

Universidad de Lima

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Carrera de Negocios Internacionales



# **EFFECTO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN, A TRAVÉS DE LA ECO-INNOVACIÓN, EN EL DESEMPEÑO SOSTENIBLE DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE MODA EN LIMA METROPOLITANA**

Tesis para optar el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales

**Jacklyn Juyo Oros**

**Código 20162164**

**Berlina Mercedes Leon Silverio**

**Código 20153050**

**Asesor**

**Ricardo Gabriel Pérez Luyo**

Lima – Perú

Diciembre del 2022





**EFFECT OF INTERNATIONALIZATION,  
THROUGH ECO-INNOVATION, ON THE  
SUSTAINABLE PERFORMANCE OF  
FASHION EXPORTERS IN METROPOLITAN  
LIMA**

# TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN .....</b>	<b>XII</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>XIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: ANTECEDENTES.....</b>	<b>2</b>
1.1 Internacionalización.....	3
1.2 Eco-innovación .....	7
1.3 Desempeño sostenible.....	12
<b>CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Situación problemática .....	16
2.2 Formulación del problema .....	35
2.2.1 Pregunta General.....	35
2.2.2 Preguntas específicas .....	35
<b>CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Importancia de la Investigación .....	36
3.2 Viabilidad de la investigación.....	37
3.3 Limitaciones de la investigación.....	38
<b>CAPÍTULO IV: OBJETIVOS.....</b>	<b>39</b>
4.1 Objetivo General.....	39
4.2 Objetivos Específicos .....	39
<b>CAPÍTULO V: HIPÓTESIS.....</b>	<b>40</b>
5.1 Hipótesis general.....	40
5.2 Hipótesis específicas.....	40
<b>CAPÍTULO VI: FUNDAMENTOS TEÓRICOS .....</b>	<b>41</b>
6.1 Marco teórico .....	41
6.1.1 El modelo de proceso de internacionalización de la red empresarial .....	41
6.1.2 Manual de Oslo (2005) .....	45
6.1.3 Modelo Triple Botton Line .....	48
6.2 Marco Conceptual.....	50
6.2.1 Sostenibilidad.....	50
6.2.2 Moda sostenible .....	50
6.2.3 Internacionalización.....	52



6.2.4	Eco-innovación .....	54
6.2.5	Eco-innovación de procesos.....	55
6.2.6	Eco-innovación de productos.....	55
6.2.7	Eco-innovación organizacional.....	56
6.2.8	Desempeño sostenible.....	56
6.2.9	Desempeño ambiental.....	57
6.2.10	Desempeño social.....	58
6.2.11	Desempeño económico.....	59
6.2.12	Ventaja competitiva.....	59
6.3	Matriz de consistencia de variables.....	61
6.4	Matriz de operacionalización.....	62
<b>CAPÍTULO VII: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>		<b>65</b>
7.1	Tipo de Investigación.....	65
7.1.1	Según la orientación.....	65
7.1.2	Según la técnica de contrastación.....	65
7.1.3	De acuerdo con la direccionalidad.....	66
7.1.4	De acuerdo con el tipo de fuente de recolección de datos.....	66
7.1.5	De acuerdo con la evolución del fenómeno estudiado.....	66
7.1.6	De acuerdo con la comparación de las poblaciones.....	66
7.2	Población, Muestra y Muestreo.....	67
7.2.1	Población.....	67
7.2.2	Muestra.....	69
7.3	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	70
7.3.1	Técnicas.....	70
7.3.2	Instrumentos.....	71
7.3.3	Proceso de recolección de datos.....	71
7.3.4	Técnicas de análisis de datos.....	71
<b>CAPÍTULO VIII: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>		
<b>CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS.....</b>		<b>73</b>
8.1.	Presentación de Resultados.....	73
8.1.1	Resultados cuantitativos.....	77
8.1.2	Resultados cualitativos.....	80
8.2	Análisis de Resultados.....	90
8.2.1	Análisis de Resultados cuantitativos.....	90

8.2.2	Análisis de resultados cualitativos .....	104
8.3	Contrastación de Hipótesis .....	114
	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>117</b>
	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>118</b>
	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>119</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>129</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>130</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Antecedentes .....	2
Tabla 2.1 Ingresos del sector moda por comercio electrónico (\$) .....	16
Tabla 2.2 Crecimiento de ventas del sector moda en las principales regiones (%) .....	17
Tabla 2.3 Impacto de las ropas en el medio ambiente (%) .....	18
Tabla 2.4 Preferencia de plataformas de búsqueda en sostenibilidad (%) .....	20
Tabla 2.5 Tasa de crecimiento de producción de algodón orgánico en Brasil y Perú ....	22
Tabla 2.6 Participación de Latinoamérica en la producción mundial de algodón orgánico .....	23
Tabla 2.7 Resultados adquiridos ante la implementación de la estrategia innovadora: PML .....	27
Tabla 2.8 Lista de oportunidades ante la reestructuración de la empresa de moda sostenible .....	35
Tabla 7.1 Definición por tipo de empresa que engloba las Mypes .....	67
Tabla 7.2 Empresas mypes exportadoras del sector textil .....	68
Tabla 7.3 Empresas mypes de moda sostenible del Perú.....	68
Tabla 7.4 Clasificación muestral de las mypes exportadoras .....	70
Tabla 7.5 Clasificación muestral de expertos .....	70
Tabla 8.1 Información demográfica.....	73
Tabla 8.2 Promedio, desviación estándar, VIF, asimetría, Kurtosis.....	74
Tabla 8.3 Validez Compuesta y varianza Extraída .....	75
Tabla 8.4 Validez Discriminante .....	76
Tabla 8.5 Tabla de Bootstrapping .....	76
Tabla 8.6 Tabla de Bootstrapping entre la variable independiente y la mediadora .....	77
Tabla 8.7 Tabla de Bootstrapping entre la Eco-innovación y el Desempeño ambiental	78

Tabla 8.8 Tabla de Bootstrapping entre la Eco-innovación y el Desempeño Social.....	79
Tabla 8.9 Tabla de Bootstrapping entre la Eco-innovación y el Desempeño Económico .....	79
Tabla 8.10 Resultados obtenidos a través de las entrevistas a profundidad que responden al objetivo específico 1.....	81
Tabla 8.11 Resultados obtenidos a través de las entrevistas a profundidad que responden al objetivo específico 2,3 y 4 .....	83



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Generación de consumidores por consumo (%).....	19
Figura 2.2 Cantidad de algodón orgánico producidos a nivel mundial (TN).....	21
Figura 2.3 Impacto de las operaciones de la industria de moda .....	25
Figura 2.4 Proyección de la población mundial 2017-20100 .....	26
Figura 2.5 Participación de las exportaciones latinoamericanas de productos textiles en el mundo, 2019 .....	28
Figura 2.6 Participación de las exportaciones peruanas textiles en el mundo, 2019.....	29
Figura 2.7 Participación de las exportaciones peruanas de productos textiles en Latinoamérica-2019 .....	29
Figura 2.8 Nivel de Estándar de Calidad Ambiental en Lima, 2019 .....	30
Figura 2.9 Modelo de probabilidad de relación entre los beneficios tributarios y la capacitación de gestión empresarial.....	32
Figura 2.10 Resultados de variables de estudio del modelo de probabilidad .....	33
Figura 2.11 Aumento de probabilidad del estudio en cuanto al régimen tributario .....	33
Figura 2.12 Aumento de probabilidad del estudio en cuanto al tamaño de la empresa..	34
Figura 5.1 Modelo de investigación.....	40
Figura 6.1 Dimensiones del modelo de proceso de internacionalización de la red empresarial.....	44
Figura 6.2 Dimensiones de la teoría de innovación "destrucción creativa".....	47
Figura 6.3 Dimensiones del modelo Triple Botton Line.....	49
Figura 7.1 Pasos para aplicación del software .....	72

Figura 8.1 Modelo Conceptual probado.....	80
Figura 8.2 ¿El número de países en los que la empresa comercializa sus productos es un factor importante de la internacionalización?.....	91
Figura 8.3 ¿La empresa ha aplicado eco-innovación en su proceso, producto u organización o en los tres tipos? .....	92
Figura 8.4 ¿Considera que la participación de ventas de la empresa en los mercados exteriores es un factor importante de la internacionalización?.....	93
Figura 8.5 ¿Considera importante el nivel de desarrollo del área de internacionalización de la empresa?.....	94
Figura 8.6 ¿La empresa con qué frecuencia realiza actividades de reciclaje?.....	95
Figura 8.7 ¿La empresa aplica medidas/acciones para reducir el porcentaje de aguas residuales?.....	96
Figura 8.8 ¿Considera que la empresa ha presentado mejoras en el sistema ambiental?.....	96
Figura 8.9 ¿Con qué frecuencia el diseño ecológico relacionado con el producto tiene un impacto positivo en el desempeño ambiental? .....	97
Figura 8.10 ¿La empresa considera importante la proporción de satisfacción de sus stakeholder?.....	99
Figura 8.11 ¿La empresa brinda beneficios sociales empresariales a sus colaboradores? .....	100
Figura 8.12 ¿La empresa suele brindar capacitaciones a sus colaboradores? .....	100
Figura 8.13 ¿Usted considera que la empresa cumple con las legislaciones laborales? .....	101
Figura 8.14 ¿Usted considera que la eco-innovación ha permitido un aumento de la cuota de mercado? .....	102

Figura 8.15 ¿Usted considera que la eco-innovación ha permitido un aumento de los ingresos por ventas?.....103

Figura 8.16 ¿Usted considera que la eco-innovación ha generado nuevas oportunidades de mercado?.....103



## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Empresas mypes exportadoras de moda .....	131
Anexo 2: Lista de expertos .....	139
Anexo 3: Cuestionario .....	140
Anexo 4: Guía de preguntas para la entrevista .....	143
Anexo 5: Procesamiento de resultados de las entrevistas.....	145





## RESUMEN

La internacionalización es una fuente de oportunidades para las empresas, generando en ellas una serie de adquisición de conocimiento a través de su experiencia. En los últimos años, dichas empresas han implementado la ecoinnovación sea en el producto, proceso u organización, lo cual les ha generado beneficios en el ámbito económico, social y ambiental.

La presente investigación contiene el análisis de la correlación de la internacionalización y el desempeño sostenible, basado en un modelo desagregado siendo evaluado el desempeño económico, social y ambiental; a través de la adopción de medidas eco-innovadoras sea en el producto, proceso u organización social de las mypes en Lima Metropolitana, Perú; además, la investigación es de carácter mixto, es decir, se evaluó elementos cuantitativos y cualitativos, dónde se utilizó datos obtenidos a través de una encuesta online durante el mes de septiembre y octubre a 49 mypes, siendo el 20% microempresas, 50% pequeñas empresas y 30% medianas empresas; cuyos datos fueron analizados a través de ecuaciones estructurales con el software SmartPLS. Al igual que se realizaron entrevistas a profundidad a 9 expertos de la moda sostenible e internacionalización aplicando un cuestionario de Escala de Likert (1 al 5).

Los resultados manifestaron que la adopción de la ecoinnovación es un mediador de la internacionalización de las mypes peruanas de Lima Metropolitana generando un desempeño ambiental, social y, parcialmente, económico.

**Línea de investigación:** 5306- 5.a07

**Palabras clave:** Internacionalización, eco-innovación, desempeño económico, desempeño ambiental, desempeño social

## ABSTRACT

Internationalization is a source of opportunities for companies, generating in them a series of knowledge acquisition through their experience. In recent years, these companies have implemented eco-innovation in the product, process or organization, which has generated benefits in the economic, social and environmental fields.

The present research contains the analysis of the correlation of internationalization and sustainable performance, based on a disaggregated model being evaluated the economic, social and environmental performance; through the adoption of eco-innovative measures in the product, process or social organization of the mypes in Metropolitan Lima, Peru. In addition, the research is mixed, that is, quantitative and qualitative elements were evaluated, where data obtained through an online survey was used during the month of September and October to 49 mypes, being 20% micro-enterprises, 50% small businesses and 30% medium enterprises; whose data were analyzed through structural equations with the Smart PLS tool. In-depth interviews were conducted with 9 experts of sustainable fashion and internationalization using a Likert Scale questionnaire (1 to 5).

The results stated that the adoption of eco-innovation is a mediator of the internationalization of the Peruvian mypes of Metropolitan Lima generating an environmental, social and, partially, economic performance.

**Line of research:** 5306- 5.a07

**Keywords:** Internationalization, eco-innovation, economic performance, environmental performance, social performance

# INTRODUCCIÓN

La aplicación de medidas eco innovadoras ha cambiado drásticamente la forma de hacer negocios, pues buscan responder a la creciente demanda de los productos, procesos u organizaciones amigables que han generado los mercados internacionales en los últimos años. De esa manera, las empresas han sido incentivadas en adoptar estas medidas eco-innovadoras en mira hacia la generación de nuevas oportunidades, mayor competitividad, reputación de marca, producción más limpia, entre otros beneficios.

El primer capítulo de esta investigación detalla los antecedentes internacionales y nacionales de cada variable objeto de este estudio, en el segundo capítulo se busca plantear el problema encontrado, seguido de una justificación, viabilidad y limitaciones encontradas. El tercer capítulo plantea objetivos tanto generales como específicos con el propósito de determinar el impacto entre la internacionalización y el desempeño sostenible de las mypes peruanas de Lima Metropolitana a través de la adopción de medidas eco-innovadoras como efecto mediador. Para ello, ha sido necesario plasmar el marco teórico y conceptual dividido de lo general a lo más específico.

Finalmente, para determinar si existe una relación entre las variables se evaluó elementos cuantitativo y cualitativo, dónde se aplicaron cuestionarios y entrevistas a 36 mypes exportadoras de moda de Lima Metropolitana y 9 expertos en el tema, respectivamente.

## CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

El presente capítulo muestra las principales investigaciones que desarrollan los temas de internacionalización, eco-innovación y desempeño sostenible de las empresas, determinando su impacto entre dichas variables, asimismo presentan escenarios de la problemática bajo un contexto no mayor a cinco años. En la tabla 1.1 se muestran los antecedentes de la presente investigación.

**Tabla 1.1**

*Antecedentes*

Variable	Autor	Año	País
<b>Internacionalización</b>	Fernández-Olmos et al.	2016	España
	Costa et al.	2018	Brasil
	Cho y Lee	2018	Corea del Sur
	Nguyen et al.	2019	Vietnam
	García-Álvarez et al.	2019	España
	Heredia et al.	2019	Brasil, Chile, Perú y México
	Pacheco	2019	Perú
<b>Eco-innovación</b>	Oliveira et al.	2016	Brasil
	Fuentes et al.	2016	Perú
	Fernando y Xin	2017	Malasia
	Sanni	2018	Nigeria
	Guerrero et al.	2018	España
	Ong et al.	2019	Malasia
	Gallegos y Miralles	2019	Perú
	Benites et al.	2020	Perú
<b>Desempeño sostenible</b>	Hojnik y Ruzzier	2016	Eslovenia
	Tantayanubutr y Panjakajornsak	2017	Tailandia
	Hojnik et al.	2018	Eslovenia
	Juaniti et al.	2019	Malasia
	Tumelero et al.	2019	Brasil
	Yurdakul y Kazan	2020	Turquía

## **1.1 Internacionalización**

Un primer trabajo elaborado por Fernández-Olmos et al. (2015) analizó el impacto de la internacionalización en el desempeño de las mypes familiares. La metodología aplicada fue exploratoria, por el cual la recolección de información se basó en un análisis longitudinal con términos no lineales, asimismo se realizaron varias pruebas para mejorar el modelo estadístico; los datos recolectados corresponden al periodo 2006-2011 de empresas mypes familiares y no familiares. Se tuvo como resultado que las empresas familiares y no familiares presentaron diferencias, asimismo se confirmó que la dimensión familiar moderó la relación entre la internacionalización y el desempeño de la empresa.

Además, se concluyó que, en la primera etapa, las empresas mypes familiares se expandieron dentro de su región de origen, es decir no tuvieron experiencia en el mercado extranjero y carecen de recursos financieros; en una segunda etapa, estas empresas se expandieron a través de sus recursos de manera adecuada adquiriendo aprendizaje experimental y creando nuevos conocimientos; en la tercera etapa, crecieron de manera secuencial mediante la exportación a mercados con mayor distancia cultural. En estas fases se presentaron un deterioro en el desempeño, sin embargo, en la última fase se alcanzó un mayor grado de internacionalización mejorando su reputación y construyendo redes adecuadas lo que conllevó a obtener un mejor desempeño económico.

El estudio se relaciona con la investigación ya que permitió obtener información acerca de las fases que pasan las empresas para internacionalizarse y lograr un correcto desempeño económico, por lo cual el análisis de esta relación brindó indicadores claves para la elaboración del cuestionario de la investigación en curso.

Costa et al. (2018) identificaron la relación que existe entre la internacionalización y el desempeño de la empresa haciendo énfasis en el aspecto económico y financiero. La metodología aplicada fue exploratoria, por el cual a través de un cuestionario de escala de Likert se analizó a 343 empresas brasileñas ubicadas en varios municipios y estados brasileños que han tenido operaciones de exportación durante más de tres años.

Se tuvo como resultado que el proceso de internacionalización constó de cuatro partes, además definió que el desempeño de la empresa estuvo relacionado con las estrategias de internacionalización que aplicaron las empresas y su necesidad de aumentar la cuota de mercado al ingresar a nuevos territorios; asimismo, estos hallazgos indicaron

que la internacionalización tuvo un impacto en el desempeño económico y financiero de las empresas que presentaron un mayor grado de internacionalización.

Por lo tanto, se relaciona con la investigación ya que apoyó el sustento de los objetivos e hipótesis del presente trabajo, además el estudio abarcó una de las principales dimensiones del desempeño sostenible, es decir tanto el aspecto económico y financiero, al igual que fue de suma importancia para la elaboración de los indicadores de variable ya mencionada.

Cho y Lee (2018) analizaron el impacto del grado de internacionalización (DOI) en el desempeño de las pequeñas y medianas empresas; además, analizaron el impacto moderador en base a los intereses y propiedades de las empresas en estudio. Se utilizó una metodología exploratoria en la cual se recopiló información de empresas mypes coreanas que cotizaron en la Bolsa de Valores dentro del periodo 2003-2013, al igual que para el análisis se tomó una muestra de 232 mypes internacionalizadas.

Se tuvo como resultado la relación en forma de S, la cual indicó un inicio elevado con un fin en supuesta recesión, entre el grado de internacionalización y el rendimiento de las mypes coreanas; asimismo, indicó que las estrategias de diferenciación implementadas en la organización conllevaron a un mejor desempeño ya que aumentó el grado de internacionalización. Por lo tanto, se concluyó que dichas estrategias competitivas permitieron obtener un mayor rendimiento, además del aumento de grado de internacionalización, cual conllevó a influir positivamente en dicha variable.

El estudio en mención se relaciona con la investigación ya que permitió obtener más información acerca de los tipos de procesos del grado de internacionalización, cuyo caso fue el método S. A través de dicha información, permitió alcanzar la teoría correcta basada en los autores Johanson y Vahlne; además, brindó indicadores claves que apoyaron la matriz de operacionalización del presente estudio.

Nguyen et al. (2019) analizaron el efecto del grado de internacionalización en el desempeño de la empresa y su influencia de holgura organizacional en dicha relación. La metodología aplicada se realizó mediante datos sobre pequeñas y medianas empresas ubicadas en Vietnam que fueron recopilados a través de la Oficina de Estadísticas Generales de Base de datos de Vietnam (GSO).

El resultado de dicho análisis determinó que en la primera etapa de la internacionalización hubo un impacto negativo en el desempeño de la empresa; en la

segunda etapa se presentó un impacto positivo; en la tercera etapa presentó, una vez más, un efecto significativamente negativo y finalmente en la cuarta etapa se presentó una relación significativamente positiva entre la internacionalización y rendimiento de las empresas en estudio. Se concluyó que existen tres tipos de holgura organizacional, es decir AHR (Recursos Humanos), OAR (Recursos Flojos Absorbidos) y USR (Recursos Flojos no absorbidos), asimismo se determinó que la competitividad global surgió debido a las estrategias de internacionalización que permitió el crecimiento económico y reducción de la pobreza en las naciones.

Se relaciona con el presente trabajo ya que la investigación brindó el modelo a usar para medir la internacionalización; asimismo, analizó las variables de estudio, es decir la internacionalización y desempeño económico, apoyando a su vez el estudio de las previas investigaciones ya mencionadas, brindando un grupo de indicadores claves repetitivos que conforman parte de la variable internacionalización.

García-Álvarez et al. (2019) exploraron los arquetipos y el ritmo de internacionalización de las mypes internacionalizadas y las empresas multinacionales. Como metodología se usó análisis cualitativo, para lo cual se realizaron entrevistas telefónicas semiestructuradas a empresas mypes andaluzas y empresas filiales multinacionales.

La investigación concluyó que las mypes no se comportan de manera diferente a las empresas multinacionales, independientemente de su tamaño y recursos, estas comparten estrategias de asignación de recursos alineados con el modelo de casino; además, las mypes que se adaptaron al mundo globalizado presentaron mayores oportunidades debido a una mayor planificación y minimización de riesgos.

Se relaciona con la investigación en curso debido a que apoyó en la comprensión de las teorías aplicadas en la internacionalización; asimismo, brindó detalles específicos acerca de dichas teorías y su aplicación en las empresas según el tamaño de cada una según la muestra. Además, se consideró de suma importancia el hecho de que el estudio se haya enfocado en la misma industria por el cual se realizó el presente trabajo ya que permitió generar algunas similitudes en el resultado.

Heredia et al. (2019) examinaron las implementaciones innovadoras en base a los planes competitivos, capacidades estratégicas de la empresa y factores de institución en el rendimiento de las exportaciones. La metodología de la presente investigación se

realizó a través de encuestas a los encargados de las empresas, las ya mencionadas están bajo una muestra de organizaciones con capacidad exportadora de Brasil, Chile, Perú y México; asimismo, se verificó la encuesta a través de una entrevista a cuatro expertos diferentes de distintos países. En cuanto al carácter de las encuestas estas fueron realizadas vía email donde se recibió 262 respuestas de dichas empresas, donde Perú representó el 22% de estas.

Se obtuvo como resultado que las empresas evaluadas no exportaron productos diferenciados cuando tuvieron la oportunidad de entrar a un mercado en desarrollado, sin embargo, se caracterizaron por realizar exportaciones a bajo costo; sin embargo, se tuvo gran expectativa de generar estrategias de diferenciación e inversión con el fin de alcanzar economías de escala. Por otro lado, a través de la investigación se concluyó que las empresas debieron de invertir en innovación y tecnología en caso haber deseado alcanzar estrategias de diferenciación en todo su ámbito y capacidad de ofrecer bajo costos al mercado.

Se relaciona con la actual investigación ya que brindó un alcance del sentir de las empresas exportadoras peruanas, ya que estas al exportar hacia mercados en desarrollo u emergentes requirieron una estrategia diferenciadora por lo que a su vez se necesitó invertir en investigación de innovaciones y tecnologías. Por lo tanto, esto significó un aporte en la problemática que se presenta en las empresas y el motivo por el cual necesitan innovar y diferenciarse en el mercado internacional para obtener un buen rendimiento.

Pacheco (2019) evaluó la relación entre el grado de internacionalización y el desempeño financiero de las pequeñas y medianas empresas estudiadas. La técnica de recolección de datos empleada fue de un cuestionario elaborado para pequeñas y medianas empresas que fueron tomadas en cuenta dentro del periodo 2010-2016, por lo que para ello se utilizó un panel de datos no balanceado.

Asimismo, mediante dicha información analizada se halló que la intensidad y la diversidad internacionales estuvieron positivamente relacionados con el desempeño; sin embargo, si bien la dispersión, intensidad y distancia presentaron una relación significativa, no garantizó su claridad total además del efecto negativo en la dispersión de las exportaciones. Por lo tanto, se concluyó que la internacionalización medida por la intensidad, diversidad y distancia de exportación influyeron en el desempeño de dichas empresas que tienen un enfoque de exportación hacia mercados alejados.



Se relaciona con la investigación en curso debido a que dicha investigación hizo énfasis en la internacionalización de las mypes, además brindó teorías que se pudieron aplicar a dichas empresas, seguido de los indicadores que formaron parte de la variable seleccionada, al igual que brindó información acerca del impacto que tiene la internacionalización en el desempeño empresarial, cual fue otra variable clave en esta investigación.

