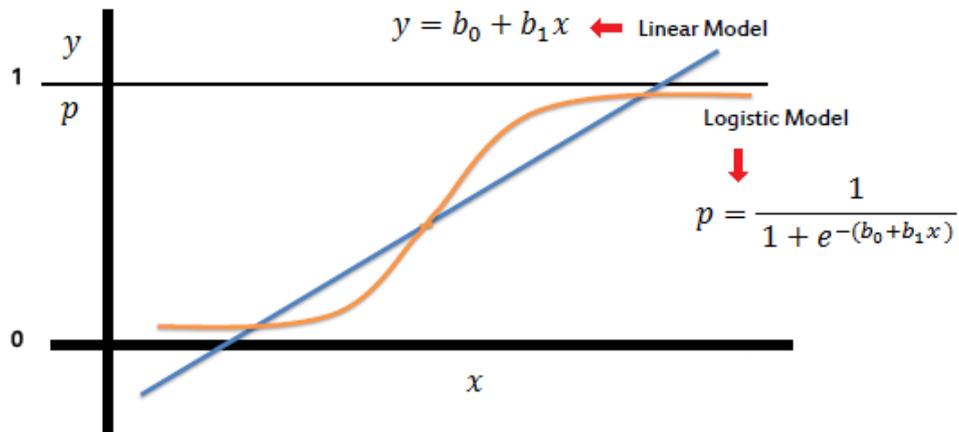


Figura 9. Función de Regresión Logística

*Fuente: Encuesta Nacional de Empresas - enero 2019

Elaboración propia

Para el análisis del **primer escenario**, considerando 23 variables independientes que resultan ser todas las variables independientes construidas y propuestas, la técnica estadística nos indica que las variables “Percepción de oportunidad, nuevo negocio ante Covid-19” así como “Limitación de financiamiento para exportación” se comportan como componentes de “colinealidad”, es decir estarían compartiendo variabilidad o su explicación sería irrelevante frente al resto de regresores del modelo hacia la variable de interés que es que la empresa haya exportado o no en el periodo de estudio y podrían afectar la precisión de las estimaciones.

Además, son variables “omitted”, consecuencia del “desbalanceo” en sus categorías (casos), lo cual no sería útil para propósitos explicativos hacia la variable Dependiente, como se mencionó anteriormente.

Ante esta situación analizaremos un **segundo escenario** considerando 16 variables independientes. Para el análisis de este escenario se descartan las variables “percepción de oportunidad” y “dificultades que enfrentó la empresa

para exportar”, se consideran solo las variables más relevantes o importantes de acuerdo al marco teórico y los objetivos del estudio (por ejemplo en la Dimensión “Características del Sector” se consideran solo las variables “Uso de TIC” y “Tenencia de plataforma para mercado digital”) y se incluyen las variables “capacitación recibida por parte de la empresa” y “asistencia técnica hacia la empresa” por considerarse importantes para la investigación.

RESULTADOS

Considerando las estimaciones del modelo de regresión logística, su análisis y explicación estadística, nos indica que la internacionalización de las MYPES tiene relación con la actividad exportadora en el Perú en el 2019. Es por ello que se tomó como Hipótesis nula H_0 “El modelo o ecuación $Y=X_i+e$ no es relevante para explicar la variable dependiente”, el Estadístico Chi-2 nos lleva a la decisión que el modelo es significativo estadísticamente (Prob. Chi-2: $0.000 \leq 0.05$ como Nivel de significación) acompañado de un Pseudo $R^2=0.60$ (60% de variabilidad explicada por los regresores). Esto nos indica que habría regresores que explicarían en mayor grado la exportación de las MYPE en el Perú.

Asimismo, es preciso indicar que los valores OR son significativos, porque el Intervalo de Confianza al 95% en todos los casos no incluyen la unidad (1). Además, se realizaron indicadores de bondad de ajuste para la evaluación de la validez de los resultados obtenidos en la modelación: Mediante Hosmer & Lemeshow, los resultados obtenidos nos llevan a la conclusión de que los valores observados son estadísticamente similares a los valores predichos ya que Prob.=0.5273 resulta significativa ($0.5273 >$ Nivel de significación propuesto del 5%) y se decide conservar la H_0 . Mediante el análisis de influencia (ver anexo 15), se realizó el gráfico de dispersión del cual no muestra un valor notoriamente “distanciado” del grupo muestral (solo se visualizan 5 casos entre distancias de 0.3 y 0.4, seguido de distancias entre 0.1 y 0.2 pero ninguna distancia “extrema”). Con esto se precisa que las estimaciones del modelo son válidas y explican con significancia estadística los resultados de las variables influyentes hacia la característica de interés “exportación” en el proceso de internacionalización de la MYPE.

A continuación, se ha analizado que regresores resultan más importantes en la modelación:

En primer lugar, respecto a las características internas de la empresa que está representada por el “Nivel de Ventas (MYPE)” presenta un valor de probabilidad menor igual a 5% como nivel de significación. En este sentido podemos decir que el hecho que la PYME haya tenido un nivel de Ventas mayor (entre S/ 630,000 y S/ 7,140,000) le ofrece 2.56 veces la probabilidad de ser una empresa exportadora frente a aquella MYPE que tuvieron niveles menores de venta anual (Razón de apuestas $OR=2.56$), siendo una relación “directa” entre ambas variables (Coef. = 0.94)

En segundo lugar, respecto a las características del entorno representado por los “Modo de venta nacional o internacional de producto o servicio principal” presenta un valor de probabilidad menor igual a 5% como nivel de significación, lo cual indica que es significativo para el modelo. Asimismo, se encontró que las MYPES haya tenido un modo de ventas nacional del producto o servicio principal le ofrece casi nada de probabilidad de ser una empresa exportadora frente a aquellas MYPES que tuvo ventas internacionales del producto o servicio principal (Razón de apuestas $OR=0.0012$), siendo una relación “indirecta” entre ambas variables (Coef.=-6.66), es decir a mayor nivel de “modo de expansión” (ventas nacional), menor es el indicador a que la empresa no exporte.

