




The Internationalization of Textile SMEs in Lima (Perú): Analysis of the Main Challenges during the period 2019-2023




Farfán Juárez, Leslie Mayte¹ , Cruz Zavaleta, Christina Celeste¹ , Romi Rubi Zuñiga Abregu¹ 

¹Universidad Tecnológica del Perú, Lima - Perú, U20244209@utp.edu.pe, U20224837@utp.edu.pe, C23212@utp.edu.pe, C26350@utp.edu.pe

Abstract– International trade has gained significance, and while many SMEs aim to integrate into global markets, a large number fail due to a lack of competitiveness. These businesses often lack awareness of the challenges involved in the internationalization process. In this context, the objective was set to describe the main challenges faced by textile SMEs in Lima (Peru) during their internationalization process from 2019 to 2023. The research adopts a qualitative and descriptive approach, employing a nonexperimental design based on document analysis through data sheets, including the review of key documents such as theses, articles, and reports. Grounded theory was used to analyze data and establish relationships between relevant categories and subcategories. The results indicate that the challenges faced by textile SMEs in Lima during their internationalization (2019–2023) include external factors such as trade barriers, global competition, and unfavorable trade policies. Internally, key limitations are a lack of innovation, inefficient management, and limited adaptive capacity. In conclusion, the study highlights the need for gradual internationalization strategies, such as the Uppsala Model, and the use of digital tools like e-commerce to overcome these barriers. Additionally, it emphasizes the importance of inclusive policies, innovation, and efficient business management to strengthen the competitiveness and sustainability of these companies in global markets.

Keywords– Internationalization, Peruvian textile SMEs, Opportunities and challenges, Global market, Competitiveness, Economic and social development

La Internacionalización de las PyME Textiles en Lima (Perú): Análisis de los Principales Desafíos durante el periodo 2019-2023

Farfán Juárez, Leslie Mayte ¹, Cruz Zavaleta, Christina Celeste¹ , Romi Rubi Zuñiga Abregu¹ 

¹Universidad Tecnológica del Perú, Lima - Perú, U20244209@utp.edu.pe, U20224837@utp.edu.pe, C23212@utp.edu.pe, C26350@utp.edu.pe

Resumen– *El comercio internacional ha adquirido gran relevancia y, aunque muchas PyME aspiran a internacionalizarse, un gran número fracasa debido a la falta de competitividad y planificación estratégica. Este estudio tiene como objetivo describir los principales desafíos que enfrentaron las PyME textiles en Lima (Perú) durante su proceso de internacionalización en el periodo 2019–2023. Se empleó un enfoque cualitativo y descriptivo, con un diseño no experimental basado en análisis documental de tesis, artículos académicos e informes institucionales. El análisis, guiado por la teoría fundamentada, permitió identificar factores externos como barreras comerciales, competencia global y políticas restrictivas, así como factores internos como la gestión empresarial deficiente, la escasa innovación y la limitada capacidad de adaptación. El estudio resalta la importancia de adoptar estrategias graduales de internacionalización, como el modelo de Uppsala, y aprovechar herramientas digitales como el comercio electrónico para mejorar la competitividad y sostenibilidad en los mercados internacionales.*

Palabras clave– *Internacionalización, PyME textiles peruanas, Oportunidades y desafíos, Mercado global, Competitividad, Desarrollo económico y social.*

I. INTRODUCCIÓN

La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PyME) es un tema de creciente interés en el ámbito de los negocios internacionales, debido a su impacto en la competitividad y sostenibilidad económica global. En el sector textil peruano, las PyME enfrentan retos significativos, como la falta de acceso a financiamiento, barreras comerciales y escasez de innovación [1], lo cual limita su capacidad para competir en mercados internacionales, mientras buscan diversificar sus operaciones y adaptarse a un entorno global cada vez más exigente [2].

