

**INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS TEXTILES Y
CONFECCIONES DE AREQUIPA Y EL IMPACTO EN SU DESARROLLO**

*INTERNATIONALIZATION OF THE TEXTILE AND TAILORING
COMPANIES OF AREQUIPA AND THE IMPACT ON THEIR DEVELOPMENT*

JULIO ALBERTO HENINGS OTOYA*

ROHEL SÁNCHEZ SÁNCHEZ**

Docente Asociado de la Facultad de Ciencias Contables

Universidad Nacional Mayor de San Marcos-UNMSM / Lima-Perú

[Recepción: Setiembre de 2012/ Conformidad: Octubre de 2012]



RESUMEN

La investigación busca determinar si los procesos de internacionalización seguidos en los últimos años por las empresas de textiles y confecciones de la región de Arequipa en el Perú, han impactado favorablemente en su desarrollo, permitiéndoles mejoras en su nivel competitivo y su sostenibilidad económica. Los resultados obtenidos de la muestra, permiten afirmar el efecto benéfico en el desarrollo de dichas organizaciones al enfocar parte de su actuación en los mercados internacionales, posibilitando que la adaptación a estándares de mayor exigencia propicie incrementales volúmenes de ventas, se generen ventajas competitivas en distintas áreas y se mejore la organización privilegiando su “nuevo saber”. Al potenciarse estos factores en un círculo virtuoso, las empresas adquieren un creciente nivel competitivo y refuerzan su sostenibilidad en el tiempo. La investigación es descriptiva, longitudinal, documental y explicativa, en la que se revisaron estadísticas, informes de las empresas seleccionadas, así como reportes periodísticos vinculados al tema. También, con el propósito de reforzar conocimientos y obtener mayores evidencias, se observó in situ a las empresas, y se encuestó a sus directivos y principales clientes.

Palabras claves: Empresas de textiles y confecciones, desarrollo empresarial, internacionalización, ventajas competitivas

ABSTRACT

The investigation seeks to determine whether the internationalization processes followed in recent years by the textile and tailoring companies in the region of Arequipa in Peru, have impacted positively on their development, enabling improvements in competitive and economic sustainability. The results of the sample, permit to affirm a beneficial effect over the development of such organizations when they focus part of their performance in international markets, allowing that the adaptation to more demanding standards promotes incremental sales volumes, generate competitive advantages in different areas and improve the organization favoring their “new knowledge”.

When these factors are empowered in a virtuous circle, the companies are gaining an increasing competitive level and reinforce its sustainability over the time. The research is descriptive, longitudinal, explanatory and documentary, and in this were revised statistics, reports of the selected companies, and media reports related to the topic. Also, in order to enhance knowledge and gain further evidence was observed in situ companies and their executives and major customers were surveyed.

Keywords: Textile and tailoring companies, Business development, internationalization, competitive advantages.

* Doctor en Administración, Máster en Negocios Internacionales y Contador Público Colegiado Certificado.
E mail: jhenings@speedy.com.pe

** Doctor en Ciencias Empresariales y Contador Público Colegiado Certificado Director de la Carrera Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad de La Salle de Arequipa.

INTRODUCCIÓN

Ante el avance sostenido de las exportaciones de los productos “no tradicionales” peruanos a distintos mercados, y particularmente del rubro de confecciones y textiles con fibra de alpaca, cuyos productos vienen ganando merecido reconocimiento internacional, se consideró importante establecer si dicho éxito alcanzado por las empresas del sector, fruto de mejoras internas y cambios para adecuarse a los mercados internacionales, había marcado el camino para el desarrollo sostenible de dichas unidades empresariales, lo cual de resultar afirmativo, podría tomarse como guía para el desarrollo de otras empresas del país. Al respecto, partiendo del conocimiento que la fuente productiva de los bienes hechos con fibra de alpaca procede mayormente de la zona arequipeña, se focalizó la investigación en el objetivo de: “determinar si los procesos de internacionalización seguidos por las empresas de textiles y confecciones de la región de Arequipa en el Perú durante los últimos años, habían favorecido su desarrollo empresarial, permitiéndoles mejoras en su nivel competitivo y la sostenibilidad económica en el tiempo”.