En tercer lugar, respecto a las características del sector económico al que pertenece la empresa se representa por las variables “Uso de TIC” y “Tenencia de plataforma para mercado digital”, los cuales presentan un valor de probabilidad mayor igual a 5% como nivel de significación, lo cual indica que no son significativos para el modelo, sin embargo para la variable “Uso del TIC” se

encontró un valor de probabilidad más cercano al nivel de significancia, además de tener una mayor probabilidad de ser una empresa exportadora respecto al uso del TIC (Razón de apuestas $OR=3.9588$) siendo una relación directa entre ambas variables (Coef.=1.38).

En cuarto lugar, respecto a las características del emprendedor, si bien en el modelo de regresión logística no se encontró un nivel de significancia significativo para las variables “Sexo”, “Edad” y “Nivel de Estudios del Empresario”, se encontró mediante la correlación de Spearman una correlación de 0.0691 para la variable “nivel de estudios” respecto a si la empresa exporta o no exporta (variable dependiente), lo cual muestra señales, aunque relativamente bajas de su relación (Prob. =0.0000).

En quinto lugar, respecto a los recursos tangibles e intangibles que posee la empresa representada por las variables “Asistencia técnica hacia la empresa” y “Problemas de liquidez”, presentan un valor de probabilidad menor igual a 5% como nivel de significación, lo cual indica que son significativos para el modelo. Asimismo, se encontró que la MYPE que ha recibido asistencia técnica, le ofrece casi 2 veces la probabilidad de ser una empresa exportadora frente a aquella MYPE que no la recibió (Razón de apuestas $OR=1.95$) y que la MYPE ha tenido problemas de liquidez le ofrece casi 2 veces la probabilidad de ser una empresa exportadora frente a aquella MYPE que no los tuvo (Razón de apuestas $OR=1.86$), siendo una relación “directa” entre ambas variables (Coef.=0.62).

En sexto lugar, respecto al nivel de innovación del entorno regional, no se encontró un nivel de significancia significativo del modelo logístico para las variables “Empresa desarrolló nuevos productos, servicios o procesos”, “capacidad innovadora” y “si creció la competencia”.

DISCUSIÓN

Según los resultados de la investigación, considerando las estimaciones del modelo, considerando el análisis, y explicación estadística, se determina que la internacionalización de las MYPES tiene relación con la actividad exportadora en el Perú, por lo que existe concordancia con lo que sostiene Jorge-Martin (2022) que refiere que la internacionalización es un proceso clave en la expansión de la empresa, y que la actitud de la empresa es el aspecto fundamental para iniciar la actividad internacional y especialmente para la supervivencia exportadora. Así también Valero, G; Rodenes, M; Rueda, G (2016), sostienen que: “la inserción internacional depende de la proyección estratégica que tenga la empresa y la capacidad de esta para asumir los negocios internacionales como un elemento fundamental e importante dentro de la organización” (p.141).

Los resultados determinan que las características internas de las MYPES, como las ventas, se relacionan con la actividad exportadora. Este resultado concuerda con lo citado por Escandón y Hurtado (2012), donde señalan que las características asociadas al tamaño de las ventas, las expectativas de crecimiento empresarial que conllevan a la generación de empleo y los diferentes niveles de inversión en actividades de I + D, son condiciones que describen el perfil de las empresas Born Global, donde su principal factor diferenciador radica en la percepción que tienen los empresarios sobre las posibilidades de la empresa para crecer y las oportunidades que poseen en el mercado exportador. A su vez, Jorge-Martín (2022), considera que las condiciones internas, como los recursos disponibles y la estrategia de marketing, son cruciales en la supervivencia exportadora.

Los resultados determinan que las características del entorno de las MYPES, como la localización geográfica de las empresas, la percepción de contar con oportunidades y la expansión, se relacionan con la actividad exportadora. Esto se refleja en la variable “Modo de ventas nacional o internacional de producto o servicio principal”. Esto concuerda con lo que refiere Escandón y Hurtado (2012), donde señalan que la localización geográfica de la empresa en regiones con una tradición exportadores consolidada, permite que las empresas jóvenes tiendan a internacionalizarse porque pueden encontrar beneficios de las condiciones favorables tanto de su sector como de su entorno en general, y que por tanto, los factores del entorno desempeñan un papel relevante en el momento de tomar la decisión de internacionalizarse y especialmente en las empresas Born Global que incursionan en edad temprana a mercados foráneos. Sin embargo, Valero, Rodenes y Rueda (2016) sostienen que para internacionalizar las empresas, se deben evaluar las influencias externas concentradas en los factores físicos y sociales relacionados con las políticas, las condiciones geográficas, los valores y las características económicas; mientras que Jorge-Martin (2022) refiere que el aspecto más importante para determinar el grado de internacionalización es el crecimiento de la exportación y su valor sobre el total de las ventas de la empresa.