## **1.2 Eco-innovación**

Oliveira et al. (2016) analizaron las interrelaciones existentes entre los tres tipos de eco-innovación que existen, es decir eco-proceso, eco-producto y eco-organizacional y su impacto en el desempeño empresarial. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo, descriptivo y exploratorio en la cual se analizaron a empresas textiles ubicadas en Noreste, Medio Oeste, Sureste y del Sur; esto se llevó a cabo mediante entrevistas a profundidad a expertos en el área de innovación, además se realizaron encuestas a grupos focales determinados, por lo que para llevar a cabo el análisis respectivo utilizaron la escala de Likert de 1 a 5 puntos.

Teniendo como resultado la relación entre la eco-innovación de productos y organizacional con el desempeño comercial; sin embargo, la relación entre la eco-innovación de procesos y rendimiento no se logró confirmar. Además, se concluyó que existe una relación directa entre la eco-innovación de productos y organizacional con el rendimiento de las empresas ya que permitió mejoras en las soluciones tecnológicas conllevando a mejorar el uso eficiente de recursos naturales así como el desarrollo de productos ecológicos, sin embargo existió una relación indirecta con la eco-innovación de procesos, por otro lado recalcó la importancia de la complementación entre los esfuerzos de la empresa para su crecimiento y los esfuerzos tecnológicos para su implementación.

Se relaciona con la investigación en curso debido a que brindó las variables que componen el desempeño comercial, así como los tipos de eco-innovación y las teorías que se implementaron en ellas brindando información importante para la determinación de los objetivos e hipótesis.

Fuentes et al. (2016) analizaron la implementación del bambú en las confecciones y comercializaciones de las prendas textiles; asimismo, buscó analizar las oportunidades

de dicha implementación al momento de introducir el producto en nuevos mercados. La metodología aplicada se basó en dos análisis, en primer lugar, a nivel cuantitativo se aplicaron encuestas y en segundo lugar a nivel cualitativo se realizaron entrevistas a profundidad.

Los resultados obtenidos evidenciaron que la fibra de bambú es un elemento que se puede encontrar con facilidad en el Perú debido a las condiciones favorables que posee; asimismo, se concluyó que este elemento implementado en las prendas de vestir puede conllevar a una buena aceptación a un nuevo segmento de mercado incrementando las posibilidades de internacionalizarse.

Se relaciona con el presente estudio debido a que analizó nuevos elementos que están aplicando las empresas por las nuevas presiones de los consumidores por este tipo de innovación, asimismo se pudo determinar la importancia de su aplicación al momento de su internacionalización.

Por otro lado, Fernando y Xin (2017) identificaron el impacto de las cinco variables significativas que tiene la eco-innovación en el desempeño ambiental y económico de las empresas. La metodología fue explicativa y teórico estructural: asimismo, se realizaron encuestas electrónicas a 450 personas que laboraban en empresas de green technology de Malasia de manera aleatoria, al igual que se realizó una prueba piloto a 15 gerentes con experiencia en la estrategia green.

Se obtuvo como resultado que la eco-innovación estuvo correlacionada positivamente con el desempeño ambiental ya que las tres dimensiones fueron aceptadas estadísticamente (enfoque de mercado, regulación y tecnología); sin embargo, dos de las dimensiones fueron rechazadas (coordinación interfuncional y participación del proveedor).

Se concluyó que la mayoría de las personas encuestadas trabajaban en una empresa que tomaban en cuenta el tema de eco-innovación en su organización al igual que hubo personas que por política no compartieron información al detalle; sin embargo, los que sí disponían de hacerlo, indicaron que la empresa donde trabajaban si se comprendía la importancia de ser sostenibles además de estar involucrado en procesos y productos amigables con el medio ambiente.

Se relaciona con la investigación ya que dio a conocer el impacto que genera la implementación de alguna de las cuatro variables que conducen a la eco-innovación y el

efecto que ocasiona en la organización en cuanto a la ventaja competitiva que será capaz de obtener; asimismo, estos cuatro aspectos aportaron un mejor entendimiento de los tipos de eco-innovación que existen (producto, proceso, organización y marketing), de dicha forma brindó información importante para determinar de qué manera puede ser implementada para un mejor desempeño ambiental y económico.

Sanni (2018) determinó los principales factores que orientan a la implementación de eco-innovación dentro de las empresas de manufactura de Nigeria; asimismo, midió la importancia de los factores mediadores en la eco-innovación y la competitividad de la empresa manufacturera tanto en el ámbito nacional como internacional. La metodología aplicada fue descriptiva basadas en hechos empírico, al igual que realizaron encuestas a 521 empresas eco-innovadoras y no eco-innovadoras manufactureras de Nigeria.

El estudio determinó que las empresas de manufactura muestran un apoyo en el ámbito innovador en cuanto a la organización, la importancia de cumplimiento de estándares locales e internacionales y la dependencia que existe según ello para el acceso de fuentes de conocimiento; además, las empresas eco innovadoras se caracterizaron por ser significativamente innovadores y determinantes técnicos de sus productos. Asimismo, prevaleció el hecho de que las empresas deben mejorar su política para que de esa manera accedan a una mayor ventaja competitiva sostenible.

Se relaciona con la investigación debido a que destacó la importancia de las fuentes de información en el hecho de implementar la eco-innovación dentro de las organizaciones de las empresas, asimismo ayudó a determinar cuáles son los principales factores que influyen en las empresas para adoptar la eco-innovación dentro de las empresas con el objetivo de ser sostenible y generar un menor impacto en el medio ambiente.

Guerrero et al. (2018) evaluaron la relación entre la adopción de medidas que nacen a través de la responsabilidad social corporativa y la innovación; y su impacto en el desarrollo económico de la empresa. La metodología fue exploratoria, de modo que se utilizó el cuestionario como instrumento para la evaluación de una muestra de 121 bodegas de origen español perteneciente a la industria del vino. Asimismo, del uso del software SmartPLS 2.0 para el desarrollo de la técnica de ecuaciones estructurales.

Se obtuvo como resultado que la innovación a través de la responsabilidad social corporativa generó un mejor desempeño de la empresa según los objetivos que este haya

impuesto; asimismo, la investigación concluyó que las empresas debieron de iniciar con actividades innovadoras antes de incorporar acciones de responsabilidad social para un mejor desempeño de la empresa dentro de la industria competitiva.

Se relaciona con la investigación ya que los autores desarrollaron dicho trabajo bajo la perspectiva de una de las industrias más importantes para España que buscan implementar actividades sostenibles con el fin de promover el aspecto económico, social y medioambiental. Por lo que dicho aspecto se relaciona con los objetivos actuales que busca el sector textil peruano con el fin de impulsar el desempeño de las empresas peruanas.

Ong et al. (2019) analizaron la relación que se obtuvo a través de la innovación ecológica, desempeño ambiental y desempeño financiero de las empresas manufactureras. En cuanto a la metodología de la investigación, esta fue realizada a través de encuestas a una muestra de 124 gerentes de empresas manufactureras con certificaciones como el ISO 14001; asimismo, una vez obtenido las respuestas del cuestionario hicieron uso de ecuaciones estructurales con la implementación de un software.

En cuanto a los resultados, la investigación tuvo hechos satisfactorios en cuanto al cumplimiento de sus objetivos; también, se determinó que la implementación de prácticas ambientales impactó en el desempeño económico de la empresa, además de la participación mediadora en cuanto al impacto del desempeño ambiental. Por otro lado, la investigación concluyó que el desempeño y la implementación de innovaciones ambientales debieron formar parte de las capacidades de la empresa manufacturera, asimismo la investigación presentó los factores comprobados a implementar para que la empresa que tenga una gestión de cadena de abastecimiento ecológica prospere en la industria.

Dicho trabajo se relaciona con la presente investigación ya que apoyó en la generación de hipótesis al igual que brindó información para generar mayor sustento y conexión con la situación problemática actual.

Gallegos y Miralles (2019) analizaron la relación que tiene la innovación de productos, procesos, organizacional y de carácter comercial en las fuentes o provenientes externos del conocimiento, asimismo analizó el sentido de la mediación de la innovación de productos e innovación organizacional en la obtención de provenientes externos más

la innovación comercial. La metodología de investigación se basó en un modelo estructural de un cuestionario elaborado por la INEI en el año 2012 a una muestra de 1220 pequeñas, medianas y grandes empresas de distintos sectores.

El estudio concluyó que las empresas peruanas con menor capacidad tecnológica tuvieron probabilidades de adquirir conocimiento de las fuentes del mercado que incluyeron finalmente en la innovación del producto y organizacional, sin embargo, no determinó el grado de interrelación y afectación de los tres tipos de innovación.

Se relacionó con la investigación ya que afirmó que parte del conocimiento que se adquiere a través de mercado puede ser influenciado en la innovación del productos e innovación organizacional, lo cual son variables mediadoras que guían el desempeño sostenible de nuestra investigación.

Benites et al. (2020) analizaron el impacto de los factores de la productividad sostenible frente a la situación actual de las empresas de diversos sectores de la ciudad de Trujillo; asimismo, la metodología fue en base a un estudio empírico de tipo cuantitativo y cualitativo, además se hizo uso del cuestionario a una muestra de 152 empresas trujillanas de las cuales el sector metal, calzado y textil fueron primordiales.

En cuanto a los resultados, se obtuvo que las empresas de dichos sectores se muestran competitivos en cuanto al talento humano, planeamientos estratégicos, planeamiento comercial y calidad del producto, sin embargo, el tema de la tecnología de la información y comunicación mostraron gran deficiencia. Aun así, también se determinó que si bien es cierto poseen cierta competitividad en el mercado nacional, ello no hace que sea competitivos ante las empresas internacionales y aún más en el contexto internacional ya que para ello requieren innovación tecnológica.

A través de la investigación se concluyó que más del 50% de las mypes trujillanas se encuentran en la posibilidad de generar cambios en sus negocios mediante la implementación de innovación tecnológicas dentro de sus procesos, por lo que este último se caracteriza por ser un requisito mínimo para la competitividad sostenible; asimismo, La pequeña y mediana empresa que en un promedio global representan el 57.5% del total mismo sector tendrán mayores posibilidades de adaptar sus modelos de negocios en el medio plazo para competir basándose en la innovación en sus procesos y productos con la implementación de TICs, condición necesaria mínima para integrar su cadena

productiva con las empresas de mayor tamaño y así obtener la sostenibilidad de su productividad.

Se relaciona con la investigación, ya que contextualizó la situación actual del sector textil, por lo tanto, muestra las oportunidades y deficiencias que tiene el sector en cuanto a las implementaciones de procesos innovadores basados en la tecnología de la información y comunicación, que pueden formar parte para una construcción de procesos eco innovadores.

### **1.3 Desempeño sostenible**

Hojnik y Ruzzier (2016) exploraron las fuerzas impulsoras de la eco-innovación de procesos y su efecto en el desempeño de la empresa mediante la adopción de un enfoque integrador. La metodología aplicada fue transversal en la cual utilizaron cuestionarios en línea a 223 empresas eslovenas, siendo microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas, asimismo para el análisis se tomó en cuenta el modelo de escala de Likert (1 al 7). Se concluyó que la presión competitiva impulsó a las empresas a implementar procesos de eco-innovación para mejorar su posición en el mercado mediante el incremento de la cuota de mercado y las ventajas competitivas, además permitió mejorar la imagen de la empresa por las prácticas aplicadas; asimismo, se concluyó que las empresas que tienen mayor preocupación por el ambiente mejoran su desempeño ambiental, por lo cual más gerentes están interesados en la adopción de dicha tendencia.

Se relaciona con la investigación debido a que brindó los indicadores del proceso de eco-innovación; además, analizó la existencia de la relación con el desempeño de la empresa lo cual permitió un mejor análisis de las variables del presente estudio.

Tantayanubutr y Panjakajornsak (2017) examinaron el impacto de la innovación verde en el desempeño sostenible de la industria alimentaria tailandesa. La metodología aplicada contó con varios métodos de investigación para la recopilación, análisis y validación de los datos cualitativos obtenidos por los cuestionarios y entrevistas a profundidad a 441 emprendedores y CEOs; además, aplicaron un modelo de medición para las variables latentes. La investigación validó la relación positiva entre la innovación verde, responsabilidad social corporativa y los procesos de integración verdes y, cómo dichas variables impactan en el desempeño de la empresa y en su sostenibilidad. Por consiguiente, los resultados identificaron que existió una relación positiva entre las tres

variables; asimismo, dichas variables afectaron significativamente el desempeño económico, social y sostenible de las empresas estudiadas. Se concluyó que la responsabilidad ambiental y social corporativa brindó beneficios a las empresas tal como la reducción de riesgos comerciales y legales permitiendo que obtengan mayores ventajas competitivas y de rentabilidad; además, se concluyó que la innovación verde actúa como mediador del desempeño sostenible.

Se relaciona con el estudio debido a que la información que se obtuvo acerca de la subdivisión de los tipos de desempeño (económico, social y ambiental) fue necesario para el planteamiento de los objetivos del estudio, además analizó la importancia de la innovación verde en sus procesos y el efecto que tuvo en el desempeño de las empresas y finalmente brindó indicadores claves considerados para la determinación de cada dimensión encontrada por variable.

Hojnik et al. (2018) analizaron cómo la eco-innovación a través de la internacionalización orienta el desempeño económico de una empresa. La metodología fue exploratoria mientras que los datos fueron recolectados en base a un cuestionario y encuesta en línea, usando análisis factoriales confirmatorios a gerentes ambientales o directores de 151 micro, pequeñas, medianas y grandes empresas internacionalizadas en Eslovenia.

Se determinó que la eco-innovación fue un factor mediador en la internacionalización de las empresas, debido a que generó grandes beneficios en el mercado tal como la mayor lealtad del cliente a través de la reputación que obtuvo la empresa; asimismo, se concluyó que la influencia de la eco-innovación genera ahorro de costos, mayor rendimiento del desempeño económico de la empresa y la competitividad, al igual que fomenta beneficios sociales que finalmente reflejan un impacto positivo en los consumidores. Finalmente, la internacionalización tiene un vínculo positivo y significativo con el desempeño económico y que la eco-innovación media esta relación parcialmente.

Se relaciona con la investigación, ya que los resultados agregaron un concepto extra a la innovación que a su vez está asociado a la sostenibilidad, es decir, la eco-innovación y los costos-beneficios que se originaron a partir de su implementación en las actividades de las empresas; asimismo, analizó si la eco-innovación es un mediador de la internacionalización y el desempeño económico de la empresa, las cuales son las variables del presente estudio, asimismo también brindó información acerca de la importancia del

surgimiento de la eco-innovación en la generación de valor que otorga la marca ante el consumidor.

Juniati et al. (2019) evaluaron cómo impacta la internacionalización en el desempeño de las empresas multinacionales de Malasia permitiendo obtener ventajas competitivas. La metodología fue exploratoria, obteniéndose los datos mediante un cuestionario que se envió de manera online a 420 gerentes, sin embargo, para el análisis respectivo tomó en cuenta a 307 gerentes, cuyos datos fueron analizados mediante un Análisis Factorial Exploratorio (EFA).

Por otro lado, en cuanto al resultado obtenido se determinó una relación positiva y significativa entre los tres tipos de eco-innovación (producto, proceso y organizacional), internacionalización y el desempeño de la empresa brindando una ventaja competitiva para las empresas de Malasia, asimismo también se confirmó que la eco-innovación media significativamente la relación entre la internacionalización y desempeño de la empresa. Se concluyó que la eco-innovación permite que las empresas tengan en cuenta nuevos horizontes para hacer negocios permitiendo que disminuyan sus costos; mejoren en la parte tecnológica, funciones comerciales, entre otros aspectos, razón por la cual consideraron un elemento importante para el cumplimiento de los objetivos de la organización.

El trabajo se relaciona con la investigación ya que las variables estudiadas (internacionalización, eco-innovación y desempeño) presentaron una asociación en forma de U, asimismo brindó información acerca de la importancia de la implementación de la eco-innovación en los procesos, productos y en la parte organizacional, al igual que brindó las dimensiones y los indicadores claves para la base de los objetivos.

Además, Tumelero et al. (2019) analizaron el impacto de la cooperación en investigación y desarrollo y la ruta verde de las eco innovaciones en el desempeño económico de las empresas estudiadas. La metodología empleada se basó en un enfoque descriptivo-correlacional a 221 empresas brasileñas de los sectores de fabricación de equipos informáticos, electrónicos, productos periféricos, fabricación de máquinas, entre otros, asimismo se buscó información requerida mediante encuestas.

Los resultados obtenidos en cuanto a la eco-innovación organizacional y de producto fueron confirmados, sin embargo, la eco-innovación de procesos no ha sido confirmada en su totalidad; asimismo, determinaron que la cooperación en I+D influyeron



en las eco-innovaciones tecnológicas de producto, proceso y en la organización. Se determinaron tres limitaciones metodológicas que han conllevado a un sesgo en los resultados; por otro lado, hallaron que el esfuerzo ambiental conlleva a innovaciones ecológicas y establece una relación sostenible lo que permitirá explicar no solo el desempeño económico sino también el desempeño social.

Se relaciona con la investigación debido a que las variables utilizadas formaron parte de la investigación en curso; además, explicó las dimensiones de la variable mediadora, además de las variables que comprenden el desempeño socioeconómico y la importancia que ha tenido el desempeño económico y el posible impacto en el desempeño social.

Yurdakul y Kazan (2020) estudiaron el efecto que tiene la eco-innovación en el desempeño ambiental y financiero. La metodología aplicada fue exploratoria en el cual se tomó como muestra a 500 empresas manufactureras de Turquía que estaban mejor posicionadas en la producción total del país; asimismo, para el análisis respectivo se utilizó el método CATI (telefonía asistida por computadora) basado en un cuestionario. El resultado obtenido buscó que la eco-innovación tuvo un efecto positivo en el desempeño financiero, lo que indicó que dichas empresas aumentarían la cuota de mercado, ventas, calidad y rentabilidad, y lanzamiento de nuevos productos al mercado disminuyendo costos en su rendimiento, asimismo se determinó que la eco-innovación y el emprendimiento ecológico trabajaron de manera conjunta para lograr un mayor respeto frente al medio ambiente.

Se concluyó que el tema de investigación ha presentado una importancia significativa en los últimos años, lo cual ha conllevado a diversos estudios, asimismo se concluyó que la eco-innovación tiene un efecto positivo en el desempeño financiero y ambiental debido a un menor consumo de energía y costos de material por producto, otro punto importante es que permitió ahorrar costos por las mejoras en el producto, proceso y métodos comerciales obteniendo una mayor ventaja competitiva. Por lo tanto, se relaciona con la investigación debido a que describió los indicadores que se consideran dentro del desempeño económico para su medición, así como la importancia de la aplicación de la eco-innovación en los procesos de las empresas para un mayor rendimiento, finalmente también indicó las teorías utilizadas en cada variable, así como las dimensiones que surgen de cada una de ellas.

## CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente capítulo detalla los retos y oportunidades dentro del contexto internacional y nacional, acerca de la evolución de las principales variables a tratar, siendo el tema internacionalización, eco-innovación y desempeño sostenible.

### 2.1 Situación problemática

En la actualidad, el sector de moda está presentando nuevas oportunidades, en primer lugar, ha permitido que los países perciban ingresos por comercio electrónico como el caso de China quién recibió 195 166 millones de dólares, seguido de Estados Unidos con 103, 019 y finalmente Reino Unido con 29 615 millones de dólares, lo cual se detalla en la tabla 2.1 (Irastorza, 2019, p. 17).

**Tabla 2.1**

*Ingresos del sector moda por comercio electrónico (\$)*

Países	Ingresos
China	195 166
Estados Unidos	103 019
Reino Unido	29 615

*Nota.* Los valores expresados en millones de US dólares. De *El sector textil en 2018*, por Irastorza, 2019 ([http://marketing.eae.es/prensa/SRC\\_SectorTextil.pdf](http://marketing.eae.es/prensa/SRC_SectorTextil.pdf))

Asimismo, según Amed et al. (2019), las ventas del sector moda, a nivel mundial, crecerán de “3.5% a 4.5% para el 2019, ligeramente por encima del crecimiento en el 2018, que se había previsto de 4 a 5 por ciento” (p. 97).

En la tabla 2.2, se muestra las variaciones del crecimiento de ventas en el sector de moda para los cuales se ha tenido en cuenta las regiones que han presentado mayor variación en el periodo, siendo APAC emergente con una variación porcentual de 6.5% a 7.5%.

**Tabla 2.2**

*Crecimiento de ventas del sector moda en las principales regiones (%)*

<b>Regiones</b>	<b>Variación Porcentual (2018)</b>	<b>Variación Porcentual (2019)</b>
Europa Emergente	5.5-6.5	4.5-5.5
MEA	5-6	3-4
APAC emergente	6.5-7.5	6.5-7.5
Latinoamérica	5-6	4-5

*Nota.* APAC incluye países de Asia-Pacífico y MEA incluye países del Medio Oriente y Norte de África.

De *The State of Fashion 2019*, por Amed et.al., 2019

(<https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/The%20State%20of%20Fashion%202019%20A%20year%20of%20awakening/The-State-of-Fashion-2019-final.ashx>).

En segundo lugar, se están presentando oportunidades para las empresas minoristas de moda debido a que “han globalizado rápida y ampliamente sus cadenas de suministro, red de puntos de venta y gestión”, además estas empresas, cada vez más, están combinando las tiendas físicas con las tiendas virtuales. Por lo tanto, es necesario que las empresas de moda evalúen las plataformas existentes para medir la efectividad que tendrá las tiendas virtuales, es decir, en que medios debe hacer sus anuncios para generar mayores ventas (Gardó et al., 2017, p. 63).

Otra oportunidad se centra en el Sureste asiático, donde actualmente se presenta un crecimiento rápido en el sector de moda debido a que alrededor del 40% de la población tiene menos de 25 años, además conocen más sobre el tema del comercio electrónico. En contraste con China donde el segmento mencionado solo equivale al 28% y en Estados Unidos, 30%; además, en estas regiones se ha logrado recaudar en el sector de confección alrededor de \$50 mil millones, principalmente de Vietnam, Filipinas, Indonesia, Malasia, Tailandia y Singapur (Amed et al., 2019, p. 16).

Por el contrario, en cuanto a los retos que enfrenta el sector, se encuentra en primer lugar el tema de la contaminación, ubicando al sector textil en segundo lugar y en primer lugar a la industria petroquímica; del mismo modo, está el hecho que el sector textil nutre a la industria petroquímica ya que “muchas telas sintéticas se crean a base de petróleo” (El Tiempo, 2018, sección de interés general).

En la tabla 2.3, se muestra el impacto que tiene la fabricación de prendas, tanto en el consumo de agua, emisión de energía, uso de productos químicos y creación de residuos, para ello se muestra la situación de hace 5 años y lo que se proyecta en los próximos 10 años en cuanto a la contaminación de dichas prendas.

**Tabla 2.3***Impacto de las ropas en el medio ambiente (%)*

<b>Impactos</b>	<b>Unidades</b>	<b>2015</b>	<b>2030</b>	<b>% crecimiento</b>
Consumo de agua	Mil millones de metros cúbicos	79	118	+50%
Emisión de energía	Millones de toneladas	1715	2791	+63%
Uso de productos químicos	Puntuación de pulso en%	37	-	-
Creación de residuos	Millones de toneladas	92	148	+62%

*Nota.* De *Pulse of the Fashion Industry*, por Kerr & Landry, 2017 ([http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry\\_2017.pdf](http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf))

Asimismo, el impacto del consumo de agua en ciertas partes del mundo, tales como África del Norte, Medio Oriente y Asia Meridional está conllevando a que las empresas enfrenten un estrés hídrico permanente. En los países que son considerados los principales productores de algodón como China e India, también, están enfrentando niveles altos o medios de estrés hídrico, por lo cual si no se toman las medidas adecuadas podría llevar a un dilema de elegir entre la producción de algodón o asegurar el agua potable limpia para la población (Kerr & Landry, 2017, p. 11).

Además, en cuanto al impacto de las emisiones del CO<sub>2</sub> en el ambiente, se debe principalmente a los procesamientos, uso de indumentaria y la producción de materias primas, asimismo en cuanto al uso de productos químicos se debe principalmente a la producción de algodón, el cual consume 4% de fertilizantes nitrogenados y fósforo a nivel mundial (Kerr & Landry, 2017, p. 12).