Para el fin anterior, se estudiaron los resultados producidos en los factores claves indicativos de desarrollo empresarial, definidas como: el crecimiento de mercado, el desarrollo de ventajas competitivas y las mejoras organizativas y de personal, de las dos empresas claves de Arequipa: Michell y Cía. S.A., Inca Top S.A., considerando que entre ambas superan el 98% de las exportaciones de confecciones y textiles de dicha región.

Teniendo la investigación un carácter descriptivo y explicativo, necesariamente se requirió revisar estadísticas, datos e informes relacionados a las empresas de textiles y confecciones, así como antecedentes biblio-

gráficos vinculadas al tema. También, con el propósito de reforzar el conocimiento objeto de estudio y obtener mayores evidencias ante el objetivo planteado, se observó in situ a las empresas seleccionadas y se aplicaron encuestas a 15 directivos de primer nivel (Gerentes) de ambas organizaciones, y en referencia a la percepción del mercado, se trabajó con 25 de sus compradores principales (incluyendo a 5 clientes extranjeros).

1. LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE CONFECCIONES A NIVEL NACIONAL

1.1 Sector textil a nivel nacional

El sector textil peruano se encuentra fuertemente concentrado en determinadas áreas geográficas del país y en algunos casos, en los alrededores de las zonas productoras de materia prima. Para el periodo 2011 dichas exportaciones ascienden a US\$ 1 991 millones con una variación porcentual respecto al 2010 de 28%.

Exportaciones por sectores económicos Perú

Valor FOB en millones de US\$

SECTORES	2010	2011	2012
I-TRADICIONAL	27850,34	35515,05	27,52%
II-NO TRADICIONAL	7712,93	10191,9	31,14%
TEXTIL	1560,67	1991,18	27,58%
Otros no tradicionales	6152,26	8200,71	1009,45%
III- OTROS	244,18	294,03	20,42%

Fuente: Sunat

Elaboración: Propia

1.2 Sector textil a nivel Arequipa

En lo concerniente al sector textil, las exportaciones de la Región Arequipa ascienden a US\$ 91 millones representando el 5% del total de exportaciones nacionales en dicho rubro.

2. DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS EMPRESAS TEXTILES Y DE CONFECCIONES

2.1 Crecimiento de mercado

Las dos empresas textiles estudiadas de Arequipa: Michell e Inca Tops, exportan prendas, hilados y tejido plano a Europa, Estados Unidos y algunos países sudamericanos. Se estima que el sector seguirá creciendo en 10% de forma anual, ello motivado por la alta calidad de producción. Sus unidades productivas ocupan un lugar de privilegio no sólo en el país, sino a nivel internacional, siendo consideradas las dos fábricas textiles de fibras de camélidos más grandes del mundo, ambas han sabido ingresar en diversos mercados, introduciendo y posicionando productos de vestir, hilados y tejidos planos; los cuales son cotizados por la alta calidad que poseen y por utilizar insumos finos y delicados, como son la alpaca, vicuña y otros.

De las exportaciones de estas dos empresas, aproximadamente el 30% son prendas de vestir, el 40% corresponde a hilados, en tanto que el resto son tejido plano, tales como telas para confección. Sus principales mercados de exportación son los países europeos, prioritariamente Italia y Francia, cunas del diseño y la moda, sin dejar de mencionar que también tienen una presencia considerable en Japón, Corea del Sur y también, en varios países de Latinoamérica.

De otro lado, si bien es cierto que estas empresas tienen un buen posicionamiento a nivel mundial, no puede olvidarse que el sector textil es una de las actividades económicas más importantes de Arequipa, tal es así que a la par de estas dos industria emblemáticas, existen entre 800 y 900 micro y pequeñas empresas formalizadas que hacen lo suyo en la fabricación de prendas e insumos en fibra de camélidos, de las cuales 60 ya tienen presencia -aunque mínima- en mercados internacionales.