Los resultados determinan que las características del sector económico que comprende la empresa se relaciona con la actividad exportadora; afirmación que coincide con Escandón y Hurtado (2012), donde señalan, que en los factores externos se encuentra la influencia del sector económico, dado que el uso de

nuevas tecnologías, el ingreso de nuevas empresas y la intensidad exportadora del sector propician un ambiente favorable para que las empresas jóvenes tomen la decisión de expandirse hacia otros mercados, teniendo en cuenta que poseen fortalezas propias del sector al que pertenecen. Sin embargo, Puerto (2010), sostiene que de las fuerzas externas provienen las oportunidades de mercado que le dan a la empresa la posibilidad de crecer y posicionarse.

Los resultados determinan que la edad, la formación profesional, la experiencia y la actitud al riesgo, como características del emprendedor de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora, por lo que existe concordancia con lo que sostiene Bardales (2019), que afirma:

Que el nivel educativo superior, es un factor que influye positivamente en la internacionalización de las PYMES, seguida por el factor de actitud al riesgo; por lo que una constante capacitación afectará positivamente a los emprendedores puesto que les brindará nuevos instrumentos y conocimientos necesarios para reducir la incertidumbre y poder adoptar una mejor percepción de cara a las barreras, riesgos y ventajas de la internacionalización. (p.45)

Sin embargo, Escandón y Hurtado (2012), sustentan:

Que el empresario posee atributos que hacen parte de su naturaleza emprendedora y que pueden favorecer las exportaciones de una empresa; su edad, su experiencia como creador de empresas y su nivel de educación le permiten tener una mejor perspectiva para enfrentarse al mercado global. (p.181)

Los resultados determinan que los recursos tangibles y los recursos intangibles que posee las MYPES, así como la capacidad y las habilidades del emprendedor se relacionan con la actividad exportadora. Esto se refleja en las empresas tales como la asistencia técnica y los problemas de liquidez. Este resultado se relaciona con lo que sostienen Escandón y Hurtado (2012), que refieren que las capacidades del emprendedor para identificar las oportunidades de negocio se relacionan positivamente con la temprana internacionalización de las PYMES, y los recursos tangibles e intangibles que posee la empresa determinan el proceso de internacionalización temprana de las pequeñas empresas; mientras que Jorge-Martin (2022), sostiene que la internacionalización de una empresa también tiene un impacto directo en aspectos intangibles como el prestigio en el mercado doméstico. Además, la hace más atractiva para profesionales especializados.

Según los resultados, en el nivel de innovación en las MYPES, no se encontró significancia para explicar la relación con la actividad exportadora. Sin embargo, Escandón y Hurtado (2012), demuestran en su investigación que la innovación es altamente dependiente del entorno competitivo de la empresa, pues podría afectar su consolidación o su surgimiento, y por tanto, es relevante para la generación de procesos de aprendizaje organizacional y para el desarrollo de procesos de internacionalización. De otro lado, Silva, Echeverry y Bocanegra (2021), consideran que la innovación abierta puede ser una alternativa adecuada para que las PYMES determinen valor, generen nuevos productos y procesos con redes externas a nivel internacional y así tener acceso a nuevos mercados internacionales.

CONCLUSIONES

Se concluye que la internacionalización de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora en el Perú en el 2019 dado la significancia estadística que indican los resultados.

En primer lugar, las características internas de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora, donde las características asociadas a las ventas se relacionan con la exportación de las empresas.

En segundo lugar, se ha definido que las características del entorno de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora, donde a mayor nivel de expansión (ventas nacionales), mayor es el indicador a que la empresa exporte.

En tercer lugar, se ha demostrado que las características del sector económico de la empresa se relacionan con la actividad exportadora; determinándose que el uso de nuevas tecnologías (TIC), permiten un ambiente favorable y facilitan la relación con la exportación de las empresas.

En cuarto lugar, se ha determinado que las características del emprendedor de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora, donde el nivel de estudios se relaciona de manera positiva con la exportación de las empresas.

En quinto lugar, se ha comprobado que los recursos tangibles e intangibles, así como las capacidades de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora, donde el acceso a fuentes de financiación, las redes de comunicación y la percepción de las capacidades de las empresas, se relacionan con la exportación de las empresas.

Por último, en cuanto a la innovación que depende del entorno competitivo de las MYPES y su relación con la actividad exportadora, el modelo aplicado

determina que el entorno competitivo de la empresa, no tendría una significancia que explique la relación con la exportación de las MYPES.

RECOMENDACIONES

El estudio contribuye a la investigación de empresas en Perú, permitiendo abrir nuevos campos de investigación sobre el estudio de este fenómeno con cada uno de los factores determinantes. El estudio se limitó a la “Encuesta Nacional de Empresas – enero 2019”. Asimismo, se recomienda realizar estudios de la dinámica de empresas considerando un escenario actual de pandemia y post pandemia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andersson, S., Gabrielsson, J. y Wictor, I. (2004). International activities in smallfirms: Examining factors influencing the internationalization and export growth of small firms. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 21(1), 22–34
- Arias, A. y Peña, I. (2004). Las PYMES manufactureras de la CAPV ante el reto de la internacionalización. *Economiaz*, 55(1), 146–169.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2019). Memoria. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/memoria-anual/memoria-2019.html>
- Bardales, E. (2019). Factores que influyen en la internacionalización en PYMES de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015. (tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Barney, J. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32, 1231–1241.
- Beamish, P. (1990). The Internationalization Process for Smaller Ontario Firms: A Research Agenda. In A. M. Rugman (Ed.), *Research in Global Strategic Management - International Business Research for the Twenty-First Century: Canada's New Research Agenda*. Greenwich: JAI Press Inc.
- Belso, J. (2003). Un análisis del proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas en la comunidad Valenciana: modelo gradual versus acelerado. *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, 2, 192–209.
- Blázquez Santana, F. (2005). Los incentivos fiscales como factor del crecimiento empresarial: análisis empírico de la reserva para inversiones en Canarias.