A nivel internacional, la globalización ha intensificado la competencia, mientras que, en el contexto peruano, las limitaciones económicas y normativas han generado obstáculos adicionales al desarrollo integral de las unidades de negocio textil [3]. En este sentido, las PyME en Perú a menudo carecen de información sobre las normativas comerciales y los comportamientos de consumo extranjero [4], lo que las coloca en desventaja frente a competidores más grandes y con mayores recursos [5]. En Perú, las PyME textiles representan un sector crucial para la economía local, generando empleo y contribuyendo al desarrollo económico [6]. No obstante, se presentan desafíos como la falta de

innovación, el acceso limitado a tecnologías avanzadas y la ausencia de estrategias digitales efectivas dificultan su crecimiento en los mercados internacionales [7]. Reafirmando que la falta de conocimiento sobre mercados extranjeros y la incapacidad para superar barreras arancelarias y regulatorias agravan su vulnerabilidad [2].

En el plano regional, las PyME latinoamericanas comparten características similares [8], como su limitada capacidad de inversión y su baja participación en procesos de la innovación tecnológica, restringe su potencial competitivo en un entorno globalizado [1].

Por otro lado, países como Perú y Colombia carecen de un factor importante: la asociatividad, lo que les impide asumir mayores riesgos para la internacionalización [9]. Por lo tanto, los desafíos que enfrentan las empresas textiles peruanas incluyen encontrar asociatividad para ser competitivas y asumir mayores riesgos en los mercados externos. De acuerdo con los desafíos que debe enfrentar, es esencial gestionar recursos para tener capacidad exportadora, ser más competitiva y sobrevivir a un proceso a gran escala [10], además de continuar abasteciendo el mercado de origen y establecer presencia en el mercado externo [11]. Asimismo, desde una perspectiva basada en la teoría de recursos, la internacionalización debe sustentarse en recursos y su acumulación (canales directos e indirectos) para desarrollar la capacidad exportadora [12].

Este estudio es relevante porque contribuye a identificar soluciones que promueven la sostenibilidad y la competitividad de las PyME textiles peruanas. Este análisis tiene implicaciones no solo económicas [2], sino también sociales, ya que el fortalecimiento de estas empresas puede generar empleo de calidad y mejorar la calidad de vida en las comunidades locales [13]. Asimismo, al identificar los factores que limitan y potencian la internacionalización, este estudio puede orientar tanto a emprendedores como a formuladores de políticas públicas en la adopción de estrategias más efectivas [14].

Desde el punto de vista teórico, esta investigación se fundamenta en el Modelo de Uppsala, que explica la internacionalización como un proceso incremental basado en la acumulación de experiencia y aprendizaje [15]. Este enfoque es particularmente relevante para las PyME, al destacar la importancia de avanzar gradualmente hacia mercados internacionales, minimizando riesgos y

aprovechando oportunidades estratégicas [16]. Asimismo, estudios recientes han destacado la importancia del comercio electrónico en las tecnologías digitales como herramientas clave para superar barreras de entrada y optimizar operaciones internacionales [17]. Finalmente, investigaciones previas también resaltan que las asociaciones estratégicas y el uso de redes de colaboración que son fundamentales para fortalecer la capacidad exportadora de las PyME. como las investigaciones de la asociatividad las cuales pueden mejorar significativamente la competitividad [18], de estas empresas, permitiéndoles acceder a recursos y mercados que serán inaccesibles de forma individual [19]. En este contexto, la exploración de estrategias innovadoras y la comprensión de las dinámicas internas y externas que enfrentan las PyME textiles peruanas se tornan indispensables para fomentar su crecimiento y sostenibilidad en los mercados internacionales [20].