Otro punto se centra en la creación de residuos ya que la mayoría de las prendas terminan en vertederos o se incinera y solo el 20% se reutiliza o recicla (Kerr & Landry, 2017, p. 12). De igual forma, la industria del sector textil también tiene un impacto significativo en la contaminación de aguas residuales industriales en aproximadamente un 20% (The impact of Clothing Fact Sheets, 2018, p. 2).

En cuanto al algodón, es importante tener en cuenta que es el cultivo más contaminante debido a que se siembra con los peores pesticidas, además de otros productos químicos tóxicos que contaminan el agua y dañan la salud de los productores (PortalFrutícola.com, 2018, sección de Agroecología). Asimismo, para fabricar un jean hecho a base de algodón se requiere “más de 10.000 litros de agua por un kilo de algodón”; además, para el proceso del tinturado y lavado se requiere más agua (42 litros), sin embargo, existen empresas que utilizan las “técnicas de lavado con permanganato”, cual

se caracteriza por ser un producto dañino por sus toxinas perjudicando la salud de las personas que lo usan (El Tiempo, 2018, sección de interés general).

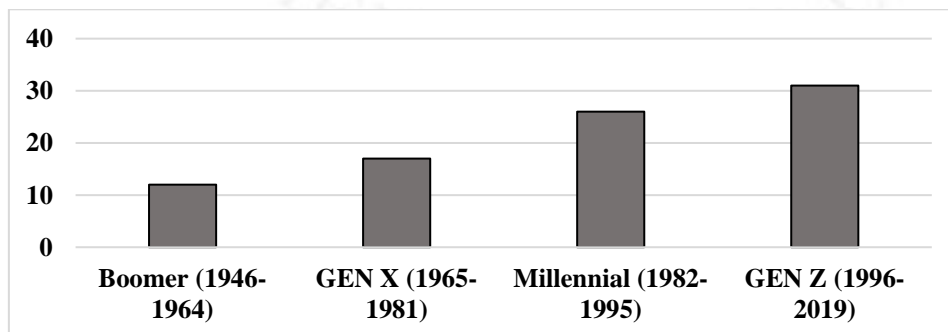
En segundo lugar, si bien las empresas minoristas de moda presentan oportunidades, a su vez presentan retos que deben asumir. En el caso de Europa, el sector está dominado por las grandes cadenas, en el cual para obtener un lugar en el mercado deben aplicar estrategias relacionado al diseño y gestión de los distintos canales de distribución para acelerar así el proceso de internacionalización y lograr un mejor posicionamiento en el mercado (Gardó et al., 2017, p. 63).

En tercer lugar, se encuentra el tema de los consumidores, ya que los avances tecnológicos y el conocimiento del impacto de las prendas en el medio ambiente han conllevado a que no solamente busquen prendas que duren sino, prendas que presenten un “rendimiento para sus necesidades diarias e integre estética y moda”, es decir, se elaboren prendas responsables con el medio ambiente, lo cual origina que los precios sean más altos, siendo 15-20% más (El Tiempo, 2018, sección de interés general).

En cuarto lugar, se encuentra los cambios en los gustos de los consumidores debido a la existencia por una mayor preocupación por el medio ambiente en temas relacionados con la producción mundial el cual se ha duplicado en los últimos 15 años, así como en los residuos textiles, el cual solo se rec+icla en un 20% (Bankia, 2020, sección de cultura de banca). En la figura 2.1, se muestra el porcentaje de consumidores que hay en el sector de moda por generación, lo cual hace evidencia que los usuarios de la generación Z (+30%) son los que sienten mayor atracción por el sector de moda.

**Figura 2.1**

*Generación de consumidores por consumo (%)*



*Nota.* De *The State of Fashion 2020*, por Amed et al., 2020 (<https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/The%20state%20of%20fashion%202020%20Navigating%20uncertainty/The-State-of-Fashion-2020-final.ashx>).

Otro de los retos, se encuentra en la desaceleración de la producción y ventas debido a una mayor competencia internacional y, la demanda ha disminuido desde el 2014 en productos y servicios por una mayor prioridad por el ahorro (Compañía Española de Seguros de Crédito [CESCE], 2019, p. 4). Las oportunidades y retos que se presentan en el sector conllevan a que las empresas adopten innovaciones tecnológicas, dentro de la organización para alcanzar la implementación de actividades sostenibles y competitividad, según la demanda de los nuevos consumidores de productos y servicios “verdes”.

Un ejemplo claro se encuentra en el corto ciclo de vida del producto, en el cual las empresas están buscando implementar innovaciones, sea la inclusión de fibras naturales, procesos sostenibles, empaques ecológicos, entre otros aspectos con la intención de mejorar su imagen de marca y estilo del producto (Chávez, 2019, pp. 2-3). Asimismo, en cuanto a los procesos, este se centra en las mejoras de la cadena de suministro para la implementación de productos ecológicos, el cual permite la disminución de costos, aumento de ventas, cuota de mercado y explotación de nuevas oportunidades en el mercado (Hojnik et al., 2018, p. 1314). Por otro lado, la revolución que se viene presentando en el sector textil tomó impulso en el año 2013 debido a un derrumbe “de la fábrica de textiles Rana Plaza en Bangladesh, donde perdieron la vida cientos de trabajadores de la industria fast fashion, por las malas condiciones del edificio”, este suceso permitió una revolución en la moda (Mayer, 2018, p. 1).

Además, según Fernández (2019), en los últimos años la moda sostenible ha tenido un impacto significativo en el mercado, influenciado por las redes sociales, donde se están mostrando los daños que está ocasionando al medio ambiente a través de la capa de ozono (p. 12). En la tabla 2.4 se muestra las principales plataformas digitales que utiliza el usuario para informarse acerca de los impactos que conlleva el uso de productos dañinos en la elaboración de las prendas de moda.

**Tabla 2.4**

*Preferencia de plataformas de búsqueda en sostenibilidad (%)*

<b>Plataformas digitales</b>	<b>Porcentaje</b>
Búsquedas en Línea	35%
Redes sociales	31%
Medios impresos no digitales	29%

*Nota.* De *Pulse of The Fashion Industry*, por Global Fashion Agenda, 2019 (<https://globalfashionagenda.com/pulse-2019-update/#>).

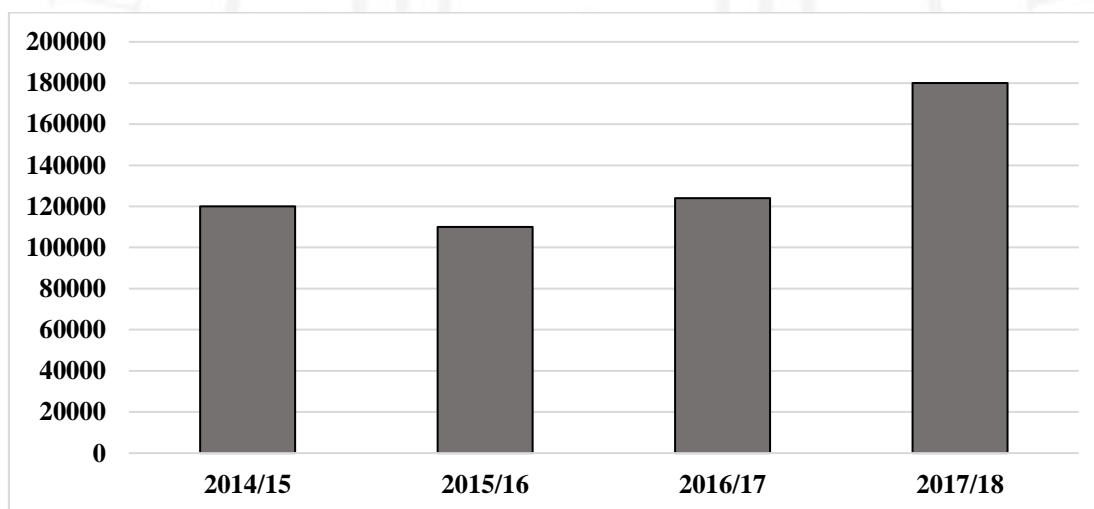
Por consiguiente, dichos retos presentados también han conllevado hacia respuestas sostenibles para obtener un mayor desempeño económico, por ejemplo, los consumidores les permiten disminuir el impacto sobre el medio ambiente y para las empresas les permite que sean más competitivos y puedan crear nuevos mercados a corto y largo plazo (Hojnik et al., 2018, p. 1312).

Por lo tanto, según Textile Exchange (2018, 2019) entre las medidas tomadas para hacer frente a dichos retos se encuentra la producción de algodón orgánico, el cual presentó un crecimiento del 56% entre los años 2017/2018, asimismo se estima que el crecimiento continúe principalmente en India, Tanzania, Turquía, Kirguistán, Brasil, entre otros (p. 3).

En la figura 2.2, se muestra la cantidad de algodón orgánico que se ha venido produciendo a nivel mundial, en el cual se aprecia que entre los años 2017 y 2018 se haya presentado un incremento considerado y esto debido a la revolución que se viene dando por el tema de la sostenibilidad.

**Figura 2.2**

*Cantidad de algodón orgánico producidos a nivel mundial (TN)*



*Nota.* Valores aproximados expresados en toneladas. Adaptado de “*Organic Cotton Market Report 2019*”, por Textile Exchange, 2019 ([https://store.textileexchange.org/wp-content/uploads/woocommerce\\_uploads/2019/11/Textile-Exchange\\_Organic-Cotton-Market-Report\\_2019\\_2.pdf](https://store.textileexchange.org/wp-content/uploads/woocommerce_uploads/2019/11/Textile-Exchange_Organic-Cotton-Market-Report_2019_2.pdf)).

Si bien, el algodón orgánico ha ganado popularidad aún representa el 12% de la producción mundial, esta popularidad ha sido posible por las iniciativas de empresas distribuidoras como Inditex, H&M, Gap, Adidas, las cuales están implementando este producto en la fabricación de sus prendas (Modaes.es, 2017, sección de entorno).

De esa manera, estas empresas se encuentran en primer lugar en las ventas debido a las estrategias de innovación que han implementado tanto a mediano como a largo plazo principalmente en el tema de sostenibilidad. Por lo que, para lograr sus objetivos propuestos han requerido de un trabajo conjunto con sus proveedores creando de esa forma un sistema circular que les permita “recuperar los desperdicios textiles y los cortes” de su Producción (Claire, 2019, sección de actualidad); además, las empresas grandes no necesariamente les resulta fácil implementar estas innovaciones en su proceso, producto y organización razón por la cual las mypes de moda podrían obtener ventajas ya que al ser pequeñas pueden implementarlo rápidamente, sin embargo, podrían presentar problemas al momento de alinear dichas estrategias (Noticias Financieras, 2015, sección de negocios y economía).

Según el reporte anual de Textile Exchange (2017), la producción de algodón orgánico en el mundo ha decrecido en 4% respecto al año anterior, sin embargo, algunos mercados han aportado a que la producción mundial no se aminore significativamente, entre ellos se encuentra Tayikistán con un crecimiento impresionante de 562%, seguido Pakistán y Tailandia (100%) y EE. UU (86%). Sin embargo, algunos de los mercados latinoamericanos decrecieron, tales como Brasil y Perú con 24% y 44%, respectivamente (p. 19).

Por consiguiente, según el reporte de Textile Exchange (2018) en la tabla 2.5, se puede apreciar un crecimiento favorable para Brasil, sin embargo, un continuo descenso de Perú (21%), mientras que, en el reporte anual del año 2019, Brasil registró un descenso de 48% y Perú un crecimiento de 49% (p. 48).

**Tabla 2.5**

*Tasa de crecimiento de producción de algodón orgánico en Brasil y Perú*

Latinoamérica	2016/17	2017/18	2018/19
<b>Brasil</b>	-24% <sup>a</sup>	155% <sup>b</sup>	-48% <sup>c</sup>
<b>Perú</b>	-44% <sup>a</sup>	-21% <sup>b</sup>	49% <sup>c</sup>

*Nota.* Los valores expresan porcentajes negativos con el signo (-). Adaptado de *Informe del mercado de algodón orgánico*, por <sup>a</sup>Textile Exchange (2017). <sup>b</sup>Textile Exchange (2018). <sup>c</sup>Textile Exchange (2019)

Asimismo, en la tabla 2.6 se muestra que Latinoamérica no presentó una participación significativa en cuanto a la producción mundial de algodón orgánico durante los años 2018 y 2019. Se observa a Argentina con un decrecimiento notable de 90%, luego Brasil un descenso de 75% y Perú, que si bien es cierto no presentó descensos, sin embargo,



su participación en la producción mundial no ha generado ningún cambio (Textile Exchange, 2018, pp. 44-48).

**Tabla 2.6**

*Participación de Latinoamérica en la producción mundial de algodón orgánico*

Latinoamérica	2018	2019
Argentina	0.01% <sup>b</sup>	0.001% <sup>c</sup>
Brasil	0.04% <sup>b</sup>	0.01% <sup>c</sup>
Perú	0.30% <sup>b</sup>	0.30% <sup>c</sup>

*Nota.* Los valores se expresan en porcentajes. Adaptado de “Informe del mercado de algodón orgánico”, por <sup>a</sup>Textile Exchange (2017). <sup>b</sup>Textile Exchange (2018). <sup>c</sup>Textile Exchange (2019).

Uno de los principales motivos por el cual algunos mercados han registrado descenso en la producción de algodón orgánico, se debe a la subida de costo de mano de obra, por lo tanto, muchos agricultores prefieren cambiar de tipo de cultivo por algún otro producto (Textile Exchange, 2017, p. 25). Ello, considerando que la producción de algodón orgánico requiere mayor número de personas dispuestas a trabajar (Support Organic Cotton in Latin America [SOCILA], 2020, sección de Potencial Algodón Orgánico).

Ante las cifras antepuestas por el alcance de la producción y participación de la agricultura de algodón orgánico en algunos países de Latinoamérica, se presenta la problemática que conllevó a ello, pues el descenso de la producción de Brasil y Perú se debe a las no favorables condiciones climáticas suscitadas en el año 2016, además del decrecimiento económico de ambos países. Entre dichos mercados de Latinoamérica, se encuentra Colombia que al igual que las economías vecinas, experimentó inesperados cambios climáticos que limitaron su producción, además de la falta de inversión en esta actividad (Textile Exchange, 2017, p. 34).

Sin embargo, ante los hechos ya mencionados, Gregolin quien es coordinadora de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO, incentiva a la ejecución de “+ cotton”, una iniciativa que apoya a Latinoamérica, el cual consiste en la incorporación de la sostenibilidad en cuánto a la producción de algodón. Donde Gregolin afirma que se debe de reconocer la implementación de lo siguiente:

- Innovación tecnológica
- Reorganización social
- Políticas públicas (Como se citó en Textile Exchange, 2017, p. 36).

A pesar de ello, el contexto mundial reclama por la espera de un crecimiento de cultivo de algodón orgánico por la alta demanda de mercados como EE.UU y las empresas de moda que claman por este recurso para generar mayor valor agregado en sus productos, lo cual significa una gran oportunidad de expansión para las empresas de Latinoamérica, que ante las ventajas competitivas que obtienen en cuanto al menor tiempo de entrega que ejercen y la facilidad de comunicación que poseen, no logran satisfacer dicho requerimiento por el mercado mundial y ello se debe a que si bien es cierto implementan la cultura de agricultura, muchas de estas empresas de América Latina no conocen acerca de estas nuevas tendencias y la generación de oportunidad de negocio que tienen ante ellos (Textile Exchange, 2017, p. 37).

Por lo tanto, la sostenibilidad es una tarea en el cual algunos mercados hacen caso omiso, Eduardo Iracheta, especializado en derechos humanos, considera que algunos mercados de Latinoamérica son motivos suficientes para estudiar la contaminación de los recursos hídricos, ya que muchas empresas realizan sus operaciones con ausencia de transparencia (EFE News Service, 2018, sección de interés general).

Asimismo, enfatiza en la continua problemática que abarca la falta de acceso al agua, ello otorgando mucha más importancia el accionar del rubro textil, ya que se caracteriza por ser una de las industrias más desgastantes para la sociedad (EFE News Service, 2018, sección de interés general).

Según el Banco Mundial (2015), en el año 2050, un promedio de 1,000 millones de personas no tendrá acceso al agua, ello sin contar que a pesar de que América Latina cuenta con el 31% de fuentes de agua potable en el mundo. Por otro lado, determina que Haití, República Dominicana, Nicaragua, Ecuador, Perú y Bolivia son los países de América Latina con mayor probabilidad de no tener acceso al agua (párr. 7-14).

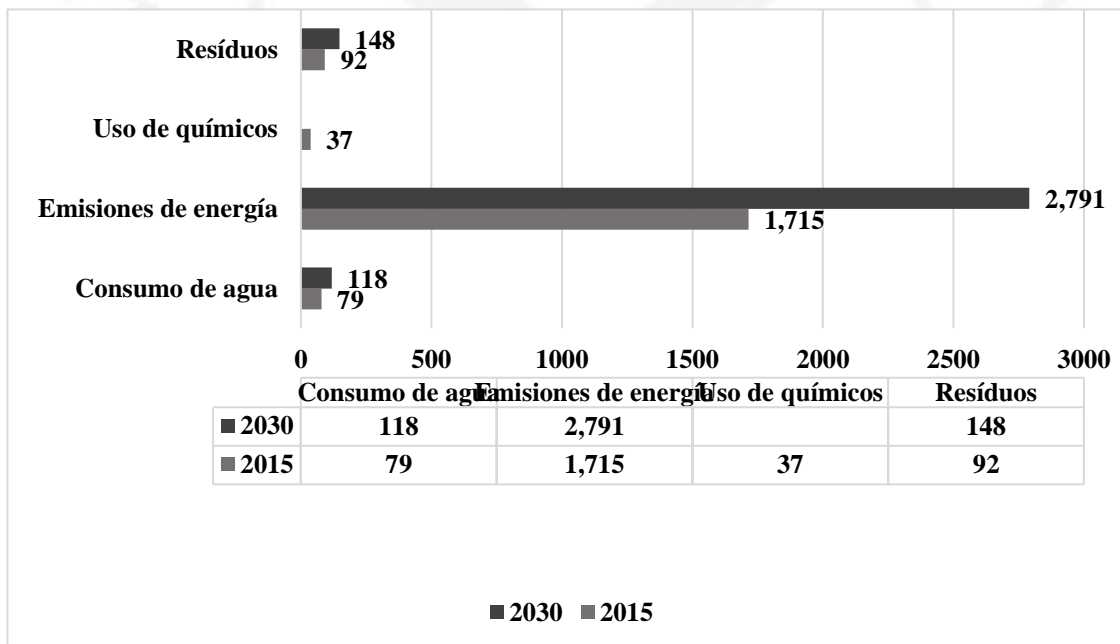
De igual manera, Andrea Somma quien es creadora de las iniciativas del sector moda de Costa Rica del Fashion Summit, considera que es el momento adecuado para que las empresas puedan usar materiales y proceso alternativos para continuar con la producción del sector, ya que para el 2030 se tiene proyectado un aumento de 60% de la contaminación ambiental que generan las empresas de moda, por tales efectos al ecosistema es que Somma, sumándose a la lista de expertos en el tema, considera que Latinoamérica debe tratar este tema con urgencia (EFE News Service, 2017, párr. 3).

Asimismo, entrando aún más en la importancia de los efectos de la industria de la moda en cuanto al medio ambiente, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha registrado que las enfermedades y muertes que surgen en América Latina, un 85% se debe a la contaminación y la carencia de acceso al agua (Tragua, s.f, párr. 15); además, Malpass afirma que el deterioro del agua origina una limitación en el crecimiento económico de algunas economías sin hacer distinciones de los países desarrollados y en desarrollo, pues este deterioro provoca la reducción en la producción de distintos rubros (como se citó en el Banco Mundial, 2019, párr. 4).

De igual manera, la estructura actual en la cual operan algunas empresas de la industria de la moda ocasiona grandes impactos que afectan a las futuras generaciones, las cuáles se representan en la figura 2.3 (Naciones Unidas, 2019; Global Fashion Agenda, 2017)

**Figura 2.3**

*Impacto de las operaciones de la industria de moda*



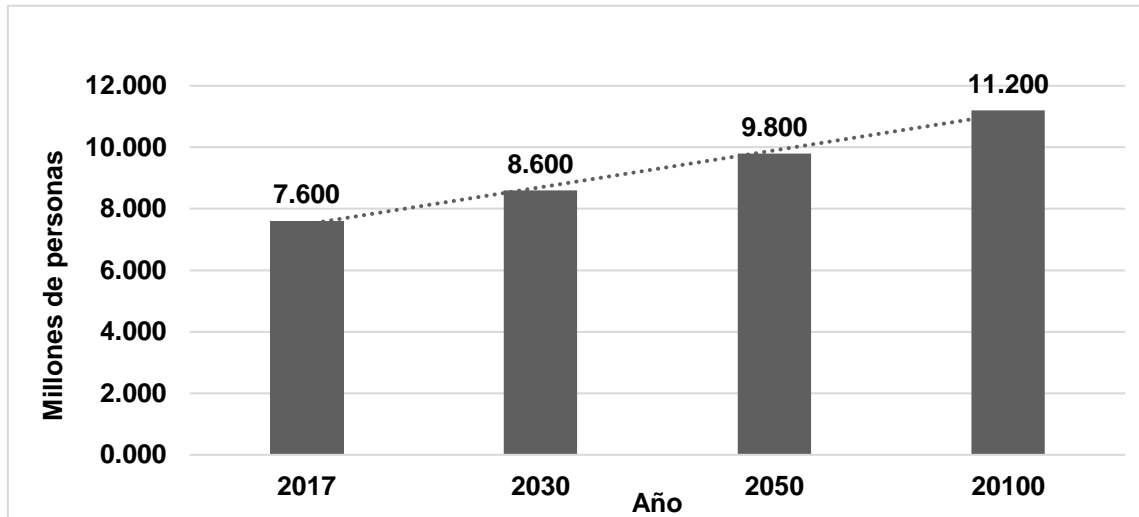
*Nota.* De *Pulse of the fashion industry* [Pulso de la moda], por Global Fashion Agenda, 2017 ([http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry\\_2017.pdf](http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf)).

En la figura 2.4, se muestra que en el año 2017 el mundo representó 7.600 millones de pobladores, sin embargo, se han realizado proyecciones al 2030 concluyéndose que la población llegará a los 8.600 millones, seguidamente en el 2050 alcanzará 9.800 millones

y para el año 2100, 11.200 millones de personas (Naciones Unidas, 2017, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales).

**Figura 2.4**

*Proyección de la población mundial 2017-20100*



*Nota.* De *La población mundial aumentará en 1.000 millones para 2030*, por las Naciones Unidas, 2017 (<https://www.un.org/development/desa/es/news/population/world-population-prospects-2017.html>).

Por lo tanto, si las empresas de la industria de moda continúan realizando sus actividades dentro del modelo lineal, el cual corresponde al “tomar, hacer y desechar”, generarán que los recursos que se gastan hoy, más la suma de la proyección de millones de personas en los próximos años resultará un desgaste total de los recursos limitados (Global Fashion Agenda, 2019; EFE News Service, 2017).

Por lo que, de esa manera se demuestra que si bien es cierto el sector moda genera excesos en cuanto al agua, energía y contaminación ambiental; es motivo para que las empresas dedicadas en la industria realicen un cambio eficiente. De igual forma, Somma afirma que las empresas necesitan aplicar enfoques sostenibles como parte de la cadena de valor, y de esa manera optar por procesos innovadores menos dañinos e inclusive una adopción de ropa usada dentro de la comercialización de prendas (Global Fashion Agenda, 2019; EFE News Service, 2017).

Es aquí donde cabe la importancia de los estudios que relacionan la eco-innovación en los productos, procesos y organización de las empresas como fuente esencial hacia el rendimiento de estas, donde se concluye que a través de los procesos se incentivan soluciones basadas en tecnología, lo cual muestra ser fundamental para la preservación de recursos naturales y creación de valor en los productos (Oliveira et al., 2016, p. 10).