Tesis de doctorado no publicada, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España.

Botello, H. (2014). Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales latinoamericanas. *Apuntes*, vol 41 (Nro 75), 47-78.

Recuperado de

<https://doi.org/10.21678/apuntes.75.716>

Botello, H. (2016). Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas. *Suma de Negocios*, volumen 7(16), 73-81. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.009>

Calderón, H; Fayos, T. (2004). Análisis de la Relación entre el Compromiso Exportador y las ayudas a la internacionalización de las empresas.

Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Vol.10 (Nro 2), 201-220. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1032029.pdf>

Campiña Domínguez, G., & Fernández Hernández, M. (2010). La empresa y su entorno. En G. Campiña Domínguez, & M. J. Fernández Hernández, *Empresa y Administración* (pág.290). Madrid: Editex.

Cancino, C. y Bonilla, C. (2009). Factores claves en la rápida internacionalización de las pequeñas y medianas empresas en Chile. *Revista América Economía*, 1-11. Recuperado de

[https://mba.americaeconomia.com/biblioteca/papers/los-factores-claves-](https://mba.americaeconomia.com/biblioteca/papers/los-factores-claves-de-una-rapida-internacionalizacion-de-las-pequenas-y-medianas-)

[de-una-rapida-internacionalizacion-de-las-pequenas-y-medianas-](https://mba.americaeconomia.com/biblioteca/papers/los-factores-claves-de-una-rapida-internacionalizacion-de-las-pequenas-y-medianas-)

Cavusgil, S. y Zou, S. (1994). marketing strategy-performance relationship: An investigation of the empirical link in export market ventures. *Journal of Marketing*, 58,1–21.

- Cerrato, D. (2009). Does innovation lead to global orientation? Empirical evidence from a sample of Italian firms. *European Management Journal*, 27, 305–315.
- Coase, R. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*, Vol 4 (Nro 16), 386-405.
Recuperado de
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
- Collis, D. (1994). How valuable are organizational capabilities. *Strategic Management Journal*, 15(4), 143–152.
- ComexPerú (2019). Memoria Anual 2019. Recuperado de
<https://www.comexperu.org.pe>
- Copeland, B; Kotwal, A. (1994). Product Quality and the Theory of Comparative Advantage. University of British Columbia Department of Economics Discussion, Vol 94 (Nro 08), 1-25.
- Dunning, J. (1988). The eclectic paradigm of international production: A restatement and some possible extensions. *Journal of International Business Studies*, 19(1), 1–31.
- Escandón, D; Hurtado, A. (2012). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las PYMES en Colombia. *Elsevier*, 172-183, doi: 10.1016/j.estger.2014.04.006
- Ffrench-Davis, R. (2002). El impacto de las exportaciones sobre el crecimiento en Chile. *Revista de la CEPAL*, Nro 76, 143-160. Recuperado de
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10806/076143160_es.pdf?sequence=1

- García, B. (1994). Problemas de competitividad del sector exportador valenciano». En: Revista de Estudios Regionales, N° 39, pp. 115-138.
- Jimenez, F; Lahura, E. (1997). La Nueva Teoría del Comercio Internacional. pp. 1-120. Recuperado de https://www.academia.edu/31786515/La_nueva_teor%C3%ADa_del_comercio_internacional
- Jorge-Martín, R. (2022). Internacionalización y Supervivencia Exportadora. Un estado de la cuestión. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, LV, pp. 245-268. Recuperado de [Dialnet-InternacionalizacionYSupervivenciaExportadoraUnEst-8244526\(1\).pdf](Dialnet-InternacionalizacionYSupervivenciaExportadoraUnEst-8244526(1).pdf)
- Johanson, J. y Vahlne, J. (1990). The mechanism of internationalization. *InternationalMarketing Review*, 7(4), 11–23.
- Johanson, J. y Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm: FourSwedish cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305–322
- Hernández, R; Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*, México, México: Mc Graw-Hill Education 6ta edición.
- Hollenstein, H. (2005). Determinants of international activities: Are SMEs different? *Small Business Economics*, 24(5), 431–450.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). Exportaciones e Importaciones. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/exportaciones-e-importaciones/1/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020). Panorama de la Economía Peruana 1950- 2019. Recuperado de

<https://www.studocu.com/pe/document/universidad-nacional-mayor-de-san>.