Con base en lo anterior, se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las PyME textiles en Lima (Perú), en un proceso de internacionalización durante el periodo 2019-2023? Que tiene como objetivo general describir los principales desafíos que han enfrentado las PyME textiles en Lima (Perú), en su proceso de internacionalización durante el periodo 2019-2023. Para alcanzar este objetivo, es necesario analizar los factores externos, como las condiciones del mercado internacional y las políticas comerciales, que obstaculizan su internacionalización, así como los factores internos, como la gestión empresarial y la capacidad de innovación, que limitan su expansión internacional. Este estudio es relevante para identificar soluciones que mejoren la competitividad y sostenibilidad de las PyME textiles. Además, puede orientar a empresarios y formuladores de políticas públicas a adoptar estrategias más efectivas

II. METODOLOGÍA

Este estudio, basado en la teoría crítica y un enfoque cualitativo, analiza los procesos de internacionalización y los desafíos de las PyME textiles mediante la revisión de documentos científicos y académicos [21][22]. Con un enfoque descriptivo, se identifican las características de estos desafíos. El diseño es no experimental y utiliza el análisis documental con fichas documentales para recopilar datos, extrayendo información de fuentes verificables que apoyen el estudio [22].

En la presente table se muestra un resumen de toda la investigación científica.

TABLA I
DOCUMENTOS ENCONTRADOS SEGÚN LA BUSQUEDA.

Tipo de documentos	Cantidad	Descripción
Plan Estratégico Nacional Exportador	1	Documento que permitirá a las empresas peruanas internacionalizarse progresivamente.

Tesis	20	Documentos presentados en repositorios de Universidades nacionales e internacionales.
Artículos	16	Documentos de revistas indexadas como Scopus, Scielo, redalyc y documentos de revistas nacionales como Alicia.
Informe del Estudio de Investigación Sectorial: Sector Textil y Confecciones.	1	Documento considerado relevante para el desarrollo de la economía peruana.
Total	38	Documentos seleccionados para análisis

Nota: Elaboración propia.

La técnica utilizada en este estudio fue el análisis documental, que consiste en la lectura de documentos impresos o no impresos, utilizando fichas documentales para recopilar información clave [22]. La recolección de datos se realizó tomando información de artículos, tesis a partir de revistas indexadas y repositorios nacionales e internacionales. La búsqueda se centró en fuentes de 2019 a 2024, usando palabras clave en español e inglés en plataformas como Scopus, Scielo, Redalyc y Alicia. El núcleo temático del estudio se enfocó en los desafíos de las PyME textiles en Lima, categorizando factores internos y externos, así como los enfoques de internacionalización [22].

El escenario de investigación se centró en el sector textil de Lima, compuesto por 7496 PyME, clave para la economía nacional [23]. El análisis se dirigió a un grupo de participantes seleccionados para profundizar en los resultados y proponer nuevas bases para alcanzar los objetivos [24]. El análisis de datos se basó en la teoría fundamentada, que establece relaciones entre categorías y subcategorías para generar resultados conceptuales [22]. Las fuentes primarias, como documentos, fueron esenciales para el estudio, considerado como una población para el análisis [25].

III. RESULTADOS

Ante la búsqueda de información El equipo encontró 38 estudios iniciales, de los cuales se seleccionaron 16 y se descartaron 22 por no cumplir los criterios establecidos. La información de los documentos elegidos se organizó en categorías y subcategorías para guiar al departamento de análisis en la búsqueda de evidencias.

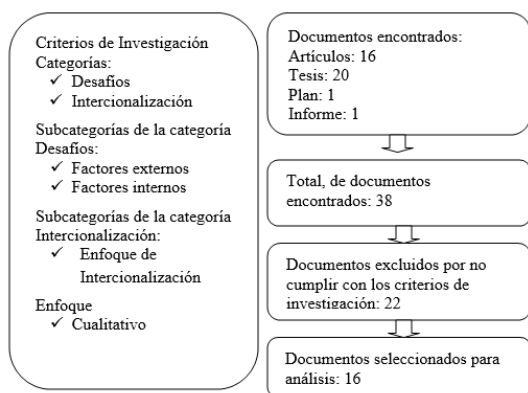


Fig. 1 Diagrama de flujo en base al proceso de búsqueda de documentos.

A. Análisis del objetivo general

Para cumplir los principales desafíos que enfrentan las PyME textiles en Lima (Perú), en su proceso de internacionalización entre 2019 y 2023, los estudios se han estructurado en las categorías de Desafíos e Internacionalización, que incluyen factores externos e internos que afectan el proceso de expansión internacional. A continuación, se presenta la información en la que se detalla los temas revisados.