Además, la eco-innovación en todos sus ámbitos no muestra tan solo ser beneficioso para el desempeño de la empresa sino también para el impacto ambiental y la responsabilidad que tienen las empresas en cuanto a las repercusiones de sus procesos (Fernando & Xin, 2017, p. 25).

Efectivamente, hay mercados que se suman sumando a la inserción de optar por procesos sostenibles, como es el caso de Costa Rica, quien es líder mundial en la sostenibilidad ambiental (EFE News Service, 2017, párr. 10). Asimismo, Valentina Suárez, directora de Mola, afirma que Uruguay se encuentra en la búsqueda de optar procesos sostenibles y a la vez en la búsqueda de la unión junto a los demás mercados Latinoamericanos por una promoción de sostenibilidad. Además, hace en consideración una lista de actividades claves que marchan a la creación de marcas sostenibles como es una distinción de las materias primas, diseño y creatividad como etapas innovadoras en su proceso (EFE News Service, 2017, párr. 2-7).

De igual manera, hay empresas se siguen sumando a este cambio con mira a la internacionalización, como el caso de PROTELA S.A, una empresa ubicada en Colombia experta en la fabricación de tejidos de punto de alta calidad. En este caso, la demanda por la implementación de procesos más sostenibles era parte de la empresa, sin embargo, tomaron en cuenta que necesitaban un comportamiento innovador organizacional capaz de tomar decisiones en cuánto a la estrategia innovadora Producción más limpia (PML) como parte nueva de sus operaciones (Aristizabal et al., 2018, p. 217). Operaciones que forman parte de los procesos de la industria de moda, cuál es la parte más importante en la cual las empresas se deben de fijar (Hackling, 2019, párr. 13).

En la tabla 2.7, se concluye los resultados de los beneficios económicos y ambientales que surgieron de la prueba piloto que ejercieron antes de la aplicación de la PML (Producción más limpia).

**Tabla 2.7**

*Resultados adquiridos ante la implementación de la estrategia innovadora: PML*

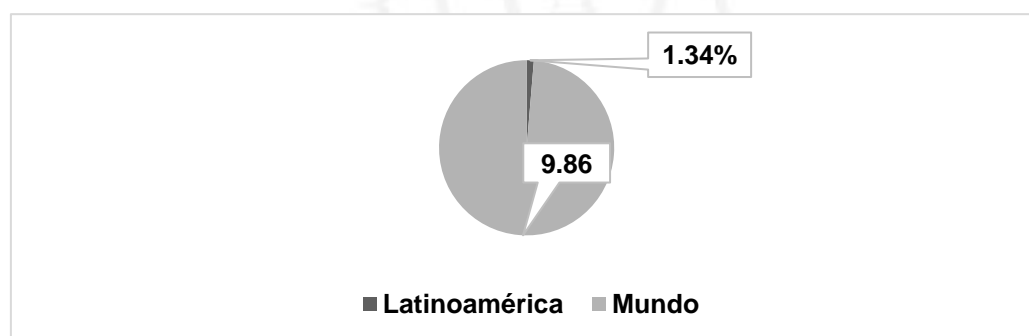
<b>Empresa</b>	<b>Beneficios ambientales</b>	<b>Beneficios económicos</b>
Protela S.A.	2'592,000	Residuos eludidos 3.2 toneladas al año

*Nota.* Valores numéricos expresado en USD/año. Adaptado de “La producción más limpia como una estrategia innovadora aplicada en una empresa del sector textil”, 2018, por Aristizabal et al., *Investigación Agraria y Ambiental*, 9, p. 263 (<https://doi.org/10.22490/21456453.2271>).

Si bien es cierto, hay empresas latinoamericanas que se suman a mejorar sus procesos, es importante resaltar que se requiere más de ellas (Hackling, 2019, párr. 13) Ya que, según un análisis de la base de datos obtenido mediante TradeMap, Latinoamérica representa el 1.34% en cuanto al nivel de sus exportaciones de productos textiles de modo plano y punto, como denota la figura 2.5 (TradeMap, 2020).

### Figura 2.5

*Participación de las exportaciones latinoamericanas de productos textiles en el mundo, 2019*



*Nota. Exportaciones de productos textiles de punto y plano. Adaptado de Lista de productos exportados, por TradeMap, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>)*

En cuanto al contexto peruano, las exportaciones del año 2019 habrían sido recuperadas con un incremento del 22%, este crecimiento es significativo para el sector textil, ya que demuestra una recuperación significativa del año 2017 gracias a la exportación de lana y pelo fino (Reporte Mensual de Comercio, 2019, p. 32).

Sin embargo, la participación de exportaciones de productos textiles de diseño punto y plano figura una cuota de 0.19% en cuanto a las exportaciones mundiales, mientras que, en el ámbito latinoamericano, las exportaciones peruanas obtienen una participación del 13%, como denota la figura 2.6 (TradeMap, 2020).

**Figura 2.6**

*Participación de las exportaciones peruanas textiles en el mundo, 2019*

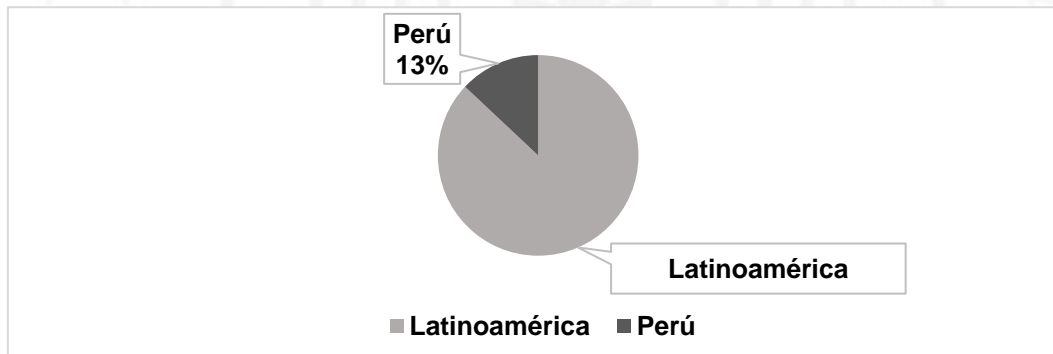


*Nota. Exportaciones de textiles de punto y plano. Ada Nota. Exportaciones de textiles de punto y plano. Adoptado de Lista de productos textiles exportados, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>)*

En la tabla 2.7, se describe la participación de las exportaciones peruanas de productos textiles en Latinoamérica en el año 2019, lo cual equivale al 13%.

**Figura 2.7**

*Participación de las exportaciones peruanas de productos textiles en Latinoamérica-2019*



*Nota. Exportaciones de textiles de punto y plano. Adoptado de Lista de productos textiles exportados, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>).*

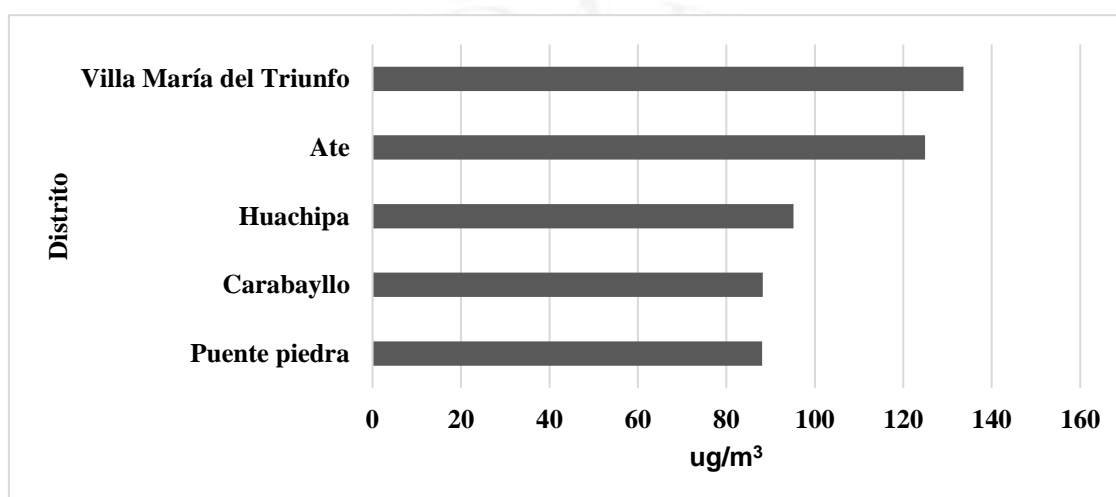
Además, según el Índice Global de Innovación (2019), Perú se encuentra en el puesto 69, lo cual significa que ha subido dos posiciones a comparación del año 2018, sin embargo, los productos creativos están enfocados a los medios digitales (p. 1). De igual forma, según Textile Exchange (2017) se pronosticó un continuo descenso de la producción de algodón orgánico en Perú del año 2017. Ya que, algunos de los problemas suscitados en los registros de producción de algodón orgánico del 2016, se debe a que Perú, al igual que otros mercados vecinos, experimentaron malas condiciones climáticas, limitaciones de

inversión e incapacidades de obtener la certificación del cultivo por considerables números de agricultores debido a los altos costes para acceder a la certificación del cultivo (p. 35).

En la figura 2.8, se determina el nivel estándar de Calidad Ambiental elaborado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática en algunos distritos de Lima Metropolitana.

### Figura 2.8

*Nivel de Estándar de Calidad Ambiental en Lima, 2019*



*Nota. Cinco distritos más afectados. Adoptado de Perú anuario de estadísticas ambientales, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019 ([https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1704/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1704/libro.pdf)).*

Asimismo, en cuanto a la inversión dedicado al rubro textil peruano, en el año 2019, durante el primer semestre, la industria textil peruana cayó 7.8%. Además, los créditos destinados a las industrias en general cayeron en 0.5% en el mes de junio. Además, si bien es cierto el sector público dirige un 13% de su inversión total a la industria textil, sin embargo, a fines del año 2019, este descendió en 10.9%. (Sociedad Nacional de Industrias, 2019, pp. 1-5). De igual forma, si bien los agricultores no acceden a las certificaciones de cultivo por los altos costos que origina, se considera que la inversión es viable ya que de esa manera el agricultor tiene mayor rentabilidad a través de la captura de mejores precios y menores costos por uso de tratamientos de sanidad, mayor prevalencia de salud, mayor demanda de los productos textiles orgánicos aumenta su valor y generación sostenible (Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú [SENASA], s. f., p. 1).

Por otro lado, el programa “+cotton”, ha participado en capacitaciones donde acoplan a gran número de empresas agricultoras, donde se determina cuatro variables importantes que deben aplicar las empresas para la guía de sostenibilidad, las cuales son



“la tecnología sostenible, innovación social, alianzas estratégicas y mercados inclusivos” (Textile Exchange, 2017, pp. 34-36). En cuanto a la economía peruana, esta se conforma, en su mayoría, por MiMypes, donde las mypes representan el 96.2%, mypes 3.2% y medianas empresas 0.1%. La industria textil, se encuentra dentro del 87.6% de la actividad económica enfocado en comercio y servicios (Ministerio de la Producción [PRODUCE], s.f., párr. 1). Según Churata et al. (2015) afirman que existe muchas falencias en cuanto a la cultura exportadora de las MiMypes peruanas de moda, debido a que algunas empresas del sector prefieren mantenerse en el comercio tradicional por un temor o desconfianza a los cambios globales (p. 46).

De acuerdo con Guaylupo y Donet (2015) es importante conocer las razones del desempeño de las exportaciones para hacer de ellas sostenibles en el tiempo, por lo que las falencias de la cultura exportadora se clasifican de forma interna y externa respecto a la empresa. Donde, bajo una muestra de 119 empresas del sector industrial, en el cual 20.87% son parte de la industria textil, se determina que las empresas sufren de falencias respecto a la facultad de los gerentes, ya que deben de gozar de habilidades en el idioma y entendimiento de la cultura de distintos países en los cuales opera, asimismo en cuanto a una segunda categoría se tiene que las empresas presentan una ausencia de conocimiento en relación a la administración del comercio internacional y debilidad a través de talento humano que sepa hacia dónde se dirige la mente exportadora de la empresa (p. 70).

Por consiguiente, la tercera categoría indica falencias en la percepción de los encuestados relacionado a la logística internacional, es decir, percepción de dificultades de acceso hacia los costos de fletes y conocimiento de las documentaciones (Guaylupo & Donet, 2015, p. 70); asimismo, según Custodio y Silva (2019), las MiMypes presentan falencias desde los cimientos de la empresa, por lo que determina que una de sus limitaciones es la informalidad con una representación del 48.4%, cual los lleva a una sobrevivencia de 5 años dentro del sector, además de la presencia de la dificultad de financiamiento (Ministerio de la Producción [PRODUCE], 2017, pp. 21-27).

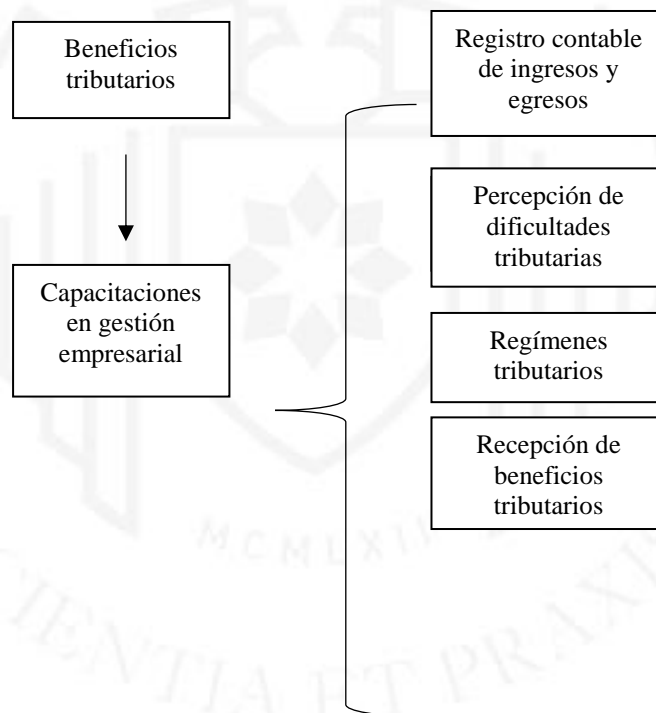
Relacionado a lo estudiado por Guaylupo y Donet (2015), la necesidad que se requiere en cuanto al talento humano de las empresas del sector textil y su relación con la mente exportadora de las empresas (p.50). Un estudio de investigación elaborado por el Ministerio de Producción en el año 2017 determina que la industria de la moda carece de uso de tecnología en los procesos de elaboración del producto, limitada inversión en activos fijos y colaboradores, difícil ligamiento con el cliente extranjero (Ministerio de la

Producción [PRODUCE], 2017, p.13). Ante los problemas mencionados, el Ministerio de Producción plantea un escenario donde se busca identificar la probabilidad de que los beneficios tributarios generen la realización de capacitaciones de gestión empresarial que los lleve a la eficiencia de la productividad, por lo tanto, en la siguiente figura se plantea la relación y las variables estudiadas (Ministerio de la Producción [PRODUCE], 2017, p. 66).

En la figura 2.9, se muestra el modelo de probabilidad de relación que existe entre los beneficios tributarios y la capacitación de gestión empresarial, así como las variables que permiten incrementar dicha probabilidad de que las empresas tengan la facultad de realizar capacitaciones en gestión empresarial.

### Figura 2.9

*Modelo de probabilidad de relación entre los beneficios tributarios y la capacitación de gestión empresarial*



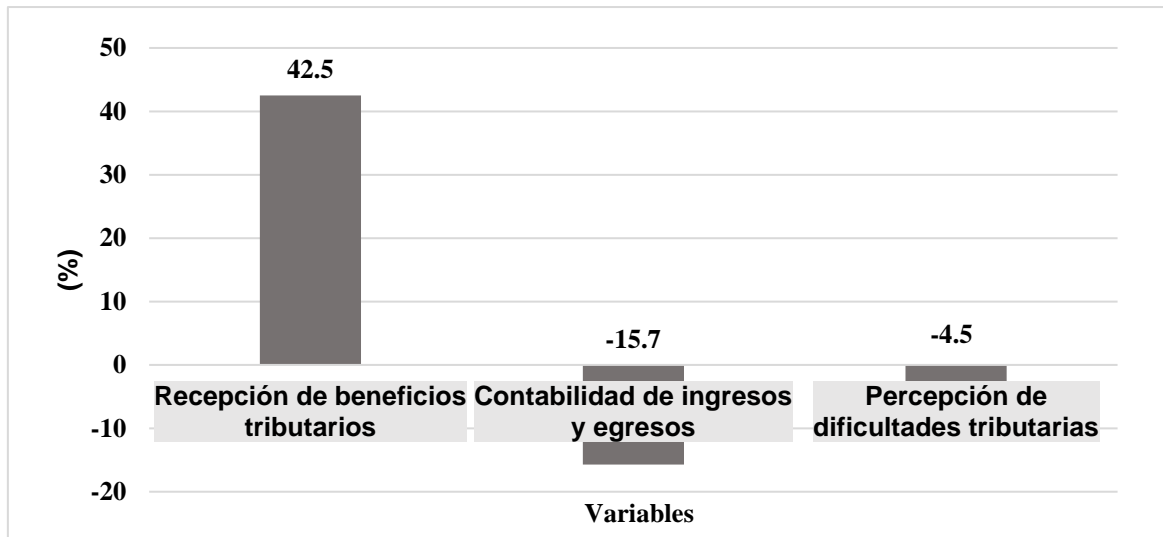
*Nota.* Adaptado de *Industria Textil y Confecciones. Estudio de investigación sectorial*, por Ministerio de la producción, 2017 ([http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/docTrab\\_Textil.pdf](http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/docTrab_Textil.pdf)).

En la figura 2.10, se muestra los resultados de la aplicación del modelo de probabilidad concluyendo que existe un 42.5% en la variable de recepción de beneficios tributarios, sin embargo, también se presenta un porcentaje negativo en cuanto a las

variables de contabilidad de ingresos y egresos, así como en la percepción de dificultades tributarias.

**Figura 2.10**

*Resultados de variables de estudio del modelo de probabilidad*

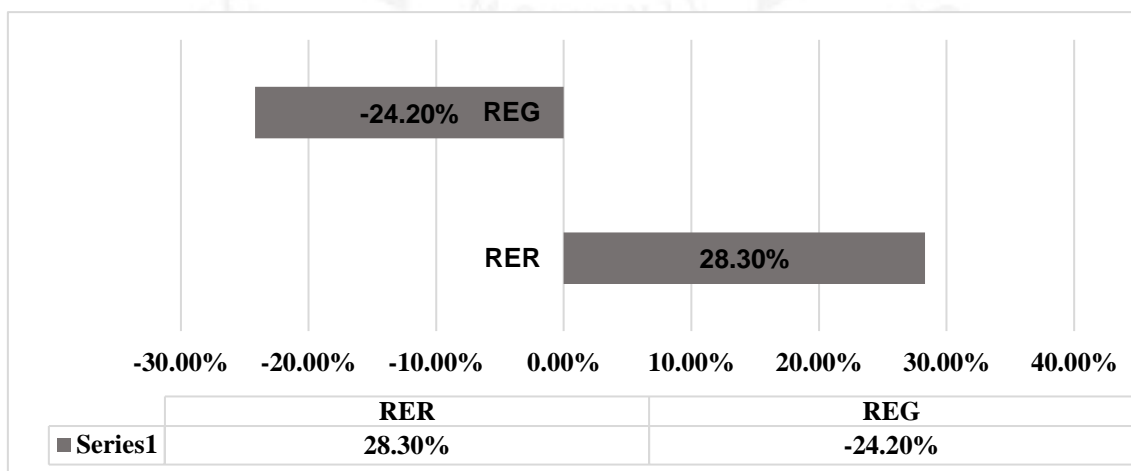


*Nota. Resultados expresados en porcentaje. Adaptado de Industria Textil y Confecciones. Estudio de investigación sectorial, por Ministerio de la Producción, 2017 ([http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/docTrab\\_Textil.pdf](http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/docTrab_Textil.pdf))*

En la figura 2.11, se determina el aumento de probabilidad del estudio en cuanto al régimen tributario concluyendo que existe un RER (Régimen Especial de Renta) de 28.30% y un REG (Regency Centers Corporation) negativo de 24.20%.

**Figura 2.11**

*Aumento de probabilidad del estudio en cuanto al régimen tributario*

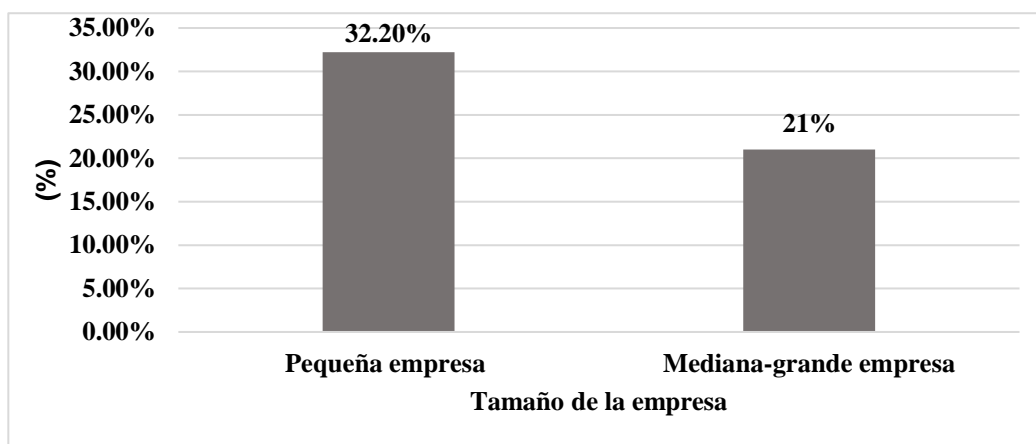


*Nota. Datos numéricos expresado en porcentajes. Adaptado de "Industria Textil y Confecciones". Estudio de investigación sectorial., por Ministerio de la Producción, 2017. ([http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/docTrab\\_Textil.pdf](http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/docTrab_Textil.pdf))*

En la figura 2.12, se muestra el aumento de probabilidad en estudio en cuanto al tamaño de la empresa concluyendo un incremento de 32.20% para la pequeña empresa y de 21% para las empresas medianas y grandes.

**Figura 2.12**

*Aumento de probabilidad del estudio en cuanto al tamaño de la empresa*



*Nota.* Datos numéricos expresados en porcentaje. Adaptado de *Industria Textil y Confecciones. Estudio de investigación sectorial*, por Produce, 2017 ([http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/docTrab\\_Textil.pdf](http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/docTrab_Textil.pdf))

El estudio anterior contribuye con la problemática de las empresas puneñas de artesanía textil, ya que éstas aplican capacitaciones de forma básica que está ligado a los procesos de producción donde los colaboradores intervienen (Churata et al., 2015, p. 46). Se afirma que la industria de moda peruana debe de reaccionar, ya que la apertura comercial ha permitido que las demás empresas internacionales puedan competir justamente en el mercado peruano, por lo tanto, este factor competitivo genera que las empresas busquen una continua innovación de tipo organizacional, proceso o producto. Si buena parte de la industria textil peruana desea continuar en el mercado ofreciendo lo mejor de sí mediante su nivel competitivo, debe de pasar por una reestructuración ante la innovación, ya que de esa forma no tan solo la empresa se beneficia sino también las partes interesadas, tal como los proveedores (Larios-Francia, 2017, pp. 14-15). En la tabla 2.8, se muestra las oportunidades que genera una reestructuración de la empresa de moda, tal como dice la literatura del reporte de Global Fashion Agenda, una mejora de los procesos orientado a la ruptura del modelo lineal, generará no tan solo la preservación de recursos como el agua y la energía sino también el actuar provocará que el margen EBIT aumente 3% más de lo que ya se obtienen para el 2030 (Global Fashion Agenda, 2019); asimismo el control de calidad que realice una empresa sostenible minimiza el nivel de huella ambiental, además el hecho

de que la empresa adapte plantas de procesamiento de textiles genera que esta recupere la inversión en 9 meses, por otro lado estas acciones también contraen efectos que contribuyan con la preservación de residuos y la economía mundial, como la decisión de cambiar el modelo lineal y la reutilización de textiles, generaron un aporte de 4 000 millones de EU para la economía mundial (Global Fashion Agenda, 2019).