- Levitan, Sar and Diane Werneke (1984), *Productivity: Problems, prospects, and policies*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Lombardo, J. (2007). *La construcción del espacio urbano. El caso de Región Metropolitana de Buenos Aires*. Buenos Aires: Nobuko.
- Lu, J; Beamish, P. (2001). The internationalization and Performance of SMEs. *Strategic Management Journal*, vol 22, Nro 6-7, 565-586
- Madsen, T. y Servais, P. (1997). The internationalization of born globals: An evolutionary process? *International Business Review*, 6, 561–583.
- Martínez, P. (2009). Proceso del desarrollo exportador de la PYME Colombiana. *Cuadernos de Gestión*, volumen 9 (Nro 1), 47-65. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274320570003>
- Malca-Guaylupo, O. y Rubio-Donet, J. (2015). Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas peruanas. *Journal of Business*, Vol.7 (1), 51-76. <https://doi.org/10.21678/jb.2015.72>
- Malca-Guaylupo, O. y Rubio-Donet, J. (2013). Continuidad y desempeño exportador en la empresa peruana. *Journal of Business*, Vol. 5(1): 52-75. <https://doi.org/10.21678/jb.2013.61>
- Melin, L. (1992). Internationalization as a strategy process. *Strategic Management Journal*, 13(2), 99–118
- Méndez, B; Obando, E; Rodriguez, S; & Reyes, G. (2022). Barreras de exportación en la internacionalización de PYMES: una revisión de la literatura científica 2011-2020. *Pol. Con.* (Edición núm. 70) Vol. 7, No 5, pp. 64-78. doi: 10.23857/pc.v7i5.3945

- Ministerio de la Producción (2019). Encuesta Nacional de Empresas
<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/normatividad-metodologia-oee/encuesta-nacional-de-empresas>
- Moen, O. (2002). The born globals: A new generation of small european exporters. *International Marketing Review*, 19(2), 156–175.
- Morrison, A. y Roth, K. (1992). A taxonomy of business level strategies in global industries. *Strategic Management Journal*, 13, 399–418.
- Oviatt, B. y McDougall, P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45–64.
- Oviatt, B. y McDougall, P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(2), 537–553.
- Peters, E. (2004). Propuestas de política para mejorar la competitividad y la diversificación de la industria maquiladora de exportación en Honduras ante los retos del Cafta», vol. 24. México: United Nations Publications.
- Puerto, D. (2010). La Globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento y Gestión*, N° 28, 171-195. Recuperado de [n28a09.pdf \(scielo.org.co\)](https://scielo.org.co/document/n28a09/pdf)
- Renau, J. (1996). El porqué, el cómo y el dónde de la internacionalización de la empresa. *Revista Asturiana de Economía – RAE* (Nro 6), 41-62. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3863475>

- Root, F. (1994). *Entry Strategies for International Markets*. New York: Lexington Books.
- Ruzzier, M., Hisrich, R. y Antoncic, B. (2006). SME Internationalization Research: Past, Present, and Future. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 476–497.
- Shoham, A. (1996). Marketing-mix standardization: Determinants of export performance. *Journal of Global Marketing*, 10(2), 53–73.
- Shrader, R., Oviatt, B. y McDougall, P. (2000). How new ventures exploit trade-offs among international risk factors: Lessons for the accelerated internationalization of the 21st century. *Academy of Management Journal*, 43(6), 1227–1247.
- Storey, D. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge.
- Teece, D. (1982). Towards an economic theory of the multiproduct firm. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 3, 33–46.
- Valerio, G; Rodenes, M; Rueda, G. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de Cuestión. *Revista Le Bret*, (8), 127-147. Recuperado de https://ri0unet.upv.es/bitstream/handle/10251/113370/Articulo_La%20internacionalizacion%20de%20las%20empresas%20exportadoras_Estado%20de%20la%20Cuestion.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valderrama, S. (2019). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*, Lima, Perú. San Marcos.

- Welch, L. y Luostarinen, Y. (1988). Internationalization: Evolution of a Concept. *Journal of General Management*, 14(2), 36–64.
- Wernerfelt, B. (1984). A resourced based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.
- Westhead, P., Binks, M., Ucbasaran, D. y Wright, M. (2002). Internationalization of SMEs: A research note. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(1), 38–48.
- Westhead, P., Wright, M. y Ucbasaran, D. (2001). The internationalization of new and small firms: A resource-based view. *Journal of Business Venturing*, 16(4), 333–358.
- Wilska, K; Tourunen, V. (2001). América Latina en el proceso de internacionalización de las empresas finlandesas. *Series. CEPAL* (Nro 108), 1-74. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4492/1/S019732_es.pdf
- Wong, P. y Singh, A. (2004). The pattern of innovation in the knowledge-intensive business services sector of Singapore. *Singapore Management Review*, 26(1), 21–44.

ANEXOS

Anexo 1:

Matriz de Consistencia

“NIVEL DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS MYPES Y SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD EXPORTADORA EN EL PERÚ, EN EL 2019”

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Dependiente	Exportación	<ul style="list-style-type: none"> - Exporta - No Exporta
¿De qué manera el nivel de internacionalización de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora en el Perú en el 2019?	Determinar el nivel de internacionalización de las MYPES y su relación con la actividad exportadora en el Perú en el 2019.	El nivel de internacionalización de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora en el Perú en el 2019.	Actividad Exportadora		
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores
1. ¿De qué manera las características internas de las MYPES	1. Determinar cómo las características internas de las MYPES se	1. Las características internas de las MYPES como las ventas, las			<ul style="list-style-type: none"> - Valor en ventas expresado en

se relacionan con la actividad exportadora?	relacionan con la actividad exportadora.	expectativas de crecimiento y generación de empleo, la inversión en I + D, se relacionan con la actividad exportadora.	Internacionalización de las empresas	Características internas	nuevos soles del 2019. - Expectativa de crecimiento y empleo en 2019 respecto a 2018. -Valor de inversión en I+D expresado en nuevos soles en 2019.
2. ¿De qué manera las características del entorno de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora?	2.Determinar cómo las características del entorno de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora	2. Las características del entorno de las MYPES, como la localización geográfica, la percepción de oportunidades y la expansión, se relacionan con la actividad exportadora.		Características del entorno	- Localización geográfica en 2019. - Modo de expansión y percepción de oportunidades en 2019.
3. ¿De qué manera las características del sector económico se	3. Identificar como las características del sector económico se relacionan con la	3. Las características del sector económico al que pertenece las			- Nivel Tecnológico de las empresas en 2019.