TABLA II

RESULTADOS POR CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS

Categoría y subcategorías		Documentos				
		Informe	Plan	Tesis	Artículos	Total
Categoría	Desafíos Internacionalización	1	1	7	7	16
Subcategoría de Desafíos	Factores Externos	1	3	4	6	14
	Factores Internos	1	2	3	5	11
Subcategoría de Internacionalización	Internacionalización	0	1	2	2	5

Nota: Elaboración propia.

En la tabla II, se muestra que la categoría en “desafíos e Internacionalización” registra el mayor volumen documental con un total de 16 publicaciones, distribuidas en 1 informe, 1 plan, 7 tesis y 7 artículos académicos. En la subcategoría “Factores Externos” se contabilizan 14 documentos, compuestos por 1 informe, 3 planes, 4 tesis y 6 artículos. La subcategoría “Factores Internos” presenta 11 documentos en total, con 1 informe, 2 planes, 3 tesis y 5 artículos. Finalmente, la subcategoría específica de “Internacionalización” muestra la menor frecuencia documental con 5 registros, distribuidos en 0 informes, 1 plan, 2 tesis y 2 artículos.

El análisis documental reveló importantes hallazgos en dos categorías principales. En la categoría de Desafíos, se analizaron 16 documentos que incluían informes, planes, tesis y artículos, donde la subcategoría de Factores Externos tuvo la mayor relevancia al examinar barreras comerciales,

competencia global y políticas comerciales. Particularmente, las barreras comerciales se destacaron como el principal obstáculo para la internacionalización de las PyME textiles peruanas, respaldado por 6 documentos diversos.

En cuanto a la segunda subcategoría, se estudiaron 21 documentos enfocados en factores internos e internacionalización. De estos, 14 documentos tienen aportes de factores externos, 6 documentos de barreras comerciales, 5 de competencia global y políticas comerciales, a comparación de 14 documentos que se centraron en factores internos, destacando la capacidad de adaptación y la gestión empresarial con 5 documentos cada uno, mientras que la innovación fue abordada en 3 documentos. Los 7 documentos restantes se enfocaron en la internacionalización, principalmente en la adaptación de productos y formación de alianzas estratégicas, incluyendo también el enfoque ecléctico como estrategia de adaptación para las PyME.

En la siguiente tabla se evidencia las categorías y subcategorías revisadas en la presente investigación.

TABLA III
RESULTADOS POR CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS Y
CRITERIOS

Categoría y subcategorías		Documentos				
		Informe	Plan	Tesis	Artículos	Total
Categoría	Desafíos Internacionalización	1	1	7	7	16
Subcategoría de Desafíos	Factores Externos	1	3	4	6	14
	Barreras comerciales	1	1	2	2	6
	Competencia global	0	1	2	2	5
	Políticas comerciales	0	1	1	3	5
	Factores Internos	1	2	3	5	11
	Capacidad de adaptación	1	1	2	1	5
	Gestión empresarial	0	1	1	3	5
	Innovación	0	0	1	2	3
	Internacionalización	0	1	2	2	7
Subcategoría de Internacionalización	Enfoque de internacionalización	0	1	2	2	5
	Aproximación ecléctica	0	0	1	1	2

Nota: Elaboración propia.

La Tabla III evidencia que los factores externos (14 documentos), particularmente las barreras comerciales (6 documentos), constituyen el principal desafío para las PyME textiles, superando en atención a los factores internos (11

documentos) como gestión empresarial (5 documentos) e innovación (3 documentos). En cuanto a estrategias de internacionalización, predominan los estudios sobre enfoques tradicionales (5 documentos) frente a aproximaciones eclécticas (2 documentos), revelando una brecha investigativa en soluciones innovadoras para este sector.