PERÚ: EXPORTACION DEFINITIVA 2008-2011								
Exportaciones Arequipa por país destino								
(Valor FOB en millones de US \$)								
	EXPORTADORAS - AREQUIPA				TOTAL PAIS DESTINO (*)			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
	MICHELL Y CIA							
PAIS DESTINO	7565,17	6180,52	7712,93	10191,00	7565,2	6180,5	7712,00	10191,00
China	8,16	9,09	12,15	11,12	209,89	181,97	258,06	332,32
Italia	8,23	8,15	8,85	13,59	136,00	104,43	126,05	187,36
Reino Unido			3,39	3,66			145,48	170,20
Japón	1,94	1,56	1,80	2,07	94,12	71,91	88,64	133,90
Corea del Sur			1,62	3,28			46,50	93,27
Hong Kong			1,50	2,60			57,85	81,39
Dinamarca			1,18	1,02			41,44	42,26
Otros destinos(**)	19,25	19,12	17,74	19,85				
Total Michell	35,58	36,92	48,22	57,89				
	INCA TOPS							
					TOTAL PAIS DESTINO			
Italia	5,55	3,29	4,13	10,57	136,00	104,43	126,05	187,36
Tailandia				0,54			41,28	41,06
Otros destinos(**)	12,62	15,47	17,17	21,34				
Total IncaTops	18,17	18,76	21,30	32,45				
	OTROS							
CONSOLIDADO	1,08	1,11	1,39	1,81				
TOTAL AREQUIPA	54,83	58,79	70,91	92,25				
TOTAL PERÚ	2,026,00	1,495,00	1,561,00	1,891,00				

(*) Muestra el Valor FOB total de las exportaciones nacionales hacia país destino.

(**) Representa el Valor FOB de exportaciones a países destino.

Fuente: SUNAT.

Elaboración: Propia

2.2 Desarrollo de ventajas competitivas

2.2.1 Generales (de la región):

Con el apoyo de la cooperación internacional, el Gobierno Regional de Arequipa y el Ministerio de la Producción, se han desarrollado varios proyectos importantes que ha permitido mejorar los materiales empleados para sus confecciones, convirtiéndose dichas ventajas comparativas en ventajas competitivas muy apreciadas. Mencionaremos los casos relevantes:

Periodos	Proyecto o descripción	Ventajas competitivas
1987 hasta 2007	El Programa de Mejoramiento Genético	Mejoramiento de los rebaños de alpacas y llamas. Se utilizó una estrategia de empadre controlado a partir de criterios de selección de machos y hembras portadores de características físicas diferenciadoras para su comercio como la finura, densidad, uniformidad y color de la fibra o la conformación del animal.
2008 hasta marzo 2010.	CAMELTEC	Generar cambios a nivel de efectos e impactos en ámbitos económicos, sociales y políticos de las comunidades locales, a través del desarrollo de capacidades, la transferencia tecnológica y el apoyo a la gestión organizativa e institucional.
2008-2010	Continuación del Mejoramiento genético	Herramienta económica, eficiente y coherente con el tipo de manejo de los criadores. Consiste en identificar (con aretes numerados) a las alpacas hembras que reúnen las condiciones para iniciar procesos de mejora genética, es decir, aquellas que portan características genéticas comercialmente importantes como el color entero, finura de fibra, cobertura y uniformidad de vellón. En el mismo procedimiento, los animales manchados o con defectos congénitos son separados de los rebaños.
2008-2010	Certificación orgánica	Para identificar los productos que en su cultivo o elaboración han seguido la Norma Orgánica Internacional, la cual no permite el uso de conservadores, aditivos, fertilizantes, pesticidas o productos químicos que atenten a mediano o largo plazo contra el Medio Ambiente.

2.2.2 Mejoras específicas (de cada empresa):

Por su parte, cada una de las empresas llevó a cabo planes de mejoras productivas, administrativas y de personal, de marketing y de RSE, sustentadas en inversiones permanentes, que finalmente han posesionado a las empresas en un nivel privilegiado de sus comunidades, contribuyendo con sus aportes a diferenciar los bienes finales ofrecidos en el mercado nacional e internacional.