relacionan con la actividad exportadora?	actividad exportadora .	MYPES se relaciona con la actividad exportadora.		Características del sector	<ul style="list-style-type: none"> - Sector de Actividad en 2019. - Intensidad Exportadora del sector en 2019. - Nuevas actividades emprendedoras en 2019.
4. ¿De qué manera las características del emprendedor de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora?	4. Determinar cómo las características del emprendedor de las MYPES, se relacionan con la actividad exportadora .	4. Las características del emprendedor de las MYPES (edad, formación profesional, experiencia, actitud al riesgo) se relacionan con la actividad exportadora.		Características del emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> - Edad del representante legal de las empresas en 2019. - Formación Profesional del representante de las empresas en 2019. - Experiencia del representante en 2019. - Actitud al riesgo del representante en el 2019.

<p>5. ¿De qué manera los recursos y capacidades de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora?</p>	<p>5. Determinar como los recursos y capacidades de las MYPES se relacionan con la actividad exportadora.</p>	<p>5. Los recursos tangibles e intangibles que posee las MYPES, así como la capacidad y las habilidades del emprendedor se relacionan con la actividad exportadora.</p>		<p>Recursos y Capacidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a fuentes de financiación de las empresas en 2019. - Redes de comunicación en 2019. - Percepción de capacidades de las empresas en 2019.
<p>6. ¿De qué manera la innovación de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora?</p>	<p>6. Determinar como la innovación de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora.</p>	<p>6. El nivel de innovación del entorno regional de las MYPES se relaciona con la actividad exportadora.</p>		<p>Innovación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación de productos de las empresas en 2019. - Capacidad innovadora de las empresas en 2019. - Cantidad de empresas que innovan del sector en 2019.

Anexo 2: Variable Dependiente

Nombre ▲	Etiqueta
Y_Exporta_Condicion	Dependiente: Empresa exporta o no exporta

Anexo 3: Variable Independiente

Nombre ▲	Etiqueta
D_CE_AñosExp	años a cargo de la empresa (Experiencia)
D_CE_CONDUCTOR_EDAD	33. Edad del informante
D_CE_CONDUCTOR_SEXO	32. Sexo del informante
D_CE_p34NivEdu	nivel de estudios del empresario
D_CE_p423ActRiesgo	actitud al Riesgo (fiscalización)
D_CEnt_p106ModExp	modo de expansión (ventas nacional o internacional de producto o servicio princi
D_CEnt_p23PercepOpor	percepción de oportunidad (nuevo negocio ante Covid-19)
D_CI_p27ExpCre	Expectativa de crecimiento y empleo (número de locales)
D_CI_p30NivVentas	Nivel de Ventas (MYPE)
D_CI_p416CreEmp	expansión de capacidad productiva
D_CI_p441ID	inversion en I&D
D_CS_p501tic	uso de TIC
D_CS_p502tic	tenencia de Internet
D_CS_p503tic	tenencia de Sistema Informatico
D_CS_p504tic	tenencia de plataforma para mercado digital
D_I_p108_109InnovSec	emprendimiento ante Competencia formal e informal
D_I_p110CapInnov	capacidad innovadora del producto
D_I_p442innov	desarrollo de nuevos P/S/Procesos
D_RC_p104fin	acceso a credito para inicio de negocio
D_RC_p304cap	capacitacion recibida por parte de la empresa
D_RC_p307cap	asistencia tecnica hacia la empresa
D_RC_p420red	red de negocio para promoción
D_RC_p421red	red de negocio en exposición o feria por canal digital
D_RC_p430red	venta por Internet a empresas asociadas
D_RC_p619limfinexp	limitación de financiamiento para exportación
D_RC_p701prodfin	acceso a credito para consumo como préstamo personal
D_RC_p705liq	problemas de liquidez

Anexo 4: Variables con valor vacío

Variable	Missing	Total	Percent Missing
CODCLASE	0	6,023	0.00
GEOREFERE~X2	0	6,023	0.00
GEOREFERE~Y2	0	6,023	0.00
COD_VENTAS	0	6,023	0.00
D_CE_CONDU~O	0	6,023	0.00
D_CE_CONDU~D	0	6,023	0.00
D_CI_p416C~p	3,974	6,023	65.98
D_CI_p441ID	0	6,023	0.00
D_CS_p501tic	0	6,023	0.00
D_CS_p502tic	0	6,023	0.00
D_CS_p503tic	0	6,023	0.00
D_CS_p504tic	0	6,023	0.00
D_CE_p34Ni~u	0	6,023	0.00
D_CE_AñosExp	4,330	6,023	71.89
D_RC_p304cap	801	6,023	13.30
D_RC_p307cap	801	6,023	13.30
D_RC_p104fin	4,229	6,023	70.21
D_RC_p6191~p	0	6,023	0.00
D_RC_p701p~n	0	6,023	0.00
D_RC_p7051iq	0	6,023	0.00
D_I_p442in~v	0	6,023	0.00
D_RC_p420red	0	6,023	0.00
D_RC_p421red	0	6,023	0.00
D_RC_p430red	0	6,023	0.00
D_CI_p27Ex~e	0	6,023	0.00
D_CE_p423A~o	1,861	6,023	30.90
D_I_p110Ca~v	0	6,023	0.00
D_CEnt_p23~r	0	6,023	0.00
D_CEnt_p10~p	0	6,023	0.00
D_CI_p30Ve~s	0	6,023	0.00
Y_Exporta_~n	0	6,023	0.00
D_I_p108_1~c	0	6,023	0.00