De acuerdo al análisis documental, los principales retos que enfrentan las PyME textiles de Lima para su internacionalización son los factores externos, especialmente las barreras comerciales y la competencia global. A nivel interno, la capacidad de adaptación y la gestión empresarial como elementos fundamentales se destaca para mejorar su competitividad internacional. El estudio también revela que adoptar un enfoque ecléctico y estrategias de adaptación específicas facilita el acceso a mercados extranjeros, siendo esencial mantener una gestión flexible que responda efectivamente al entorno global.

B. Factores Externos

En la presente tabla se detallan los criterios analizados de los Factores externos para la internacionalización del sector textil.

TABLA IV
RESULTADOS DE FACTORES EXTERNOS

Subcategorías	Criterios	Documentos				
		Informe	Plan	Tesis	Artículos	Total
Factores Externos	Barreras comerciales	1	1	2	2	6
	Competencia global	0	1	2	2	5
	Políticas comerciales	0	1	1	3	5

Nota: Elaboración propia.

En la Tabla IV, correspondiente a los factores externos, se observa que la subcategoría de "Barreras comerciales" registra 6 publicaciones en total, distribuidas en 1 informe, 1 plan, 2 tesis y 2 artículos académicos. Las subcategorías de "Competencia global" y "Políticas comerciales" presentan igual frecuencia con 5 documentos cada una: la primera compuesta por 0 informes, 1 plan, 2 tesis y 2 artículos; mientras que la segunda contiene 1 plan, 1 tesis y 3 artículos.

Consecutivamente, se muestra la subcategoría factores externos muestra que las barreras comerciales y la competencia global constituyen obstáculos significativos para la internacionalización de las s textiles de Lima. En la subcategoría de barreras comerciales, los documentos revisados destacan la incidencia de aranceles, restricciones y aranceles, indicando cómo estos limitan la capacidad de las empresas para acceder competitivamente a los mercados internacionales. Con un total de 6 documentos (1 informe, 1 plan, 2 tesis y 2 artículos), esta subcategoría destaca la necesidad de políticas que faciliten el comercio exterior y reduzcan las barreras arancelarias.

De esta manera, las PyME textiles peruanas enfrentan barreras significativas para su internacionalización, entre las

que destacan las comerciales, la competencia global y las políticas comerciales.

Como primer desafío, las barreras comerciales, los aranceles y las restricciones normativas elevan los costos de exportación, afectando la competitividad frente a productos extranjeros más accesibles y con mejores estándares de calidad [24]. Estas políticas restrictivas y las fluctuaciones económicas en los mercados internacionales dificultan aún más la expansión [28]. En este contexto, el modelo de Uppsala sugiere superar estas barreras de manera gradual mediante la adaptación y la acumulación de experiencia [7]. Por ello, es fundamental diversificar los mercados y fomentar acuerdos bilaterales, mientras que la teoría de los recursos destaca el aprovechamiento interno de capacidades y el cumplimiento normativo como estrategias clave para contrarrestar estas limitaciones [5].

En cuanto a la competencia global, las PyME se enfrentan a empresas multinacionales que cuentan con mayores recursos, tecnologías avanzadas y marcas consolidadas [24]. Esto genera la necesidad de diferenciarse para competir en mercados internacionales [28]. Asimismo, la falta de economías de escala [13] y de redes internacionales [7] constituye una desventaja adicional. Sin embargo, el comercio electrónico se presenta como una herramienta crucial para mitigar estas limitaciones, mientras que la innovación y la adaptación resultan esenciales para enfrentar las exigencias de la globalización [27].

Por último, las políticas comerciales vigentes no se ajustan adecuadamente a las necesidades de las PyME textiles, lo que dificulta su internacionalización [24]. Aunque los acuerdos comerciales con mercados como la Unión Europea ofrecen oportunidades [7], las políticas proteccionistas de otros países obligan a diversificar los mercados. En esa misma línea, las políticas en Perú no consideran las particularidades de las PyME artesanales, como las de Gamarra, lo que limita su expansión internacional [17].

C. Factores internos

En la presente tabla se detallan los criterios analizados de los Factores internos para la internacionalización del sector textil.