**Tabla 2.8**

*Lista de oportunidades ante la reestructuración de la empresa de moda sostenible*

<b>Acción</b>	<b>Oportunidad</b>
Mejora de los procesos orientado a la ruptura del modelo lineal.	Aumento del margen EBIT hasta 3% más para el 2030.
Control de calidad de uso de materiales	Minimiza el nivel de huella ambiental, atracción de nicho de mercado.
Adaptación de plantas de procesamiento de textiles	Recupero de inversión en 9 meses
Tener acceso a los beneficios tributarios	Mayor probabilidad de que la empresa realice capacitaciones a su personal
Adaptación ante los desafíos ambientales, sociales y éticos	Creación de valor de la marca y empresa
Uso de materiales orgánicos	Expansión a nuevos mercados internacionales

*Nota.* Adaptado de “Pulse of the fashion Industry”, por Global Fashion Agenda, 2019. *Industria Textil y Confecciones. Estudio de investigación sectorial.*, por Produce, 2017; Organic cotton market report, por Textile Exchange, 2017.

## 2.2 Formulación del problema

### 2.2.1 Pregunta General

¿Cuál es el impacto de la internacionalización, mediante la adopción de la eco-innovación, en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana?

### 2.2.2 Preguntas específicas

1. ¿Cuál es el impacto de la internacionalización en la adopción de la eco-innovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana?
2. ¿Cuál es el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño ambiental de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana?
3. ¿Cuál es el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño social de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana?
4. ¿Cuál es el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana?

## **CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN**

En el presente capítulo se presentan las justificaciones para la realización de la investigación. Se contempla la justificación teórica en la cual se explica el aporte al conocimiento académico; de otro lado, la justificación práctica muestra el aporte en el mundo empresarial de los resultados de la investigación. También se presenta la justificación metodológica en la que se explica las razones de la metodología elegida para el presente estudio. Finalmente, se presenta la viabilidad y limitación del estudio

### **3.1 Importancia de la Investigación**

#### **3.1.1 Justificación Teórica**

Esta investigación es original, ya que si bien es cierto en el ámbito internacional hay investigadores que han estudiado el impacto de la internacionalización en el desempeño sostenible de las empresas, sin embargo, el contexto actual internacional genera la importancia de la eco-innovación como efecto de la experiencia a través del grado de internacionalización y éste ocasionando un efecto en el desempeño sostenible de las empresas. Por lo tanto, en la presente investigación; la internacionalización mediante la eco-innovación para el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda sostenible es el primer intento de investigación en el contexto nacional. De modo que, este estudio contribuye con la literatura nacional enfocado en la industria de la moda sostenible.

#### **3.1.2 Justificación Práctica**

La presente investigación sirve para que las mypes exportadoras de moda sostenible de Lima Metropolitana se acerquen a la agenda de sostenibilidad 2030 a través del efecto que genera la internacionalización en la eco-innovación. Este estudio tiene una implicancia práctica para los investigadores y empresas de moda, por lo que el resultado de esta investigación proporciona una base para los investigadores ya que será útil para futuras investigaciones que se realicen acerca del sector para mejorar las exportaciones peruanas en el tema ambiental y disminuir así el daño que se está produciendo en el sector. Es posible

que las empresas de moda lo hagan por el mismo motivo. Por lo tanto, este estudio puede servir como incentivo para su implicancia, asimismo este tipo de innovación genera un efecto en el desempeño sostenible de las empresas mediante la obtención de beneficios económicos, beneficios sociales que terminan haciendo de la empresa una organización con integridad y, por último, un aporte significativo a los efectos de la importancia del medioambiente.

### **3.1.3 Justificación Metodológica**

La investigación analiza cómo la internacionalización mediante la eco-innovación incrementa el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda sostenible de Lima Metropolitana. Por lo que se realizarán encuestas a los gerentes de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana, de modo que se pueda conocer el impacto de ambas variables a través de la adopción de la variable mediadora. Asimismo, se realiza entrevistas a expertos de las tres variables, con el fin de complementar la presente investigación con resultados cualitativos.

### **3.2 Viabilidad de la investigación**

Esta investigación desea comparar el impacto de la internacionalización mediante la eco-innovación para el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda sostenible en Lima Metropolitana. De modo que los investigadores requieren tener acceso a un directorio actual de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana, de no ser así se optará por acceder a dichas mypes mediante una persona con amplia red de contactos enfocado en la moda sostenible. Asimismo, la coyuntura actual por la cual se realiza la investigación determina ciertas limitaciones como el hecho de que los investigadores puedan realizar tanto las encuestas y entrevistas a los lugares agendados. Por lo tanto, cabe la probabilidad de que ambos instrumentos se realizarán de forma virtual.

Además, durante la investigación en el campo se necesita realizar una agenda de acorde a la disponibilidad de los gerentes de mypes para la efectividad del uso de instrumentos. Asimismo, el directorio de mypes exportadoras de moda se hallará a través del portal web de Mincetur con una filtración debida, al igual que el acceso al directorio de la Asociación de Moda Sostenible del Perú (AMSP). Finalmente, se identifica una serie de

posibles expertos en la internacionalización, eco-innovación y desempeño sostenible con fin de complementar la investigación.

### **3.3 Limitaciones de la investigación**

Se investigará el impacto de la internacionalización mediante la eco-innovación en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda sostenible en Lima Metropolitana, mas no los drivers que genera el efecto de la internacionalización en la eco-innovación y éste un efecto en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda sostenible. Ya que, por lo general se dificulta el hecho de que las mypes exportadoras de moda sostenible muestren libremente el modelo de sus procesos de internacionalización mediante la eco-innovación aplicado, por un tema de confidencialidad y estrategia ante la competencia.





## **CAPÍTULO IV: OBJETIVOS**

En el presente capítulo se describen los objetivos del presente estudio. Se plantea el objetivo general, así como los objetivos específicos.

### **4.1 Objetivo General**

Analizar el impacto de la internacionalización, mediante la adopción de la eco-innovación, en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

### **4.2 Objetivos Específicos**

1. Determinar el impacto de la internacionalización en la adopción de la eco-innovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.
2. Determinar el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño ambiental de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana
3. Determinar el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño social de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.
4. Determinar el impacto de la internacionalización en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

## CAPÍTULO V: HIPÓTESIS

En el presente capítulo se describen las hipótesis del presente estudio. Se plantea la hipótesis general, así como las hipótesis específicas.

### 5.1 Hipótesis general

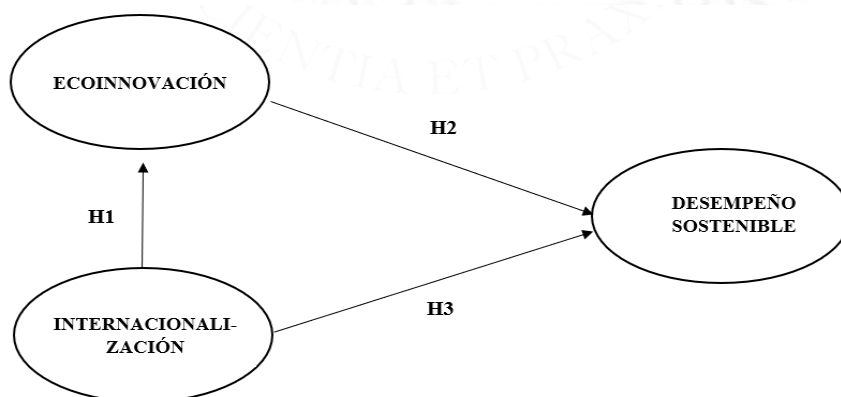
La internacionalización, mediante la adopción de la eco-innovación, tiene un impacto positivo en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

### 5.2 Hipótesis específicas

1. La internacionalización tiene un impacto positivo en la eco-innovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.
2. La adopción de la ecoinnovación tiene un impacto positivo en el desempeño ambiental de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.
3. La adopción de la ecoinnovación tiene un impacto positivo en el desempeño social de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.
4. La adopción de la ecoinnovación tiene un impacto positivo en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

**Figura 5.1**

*Modelo de investigación*



## **CAPÍTULO VI: FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

El presente capítulo presenta los fundamentos teóricos del estudio. Esta compuesto inicialmente por el marco teórico en donde se presentan las principales teorías que se relacionan con las variables de estudio. Posteriormente, se describe el marco conceptual en donde se describen los conocimientos básicos del tema en estudio, incluyendo las variables, estadísticas y normas. Finalmente, se presentan las matrices de operacionalización y consistencia.

### **6.1 Marco teórico**

En este apartado se detallarán las teorías que respaldan las variables presentadas en la investigación las cuales son las siguientes: la internacionalización (independiente), eco-innovación (mediadora) y desempeño sostenible (dependiente).

#### **6.1.1 El modelo de proceso de internacionalización de la red empresarial**

Esta teoría fue planteada por Johanson y Vahlne como una revisión a la teoría tradicional planteada por los mismos autores en el año 1977. En esta teoría se determinó que la internacionalización de las empresas se debía a las relaciones y a la red de la empresa, es decir, se espera que una determinada empresa vaya al extranjero por las relaciones que tenga con sus socios permitiéndoles desarrollar un negocio a través de su internacionalización (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1425).

Por consiguiente, la expansión de dichas se empresas se basan en dos razones; en primer lugar en busca de mayores oportunidades comerciales ya que se puede obtener conocimientos indirectamente de las otras partes que conforman la red, asimismo esta teoría considera que la confianza y el compromiso no se basan en un acuerdo formal que tengan las partes sino de las experiencias comerciales satisfactorias que tengan juntos; en segundo lugar, la expansión también puede darse cuando el socio extranjero quiere que la empresa focal lo siga conllevando a que se reafirme el compromiso en la relación de ambos (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1425).

La historia de la teoría se remonta “a un momento histórico en la década de los setenta en el que el mundo se hallaba levemente interconectado”, asimismo esta teoría ha

sido revisada y replanteada en base al surgimiento de nuevas necesidades en el comercio internacional conllevando a que se presenten dos momentos importantes en su evolución siendo la teoría del proceso de internacionalización de la red empresarial una de ellas (Tabares et al., 2014, p. 316).

En cuanto a los argumentos a favor en primer lugar se encuentra que los hallazgos obtenidos de diversos estudios validan la teoría ya que las Mypes suelen internacionalizarse de manera gradual, asimismo se confirma que las empresas ingresan a mercados que ya conocen para así reducir los riesgos y las incertidumbres que puedan surgir (Tabares et al., p. 320). En segundo lugar, se ha validado a través de estudios que un incremento en el conocimiento de los mercados internacionales conlleva a un aumento en el acceso a oportunidades y en la confianza entre las partes involucradas (Tabares et al., 2014, p. 320).

En tercer lugar, la revisión de esta teoría podría proporcionar la base para desarrollar nuevos modelos ya que considera el “desarrollo de las relaciones comerciales” que afecta todo el proceso de internacionalización (Forsgren, 2016, p. 1142). En cuanto a los argumentos en contra en primer lugar, se encuentra el surgimiento de un nuevo enfoque de Knight, el cual cuestiona aspectos relacionados con la falta de consideración de la velocidad, dirección y nivel de compromisos extranjeros convirtiéndola en una teoría imprecisa (Forsgren, 2016, p. 1142).

En segundo lugar, algunos investigadores consideran que la teoría necesita mayor consideración debido a que se debe “considerar el proceso de internacionalización como un proceso empresarial” lo cual tendría un impacto en las redes empresariales para lograr la internacionalización de las empresas (Forsgren, 2016, pp. 1142-1143). Por otro lado, este modelo determina la existencia de cuatro dimensiones: oportunidades de crecimiento, posición de red, decisiones de compromiso de relación y el aprendizaje, creación y fomento de confianza, las cuales son explicadas en la variable de estado y de cambio. Por consiguiente, tanto las variables de estado como de cambio se afectan entre sí, es decir, la variable de estado tiene un impacto en la variable de cambio y viceversa, asimismo este modelo analiza todo el proceso desde la adquisición de un mayor conocimiento hasta la creación de confianza y compromiso (positivo o negativo) (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1424).

A continuación, se explicará cómo está conformado la variable de estado:

- Reconocimiento de oportunidades

En esta dimensión se considera el tema del reconocimiento de oportunidades dentro del concepto de conocimiento, asimismo en cuanto al concepto de oportunidades se “incluyen las necesidades, capacidades, estrategias y redes de empresas relacionadas directa o indirectamente” en cada uno de los contextos institucionales (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1424).

- Posición de las redes

Esta dimensión en la teoría tradicional estuvo relacionada con el compromiso de mercado, sin embargo, en este modelo se asume “que el proceso de internacionalización se lleva a cabo dentro de una red”. Las relaciones que se dan dentro de la red se caracterizan por “niveles específicos de conocimiento, confianza y compromiso” por lo cual cada parte involucrada puede aplicar distintas formas para que su internacionalización sea exitosa. Asimismo, si las partes involucradas llevan un proceso correcto conllevarían a un mejor resultado en el aprendizaje, confianza y compromiso permitiendo que la empresa presente una mejor asociación y posición de red (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1424).

A continuación, se explicará cómo está conformado la variable de cambio:

- Aprendizaje, creación y construcción de confianza

En la teoría tradicional se consideró las actividades actuales en el cual se buscaba indicar las actividades diarias regulares con la finalidad de obtener mayor conocimiento, confianza y compromiso, sin embargo, en esta teoría se modifica este aspecto por aprendizaje, creación y fomento de la confianza con la finalidad de que dichas actividades actuales sean más explícitas. Asimismo, el concepto de aprendizaje engloba “un nivel más alto de abstracción” ya que se considera más que un aprendizaje experimental (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1424).

Por otro lado, “la velocidad, la intensidad y la eficiencia de los procesos de aprendizaje, creación de conocimiento y creación de confianza” se relacionan con el tema de conocimiento, confianza y compromiso que van obteniendo por las oportunidades que se le presentan. Asimismo, se busca que la creación de confianza sea más explícita que el modelo tradicional, es decir, que sea similar a la “dimensión cognitiva”. En cuanto a la creación de oportunidades permite que las partes obtengan un mayor conocimiento conllevando a que los procesos sean más eficientes (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1424).

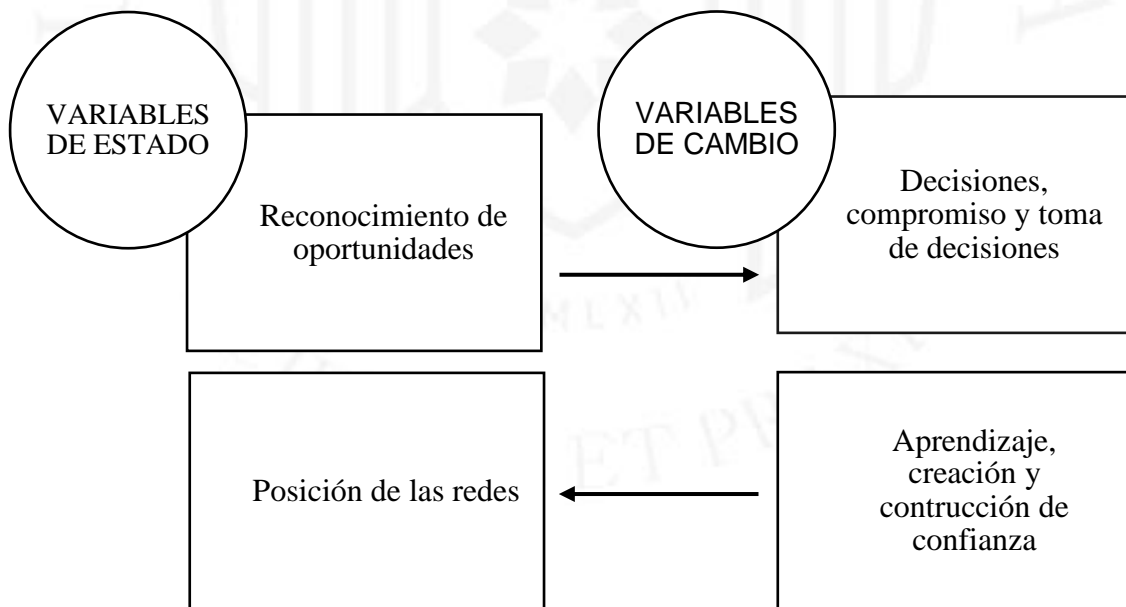
- Decisiones, compromiso y toma de decisiones

Esta dimensión se ha adaptado del modelo tradicional en el cual se agregó la variable “relación para aclarar que el compromiso es con las relaciones o con las redes de relaciones”. Asimismo, esta variable está relacionada con el aumento o disminución en el nivel de compromiso con cualquiera de las partes que forman parte de la red, esto debido a los cambios en los modos de entrada, el tamaño de las inversiones, los cambios en la organización y el nivel de dependencia que exista entre las partes (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1424).

Por otra parte, existen dos tipos de decisiones relacionados en la relación entre compromiso y la relación; en primer lugar, dichas decisiones permiten desarrollar nuevas relaciones principalmente entre empresas; en segundo lugar, pueden ser la base para la construcción de nuevas redes, así como “el llenado de agujeros estructurales” (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1424). En la figura 6.1, se puede apreciar que existen dos tipos de variables (Estado y de Cambio), las cuales se descomponen en dos partes cada una que serán explicadas líneas abajo.

**Figura 6.1**

*Dimensiones del modelo de proceso de internacionalización de la red empresarial*



*Nota.* Adaptado de The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership, por Johanson & Vahlne, 2009 (doi:10.1057/jibs.2009.24).

### **6.1.2 Manual de Oslo (2005)**

La importancia del Manual de Oslo recae en el sistema de medición de innovación que ejerce mediante las encuestas que realiza a los países que conforman la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (Arundel & Kemp, s. f., p. 5). Por lo que, en la edición elaborada en el año 2005, el Manual de Oslo identifica 4 tipos de innovación, los cuales tienen amplios roles en las operaciones de las empresas; los tipos de innovación abarcan en productos, procesos, organizacional y mercadotecnia (López, s. f, p. 2). La identificación de los tipos de innovación se realizó a través del enfoque de la siguiente teoría:

#### **6.1.2.1 Teoría de la innovación “destrucción creativa”- 1942**

Esta teoría fue elaborada por Schumpeter en el año 1942 durante su transición como maestro en la Universidad, el autor afirma que el nivel de innovación que ejerza una empresa se verá reflejado en resultados del desarrollo económico, asimismo llama a ello como la destrucción creativa, el cual consiste en el rompimiento de las viejas tecnologías, pues considera que la innovación se constituye de forma eficaz a través de innovaciones drásticas, en un mundo dinámico (López, s. f, p. 9).

Asimismo, en cuanto al origen de la teoría, esta se basa en los conceptos de “Adam Smith, David Ricardo y Marx” como aporte de la relación de la innovación y desempeño sostenible, ya que si bien es cierto las innovaciones radicales son el motor para el desempeño sostenible de las empresas, aun así, la relación es analizado a través de la orden del capitalismo, ya que el autor considera que el desempeño sostenible no es generado de forma fortuita. Asimismo, los cimientos de la teoría de la innovación surgen desde el considerado “empresario innovador”, quien es la persona capaz de crear sistemas de innovación dentro de las organizaciones, considerando al empresario innovador una persona natural con o sin presencia dentro de las empresas (Suárez, 2004, p. 209).

Además, el autor considera que el empresario tiene una relación finita con la empresa, a comparación de los accionistas que son los tomadores de riesgos de primera mano; sin embargo, los empresarios son portadores de innovación con gran capacidad de generar nuevos modelos de productos, procesos, organización y facilidad de entrada a nuevos mercados; dentro o no de una organización (Suárez, 2004, p. 211).

Por lo tanto, Schumpeter a través de su teoría de la innovación lista una serie de dimensiones de la innovación de los cuales abarca lo siguiente; “la introducción de nuevos productos, nuevos métodos de producción, apertura de nuevos mercados, desarrollo de nuevas fuentes de abastecimiento para los insumos y creación de nuevas estructuras de mercado sectoriales” (Manual de Oslo, 2005, p. 37). A través de estas dimensiones de la innovación, se genera la reestructuración de la empresa, tanto en los ámbitos internos y externos, eliminando los aspectos antiguos y no generadores de lo nuevo (Suárez, 2004, p. 211).

En cuanto a los argumentos a favor de la presente teoría de innovación abarca los estudios de algunos investigadores como Aghion y Howitt, quienes consideran la visión de Schumpeter idónea para referirla como contribución y en base a sus investigaciones dedicadas a los cambios dinámicos como la implementación de tecnología (como se citó en Festré, 2008, p. 5); además, Hansen (1951) asentó las teorías y conceptos de Schumpeter bajo la creencia de que sus teorías fueron trabajadas bajo un contexto capitalista reflejando el estudio macroeconómico moderno, ya que de ello desprende la idea de un contexto dinámico, es decir se presentan casos fortuitos donde urge la adopción de aspectos innovadores dentro de la organización (como se citó en Festré, 2008, p. 6).

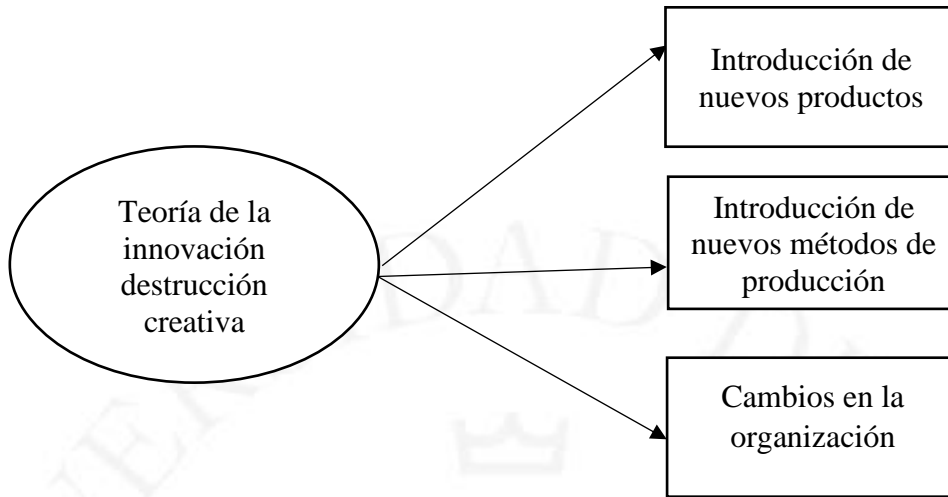
Por otro lado, Nelson y Winter (1982), considerados a sí mismos como neoschumpeterianas, parten de la idea del enfoque de las empresas en el capitalismo como factor existente de los cambios o innovaciones que surgen en las empresas mediante factores internos y externos que afecten a la rutina de las empresas (como se citó en Yoguel et al., 2013, p. 47). Asimismo, Teece y Pisano en el año 1994 consideraron que las capacidades dinámicas citadas por Schumpeter no abarcan en su totalidad el concepto de generación de reacciones creativas, ya que el autor considera solo la aglomeración de capacidades, por lo tanto, ante el concepto de Teece y Pisano, las capacidades de las organizaciones responden a los cambios que se generan a través de la tecnología y el mercado, mas no se basan en capacidades estáticas (como se citó en Yoguel et al., 2012, p. 47).

Por otro lado, la figura 6.2 muestra la teoría de innovación de la destrucción creativa y sus dos principales dimensiones las cuales son “introducción de nuevos productos, introducción de nuevos métodos de producción y cambios en la organización” (Manual de Oslo, 2005; Suárez, 2004; López, s. f.).



**Figura 6.2**

*Dimensiones de la teoría de innovación "destrucción creativa"*



*Nota.* Adaptado de *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, por Manual del Oslo, 2005 ([https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/detiec/concurso/Manual\\_de\\_Oslo.pdf](https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/detiec/concurso/Manual_de_Oslo.pdf)).

- **Introducción de nuevos productos**  
Esta dimensión abarca en la idea de que la generación de nuevo productos tiene la capacidad de adquirir una ventaja competitiva en el mercado en el cual se desempeña la empresa, asimismo genera mayor demanda a través de un mayor número de mercado en el cual se tiene acceso (Manual de Oslo, 2005, p. 37).
- **Introducción de nuevos métodos de producción**  
Esta dimensión de la innovación al igual que introducción de nuevo productos guía a la empresa hacia la obtención de una ventaja competitiva en el mercado, asimismo genera menores costes a través de la producción originando una ventaja de ésta, ya que mejora las capacidades de la empresa y otorga la probabilidad a que ésta genere mejores beneficios en cuanto al precio (Manual de Oslo, 2005, pp. 37-38).
- **Cambios en la organización**  
La dimensión de cambios en la organización abarca la capacidad que tienen las empresas en realizar cambios estructurales con el fin de nivelar o incrementar la eficiencia del funcionamiento de la organización, ello haría que la empresa satisfaga las necesidades del entorno, y por tanto adquiera mayor demanda y reducción de costos, a través de un nuevo modelo estructural (Suárez, 2004; Manual de Oslo, 2005).