Anexo 5: Empresarios MYPE, según Edad

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
D_CE_CONDU~D	6,023	48.27511	11.91787	19	96

Anexo 6: Empresarios MYPE que exportan, según Sexo

Dependiente : Empresa exporta o no exporta	32. Sexo del informante		Total
	Hombre	Mujer	
No exporta	4,034 95.43	1,722 95.88	5,756 95.57
Sí exporta	193 4.57	74 4.12	267 4.43
Total	4,227 100.00	1,796 100.00	6,023 100.00

Anexo 7: Empresarios PYME que exportan, según nivel de Estudios

Dependiente : Empresa exporta o no exporta	nivel de estudios del empresario					Total
	sin nivel	nivel Pri	nivel Sec	nivel Sup	nivel Pos	
No exporta	39 95.12	67 98.53	1,278 97.78	3,807 95.25	565 92.62	5,756 95.57
Sí exporta	2 4.88	1 1.47	29 2.22	190 4.75	45 7.38	267 4.43
Total	41 100.00	68 100.00	1,307 100.00	3,997 100.00	610 100.00	6,023 100.00

Anexo 8: Correlación tetracórica

	Y_Expo~n
Y_Exporta_~n	1.0000
D_CE_CONDU~T	-0.0118
D_CEnt_p10~T	<u>-0.9784</u>
D_CEnt_p23~r	-1.0000
D_CI_p27Ex~e	0.1168
D_CI_p30Ni~T	<u>0.2850</u>
D_CI_p441ID	0.0222
D_CS_p501tic	<u>0.2317</u>
D_CS_p502tic	<u>0.2455</u>
D_CS_p503tic	0.1721
D_CS_p504tic	0.1765
D_I_p108_l~c	-0.0613
D_I_p110Ca~v	0.1135
D_I_p442in~v	0.0952
D_RC_p304cap	0.0903
D_RC_p307cap	<u>0.1288</u>
D_RC_p420red	0.1082
D_RC_p421red	<u>0.3266</u>
D_RC_p430red	<u>0.2424</u>
D_RC_p6191~p	1.0000
D_RC_p701p~n	0.1117
D_RC_p705liq	0.0957

matrix with tetrachoric correlations

Anexo 9: Correlación Spearman

Number of obs = 6023
Spearman's rho = 0.0691

Test of Ho: Y_Exporta_Condicion and D_CE_p34NivEdu are independent
Prob > |t| = 0.0000

Anexo 10: Escenario 1, 23 Variables Independientes

```

note: 0.D_CEnt_p23PercepOpor != 1 predicts failure perfectly
      0.D_CEnt_p23PercepOpor dropped and 9 obs not used

note: 0.D_RC_p619limfinexp != 1 predicts success perfectly
      0.D_RC_p619limfinexp dropped and 2 obs not used

note: 1.D_CEnt_p23PercepOpor omitted because of collinearity
note: 1.D_RC_p619limfinexp omitted because of collinearity
Iteration 0:   log likelihood = -1000.1813
Iteration 1:   log likelihood = -675.29752
Iteration 2:   log likelihood = -482.84303   (backed up)
Iteration 3:   log likelihood = -414.57829
Iteration 4:   log likelihood = -389.94107
Iteration 5:   log likelihood = -388.35323
Iteration 6:   log likelihood = -388.35096
Iteration 7:   log likelihood = -388.35096

```

Anexo 11: Modelo de Regresión Logística

```

Logistic regression               Number of obs   =    5,211
                                 LR chi2(21)        =   1220.84
                                 Prob > chi2         =    0.0000
Log likelihood = -389.75927       Pseudo R2       =    0.6103