A. Empresa MICHELL Y CIA S.A.

Años	MICHELL Y CIA S.A.
2007	<p>-La compañía organizada en una sola unidad de negocio desarrolló distintos puntos de venta a nivel nacional, denominados SOL Industrial</p> <p>-Obtiene el certificado de ISO 9001 por la empresa certificadora LATU Sistemas S.A.</p>
2008	<p>-Las reingenierías aplicadas en los últimos 8 años han hecho que la administración de los recursos humanos, financieros, de producción y otros, se optimicen.</p> <p>-La empresa ha utilizado instrumentos de cobertura (forwards) para reducir el riesgo cambiario.</p>
2009	<p>-Se invierte en la importación de Activos Fijos por un valor de US\$ 230,375 FOB, habiéndose adquirido para la Planta de Hilandería: una Teñidora Loris Bellini 1995 Modelo RBNV, un Hidroextractor (Centrifuga) Pozzi, una Prensa OMLI para teñido de tops, una Lisadora Ilma y una Máquina Teñidora Obem para tops – Modelo TPC 50 – HT, un Software para el Control de Calidad (Data Color), una Teñidora Obem – Modelo API 650 – HT Y.O.C. 1996; para la Planta de Acabados: una Retorcedora Fantasía Lezzeni; para la Planta de Hilandería: una Máquina estiradora Gill GN6 (single coiler) salida 600 x 1000.</p>
2010	<p>-Se invierte en la compra de maquinaria importada por un valor de US\$ 1,319,616 FOB. Entre las principales adquisiciones tenemos:</p> <p>-En la Planta de Hilandería: 9 Estiradoras Gill GN6,</p> <p>-En la Planta de Acabados: una Caldera Cleaver Brooks dos Retorcedoras de Fantasía Softknits Machine Space, Retorcedora de Fantasía Pafa, una Retorcedora de Fantasía Pafa Legafil, una Devanadora Sincro 1 x 18 D SW300, una Retorcedora Doble Tensión Savio - Géminis 202</p> <p>-En la planta de Tintorería: un Autolab Preparador de Soluciones SPS/ Dispensador de Soluciones TF-128 y seis Teñidoras.</p> <p>-Se celebraron los 30 años del Concurso Nacional de Pintura de Michell y Cía. S.A., y se publica la primera edición del libro “El Artista Peruano, Nuestros Primeros 30 años” que contiene un relato pictórico de mismo.</p>
2011	<p>-Se invierte en la importación de Activos Fijos por US\$ 2,077,225 valor FOB:</p> <p>-Para la Planta de Topería: una Máquina de medición de micronaje OFDA 4000, siete Peinadoras PB30 NSC. Para la Planta de Hilandería: una Conera automática Polar Orion L, una Retorcedora Pafa Expo 80.</p> <p>-Para la Planta de Acabados: dos Retorcedoras Fantasía Softknits, una Madejera HB 500 C&L, una Retorcedora ALLMA 140.</p> <p>-Para la Planta de Tintorería: una Teñidora Obem Top 50, una Lab-1 Autoclave-Sot.</p>