TABLA V
RESULTADOS DE FACTORES INTERNOS

Subcategorías	Criterios	Documentos				
		Informe	Plan	Tesis	Artículos	Total
Factores Internos	Capacidad de Adaptación	1	1	2	1	5
	Gestión Empresarial	0	1	2	2	5
	Innovación	0	0	1	2	3

Nota: Elaboración propia.

En la tabla V, se muestra las subcategorías de "Capacidad de Adaptación" y "Gestión Empresarial" presentan idéntica

frecuencia documental (5 registros cada una). La primera se compone de 1 informe, 1 plan, 2 tesis y 1 artículo, mientras que la segunda registra 0 informes, 1 plan, 2 tesis y 2 artículos. Por su parte, la subcategoría "Innovación" muestra la menor representación con solo 3 documentos (0 informes, 0 planes, 1 tesis y 2 artículos).

De acuerdo a los resultados obtenidos, las PyME textiles peruanas enfrentan diversas barreras internas que condicionan su expansión internacional. Entre estos factores, la gestión empresarial y la innovación se destacan como elementos cruciales, complementados por el acceso al financiamiento – como el proporcionado por Reactiva-Perú, el cual permite mantener operaciones y crecer, evidenciando la relación entre financiamiento y crecimiento económico. Esto resalta la necesidad de gestionar eficientemente los recursos para expandirse en el ámbito internacional [30][12].

La capacidad de adaptación se presenta como una herramienta estratégica para afrontar los retos internacionales. En este sentido, la innovación en productos y procesos mejora la resiliencia empresarial, subrayando la importancia de ajustar las estrategias a las condiciones del mercado [16][24]. Además, la adaptación facilita la diversificación de mercados [7], mientras que el comercio electrónico se erige como una herramienta clave para responder ágilmente a las demandas globales y fortalecer la posición competitiva de las empresas [17].

En cuanto a la gestión empresarial, se identifican retos significativos para competir en el mercado internacional. Fortalecer las capacidades gerenciales y adoptar tecnologías resulta esencial [24][16], aunque la falta de conocimientos en gestión limita la expansión [7]. Por ello, la combinación de una mejora en la gestión empresarial con la adopción de herramientas tecnológicas –como el comercio electrónico– se configura como un paso fundamental para superar estas barreras internas [13][27].

La innovación emerge además como un factor determinante para la competitividad internacional. La incorporación de procesos tecnológicos fortalece la posición de las empresas en mercados extranjeros [24][16]; Sin embargo, la carencia de innovación constituye una barrera significativa [7]. En este contexto, el comercio electrónico se posiciona como una estrategia clave para mejorar la sostenibilidad y la competitividad en el ámbito internacional [13][17].

Respecto al enfoque de internacionalización, el Modelo de Uppsala describe un avance gradual en la acumulación de experiencia y recursos antes de ingresar a mercados internacionales. No obstante, las barreras comerciales dificultan este proceso [28], lo que ha llevado a recomendar la diversificación de mercados como estrategia para superar dichas limitaciones y desarrollar capacidades internas [7].

Finalmente, desde la perspectiva de la Aproximación Ecléctica se observa que las PyME textiles peruanas enfrentan limitaciones en términos de ventajas de propiedad, localización e internalización. La ausencia de marcas globales y redes de distribución impacta negativamente su

competitividad [17]. En este sentido, el comercio electrónico surge como una solución para optimizar procesos y aprovechar oportunidades globales [27], mientras que la calidad e innovación en los productos se consolidan como elementos esenciales para fortalecer dichas ventajas y competir competitivamente en el mercado internacional [13].

IV. CONCLUSIONES

Entre 2019 y 2023, las PyME textiles en Lima enfrentaron múltiples barreras para su internacionalización, siendo las principales los altos costos de exportación, aranceles elevados y regulaciones restrictivas. Estas dificultades, sumadas a la competencia con grandes empresas multinacionales, han limitado su acceso a los mercados internacionales. La presencia de estas multinacionales, con mayores recursos y economías de escala, intensifica la competencia, dificultando aún más el establecimiento de las empresas en el mercado global. Estos factores refuerzan la necesidad de adoptar un enfoque gradual para la internacionalización, como lo sugiere el Modelo Uppsala, que promueve la acumulación progresiva de experiencia y recursos para superar las barreras externas y construir una posición sólida y competitiva en los mercados internacionales.