```

Y_Exporta_Condicion	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
D_CE_CONDUCTOR_EDAD	.0079344	.0092415	0.86	0.391	-.0101787	.0260474
D_CE_CONDUCTOR_SEXO	.1651348	.2447573	0.67	0.500	-.3145808	.6448503
D_CE_p34NivEdu	.0740493	.1879081	0.39	0.694	-.2942438	.4423424
D_CEnt_p106ModExp	-6.734632	.3016895	-22.32	0.000	-7.325933	-6.143332
D_CEnt_p23PercepOpor	0	(omitted)				
D_CI_p27ExpCre	.1818381	.2444917	0.74	0.457	-.2973568	.661033
D_CI_p30NivVentas	.9021856	.2928158	3.08	0.002	.3282772	1.476094
D_CI_p441ID	-.0668956	.6301176	-0.11	0.915	-1.301903	1.168112
D_CS_p501tic	1.718321	1.191823	1.44	0.149	-.6176088	4.054251
D_CS_p502tic	-.207453	.6817398	-0.30	0.761	-1.543639	1.128733
D_CS_p503tic	.1516321	.2753861	0.55	0.582	-.3881147	.691379
D_CS_p504tic	-.1697966	.3154454	-0.54	0.590	-.7880583	.4484652
D_I_p108_109InnovSec	-.1242126	.2249779	-0.55	0.581	-.5651613	.316736
D_I_p110CapInnov	.2222829	.2651774	0.84	0.402	-.2974554	.7420211
D_I_p442innov	-.1377943	.5611336	-0.25	0.806	-1.237596	.9620073
D_RC_p304cap	-.064486	.2471358	-0.26	0.794	-.5488633	.4198913
D_RC_p307cap	.648789	.2596685	2.50	0.012	.139848	1.15773
D_RC_p420red	.1580476	.2349829	0.67	0.501	-.3025105	.6186057
D_RC_p421red	1.478601	.3173934	4.66	0.000	.8565211	2.10068
D_RC_p430red	-.4806948	.4985409	-0.96	0.335	-1.457817	.4964273
D_RC_p619limfinexp	0	(omitted)				
D_RC_p701prodfin	.2986488	.2874634	1.04	0.299	-.2647692	.8620667
D_RC_p7051liq	.6421192	.2486822	2.58	0.010	.154711	1.129527
_cons	4.416535	1.489755	2.96	0.003	1.496669	7.336401

Anexo 12: Descripción, percepción de oportunidades y limitación de financiamiento para exportación

. tab D_CEnt_p23PercepOpor

percepción de oportunidad (nuevo negocio ante Covid-19)	Freq.	Percent	Cum.
no percibe oportunidad	6,013	99.83	99.83
percibe oportunidad	10	0.17	100.00
Total	6,023	100.00	

. tab D_RC_p619limfinexp

limitación de financiamiento para exportación	Freq.	Percent	Cum.
0	6,021	99.97	99.97
1	2	0.03	100.00
Total	6,023	100.00	

Anexo 13: Escenario 2, 16 Variables Independientes

Logistic regression Number of obs = 5,222
 LR chi2(19) = 1215.81
 Prob > chi2 = 0.0000
 Log likelihood = -398.79319 Pseudo R2 = 0.6039

Y_Exporta_Condicion	Odds Ratio	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	Coef.
D_CI_p30NivVentas Nivel alto de ventas	2.561212	.7171953	3.36	0.001	1.479417 4.43405	.9404806
D_CI_p27ExpCre Con expectativa de crecimiento	1.278718	.3101604	1.01	0.311	.7948967 2.05702	.2458577
D_CI_p44IID invierte en I+D	1.229967	.7607404	0.33	0.738	.3659497 4.133954	.2069874
D_CS_p50Itic tiene TIC	3.958878	4.079393	1.34	0.182	.5253619 29.83223	1.375961
D_CS_p504tic tiene plataforma mercado digital	.9872482	.30089	-0.04	0.966	.5432505 1.794124	-.0128338
D_CE_CONDUCTOR_SEXO Mujer	1.200936	.2922876	0.75	0.452	.7453358 1.935032	.1831016
D_CE_CONDUCTOR_EDAD	1.008637	.0093526	0.93	0.354	.9904722 1.027136	.0086003
D_CE_p34NivEdu nivel Primaria	-.5286716	.7557343	-0.45	0.656	.0320919 8.709152	-.6373879
nivel Secundaria	.2378549	.2507138	-1.36	0.173	.0301365 1.87729	-1.436094
nivel Superior	.4049504	.4136875	-0.88	0.376	.0546808 2.998947	-.9039906
nivel Post Grado	.3773755	.4023905	-0.91	0.361	.0466819 3.050694	-.9745145
D_RC_p304cap recibió capacitación por la Empresa	1.00954	.2445968	0.04	0.969	.6278987 1.623144	.0094944
D_RC_p307cap empresa recibió asistencia técnica	1.956237	.5038883	2.61	0.009	1.180779 3.240965	.6710228

D_RC_p7051liq	1.865952	.4565825	2.55	0.011	1.155098	3.014271	.6237716
si tuvieron problemas de liquidez							
D_RC_p420red	1.36279	.3124219	1.35	0.177	.8695399	2.135838	.3095341
usó red de promoción							
D_I_p442innov	.9845905	.5611309	-0.03	0.978	.3222144	3.008614	-.0155294
empresa desarrolló nuevos P/S/Procesos							
D_I_p110CapInnov	1.243531	.3287505	0.82	0.410	.7406712	2.087793	.2179546
tiene capacidad innovadora							
D_I_p108_109InnovSec	.905474	.2022359	-0.44	0.657	.5844694	1.402782	-.0992967
si creció la Competencia							
D_Ent_p106ModExp	.001275	.0003723	-22.82	0.000	.0007193	.0022599	-6.66484
expansión nacional	1.088301	1.678102	0.05	0.956	.0529958	22.34893	.0846178
_cons							

Note: _cons estimates baseline odds.

Anexo 14: Valores observados vs valores predichos

Logistic model for Y Exporta Condicion, goodness-of-fit test

(Table collapsed on quantiles of estimated probabilities)

```

number of observations =      5222
number of groups      =         10
Hosmer-Lemeshow chi2(8) =         7.09
Prob > chi2          =         0.5273

```

Anexo 15: Gráfico de Dispersión