B. Empresa INCA TOP S.A.

Años	INCA TOPS
2007	<ul style="list-style-type: none"> •El Inca Esquila, -sistema de esquila tecnificada-, has sido desarrollado de manera conjunta por el área de compra y escojo de Inca Tops y Pacamarca, que tiene como principal objetivo el tratamiento óptimo del vellón del animal. •La compañía inicia una certificación por parte de una entidad del exterior INVESCA y así mismo orienta sus esfuerzos a mantener el medio ambiente de su área geográfica.
2008	<ul style="list-style-type: none"> •Se ha instalado y puesto en operación una planta de tratamiento de aguas residuales de Lavandería •Responsabilidad Social La empresa ha venido desarrollando los siguientes programas Tejiendo Oportunidades 2008. Con ocho años de actividades, este concurso se ha institucionalizado en Arequipa para promover y difundir la actividad textil artesanal y semi-industrial. <p>Inca Esquila Inca Esquila ha continuado incorporando en su programa de difusión y capacitación a criadores de fibra de alpaca adiestrados en el tratamiento óptimo del vellón con el objetivo de contribuir a la mejora de sus ingresos, bajo el sistema de pago diferenciado.</p> <p>Hilado Artesanal</p> <p>Se mantiene el vínculo con la comunidad de Tisco en Caylloma, con quienes se desarrolló la fabricación de cintas bordadas con diseños típicos de la zona.</p> <p>La Empresa ha establecido una alianza estratégica con Pacamarca S.A. con el propósito de transferir tecnología y mejora genética en la explotación del hato alpaquero,</p>
2009	<ul style="list-style-type: none"> •En cuanto al Medio Ambiente. La empresa tiene como uno de sus objetivos mejorar el desempeño ambiental en sus actividades productivas, manteniendo un permanente interés en todos los requerimientos legales y los que exige nuestro Sistema Integrado de Gestión (SIGO) basado en las normas ISO 14000, ISO 9000, Seguridad y Salud en el trabajo, y BASC. •Responsabilidad Social Empresarial. En el año 2009, se inicia la aplicación de la metodología para la implementación de la gestión de Responsabilidad Social Empresarial, realizándola con el apoyo de la consultoría Inti Raymi, el auto diagnóstico en la gestión de RSE.
2010	<ul style="list-style-type: none"> •En el año 2010 se continuó la implementación de la metodología de RSE (Metodología – PERU2021). •Políticas de Inversión. En los últimos años se ha priorizado la inversión en maquinaria y equipos modernos para las diferentes plantas de producción.
2011	<ul style="list-style-type: none"> •Responsabilidad Social Empresarial <p>En el año 2011 acorde con la metodología de Responsabilidad Social Empresarial desarrollada (PERU2021 y Global Reporting Initiative - GRI), se elaboró, aprobó y publicó el primer Reporte de Sostenibilidad de la empresa, en el mismo se aprecia el detalle completo de la gestión socialmente responsable asumida e implementada con los diferentes grupos de interés.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Políticas de inversión <p>En el 2011 se invirtió S/. 7 310,462 en la compra de activos y mantenimiento de maquinaria, para las diferentes plantas de producción, mejorando la productividad y calidad para dar el mejor servicio a los clientes. En este monto se incluye la compra de activos de la empresa PROSUR.</p>

2.3 Mejoras organizacionales y de personal

Algunos cambios de la organización direccionados a la mejor percepción y el marketing de sus productos, les está permitiendo diferenciarse de la competencia, así las dos empresas Michell e Inca Tops cuentan con la “Certificación Orgánica”, que permite certificar cada proceso de la cadena de confección, pudiendo colocar en la etiqueta como 100% orgánico; atendiendo la tendencia de los consumidores mundiales hacia la salud y el Medio Ambiente.

2.3.1 Servicio al Cliente

- Dirigido a brindar “el mejor servicio posible”, se han impuesto una atención personalizada que permita asegurar la total satisfacción, poniendo énfasis en la Calidad y Tiempo de entrega.

2.3.2 Previsión de contaminación al personal

- En las rutas del proceso Orgánico se han colocado letreros en las máquinas sobre

“Material Orgánico”.

- Los documentos emitidos para la producción de materiales orgánicos, son de color verde y deben acompañar a la partida durante todo el proceso.
- El traslado de materiales orgánicos se realizará en tachos y jabas marcadas con cinta Verde.

2.3.3 Personal empleado

Debido al crecimiento de las exportaciones y ventas locales, la planilla de trabajadores viene creciendo en las dos empresas estudiadas, pero lo más interesante son los requisitos de capacitación que actualmente exigen a los postulantes, lo cual mejora el perfil técnico con un mayor aporte de eficiencia a los diferentes procesos.

Por otro lado, se les da a los trabajadores facilidades para los estudios superiores, y se destina recursos en el presupuesto de las empresas para la capacitación del personal.

Cuadro de Empleados de Inca Tops S.A.A.

Número de Personas Empleadas en la empresa INCA TOPS S.A.A.				
Años	Funcionarios	Empleados	Obreros	TOTAL Trabajadores
2007	18	101	777	896
2008	19	92	690	801
2009	18	94	675	787
2010	18	97	872	987
2011	20	149	915	1084

Fuente: Planillas de la empresa

Elaboración propia

Cuadro de Empleados de Michell y Cia S.A.A.