A nivel interno, las empresas textiles se enfrentan a retos adicionales, entre los que destacan la falta de una gestión empresarial eficiente y la escasa adopción de innovaciones; estas limitaciones reducen su capacidad de adaptarse rápidamente a las demandas y cambios del mercado global. Además, las estrategias de diferenciación, centradas en la calidad y la innovación, son fundamentales para mejorar la competitividad y garantizar la sostenibilidad en los mercados internacionales, ya que permiten añadir valor a sus productos y adaptarlos a las preferencias de los consumidores globales.

AGRADECIMIENTO/RECONOCIMIENTO

Los autores desean expresar su más sincero agradecimiento a sus familias, quienes han sido una fuente constante de apoyo y motivación durante todo el proceso de investigación. Su paciencia, comprensión y aliento han sido fundamentales para la dedicación y realización del presente trabajo.

Asimismo, manifiestan su profundo agradecimiento a su amigo Elmer López, quien ha sido un valioso colaborador y asesor en momentos clave de esta investigación. Su experiencia, sabiduría y generosidad han sido de gran valor.

Del mismo modo, extienden su agradecimiento a todos los asesores de la institución educativa, quienes han contribuido de alguna manera a este trabajo, ya sea a través de su tiempo, conocimientos o recursos.

REFERENCIAS

- [1] Hoyos-Villa, O. (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso. *Entramado*, 15 (2), 78-103. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.5597>.