### 6.1.3 Modelo Triple Botton Line

Este modelo nació en 1994 conocido también como TBL o 3BL, sin embargo, fue utilizado recién en 1997 por Jhon Elkington con la finalidad de ayudar a las empresas en su desarrollo sostenible el cual abarca aspectos relacionados con la prosperidad económica, justicia social y protección del medio ambiente” en sus operacionales por la implementación de la sostenibilidad en la práctica (Josende et al., 2015, p. 98).

Este modelo se remonta a mediados de los años 90, utilizado por un grupo de expertos en el área de contabilidad, asimismo la popularidad de este modelo se dio en 1998 después de la publicación del libro del británico Elkington denominado “Cannibals with Forks: The Trip Bottom Line of 21st Century Business” (Cerem International Business School, 2018, párr 1-2).

Por consiguiente, este modelo busca la mejora en el crecimiento financiero mediante la reducción de los impactos negativos ambientales, además también se busca lograr una mayor satisfacción en la sociedad (Josende et al., 2015, p. 98). En cuanto a los argumentos positivos; en primer lugar, este modelo mejorado deja de lado los aspectos financieros tradicionales y considera mayores dimensiones que permiten medir de mejor manera el rendimiento de la empresa (Arowoshegbe et al., 2018, p. 103). Otro argumento a favor es que las empresas que lo aplican obtienen informes que permite diferenciar los beneficios para cada Stakeholder, permitiendo que las expectativas de las empresas, así como su influencia global mejoren (Arowoshegbe et al., 2018, p. 107.)

Finalmente, este modelo ha permitido que más empresas sean conscientes del uso de los recursos que utilizan y desperdician conllevando a que sean socialmente responsables con el medio ambiente y con la sociedad lo cual les permitiría mayor crecimiento económico (Arowoshegbe et al., 2018, p. 109). Por otro lado, con respecto a los argumentos en contra; en primer lugar, algunos autores manifiestan que si bien se están presentando una mayor atención a los impactos sociales y ambientales aún es difícil “desarrollar una contabilidad estándar similar a la de la contabilidad financiera” (Arowoshegbe et al., 2018, p. 98).

En segundo lugar, surgieron argumentos por parte de otros investigadores respecto a que este modelo no considera estándares o métricas contables que pueda medir el desempeño ambiental o social. En tercer lugar, algunos cuestionan este paradigma de TBL ya que manifiestan que la importancia de la responsabilidad social ya tenía un movimiento

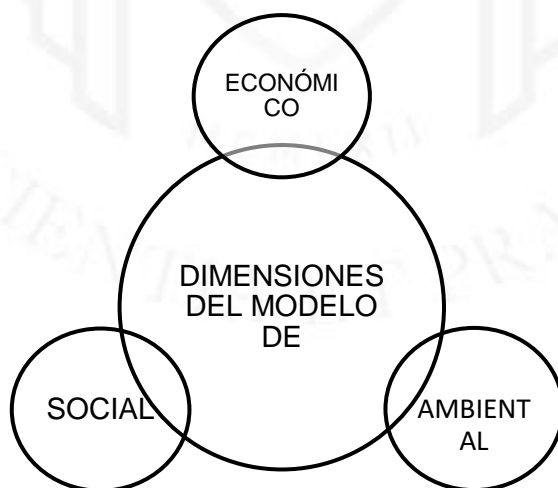
amplio por “Contabilidad, Auditoría e Informes Sociales y Éticos (SEAR)” (Arowoshegbe et al., 2018, p. 99).

Este modelo se divide en tres dimensiones que miden el desempeño organizacional sostenible dentro de las cuales se encuentran las siguientes dimensiones: económica, social y ambiental, asimismo dichas dimensiones presentan relación con la innovación que presentan las empresas. En primer lugar, la dimensión económica se encuentra relacionado con el crecimiento productivo razón por la cual se toma en cuenta los ingresos, rentabilidad, gastos, niveles de empleo, negocios, cuota de mercado, entre otros aspectos (Abbade, 2014, p. 38).

En segundo lugar, en cuanto a la dimensión social se analizan aspectos relacionados con educación, acceso a los servicios sociales, salud, bienestar, capital social y calidad de vida de la población (Abbade, 2014, p. 38). En tercer lugar, en cuanto a la dimensión ambiental se toma en cuenta aspectos relacionados con la medición de gas natural, agua, recursos naturales, residuos tóxicos y sólidos que el hombre genera, así como todo el proceso de producción y finalmente también toma en cuenta el consumo de energía (Abbade, 2014, p. 38). La figura 6.3 detalla las dimensiones que forman parte del modelo planteado el cual también presenta indicadores claves para su medición

### Figura 6.3

*Dimensiones del modelo Triple Boton Line*



*Nota.* Adaptado de “Inovatividade e Performances Social, Ambiental e Economica Em MMPMES: Uma Investigacao Empírica” por Abbade, 2019, *Revista Ibero - americana De Estratégia*, 13(3), p. 38 (<https://www.redalyc.org/pdf/3312/331232580004.pdf>)

## **6.2 Marco Conceptual**

### **6.2.1 Sostenibilidad**

En base a un enfoque sistémico, el cual se refiere al grupo de interés, el concepto de la sostenibilidad hace referencia a la preservación del grupo como sistema, estos sistemas son clasificados en variables de salida y estado. Asimismo, la sostenibilidad en base a este enfoque es clasificado de la siguiente manera: 1) sostenibilidad en base al humano como sistema; esta clasificación hace referencia a que lo primordial del componente ecológico en su totalidad esté enfocado en el sistema humano. 2) sostenibilidad en base al ecosistema; considera que la variable ecológica es lo más importante por lo que según este enfoque se desplaza la sostenibilidad en base a lo socioeconómico. 3) sostenibilidad en base a lo social y ecológico; la importancia recae en el sistema social y medio ambiental (Gallopín, 2003, pp.13-16).

Asimismo, hay quienes definen la sostenibilidad en cuanto a sus relaciones, en el caso de Melgarejo y Abadía (2019) es interrelacionado con el financiamiento y la internacionalización, donde funcionan como factores elementales para la preservación de recursos para los elementos futuros (p. 10). Además, en cuanto a una perspectiva innovadora, el concepto de la sostenibilidad es incierto ya que aclama soluciones de tipo social lo cual genera que las innovaciones tecnológicas disminuyan (Clairac, 2014, p. 94).

Por otro lado, en términos de moda para Chávez (2016) la sostenibilidad busca una imparcialidad entre la oferta, el consumismo y el medio ambiente (como se citó en Folgueira, 2018, p. 21). Además, en cuanto al enfoque de la presente investigación, la sostenibilidad es considerado como el impulsor de la decisión de compra de un grupo de consumidores, sin embargo, la mayoría de las personas no conocen acerca de su adopción. Pues, aún más preocupante para el sector moda es el hecho de que gran parte de los consumidores no consideran la sostenibilidad como factor clave de compra, entre ellos se encuentra quienes no logran distinguir un producto sostenible (Rodríguez & Martín-Caro, 2019, p. 30).

### **6.2.2 Moda sostenible**

El concepto de la moda sostenible contrae los términos de moda ética como la defensa de los derechos de los colaboradores en base a las legislaciones laborales; y moda ecológica el cual se concentra en la preservación del medioambiente; con dicho antecedente se define

a la moda sostenible en base a dos perspectivas; perspectiva social y medioambiental, donde se obtiene que la moda sostenible busca la producción de prendas basadas en la preservación de recursos lo cual hace referencia al medio ambiente (Folgueira, 2018, p. 21).

Los antecedentes a la incorporación del término sostenible, el sector textil quien engloba a la moda sostenible de hoy, tiene algunos antecedentes entre ellos se encuentra el hecho de que el sector de moda textil es la segunda actividad que más contamina el mundo (Cánovas & Caro, 2019, p. 30). Además, en base a resultados del contexto internacional, este sector ha incorporado grandes daños en el entorno como la emisión de CO<sub>2</sub> medido a través de millones de toneladas aun así existe una fuerte demanda de las prendas de vestir que son guiados a través de la moda rápida que se ha incrementado en la última década (World Wildlife Fund, 2017; Global Fashion Agenda, 2019).

Según Rodríguez y Martín-Cairo (2019), una de las principales barreras de la moda sostenible son los consumidores, estos concentrados en el consumidor más joven (p. 30). Existe una contraposición de la moda sostenible, y ésta se refiere a la moda rápida que ha tomado fuerza, esta consiste en una producción basada de bajo costo y diseño rápido en base a más de 50 temporadas (p. 30). Por otro lado, según Martínez-Barreiro (2020), a lo largo del tiempo, la moda ha sido considerado como un tema inerte por tocar ante las prácticas científicas, sin embargo, en las últimas décadas se ha otorgado su importancia independientemente de que este concepto sea parte de un sector que genera crecimiento en la economía de un país (p. 53); además, durante dichos años se ha estudiado acerca del concepto lo cual ha permitido que se generen los siguientes enfoques:

- Enfoque de la moda basada en la ecología

Esta perspectiva fue planteada después del año dos mil por Kate Fletcher, quien categoriza dicho enfoque basado en la moda lenta o *slow fashion*, en su término inglés. El enfoque se basa en el ciclo de vida de las prendas y la utilización que le otorga un consumidor, pues se analiza desde que surge la compra de los insumos hasta que las personas le dan uso de fin a dicha prenda (Martínez-Barreiro, 2020, p. 57).

- Enfoque de la moda bajo la justicia de los colaboradores

Esta perspectiva hace referencia a los incentivos de la globalización, pues se basa en que las empresas de alguna manera se orienten a través de la globalización y aplicar una tercerización de la producción, lo cual implica ser responsable con su principal grupo de interés (Martínez-Barreiro, 2020, p. 57).

- Enfoque de los consumidores de la sostenibilidad

Esta perspectiva se basa en que las personas son entes de la decisión de un desarrollo sostenible, pues mientras que los consumidores no reconozcan su importancia, la moda que genera daño ambiental seguirá prevaleciendo (Martínez-Barreiro, 2020, p. 58).

### **6.2.3 Internacionalización**

Ante la globalización y el próspero desempeño de las empresas que participan en el comercio internacional, se define a la internacionalización como una estrategia en el ámbito comercial el cual es adoptado por las empresas que desean ser partícipe de esta incorporación mundial (Nguyen et al., 2019, p. 11). Según Hojnik et al. (2018) la internacionalización orienta al rendimiento de la empresa (p. 1321). Ya que, muchas empresas consideran que internacionalizarse significa ingresar al mercado mundial, lo cual a su vez hace de ellas una posible empresa de carácter internacional, asimismo consideran que este ingreso genera beneficios como un mayor acceso a los canales de distribución y mayor alcance a insumos (Nguyen et al., 2019, p. 2).

Por otro lado, la internacionalización tiene una serie de teorías basadas en las pequeñas empresas, mediana y multinacionales; dentro de las teorías de las mypes se encuentran las siguientes principales (Cardoso-Castro et al., 2007, p. 4).

- Teoría de redes

Esta teoría establece un modelo en base a la relación de las organizaciones y las redes de contacto de ámbito internacional, pues se tiene el paradigma de que el proceso de internacionalización es posible a través de estas últimas, por lo tanto, se

otorgan gran importancia a las relaciones sociales y el buen manejo para la integración al comercio internacional (Cardoso-Castro et al., 2007, pp. 12-13).

- Teoría de born global

Esta teoría considera a la empresa como nacido en el ámbito internacional, es decir las empresas no pasan más de dos años en su ámbito local, por lo cual deciden internacionalizarse (Cardoso-Castro et al., 2007, p. 14).

- Modelo Uppsala

Este modelo considera a la internacionalización como parte de un proceso de aprendizaje, donde a lo largo del tiempo ha adoptada ciertos cambios desde el año 1977 hasta el 2017, donde en ésta última está dirigido para empresas multinacionales, a comparación de los dos primeros que están enfocadas al proceso de internacionalización de las mypes (Cardoso-Castro et al., 2007, p. 10).

Además, en base a la presente investigación, la importancia de la internacionalización en cuanto a la eco-innovación recae con mayor efecto en las empresas medianas, de rubro manufacturero y empresas que implementen el ISO 14001 (Hojnik et al., 2018, p. 1313); asimismo, Hojnik et al. (2018) plantea a la internacionalización como variable que conlleva a la implementación de estrategias, capaz de implementar la empresa, basada en la sostenibilidad del medio ambiente, asimismo hace referencia a la internacionalización como variable que genera eco-innovación y ésta, un efecto en el buen rendimiento en la empresa (p. 1321).

Juniati et al. (2019) aportan al concepto de Hojnik, pues consideran que la relación de la internacionalización y eco-innovación orientan a una serie de beneficios que reflejan un buen desempeño y competitividad de las empresas (p. 300). Por otro lado, según Nguyen et al. (2019), mientras la empresa acceda a un mayor grado de internacionalización, estas estarán dispuestas a tomar decisiones en base a estrategias que involucren la administración de sus recursos (p. 18).

#### **6.2.4 Eco-innovación**

Es uno de los conceptos más estudiados en los últimos años en países desarrollados, mediante su estudio se obtuvo que la adopción de los sistemas eco-innovadores reduce los costos relacionados al producto (Yurdakul & Kazan, 2020, p.14); asimismo, bajo la teoría de los recursos, las innovaciones se caracterizan por ser singulares con capacidad de aportar valor y ser únicas; estos atributos orientan a la empresa para una adopción de la eco-innovación, el cual consiste en elaborar productos que aporten el desarrollo de la sostenibilidad y para ello se necesita un nuevo sistema de procesos y estructura organizacional (Oliveira et al., 2016, p. 11).

Según Hojnik et al. (2018), la eco-innovación es lucrativa por lo que su implementación impacta en el rendimiento de las empresas. Por ello, es que la eco-innovación es considerada como una implementación esencial para los países que promueven la innovación (Hojnik et al., 2018, p. 1321). Sanni (2018) a través de su investigación, determina que existe poca información acerca de la incorporación de sistema eco innovadores en las empresas que funcionan en países emergentes con el objetivo de crear ventajas competitivas, asimismo identifica que existen diferencias en base a la estructura y entorno de las empresas que aplican o no eco-innovaciones (p. 9). De igual manera, los factores radicales que se presenta en la empresa cuando se desea innovar son los siguientes: existencia de regulaciones ambientales, demanda ecológica, adquisición de software y hardware, formación al colaborador y relación de compromiso con organismos que desarrollan investigaciones (Sanni, 2018, p. 10).

Por otro lado, Tumelero et al. (2019) considera que la eco-innovación puede requerir de investigación y desarrollo para que ésta impacte en el desempeño social y económico de las empresas, asimismo considera que las implementación de la eco-innovación guía a la empresa hacia la incorporación de sistema tecnológicos que preservan el medio ambiente, además la eco-innovación dentro de las empresas no tan solo generan un impacto en el ámbito económico de las empresas sino también provocan un impacto social, haciendo referencia al modelo de “Triple bottom line” elaborado por Elkington a fines de los años 90 (p. 15). Además, Juniati et al. (2019) considera a través de su investigación la siguiente clasificación de la eco-innovación: 1) eco-innovación de procesos, 2) eco-innovación de productos y 3) eco-innovación de organización (p. 300).



### **6.2.5 Eco-innovación de procesos**

La eco-innovación de procesos se desarrolla a través de la adopción de actividades ecológicas que atribuyen a la empresa una reducción de costos (Fernando & Xin, 2017, p. 34). Según Tumelero et al. (2019) determina que la incorporación de procesos ecológicos dentro del sistema de producción no requiere que la empresa adquiera un mejor desempeño sostenible (p. 16).

Asimismo, según investigaciones de Oliveira et al. (2016), se determina que la eco-innovación de procesos no tiene un impacto directo al desempeño de la empresa, sin embargo, es importante considerarla porque de esa manera la empresa está en la capacidad de adquirir soluciones innovadoras y dan pie a la elaboración de productos ecológicos (p. 10). Por otro lado, hay quienes creen que la adopción de procesos eco-innovadores genera una serie de beneficios a nivel social y de empresa, entre ello, se encuentra la preservación de recursos naturales no contaminantes e incremento de materiales sostenibles (Oliveira et al., 2016, p. 278). La tecnología limpia es uno de los ejemplos de desarrollo de procesos ecológicos, ya que se tiene estudios que en base a su implementación se registraron impacto en el desempeño financiero y medioambiental (Yurdakul & Kazan, 2020, p. 14).

### **6.2.6 Eco-innovación de productos**

La innovación de productos ecológicos se origina a través del marketing con la prevalencia de los recursos naturales, pues consideran que la creación de dichos productos hará que sea un factor esencial si se quiere preservar el medio ambiente (Calomarde, 2005, p. 3). Por otro lado, en base a las investigaciones de Hojnik et al. (2018), la adopción de eco productos que a su vez ha sido incorporado por la internacionalización, ha generado un impacto significativo en el desempeño de las empresas (p. 1313). Asimismo, genera una serie de beneficios como mayor atracción del mercado, creación de una línea de productos, rendimiento económico, etc. (Yurdakul & Kazan, 2020, p. 15).

Fernando y Xin (2017) plantean que la regulación ambiental es un factor que conlleva a la exigencia de procesos dentro de estándares altos que orientan a la creación de productos ecológicos con uso de tecnología verde, de esa manera las empresas tienen el alcance de adquirir ventajas eco competitivas (p. 25).

### **6.2.7 Eco-innovación organizacional**

Las consideraciones de Hojnik et al. (2018) enfatizan en que los factores como la estrategia de la organización y su estructura son precedentes importantes para el hallazgo de la innovación organizacional (p. 1321). Asimismo, las empresas que desean actuar a través de las innovaciones ecológicas necesitan estructuras organizacionales innovadoras y capaces (Sanni, 2018, p. 10). Asimismo, existen holguras organizacionales que interaccionan con el grado de internacionalización; estas se clasifican en lo siguiente:

- Recurso humano flojo
- Tipos de recursos flojos absorbidos
- Holgura no absorbida de recursos (Nguyen et al., 2019, p. 18).

### **6.2.8 Desempeño sostenible**

El desempeño sostenible según Pantajakajornsak y Tantayanubutr (2017), se define como “la integración de la responsabilidad social, el impacto ambiental y la viabilidad económica en las estrategias y operaciones corporativas para la productividad y rentabilidad a largo plazo” (p. 197).

Por otro lado, las motivaciones ambientales y económicas, los productos y servicios innovadores que han surgido por las nuevas necesidades/expectativas de las partes interesadas conllevando a que afecte significativamente en el desempeño sostenible (Pantajakajornsak & Tantayanubutr, 2017, p. 197). Este tema de sostenibilidad empieza a ganar preocupación en el extranjero por el tema del cuidado del medio ambiente, esto debido a la creciente investigación sobre el tema, así como “programas de gobierno y organismos internacionales”, asimismo en dichos años surgió la importancia por el movimiento ecologista y/o ambientalista (Ávila, 2018, pp. 413-414).

Por consiguiente, la sostenibilidad es también llamada sustentabilidad, si bien la definición ha sido difícil para los investigadores se ha podido concluir que ambos conceptos presentan una ligera diferencia, como lo sustentable se refiere a la relación entre lo económico, social y medioambiental de manera conjunta mientras que lo sostenible se refiere a lo mismo, pero por separado (Ávila, 2018, p. 409). Por otro lado, el economista holandés Peter Nijkamp presentó su trabajo denominado “Desarrollo regional sustentable y el uso de recursos naturales” donde resume la definición de sustentabilidad en la relación que existe entre crecimiento económico, equidad social y el uso de recursos naturales

conllevando así al desarrollo sustentable (Ávila, 2018, p. 415). Para evaluar el desempeño sostenible es necesario tener en cuenta la relación de los tres tipos de desempeño que existen (ambiental, social y económico) así como los indicadores que conllevan a su medición.

### **6.2.9 Desempeño ambiental**

El desempeño ambiental según Pantajakajornsak y Tantayanubutr (2017), se define como “la operación corporativa en respuesta a desafíos ambientales” permitiendo que los impactos de la producción, productos y servicios disminuyan (p. 197).

Simultáneamente, el desempeño ambiental es la base para la mejora en el rendimiento económico debido a la reducción de residuos y la conservación de recursos, además también mejora el rendimiento operativo ya que permite disminuir los niveles de inventario y mejorar la calidad del producto mediante acciones ambientales en su cadena de suministro (Zhu & Lai, 2013, p. 107). Por otro lado, los elementos que componen el análisis del desempeño ambiental se encuentran en primer lugar, la gestión de la contaminación que se encarga de elaborar un plan de producción donde se identifiquen las formas para la reducción de emisiones contaminantes (Pantajakajornsak & Tantayanubutr, 2017, p. 197). La gestión de la contaminación puede darse mediante lazos más fuertes entre los proveedores y los clientes conllevando a una producción más limpia mediante la implementación de estrategias de gestión, mejora continua y de gestión de calidad total (Zhu & Lai, 2013, p. 109).

Asimismo, al gestionar correctamente la contaminación se puede reducir el tema de los desperdicios permitiendo obtener mejores costos para la organización, así como un mejor uso de los materiales, además el tema de la implementación del diseño ecológico conlleva a mejorar la imagen de la marca, en el caso de la implementación de los paquetes ecológicos permite que se reutilicen y elimina el material peligroso en el embalaje (Vijayvargy et al., 2017, p. 11). En segundo lugar, se encuentra la eficiencia de los recursos que se encarga de que las organizaciones busquen utilizar recursos que sean naturales de manera sostenible para poder minimizar los impactos en el medio ambiente y en la sociedad (Pantajakajornsak & Tantayanubutr, 2017, p. 197). Finalmente, se encuentra el control del medio ambiente que consiste en que las organizaciones mejoren el “lugar de trabajo físico” para incentivar la eficiencia laboral y empresarial (Pantajakajornsak & Tantayanubutr, 2017, p. 197).

### **6.2.10 Desempeño social**

El desempeño social según Pantajakajornsak y Tantayanubutr (2017), se define como “el compromiso de la empresa de incorporar beneficios sociales en las estrategias y operaciones comerciales” conllevando a una mejor satisfacción para las partes involucradas, así como una mayor capacidad de respuesta para atraer a más consumidores (p. 198).

Por consiguiente, en cuanto los componentes que forman parte del desempeño social están relacionados por factores internos y externos, en cuanto al aspecto interno, este se relaciona con las prácticas que se deben emplear en el trabajo y en cuanto al aspecto externo, este se relaciona por los compromisos que se tenga con la comunidad y el impacto social que conlleva las actividades realizadas (Pantajakajornsak & Tantayanubutr, 2017, p. 198). Por otro lado, en cuanto a las prácticas empleadas en el trabajo se relaciona con el nivel de compromiso de los que conforman la empresa, así como las actividades llevadas a cabo dentro de la organización, por ejemplo, una remuneración acorde, trabajo con todas las medidas apropiadas, beneficios y el cumplimiento de los derechos de los que forman parte de la organización (Pantajakajornsak & Tantayanubutr, 2017, p. 198).

Un punto importante es el respeto a los derechos laborales ya que promueven condiciones más dignas basadas en las normas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para los miembros de las organizaciones, asimismo las empresas que cuenten con certificación correspondiente a un buen “sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo” obtengan mayores beneficios económicos (Gómez et al., 2009, p. 70). Por otra parte, en cuanto al nivel de compromiso con la comunidad se encuentra la aplicación de productos / servicios más responsables para la creación de una mayor comprensión, confianza, además de lograr beneficios mutuos (Pantajakajornsak & Tantayanubutr, 2017, p. 198).

Un ejemplo de esta situación es una empresa de Brasil que trabaja junto a mujeres costureras con la finalidad de obtener beneficios mutuos; en el caso de las empresas buscan ofrecer un “producto con un valor material y cultural” y por el otro lado se busca otorgarles mayores oportunidades a las comunidades que presentan riesgos de exclusión social (Ferreira, 2015, p. 24). En cuanto al impacto social son cada vez más las organizaciones que están tomando en cuenta los “efectos de las operaciones comerciales en las sociedades y comunidades” (Pantajakajornsak & Tantayanubutr, 2017, p. 198).