Cuadro de Empleados de Michell y Cia S.A.A.					
Años	Funcionarios	Empleados Adminis- trativos	Obreros		TOTAL Trabajadores
			Personal propio	Aprendices SENATI	
2007	11	181	616	12	820
2008	19	185	505	9	718
2009	16	182	551	4	753
2010	15	213	903	25	1156
2011	25	256	951	35	1257

Fuente: Planillas de la empresa

Elaboración propia

2.4 Opinión de los directivos de las empresas investigadas y sus clientes

A fin de respaldar (ó no) los datos obtenidos, con la percepción de los principales funcionarios de Michell e Inca Tops, sobre la importancia que atribuyen a las exportaciones en el desarrollo de sus empresas, así como la de sus principales clientes respecto al efecto de los factores y mejoras de sus proveedores para fidelizarlos, se procedió a obtener de fuente primaria las siguientes informaciones:

2.4.1 Encuesta aplicada a Directivos de la industria de confecciones y textil de Arequipa:

Se aplicó a 15 funcionarios de primer nivel de las empresas investigadas (Michel e Inca Tops):

Medición de la Percepción de Desarrollo Empresarial							
Investigación:	Analizar la percepción de los Directivos de empresas de confecciones y textiles de Arequipa al efecto de las exportaciones en el desarrollo empresarial						
Instrumento de medición:	Encuesta con escala BIPOLAR (Diferencial semántico)						
Aplicación:	Auto administrada individualmente a cada gerente						
Opinión:	¿Qué tanto contribuyeron las exportaciones en...?						
Calificación Codificada	Rpta.	2	1	0	-1	-2	Rpta.
Ventas	Mucho	46.67%	40.00%	6.67%	6.67%	0.00%	Nada
Mejoras de productos	Apreciable	60.00%	33.33%	6.67%	0.00%	0.00%	Despreciable
Costos de producción	Reducidos	53.33%	33.33%	0.00%	6.67%	6.67%	Incrementados
Productividad y Calidad	Superior	66.67%	33.33%	0.00%	0.00%	0.00%	Inferior
Administración y personal	Mejor	66.67%	26.67%	6.67%	0.00%	0.00%	Peor
I & D	Positivo	80.00%	20.00%	0.00%	0.00%	0.00%	Negativo
Logística	Eficiente	73.33%	26.67%	0.00%	0.00%	0.00%	Ineficiente
Capacidad de reacción ante pedidos urgentes	Ágil	60.00%	40.00%	0.00%	0.00%	0.00%	Lenta
Calificación profesional	Buena	80.00%	20.00%	0.00%	0.00%	0.00%	Mala
Sistemas y atención virtual	Posible	46.67%	46.67%	6.67%	0.00%	0.00%	Imposible
Promoción y marketing	Ascendente	73.33%	26.67%	0.00%	0.00%	0.00%	Decadente
Transparencia y comunicación	Activa	80.00%	20.00%	0.00%	0.00%	0.00%	Pasiva

Interpretación:

La “encuesta de expertos” da como resultado que los directivos de Michell e Inca Tops perciben que la internacionalización y exportaciones de sus empresas han sido beneficiosas o han generado factores claves en el desarrollo empresarial a las mismas (46 % básico, seguido del 40% piensa que impactó en ventas, 66% seguido de 33% en la productividad alcanzada, 80% mas el 20% seguido en los logros de I & D, 67% en la administración de personal, 80% en la calificación del actual personal, 73% en el desarrollo del marketing etc.)

2.4.2 Encuestas a Compradores Principales de Confecciones y Textiles.

Se aplicó a 25 clientes importantes del sector, dentro de ellos a 5 importadores internacionales de dichos productos.