- [2] Ministerio de Producción (2022), Estudio de Investigación Sectorial: SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES 2020. 1ª edición. Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos. N° 060 - Urb. Córpac - San Isidro, Lima, Perú.
- [3] Matute-Celi, V., Viñanaca-Eras, X., & Capa-Tejedor, M. (2023). El e-commerce B2C como estrategia de internacionalización de las PyME enfocadas en el sector textil. 593 Digital Publisher CEIT, 8(3), 428-439. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1719>.
- [4] Estrada Fernandez, A. M. (2023). Determinantes de la Internacionalización de PyME peruanas. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://doi.org/10.19083/TESIS/673207>.
- [5] Pineda Ramirez, E. J. (2019). La asociatividad y la internacionalización de las PyME del sector textil de la Asociación Cámara de Comercio de Gamarra, 2018.
- [6] Demuner-Flores, MDR, Saavedra-García, ML, & Cortes Castillo, MD (2022). Rendimiento Empresarial, Resiliencia e Innovación en PYME. Investigación Administrativa, 51 (130), 1-49. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456071633003>.
- [7] López Rizzo, H., & Pinot de Villechenon, F. (2020). La Internacionalización de las PyME Latinoamericanas y sus barreras: la aplicación del modelo de los tres cercos. Management International, 24(2), 166-181. <https://doi.org/10.7202/1072649AR>.
- [8] Cier Sialer, A. (2022). La baja competitividad de las PyME textiles locales de confección a causa del ingreso de las empresas de “Fast Fashion” en Lima. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/11281>
- [9] Zevallos Enriquez, M. E. (2020). Factores determinantes en la internacionalización empresarial según los enfoques Uppsala y de recursos: una revisión de casos en PyME de Perú, Colombia y España. Universidad Nacional Del Altiplano. <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/14936>
- [10] Huancahuari Cardenas, S. R. (2019). La contribución de la Ruta Exportadora a las PyME textiles exportadoras de Lima Metropolitana en su camino a la internacionalización. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://doi.org/10.19083/TESIS/626292>
- [11] González Márquez, J. L., Alcívar Villacreses, D. E., Briones Narváez, P. G., & Pareja Acosta, M. I. (2019). Estrategias de intercomercialización de las MiPyME en el sector textil. Observatorio de La Economía Latinoamericana, junio.
- [12] Arrieta San Miguel, A. W. (2019). Las estrategias competitivas internacionales y el desarrollo potencial de las PyME del sector textil, Lima 2019. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/640035>
- [13] Chávez Castillo, L. A. (2023). Factores estratégicos para la internacionalización de las MYPES artesanales inscritas en el MINCETUR del distrito de Catacaos – Piura, 2023. [Tesis de pregrado - Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/136555>
- [14] Bardales Obando, E. A. (2019). Factores que influyen en la internacionalización en PyME de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://doi.org/10.19083/TESIS/626296>
- [15] Rave-Gómez, E. D., Moreno Hernandez, J. E., & Pérez Castañeda, S. S. (2023). Diseño y validación de instrumentos para la internacionalización de PyME, a partir del modelo Uppsala y las capacidades dinámicas. Economía & Negocios, 5(1), 175-193. <https://doi.org/10.33326/27086062.2023.1.1539>
- [16] Das Neves Fialho, S., & Simeone Gomes, J. (2021). Los impactos del proceso de internacionalización en el sistema de control de gestión: el caso de la empresa Localiza. Contabilidad Y Negocios, 16(31), 25-41. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.202101.002>
- [17] Carrasco Curay, N. Y., & Chávez Alvarez, J. E. (2022). E-commerce y exportación de mypes textiles en Gamarra, La Victoria 2022. [Tesis de pregrado - Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/103077>
- [18] Ángeles Velayosa, L., & Chaupis Huachopoma, L. P. (2020). Influencia de la inversión tecnológica en la productividad, competitividad y exportación de empresas textiles peruanas. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/109806>.
- [19] Santana Guerra, D. M., Malca Sotelo, H. O., & Sanchez Taibe, L. (2023). Relación de la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de confecciones y prendas de vestir de alpaca, región Junín, 2022. Universidad Continental. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/13468>
- [20] Zapana Vila, D. I. (2021). Estrategias competitivas para la internacionalización de las Mypes textiles del conglomerado comercial de Gamarra, 2021. Repositorio Académico USMP. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/8608>.
- [21] Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Editorial Mc Graw Hill Education. Ciudad de México, México. ISBN: 978-1-4562-6096-5.
- [22] Arias, J. (2021). Diseño y metodología de investigación. Enfoques Consulting EIRL. Arias-Covinos-Diseno_y_metodologia_de_la_investigacion.
- [23] Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis (5a ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- [24] Ministerio de Producción (2022), Estudio de Investigación Sectorial: SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES 2020. 1ª edición. Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos. N° 060 - Urb. Córpac - San Isidro, Lima, Perú.
- [25] Strauss, A. y Corbin, J. (2016). Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. (U. d. Antioquia, Ed.) <https://books.google.co.ve/books?id=0JPGDwAAQBAJ&newbks=1&newbk>
- [26] Vara-Horma, A. (2012). Desde la Idea hasta la sustentación: siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales. Edition N°3, Universidad de San Martín de Porres. Doi. 10.13140/RG.2.1.2238.4080.
- [27] Castro Escobedo, I. J., & Chuquillanqui Flores, S. A. (2021). Análisis de los principales factores que influyen en la decisión de incorporar el e-commerce en las MYPES del sector textil-confecciones en Lima Metropolitana en la actualidad. [tesis de pregrado - Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de Tesis PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/19308>
- [28] Rodríguez, R., & Aviles, V. (2020). Las PyME en Ecuador. Un análisis necesario. 593 Digital Publisher CEIT, 5(5-1), 191-200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- [29] Mendoza Junchaya, P. Vidal Velazco, A. (2024). Análisis de los factores y variables de crecimiento-supervivencia empresarial de un grupo de mypes del subsector restaurantes en el marco del programa Reactiva Perú en Lima en el período 2020 – 2021. [Tesis de pregrado - Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de Tesis PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/27388>
- [30] Novoa Elescano, R. (2024). Fuentes de financiamiento y su relación con el crecimiento económico de las PyME en Iquitos, año 2023. [Tesis de posgrado - Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio de UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/673743>