### **6.2.11 Desempeño económico**

El desempeño económico según Pantajakajornsak y Tantayanubutr (2017), se define como el resultado de la rentabilidad que posee la empresa, crecimiento en los ingresos, costos operativos, gastos que le conlleva implementar actividades ambientales y sociales y finalmente también abarca aspectos no financieros de los negocios, por ejemplo, la expansión a nuevos mercados y el crecimiento de su participación en dichos lugares (p. 197).

Anteriormente, se definía al desempeño económico como la “creación de riqueza” por medio del éxito que presentaba la empresa lo que conlleva al incremento en sus activos, pasivos y fortalezas en términos monetarios, sin embargo, debido a la globalización que se ha presentado este término se orienta también al desempeño ambiental y social permitiendo que dichas organizaciones alcancen niveles óptimos en su rendimiento (Chin et al., 2015, p. 696). Por otro lado, los componentes que conforman el desempeño económico se basan principalmente en un stakeholder (accionistas) tomando en cuenta las oportunidades, beneficios, costos y gastos que pueden obtener. El primer componente es el rendimiento del mercado el cual considera aspectos relacionados con la mejora de la cuota de mercado y el valor de marketing, asimismo en cuanto al segundo componente se encuentra el desempeño financiero orientado a los resultados obtenidos de la rentabilidad lo cual está fuertemente enlazado con los impactos negativos a corto y largo plazo del ambiente (Pantajakajornsak & Tantayanubutr, 2017; Giovanni, 2012).

El último componente es el rendimiento operativo que abarca “la eficiencia en la producción y distribución” por cual se consideran temas relacionados con el desarrollo de nuevos productos, marketing, compras, producción y logística, sin embargo, para su correcto funcionamiento es necesario evaluar también los aportes y la colaboración de los proveedores y clientes (Pantajakajornsak & Tantayanubutr, 2017, p. 197). Por ejemplo, en el caso de tener un nivel bajo de integración con sus proveedores y clientes conllevaría a que la información obtenida acerca de las ofertas y las demandas sean inexactas permitiendo que el proceso de producción no sea la correcta razón con respecto a los niveles de inventario y tiempos de entrega (Wong et al., 2011, p. 606).

### **6.2.12 Ventaja competitiva**

La ventaja competitiva según Porter y Van der Linde (1995), se define como la capacidad de innovación y mejoras permitiendo que las empresas disminuyan los obstáculos que se

le presentan al ingresar a nuevos mercados (p. 98). Asimismo, la implementación de innovación permite obtener “ventajas absolutas sobre las empresas en países extranjeros que no están sujetas a regulaciones” conllevando a que disminuyan sus costos netos en sus procesos y se vuelvan más competitivos (Porter & Van der Linde, 1995, p. 98).

En cuanto a las mypes (pequeñas y medianas empresas), la ventaja competitiva se centra en “la capacidad de crear valor para la sociedad y para sí mismas”, por tal motivo las empresas han comenzado a aplicar el tema de eco-innovación en sus procesos, productos y en la organización con la finalidad de obtener una ventaja competitiva sobre sus competidores (Rivera et al., s.f., p. 280). Por otro lado, en cuanto a una de las dimensiones de la eco-innovación denominado proceso de eco-innovación se busca “reducir los impactos que sus acciones tienen sobre el medio ambiente, de no hacerlo quedarán fuera del mercado”, por ello las empresas aplican estrategias para ser amigable con el medio ambiente conllevando a “minimizar costos, generar ingresos derivados de la calidad de los productos” y mejorar su posición en el mercado por el incremento de su prestigio permitiéndoles así obtener una ventaja competitiva (Rivera et al., s.f., p. 293).

Para las Mypes ser una empresa sustentable les permite que puedan “crear valor económico, ambiental y social a corto y largo plazo conllevando a aumentar su bienestar al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras” (Rivera et al., s. f., p. 287).

### 6.3 Matriz de consistencia

<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>
¿Cuál es el impacto de la internacionalización, mediante la adopción de la eco-innovación, en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana?	Determinar el impacto de la internacionalización, mediante la adopción de la eco-innovación, en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana	La internacionalización, mediante la adopción de la eco-innovación, tiene un impacto positivo en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.
<b>Problema específico 1</b>	<b>Objetivo específico 1</b>	<b>Hipótesis específica 1</b>
¿Cuál es el impacto de la internacionalización en la adopción de la ecoinnovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana?	Determinar el impacto de la internacionalización en la adopción de la eco-innovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.	La internacionalización tiene un impacto positivo en la eco-innovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana
<b>Problema específico 2</b>	<b>Objetivo específico 2</b>	<b>Hipótesis específica 2</b>
¿Cuál es el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño ambiental de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana?	Determinar el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño ambiental de las mypes exportadora de moda en Lima Metropolitana	La adopción de la ecoinnovación tiene un impacto positivo en el desempeño ambiental de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.
<b>Problema específico 3</b>	<b>Objetivo específico 3</b>	<b>Hipótesis específica 3</b>
¿Cuál es el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño social de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana?	Determinar el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño social de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.	La adopción de la ecoinnovación tiene un impacto positivo en el desempeño social de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.
<b>Problema específico 4</b>	<b>Objetivo específico 4</b>	<b>Hipótesis específica 4</b>
¿Cuál es el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana?	Determinar el impacto de la internacionalización en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.	La adopción de la ecoinnovación tiene un impacto positivo en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

## 6.4 Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítem	Fuente
<b>Variable Independiente</b> Internacionalización	Estrategia de ámbito comercial, capaz de orientar hacia la integración, ampliar el grado de internacionalización, impulsor clave de rendimiento, generador de mejor gestión de recursos de las empresas, con el fin de generar un nivel competitivo en el mercado internacional (Nguyen et al., 2019; Hojnik et al., 2018).	Reconocimiento de oportunidades	Cantidad de países extranjeros en los que la empresa comercializa sus productos	Se ha identificado la cantidad de países extranjeros en los que la empresa comercializa sus productos.	Hojnik et al. (2018)
			Proporción de la participación de ventas en los mercados exteriores	Se ha identificado la proporción de la participación de ventas en los mercados extranjeros.	
			Nivel de crecimiento de ventas internacionales	Se ha identificado el nivel de crecimiento de las ventas internacionales	
		Posición de las redes	Cantidad de operaciones en los mercados exteriores	Se ha identificado la cantidad de operaciones en los mercados exteriores	Nguyen et al. (2018)
			Cantidad de agentes de comercialización en el mercado exterior	Se ha determinado la cantidad de agentes de comercialización en el mercado exterior	
		Aprendizaje, creación y construcción de confianza	Nivel de crecimiento de la participación en el mercado exterior	Se ha identificado el nivel de crecimiento de la participación en el mercado exterior	Oliveira et al. (2016)
			Nivel de desarrollo del área de internacionalización de la empresa	Se ha identificado el nivel de desarrollo del área de internacionalización de la empresa	
			Nivel de cambios estratégicos desarrollados por la empresa	Se ha identificado el nivel de cambios estratégicos desarrollados por la empresa	

(Continua)



(Continuación)

<p><b>Variable Mediadora</b> Ecoinnovación</p>	<p>Innovación singular, lucrativa, única, con capacidad de generar valor; orientada a la preservación de recursos y desarrollo sostenible de la empresa, a través de sus tipos de eco-innovación basado en producto, proceso y organización (Yurdakul y Kazan, 2020; Juniati et al., 2019).</p>	<p>Eco-innovación de producto</p>	<p>Cantidad anual de empaques ecológicos diseñados por producto existente y nuevo</p>	<p>Se ha identificado la cantidad anual de empaques ecológicos diseñados por producto existente y nuevo</p>	<p>Yurdakul &amp; Kazan (2020)</p>
			<p>Cantidad anual de material utilizado para el desarrollo o diseño del producto</p>	<p>Se ha identificado la cantidad anual de material utilizado para el desarrollo del diseño del producto</p>	
			<p>Cantidad anual de productos que pueden reciclarse fácilmente</p>	<p>Se ha identificado la cantidad anual de productos que puede reciclarse fácilmente</p>	
			<p>Frecuencia de la implementación de tecnologías para el desarrollo de nuevos productos ecológicos</p>	<p>Se ha determinado la frecuencia en la implementación de tecnologías para el desarrollo de nuevos productos ecológicos</p>	
			<p>Frecuencia de uso de nuevas tecnologías para reciclar los componentes fácilmente</p>	<p>Se ha determinado la frecuencia de uso de nuevas tecnologías para reciclar los componentes fácilmente</p>	
			<p>Frecuencia de exploración de nuevas tecnologías para el uso de materiales naturales</p>	<p>Se ha determinado la frecuencia de exploración de nuevas tecnologías para el uso de materiales naturales</p>	
		<p>Eco-innovación de proceso</p>	<p>Frecuencia de las actualizaciones de los procesos de fabricación</p>	<p>Se ha determinado la frecuencia de implementación de nuevos procesos de fabricación</p>	<p>Tantayanubutr et al. (2017)</p>
			<p>Frecuencia de procesos de fabricación con materiales reutilizables</p>	<p>Se ha determinado la frecuencia de procesos de fabricación con materiales reutilizables</p>	
			<p>Frecuencia de nuevas tecnologías utilizadas en el proceso de fabricación</p>	<p>Se ha determinado la frecuencia de nuevas tecnologías utilizadas en el proceso de fabricación</p>	
			<p>Nivel de mejora del proceso de fabricación para reducir el uso de recursos</p>	<p>Se ha identificado el nivel de mejora del proceso de fabricación para reducir el uso de recursos</p>	
		<p>Eco-innovación organizacional</p>	<p>Cantidad de sistemas novedosos para gestionar la eco-innovación.</p>	<p>Se ha identificado la cantidad de sistemas novedosos para gestionar la eco-innovación</p>	<p>Fernando y Xin (2017)</p>
			<p>Cantidad de actividades de eco-innovación en la que participa la empresa.</p>	<p>Se ha identificado la cantidad de actividades de eco-innovación en la que participa la empresa.</p>	
			<p>Cantidad de reuniones organizacionales basadas en información ecológica.</p>	<p>Se ha identificado la cantidad de reuniones organizacionales basadas en información ecológica.</p>	
			<p>Inversión anual en Investigación y desarrollo en base a recursos innovadores</p>	<p>Se ha determinado la inversión anual en investigación y desarrollo en base a recursos innovadores.</p>	
			<p>Proporción de información ecológica transmitida a los colaboradores</p>	<p>Se ha determinado la proporción de información ecológica a los colaboradores.</p>	
		<p>Cantidad de cambios organizacionales que realiza la empresa ante los cambios radicales de innovación</p>	<p>Se ha identificado la cantidad de cambios organizacionales que realiza la empresa ante los cambios radicales de innovación.</p>		

(Continúa)

(Continuación)

<p><b>Variable Dependiente</b> Desempeño sostenible</p>	<p>Integración de la responsabilidad social, el impacto ambiental y la viabilidad económica en las estrategias y operaciones corporativas para la productividad y rentabilidad a largo</p>	Desempeño económico	Proporción de ventas internacionales.	Se ha determinado la proporción de ventas internacionales.	Hojnik et al. (2018)
			Cantidad de nuevos canales comerciales	Se ha identificado la cantidad de nuevos canales comerciales	
			Cantidad de nuevos mercados de acceso.	Se ha identificado la cantidad de nuevos mercados de acceso	
			Retorno sobre capital (ROE).	Se ha determinado el retorno sobre capital (ROE).	Hojnik y Ruzzier (2016)
			Retorno de activos (ROA).	Se ha determinado el retorno de activos (ROA)	
			Retorno en venta (ROS).	Se ha determinado el retorno de ventas (ROS)	
		Desempeño Social	Proporción de satisfacción de los stakeholder.	Se ha determinado la proporción de satisfacción de los stakeholder.	Tantayanubutr et al. (2017)
			Nivel de impacto social anual sobre las operaciones comerciales de la empresa.	Se ha identificado el nivel de impacto social anual sobre las operaciones comerciales de la empresa	
			Inversión anual en capacitación de los colaboradores.	Se ha ejecutado la inversión anual en capacitación de los colaboradores.	
			Nivel de cumplimiento de las legislaciones laborales.	Se ha identificado el nivel de cumplimiento de las legislaciones laborales.	
			Nivel de cumplimiento de los beneficios sociales empresariales.	Se ha identificado el cumplimiento de los beneficios sociales empresariales.	
			Porcentaje de residuos sólidos/ líquidos reducidos.	Se ha determinado el porcentaje de residuos/sólidos líquidos reducidos.	
		Desempeño ambiental	Porcentaje de mejora en el sistema ambiental	Se ha determinado el porcentaje de mejora en el sistema ambiental	Fernando y Xin (2017)
			Cantidad y frecuencia en las actividades de reciclaje.	Se ha identificado la cantidad y frecuencia en las actividades de reciclaje.	

## **CAPÍTULO VII: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Este capítulo permite describir las características metodológicas de la presente investigación, conteniendo la descripción del tipo de investigación, la población, muestra y muestreo, la técnica de recolección de datos, el instrumento de recolección de datos y técnica de análisis de datos.

### **7.1 Tipo de Investigación**

A continuación, se buscará determinar el tipo de investigación planteada en el estudio considerando sus distintas clasificaciones.

#### **7.1.1 Según la orientación**

La presente investigación tiene una orientación aplicada debido a que se orienta a conseguir nuevos conocimientos conllevando a soluciones de los problemas de varias índoles presentados en la vida real, en este caso específicamente se buscará obtener nuevos conocimientos acerca de la importancia de la variable mediador (eco-innovación) en la internacionalización y desempeño sostenible de las empresas de moda en Lima Metropolitana. Asimismo, se busca resolver el problema determinado a través de la identificación de la relación entre las variables determinadas, en otras palabras, determinar la causa y el efecto entre ellas.

#### **7.1.2 Según la técnica de contrastación**

La presente investigación es de contrastación no experimental de tipo correlacional, debido a que se busca determinar el grado de asociación entre las variables (internacionalización, eco-innovación y desempeño sostenible), asimismo para determinar esta relación se ha llevado a cabo encuestas y recopilaciones de investigaciones por otras personas con la finalidad de recopilar información que pueda ser de utilidad para determinar dicha asociación.

### **7.1.3 De acuerdo con la direccionalidad**

Según la direccionalidad este estudio es prospectivo ya que presenta la causa de la investigación en el presente y su efecto en futuras investigaciones, asimismo en la presente investigación se definirá la población que formará parte de la encuesta y de la entrevista a tratar.

### **7.1.4 De acuerdo con el tipo de fuente de recolección de datos**

Este estudio según el tipo de fuente de recolección de datos es prolectiva debido a que la información se obtendrá de acuerdo con los criterios tomados en cuenta para esta investigación, así como para los objetivos planteados; para ello se realizará entrevistas y encuestas respectivamente.

### **7.1.5 De acuerdo con la evolución del fenómeno estudiado**

Según la evolución del fenómeno estudiado el presente estudio es transversal debido a que se hará un corte a lo largo del tiempo permitiendo que se mida una sola vez las tres variables estudiadas para ello se medirá las características de los elementos de dichas variables planteadas.

Por consiguiente, para la presente investigación se ha recolectado información base de los últimos 5 años, es decir, estudios relacionados que comprendan el periodo 2016-2020, asimismo esta investigación comprenderá el mismo intervalo de tiempo de 5 años que comprenderá hasta el año 2025 con la ventaja de obtener múltiples resultados a la vez, así como la prevalencia de los factores que pueden ser medidos y servirá para futuras investigaciones.

### **7.1.6 De acuerdo con la comparación de las poblaciones**

Esta investigación según la comparación de las poblaciones es de carácter descriptivo debido a que se establecerá una población para responder al estudio en cuestión para ello se contará con gerentes de las mypes exportadoras del sector moda en Lima Metropolitana y con expertos en las áreas respectivas objeto del estudio.

## 7.2 Población, Muestra y Muestreo

El marco poblacional de la presente investigación está compuesto por gerentes de las mypes exportadoras del sector moda en Lima Metropolitana y expertos en el área de la eco-innovación, internacionalización y desempeño sostenible.

### 7.2.1 Población

En la Tabla 7.1, se busca definir el número de trabajadores, así como el mínimo y el máximo de las ventas de las mypes de acuerdo con lo establecido por SUNAT.

**Tabla 7.1**

*Definición por tipo de empresa que engloba las Mypes*

Tipos de empresa	Número de trabajadores	Ventas mínimas	Ventas Máximas
<b>Microempresa</b>	<10 trabajadores		150 UIT
<b>Pequeña empresa</b>	<50 trabajadores	150 UIT	1700 UIT
<b>Mediana empresa</b>	<250 trabajadores	1700 UIT	2300 UIT

*Nota.* Adaptado de *Emprender y Mype- Pequeña y mediana Empresa*, por Sunat & Westreicher, 2019 (<https://economipedia.com/definiciones/mype.html/http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>).

Asimismo, la presente investigación requiere el estudio de una población del sector moda de Lima Metropolitana, por lo que a través de la red de contactos mypes del sector textil que brinda el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo se obtuvo lo siguiente:

En la tabla 7.2 se puede ver el número de mypes exportadoras halladas a través de la red de contactos mypes elaborado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, dicha plataforma consiste en 29 páginas, donde cada una enumera a 10 mypes exportadoras del sector textil a excepción de la última página que consiste en 6 empresas. Una vez obtenido ello, se realizó una filtración por tipo de producto que comercializa la empresa, ya que la presente investigación consiste en analizar a las mypes exportadoras de prendas finales que apliquen procesos, productos o sistemas de organización innovadoras orientadas a la sostenibilidad. Por lo que, ya realizado el filtro en dicha base de datos de 286 elementos, se utilizó la plataforma de SIICEX, el cual habilitó el tipo de producto comercializado, datos primarios acerca de la empresa y la confirmación de los últimos tres años exportando.

Asimismo, de forma manual se indagó en la página web de las empresas acerca del tipo de operación que realizan sus productos, donde también a su vez se fue filtrando

por el sentido de confirmar de que sean empresas que apliquen procesos, productos y sistemas de organización eco-innovadoras. Una vez realizado ello, se obtuvo a un total de 69 mypes exportadoras que comercializan prendas finales sostenibles, siendo un total de 217 empresas que no coinciden con el marco poblacional de la presente investigación.

Además, se visitó el directorio de la Asociación de Moda Sostenible del Perú (AMSP), donde se halló una lista de 47 empresas sostenibles, las cuales comercializan productos finales en base a un proceso, producto u organización eco innovadora, dentro de ellas artículos y prendas finales.

**Tabla 7.2**

*Empresas mypes exportadoras del sector textil*

Número de mypes exportadoras	Número de mypes exportadoras de productos textiles	Número de mypes exportadoras de prendas finales y sostenibles
286	217	69

*Nota.* Adaptado De *Red de contactos mypes por Ministerio del Comercio Exterior y Turismo*, s.f. (<http://mypeperu.com/sector/textil/>).

Asimismo, a través de la tabla 7.3, se menciona el número de empresas sostenibles exportadoras, las cuales son 5, y pertenecen a las características del marco poblacional de la presente investigación, mientras que un grupo de 42 empresas, si bien es cierto son mypes sostenibles que operan en el Perú, no han tenido la oportunidad de participar del proceso de internacionalización, ello fue verificado a través de la plataforma de SIICEX.

**Tabla 7.3**

*Empresas mypes de moda sostenible del Perú*

Número de empresas sostenibles	Número de empresas sostenibles no exportadoras	Número de empresas sostenibles exportadoras
47	42	5

*Nota.* Adaptado De *Directorio 2016 de moda sostenible del Perú* por AMSP, 2016. (<https://www.amsperu.org/upload/descarga.pdf>)

Por lo tanto, el marco poblacional está compuesto por un filtro determinado de mypes exportadoras sostenibles que operan en Lima Metropolitana y comercializan prendas finales eco-innovadoras con experiencia en el mercado internacional con un mínimo de 3 años. Por lo que a través de la plataforma de red de contactos mypes elaborado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y el directorio de la Asociación de moda sostenible del Perú (AMSP), se identificó un total de 291 mypes exportadoras consideradas dentro del marco poblacional.

Además, se realizó una búsqueda de los gerentes de dichas empresas a través de la plataforma Datos Perú, donde se pudo identificar el nombre de los gerentes y el número de años trabajando en dicha empresa; asimismo, se busca complementar la investigación con información cualitativa que pueda explicar los objetivos de la investigación, por lo que se tiene en consideración una lista de expertos en área de internacionalización, eco-innovación, sostenibilidad, responsabilidad social corporativa y desarrollo sostenible. Por lo que a través de una búsqueda acerca de los expertos peruanos en dichas áreas se clasificó a 10 expertos, los cuales serán tomados como parte del marco poblacional.

Por lo tanto, la presente investigación usa como marco poblacional lo siguiente:

- 74 gerentes o personas del área correspondiente de las mypes exportadoras del sector moda en Lima Metropolitana con operaciones de exportación esporádicas y/o continuas de por lo menos 3 años y exportación de prendas finales.
- 9 expertos en el área de internacionalización, eco-innovación, sostenibilidad, responsabilidad social corporativa y desarrollo sostenible de las mypes exportadoras del sector moda en Lima Metropolitana.

### **7.2.2 – Muestra**

Para la presente investigación se ha utilizado el muestreo no probabilístico por conveniencia debido al acceso a la población especificada líneas arriba en cuanto a los gerentes y expertos, asimismo esta población ha sido seleccionada en base a las necesidades de la investigación y no por criterios estadísticos. En cuanto a la muestra a utilizar se encuestará a 74 empresas mypes exportadoras del sector moda en Lima Metropolitana, asimismo se entrevistará a 10 expertos pertenecientes al área de internacionalización, eco-innovación, sostenibilidad, responsabilidad social corporativa y desarrollo sostenible.

En cuanto a la muestra de las mypes exportadoras de moda sostenible se tomará en cuenta sólo aquellas que comercializan prendas finales con procesos, productos u organizaciones eco-innovadoras. Por lo tanto, a través de la tabla 7.4 se puede visualizar que 64 empresas obtenidas a través de la red de contactos de MINCETUR y 10 empresas obtenidas a través de AMSP, se consideran como muestra el número total de estas, siendo 74 mypes exportadoras para encuestar.

**Tabla 7.4***Clasificación muestral de las mypes exportadoras*

Número de mypes exportadoras eco-innovadoras (1)	Número de mypes exportadoras eco-innovadoras (2)	Número total mypes exportadoras eco-innovadoras
69	5	74

*Nota.* (1) número total de mypes obtenido a través de Mincetur y (2) número total de mypes obtenido a través de AMSP.

Asimismo, en cuanto a la lista de expertos a entrevistar, consideramos un margen de error de 2 expertos, ya que al ser una entrevista aún sin fecha pueda que exista la probabilidad de la falta de disposición de los expertos a pesar de obtener una confirmación vía correo electrónico, ello se ejemplifica a través de la tabla 7.5.

**Tabla 7.5***Clasificación muestral de expertos*

Número total de expertos	Margen de error	Número de expertos considerados
11	2	9

### 7.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### 7.3.1 Técnicas

En cuanto a las técnicas a aplicar se utilizará en primer lugar el instrumento de cuestionario auto administrado vía correo electrónico a los gerentes de las mypes exportadoras del sector moda elegidas para el presente estudio, para ello se establecerá preguntas abiertas y cerradas para la recolección de la información respectiva; en segundo lugar, se realizará entrevistas telefónicas o de manera online a los expertos en el área de innovación ambiental con el objetivo de complementar la información brindada por los gerentes, asimismo este tipo de instrumento suelen ser las más rápidas y económicas, sin embargo se presentará una limitación en cuanto al rango de preguntas o el nivel de profundización.



### **7.3.2 Instrumentos**

En cuanto a los instrumentos a utilizar en primer lugar, se hará un cuestionario dirigido a los gerentes de las empresas mypes seleccionadas; en segundo lugar, se complementará dicha información mediante la elaboración de una guía de preguntas a profundidad para las entrevistas vía correo electrónico o por llamada a los expertos del área correspondiente los cuales se especificarán en el anexo 2 y 3 respectivamente.