Medición de las Preferencias de Clientes					
Investigación:	Analizar factores que consideran sus clientes para fidelizarlos				
Instrumento de medición:	Encuesta con escala LIKERT (Extendida a preguntas) Entrevista con el gerente de empresas compradoras				
Aplicación:	Entrevista con el gerente de empresas compradoras				
Elección de proveedor	¿Qué tan importante es el siguiente factor para su decisión de compra?				
Calificación Codificada	5	4	3	2	1
FACTOR	Indispensable	Muy importante	Medio importante	Poco importante	No se toma en cuenta
Precio	60 %	28 %	12 %	0 %	0 %
Forma de pago (crédito, etc.)	20 %	24 %	28 %	20 %	8 %
Calidad del producto	80 %	20 %	0 %	0 %	0 %
Tiempo de entrega	44 %	28 %	12 %	16 %	0 %
Garantía de productos	76 %	20 %	4 %	0 %	0 %
Servicios Postventa	0 %	0 %	0 %	80 %	20 %
Prestigio (marca)	16 %	8 %	48 %	16 %	12 %
Comunicación con proveedor	84 %	16 %	0 %	0 %	0 %
Cumplimiento de especificaciones	80 %	20 %	0 %	0 %	0 %
Desarrollo e implementación de mejoras	0 %	20 %	24 %	36 %	20 %
Costos logísticos	28 %	52 %	20 %	0 %	0 %
Experiencia con su proveedor	60 %	40 %	0 %	0 %	0 %
Capacidad de reacción de pedidos urgentes	8 %	16 %	60 %	16 %	0 %
calidad del material promocional	4 %	12 %	72 %	12 %	0 %
Comunicación y negociación virtual	20 %	28 %	32 %	20 %	0 %
Visita personalizadas del proveedor	40 %	52 %	8 %	0 %	0 %

Interpretación

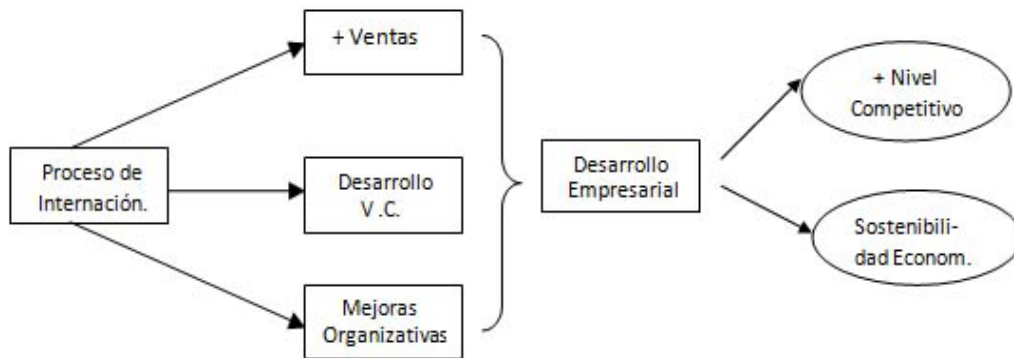
La encuesta de escala Likert utilizada, tuvo como fin conocer si para efectos de la sostenibilidad en sus relaciones comerciales y “fidelización”, estaban alineados los factores que venían desarrollando las empresas investigadas Michell e Inca Tops, con los criterios de los clientes más importantes.

Las respuestas obtenida de dichos clientes, fue que los factores hallados para decidir sus compras estaban vinculados a las ventajas competitivas que venían desarrollando ambas empresas de Arequipa (entre los factores mas resaltantes tenemos que el 60% de encuestados subrayaron la importancia del precio, el 80% en la calidad de los productos, el 76 % en la garantía de los insumos y productos, el 86 en la comunicación con el proveedor, el 80% en el cumplimiento de especificaciones etc.)

3. Conclusiones

En base a los resultados obtenidos del análisis documental y de fuentes primarias vinculadas a las empresas líderes Michell e Inca Tops de Arequipa, se puede afirmar que los procesos de internacionalización (incluidas las exportaciones y la búsqueda de estándares productivos internacionales) seguidos por dichas empresas de textiles y confecciones durante los últimos años, han favorecido su desarrollo empresarial, permitiéndoles mejoras en su nivel competitivo y la sostenibilidad económica-comercial en el tiempo. Los resultados nos permiten afirmar el efecto

benéfico que han obtenido estas organizaciones cuando deciden incursionar o intensificar su presencia en mercados internacionales, posibilitando que la obligada adaptación a estándares de mayor exigencia propicie incrementales volúmenes de ventas globales –incluyendo aumento en las ventas locales–, se generen ventajas competitivas en distintas áreas y se produzcan mejoras en la organización privilegiando su “nuevo saber”. Al potenciarse estos tres factores en un círculo virtuoso, las organizaciones adquieren un creciente nivel competitivo y refuerzan su sostenibilidad en el tiempo.



Elaboración propia

GRÁFICO DE RESULTADOS

Proceso de Internacionalización y desarrollo empresarial de la Industria de Confecciones y Textiles de Arequipa: Investigación de las empresas líderes de la región Michell y Cia.S.A e Inca Tops S.A.A.

4. Recomendaciones.

Considerando los resultados positivos en el desarrollo de las empresas investigadas, en base a sus procesos de internacionalización, con la obtención de estándares productivos mundiales y creciente exportación ante nuevos mercados, se recomienda:

- a) Utilizar las experiencias seguidas por estas dos empresas regionales exitosas, por otras empresas del Perú o países similares, que puedan desarrollar recursos diferenciados y potenciales de crecimiento para su actuación empresarial en el ámbito internacional.
- b) En cuanto a las mypes de la región Arequipa, se recomienda seguir fortaleciendo sus vínculos empresariales con las empresas líderes, así como contar con el apoyo de la cooperación internacional y nacional, a fin potencien su desarrollo económico y social, mejorando sus capacidades laborales-productivas para el bienestar de sus familias, y el beneficio económico de su región y el país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, (2011), AREQUIPA EN CIFRAS 2011, AREQUIPA.
2. Hennings Julio. (2006). Tesis de Maestría en Negocios Internacionales: "IMPACTO DE LAS EXPORTACIONES AL ECUADOR EN EL DESARROLLO DE MYPE FABRICANTE DE OJALILLOS".
3. Paliwoda Stanley. (1996) LA ESENCIA DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL. Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
4. Porter Michael (1987). COMPETITIVE ADVANTAGE: Creating and Sustaining Superior Performance. ISBN 0-02-925090. Edit. The Free Press, Macmillan Inc.
5. Porter Michael (1990). ¿Donde radican las ventajas competitivas de las naciones? Harvard-Deusto Review, 4º trimestre.
6. PROMPEX. GERENCIA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS. Lima 2006.
7. PASANTÍA: INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS EXITOSAS DE EXPORTACIÓN DE CAMÉLIDOS ANDINOS, Y PARTICIPACIÓN EN ALPACA FIESTA 2007.
8. Boletines mensuales mes de diciembre 2008, 2009, 2010 y 2011 SUNAT
9. <http://desarrolloperuano.blogspot.com/2012/02/pbi-peruano-2011-us-176728-millones.html>
10. http://issuu.com/camaraarequipa/docs/realidad_econ_mica_de_arequipa?mode=window&pageN
11. http://www.ucss.edu.pe/pdf/textiles/cap_01.pdf
12. <http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/187.pdf>
13. <http://www.inei.gob.pe/web/Boletin/Attach/12189.pdf>
14. http://www.siicex.gob.pe/siicex/recursos/ficharegion/general/INF_GEN_AREQUIPA.PDF
15. www.produce.gob.pe->Estadísticas Pesca y manufactura -> Anuario Estadístico (Año 2010)
16. www.sunat.gob.pe->Estadísticas y estudios ->Estadísticas de comercio exterior ->Anuario
17. http://www.ratingspcr.com/archivos/publicaciones/SECTORIAL_PERU_TEXTIL_201009.pdf
18. http://www.mincetur.gob.pe/comercio/otros/perx/perx_arequipa/pdfs/PERX%20Arequipa.pdf
19. http://www.icex.es/staticFiles/Informe%20-%20Textil%20y%20confeccion%20en%20Peru_11532_.pdf
20. <http://www.cies.org.pe/files/elecciones/region-arequipa.pdf>