### **7.3.3 Proceso de recolección de datos**

En primer lugar, para la recolección de datos se ha identificado la población objeto del presente estudio mediante un mapeo de empresas mypes exportadoras del sector textil que elaboran prendas finales y que aplican la eco-innovación y responsabilidad social en sus procesos, producto u organización, posteriormente se ha identificado a la muestra mediante el muestreo no probabilístico por conveniencia los cuales serán analizados en un periodo de tiempo determinado. Luego, se ha establecido los instrumentos necesarios para la recolección de la información de este estudio las cuales serán a través del cuestionario y entrevistas a profundidad que serán de manera virtual debido a la actual coyuntura del País. Finalmente, estos instrumentos serán validados por expertos para su respectiva aplicación en el campo.

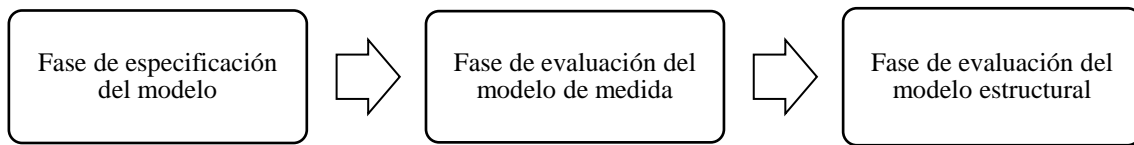
### **7.3.4 Técnicas de análisis de datos**

Para analizar la información obtenida se ha decidido analizar dichos resultados de las encuestas mediante el software SmartPLS con el objetivo de disminuir el margen de error. Asimismo, esta técnica se desarrollará en tres pasos:

En la figura 7.1, se determina los tres pasos para la aplicación del SmartPLS, en la cual en primer lugar se presentará la parte teórica y la hipótesis, en segundo lugar, se presentará la fiabilidad del modelo interno y su validez, finalmente se analizará la tabla demográfica, tabla promedio/desviación estándar/VIF/asimetría/kurtosis, tabla de validez compuesta y varianza extraída, tabla de validez discriminante y la tabla de Bootstrapping.

**Figura 7.1**

Pasos para aplicación del software



## CAPÍTULO VIII: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se mostrarán los resultados obtenidos a través de las entrevistas a profundidad y el modelo de Ecuaciones Estructurales con Mínimos Cuadrados Parciales. Con la aplicación de ambos estudios se busca determinar si existe una relación significativa entre las tres variables objeto del presente estudio (Internacionalización, Ecoinnovación y Desempeño sostenible). El instrumento de medición se aplicó durante los meses de setiembre-octubre del año 2020. Se aplicó encuestas a 74 Gerentes y/o personas de las áreas determinadas, de los cuales se recibieron 49 encuestas. El total de encuestas utilizables fue de 49, representando el 66.21% de las encuestas enviadas y el 100% de las recibidas.

### 8.1. Presentación de Resultados

#### A. Perfil de las organizaciones (demográfica)

Las características demográficas de las organizaciones se detallarán en la tabla 8.1. Los resultados porcentuales se muestran para un total de 50 participantes. De acuerdo con el perfil de las empresas objeto del presente estudio, se concluyó que el 20% son microempresas que cuentan con 1-10 trabajadores, asimismo el 50% son pequeñas empresas con 11-49 colaboradores y finalmente un 30% son medianas empresas.

**Tabla 8.1**

*Información demográfica*

	Características (Colaboradores)	Número de personas N= 50	%
<b>Microempresa</b>	1-10	10	20%
<b>Pequeña</b>	11-49	24	50%
<b>Mediana</b>	50-100	15	30%

*Nota.* Se encuestó a 36 empresas pymes de moda en Lima Metropolitana

La encuesta consta de 27 preguntas estructuradas que se encuentran divididas en 3 variables: variable 1 Internacionalización, variable 2 Eco-innovación y variable 3 Desempeño sostenible. El total de las preguntas permitirá determinar el impacto de la internacionalización, mediante la adopción de la eco-innovación, en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

En la tabla 8.2, se observa los promedios de desviación estándar, mediana, media, coeficiente de asimetría, desviación estándar, VIF y Kurtosis, que muestran la tendencia de los resultados presentados en la encuesta. Asimismo, se puede observar que la mediana varía entre ocasionalmente y casi siempre con las afirmaciones de la encuesta, así como también se observa que el coeficiente de asimetría es negativo en las 27 preguntas, reforzando de esa forma a los resultados obtenidos en la mediana.

**Tabla 8.2**

*Promedio, desviación estándar, VIF, asimetría, Kurtosis*

Pregunta	Media	Mediana	Desviación Estándar	Kurtosis	Coefficiente de Asimetría
P1	3.388	4	0.803	2.528	-1.569
P2	3.449	4	0.784	3.470	-1.792
P3	3.347	4	0.980	0.902	-1.432
P4	3.327	3	0.793	2.315	-1.432
P5	3.347	3	0.771	2.939	-1.534
P6	3.510	4	0.860	3.491	-2.019
P7	3.306	3	0.838	2.255	-1.503
P8	3.306	4	0.908	0.424	-1.167
P9	3.306	4	0.885	-0.018	-1.022
P10	3.286	4	0.969	0.220	-1.171
P11	3.204	3	0.925	-0.192	-0.906
P12	3.265	4	0.898	0.341	-1.086
P13	3.265	3	0.827	0.419	-1.119
P14	3.347	4	0.983	0.579	-1.166
P15	3.184	4	0.985	-0.339	-0.918
P16	3.265	4	1.018	-0.476	-0.964
P17	2.939	3	0.926	-0.561	-0.711
P18	2.857	4	0.958	-0.248	-0.660
P19	3.020	4	0.948	-0.643	-0.617
P20	2.857	4	0.965	-0.206	-0.742
P21	2.918	4	0.937	-0.675	-0.533
P22	2.980	4	1.029	-0.235	-0.727
P23	3.041	4	1.223	-0.572	-0.779
P24	2.816	4	1.004	-1.356	-0.532
P25	3.184	4	0.895	-0.146	-1.010
P26	3.122	4	1.122	-0.183	-0.778
P27	3.082	3	0.955	-0.896	-0.792

En la tabla 8.3 se muestra otros resultados que se encargarán también de evaluar los resultados obtenidos. Se buscó estudiar la correlación de las variables presentadas para

determinar si el estudio es factible. Asimismo, para determinar la fiabilidad de consistencia interna fue necesario analizar el alfa de Cronbach y la Fiabilidad compuesta.

- Alfa de Cronbach ( $\alpha$ )

De acuerdo con Frías-Navarro (2020), este indicador “estima la proporción de varianza de un instrumento de medida debido al factor común entre los ítems”. Dicho valor se encuentra en el rango de 0 a 1, indicando que cuánto más cerca esté de 1 mayor es la consistencia interna de los ítems realizados, en el caso de que los ítems fuesen totalmente independientes mostraría que no existe relación entre ellos, por lo tanto, estarían cerca de 0. Se recomienda que dicho valor sea superior a 0.7, ya que demostraría que las variables usadas en la investigación demuestran resultados favorables para la evaluación deseada.

- Fiabilidad Compuesta (FC)

De acuerdo con Martínez & Fierro (2018), permite determinar la consistencia de sus indicadores; es decir, las correlaciones simples de las medidas o indicadores con su respectivo constructo y valorada examinando las cargas o pesos factoriales.

En la tabla 8.3, se aprecia que la Fiabilidad Compuesta es superior a 0.9, igual al alfa de Cronbach, lo cual indica que existe una fiabilidad y una uniformidad entre las variables que conforman la investigación. Finalmente, en cuanto a la validez de las variables se evaluó mediante la validez convergente y la validez discriminante. En primer lugar, la validez convergente se evaluó según las cargas factoriales y la varianza extraída promedio (AVE). Finalmente, la validez discriminante se evaluó con el Criterio de Fornell Larcker.

**Tabla 8.3**

*Validez Compuesta y varianza Extraída*

Variable	Alfa de Cronbach	RHO	Fiabilidad Compuesta	Varianza Promedio (AVE)
Desempeño ambiental	0.921	0.921	0.944	0.808
Desempeño económico	0.913	0.922	0.945	0.851
Desempeño social	0.931	0.935	0.951	0.828
Eco-innovación	0.954	0.957	0.961	0.733
Internacionalización	0.913	0.930	0.930	0.657

Por otra parte, en la tabla 8.4, se analiza la validez discriminante a través de un estudio de correlación, para lo cual se utilizó el criterio de Fornell-Larcker, indicando la asociación de una variable con las otras dos. En la tabla se observa que los valores se aproximan a 1, lo que implica que las tres variables se encuentran correlacionadas entre sí, sin embargo, se observa que no se cumple con el criterio en la relación de la variable dependiente (Desempeño Sostenible) y la mediadora (Eco-innovación).

**Tabla 8.4**

*Validez Discriminante*

Variables	Desempeño ambiental	Desempeño Económico	Desempeño Social	Eco-innovación	Internacionalización
Desempeño ambiental	<b>0.899</b>				
Desempeño Económico	0.734	<b>0.923</b>			
Desempeño social	0.881	0.779	<b>0.910</b>		
Eco-innovación	0.843	0.848	0.871	<b>0.856</b>	
Internacionalización	0.201	0.450	0.390	0.325	<b>0.811</b>

De acuerdo con la tabla 8.5, se aprecia el uso de la tabla de Bootstrapping con la finalidad de obtener un análisis más preciso. Por otro lado, con dicho análisis se busca afianzar los resultados obtenidos previamente en la correlación de las tres variables, las cuales mostrarán los errores estándar y la significancia para la prueba de hipótesis. Por otra parte, la significancia de los coeficientes path entre las tres variables se relaciona e influye moderada, positiva y significativamente.

**Tabla 8.5**

*Tabla de Bootstrapping*

Relaciones de variables	Muestra original (O)	Media (M)	Desviación estándar	Estadístico t	P
Eco-innovación → Desempeño Ambiental	0.843	0.844	0.048	17.394	<b>0.000</b>
Eco-innovación → Desempeño Económico	0.848	0.849	0.048	17.857	<b>0.000</b>
Eco-innovación → Desempeño Social	0.871	0.874	0.031	28.384	<b>0.000</b>
Internacionalización → Eco-innovación	0.325	0.374	0.112	2.894	<b>0.004</b>

### 8.1.1 Resultados cuantitativos

Esta sección muestra los resultados cuantitativos y cualitativos en detalle a los cuatro objetivos específicos.

#### A. Resultados cuantitativos del objetivo 1

Objetivo 1. Determinar el impacto de la internacionalización en la eco-innovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

De acuerdo con el primer objetivo, la variable de internacionalización presenta una influencia en la variable de Eco-innovación, ya que el mercado internacional suele exigir mayores estándares que deben ser cumplidos con la finalidad de poder llegar a más mercados. Para obtener los resultados, se utilizó el software SmartPLS. Para realizar este análisis, se utilizaron preguntas del 1 al 7 para identificar aspectos de la internacionalización, mientras que para identificar lo relacionado a la eco-innovación, las preguntas fueron desde la 8 hasta la 16.

En cuanto a los resultados obtenidos por Bootstrapping, se obtuvo que la relación entre la variable 1 y la variable 2 son significantes. De acuerdo con el P-valor, este debe ser inferior a 0.05 para poder considerar la relación y en este caso se cumple de acuerdo con lo especificado en la tabla 8.6. Por otro lado, la desviación estándar es de 0.112 con respecto a la media, la cual es de 0.374.

**Tabla 8.6**

*Tabla de Bootstrapping entre la variable independiente y la mediadora*

Relaciones entre Constructos	Muestra original	Media (M)	Desviación estándar	Estadístico t	P
Internacionalización → Eco-innovación	0.325	0.374	0.112	2.894	<b>0.004</b>

#### B. Resultados cuantitativos del objetivo 2

Objetivo 2. Determinar el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño ambiental de las mypes exportadora de moda en Lima Metropolitana

Con respecto al segundo objetivo, la variable de Eco-innovación debería tener una influencia en la variable de Desempeño ambiental, ya que el estudio busca identificar si las mypes de moda sostenibles de Lima Metropolitana mediante la aplicación en sus

procesos, producto y organización pueden obtener un impacto en el desempeño ambiental. Para obtener los resultados, se utilizó el software SMART PLS y se corrieron los datos de la manera que en el punto anterior. Para realizar este análisis, se utilizaron de la pregunta 8 a la 16 y para la variable de desempeño ambiental se utilizaron de la pregunta 17 a la 20.

Los resultados fueron significativos ya que se obtuvo que las relaciones entre ambas variables son favorables entre sí, lo cual se muestra en la tabla 8.8. En cuanto al P-Valor es inferior a 0.05 y la desviación estándar es de 0.048 con respecto a la media, la cual es de 0.844.

**Tabla 8.7**

*Tabla de Bootstrapping entre la Eco-innovación y el Desempeño ambiental*

Relaciones entre Constructos	Muestra original	Media (M)	Desviación estándar	Estadístico t	P
Eco-innovación → Desempeño Ambiental	0.843	0.844	0.048	17.394	<b>0.000</b>

### C. Resultados cuantitativos del objetivo 3

Objetivo 3. Determinar el impacto de la adopción de la ecoinnovación en el desempeño social de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

Con respecto al segundo objetivo, la variable de Eco-innovación debería tener una influencia en la variable de Desempeño social, ya que el estudio busca identificar si las mypes de moda sostenibles de Lima Metropolitana mediante la aplicación en sus procesos, producto y organización pueden obtener un impacto en el desempeño social. Para obtener los resultados, se utilizó el software SMART PLS y se corrieron los datos de la manera que en el punto anterior. Para realizar este análisis, se utilizaron de la pregunta 8 a la 16 y para la variable de desempeño social se utilizaron de la pregunta 21 a la 24.

Los resultados fueron significativos ya que se obtuvo que las relaciones entre ambas variables son favorables entre sí, lo cual se muestra en la tabla 8.8. En cuanto al P-Valor es inferior a 0.05 y la desviación estándar es de 0.031 con respecto a la media, la cual es de 0.874.



**Tabla 8.8***Tabla de Bootstrapping entre la Eco-innovación y el Desempeño Social*

Relaciones entre Constructos	Muestra original	Media (M)	Desviación estándar	Estadístico t	P
Eco-innovación → Desempeño Social	0.871	0.874	0.031	28.383	<b>0.000</b>

**D. Resultados cuantitativos del objetivo 4**

Objetivo 4. Determinar el impacto de la internacionalización en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana

Con respecto al segundo objetivo, la variable de Eco-innovación debería tener una influencia en la variable de Desempeño económico, ya que el estudio busca identificar si las mypes de moda sostenibles de Lima Metropolitana mediante la aplicación en sus procesos, producto y organización pueden obtener un impacto en el desempeño económico. Para obtener los resultados, se utilizó el software SMART PLS y se corrieron los datos de la manera que en el punto anterior. Para realizar este análisis, se utilizaron de la pregunta 8 a la 16 y para la variable de desempeño económico se utilizaron de la pregunta 25 a la 27.

Los resultados fueron significativos ya que se obtuvo que las relaciones entre ambas variables son favorables entre sí, lo cual se muestra en la tabla 8.8. En cuanto al P-Valor es inferior a 0.05 y la desviación estándar es de 0.048 con respecto a la media, la cual es de 0.848.

**Tabla 8.9***Tabla de Bootstrapping entre la Eco-innovación y el Desempeño Económico*

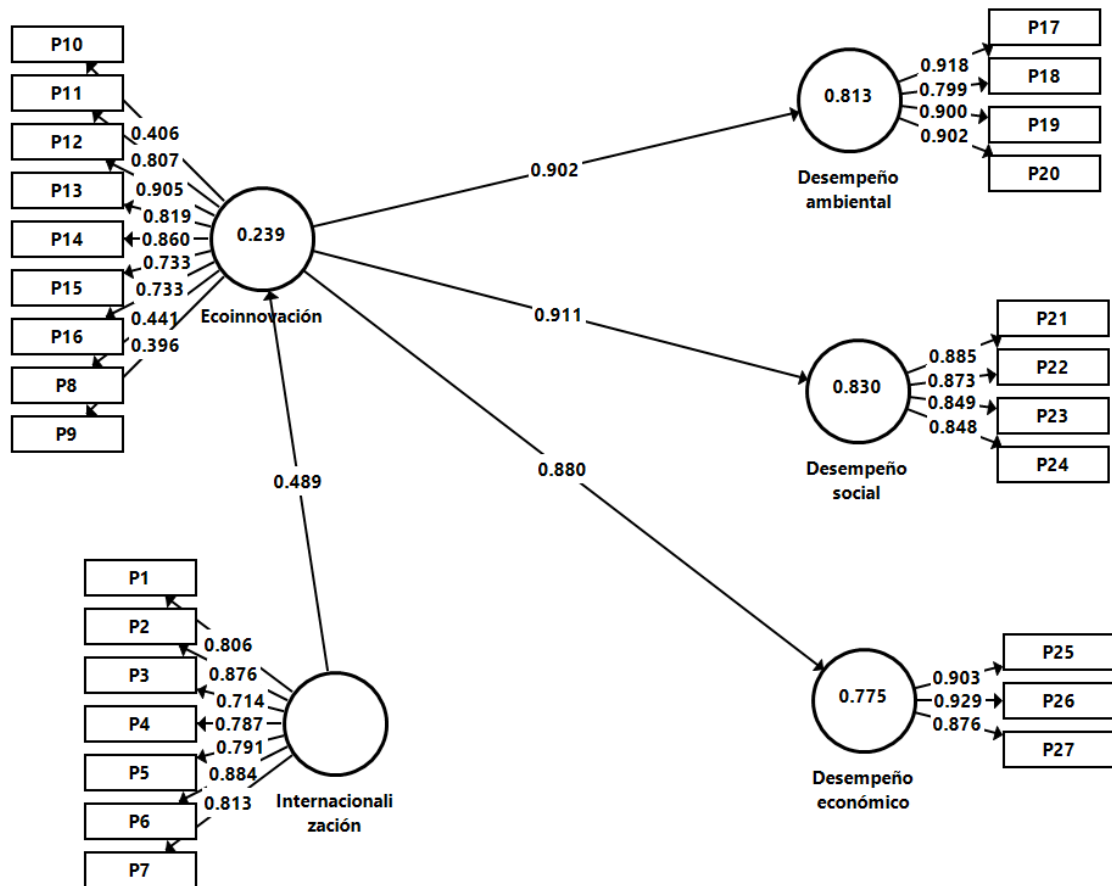
Relaciones entre Constructos	Muestra original	Media (M)	Desviación estándar	Estadístico t	P
Eco-innovación → Desempeño Económico	0.848	0.849	0.048	17.857	<b>0.000</b>

Como se observa en la figura 8.10, las preguntas están distribuidas del ítem 1 al 7 para la variable independiente (internacionalización), del ítem 8 al 16 para la eco-innovación, en cuanto al desempeño sostenible se dividió en sus tres elementos, razón por la cual la variable de desempeño ambiental abarcó del ítem 17 a la 20, desempeño social (21 al 24) y finalmente el desempeño económico abarcó del ítem 25 al 27.

Las preguntas incluidas en la presente investigación, en cuanto a la internacionalización se basó en preguntas incluidas en los estudios de Hojnik (2018), Hojnik & Ruzzier (2016) y Oliveira et al. (2016). En cuanto a las preguntas de eco-innovación se basaron en las investigaciones de Hojnik (2018) y Oliveira (2016). Finalmente, las preguntas de desempeño sostenible se basaron en los estudios de Ong et al. (2019) y Hojnik & Ruzzier (2016).

**Figura 8.1**

*Modelo Conceptual probado*



### 8.1.2 Resultados cualitativos

A través de las entrevistas a profundidad realizado a 9 expertos en la materia de internacionalización, eco-innovación y desempeño sostenible, se obtuvo los siguientes resultados cualitativos que corresponde a los cuatros objetivos específicos.

## A. Resultados cualitativos del objetivo 1

Objetivo 1. Determinar el impacto de la internacionalización en la adopción de la eco-innovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

**Tabla 8.10**

*Resultados obtenidos a través de las entrevistas a profundidad que responden al objetivo específico 1*

Preguntas	Respuestas
P4. ¿Cuáles son las acciones eco-innovadoras que se generan a través de la internacionalización de las mypes de moda?	Todos los entrevistados enfatizaron que la internacionalización permite a las mypes generar innovaciones en el proceso, producto y organización.
P9. ¿Cuál es el impacto de la internacionalización en la eco-innovación de las mypes de moda?	Todos los entrevistados enfatizaron que la experiencia en el mercado extranjero permite que la empresa esté expuesta a mayor conocimiento adquirido, además consideraron que internacionalizarse requiere cumplir con ciertos requisitos eco-innovadores tales como certificaciones de comercio justo.

*Nota.* 9 entrevistas a profundidad

De acuerdo con los resultados de la pregunta 4, el segundo, tercero, cuarto, quinto y sexto entrevistado coincidieron en mencionar el proceso eco-innovador como parte de la economía circular; ya que, de acuerdo con el quinto entrevistado, una producción más limpia hará que la empresa genere costos eficientes, asimismo como menciona el segundo entrevistado, ingresar al mercado internacional requiere obtener certificados, procesos que generen valor social en la cadena productiva. Además, el séptimo entrevistado enfatizó en mencionar que el mercado internacional genera un conjunto de estándares que es necesario adquirir para sobrevivir en dicho mercado sustentable. Sin embargo, a diferencia de los demás expertos, el tercer entrevistado detalló en la falta de necesidad de que una empresa se internacionalice para adquirir innovación en la organización.

Pregunta 4. ¿Cuáles son las acciones eco-innovadoras que se generan a través de la internacionalización de las mypes de moda?

- Entrevistado 2, 4, 5 y 6. “Economía circular: tener un concepto sostenible en el diseño, desde el diseño como hacer el proceso sostenible, esto para aprovechar los

recursos naturales y no generar residuos y si generas residuos debe ser recuperable y no desechables”

- Entrevistado 3. “No hay necesidad de ir a mercados europeos para traer nuevos sistemas, tales como la aplicación de tecnología, las fábricas 100% de energía solar y eso se va a vincular con el proceso”
- Entrevistado 7. “Cuando empiezas a exportar te tienes que poner en el estándar de la sustentabilidad, primero estandarizas una línea común de distintos tipos de prácticas y profesionalizas a tu mype”

Asimismo, los resultados de la presente pregunta mostraron un unánime entre los entrevistados, ya que todos los expertos consideraron que existe un impacto de la internacionalización en la eco-innovación, ya que al desarrollarse en dichos mercados internacionales generan una exigencia de esta para cumplir con ciertos requisitos demandantes, tales como certificaciones y prácticas sostenibles como mencionó el primer y sexto entrevistado.

Pregunta 9. ¿Cuál es el impacto de la internacionalización en la eco-innovación de las mypes de moda?

- Entrevistado 1: “Tiene un fuerte impacto, el mercado extranjero conlleva a que las empresas se tengan que exigir más por los certificados”
- Entrevistado 6: “Estos mercados demandan estas prácticas sostenibles de no ser así están fuera de competencia. Por lo tanto, experimentar esto hace que las empresas adopten estas innovaciones”

Por otro lado, la tabla 8.11, muestra los resultados referentes a los objetivos 2,3 y 4, cuales tienen relación con la adopción de la ecoinnovación y el desempeño ambiental, social y económico de las mypes peruanas.

**Tabla 8.11**

*Resultados obtenidos a través de las entrevistas a profundidad que responden al objetivo específico 2,3 y 4*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
P1. ¿De qué manera las mypes de moda pueden implementar eco-innovación en el producto, proceso y organización?	Todos los entrevistados enfatizaron en el proceso eco-innovador. Consideran que las mypes pueden innovar a través de la reutilización de insumos con el fin de generar un modelo circular.
P2. ¿Cuál es el nivel de impacto de la implementación de eco-innovación de producto en las mypes de moda en Lima Metropolitana?	El 77.7% de los entrevistados coincidieron en que el impacto es fuerte y reciente en los últimos años. Asimismo, consideran que la eco-innovación se presenta como una promesa de beneficios para las mypes.
P3. ¿Qué tipo de incentivos reciben las mypes para nacer con mecanismos eco-innovadores?	El 55.5% de los entrevistados mencionaron algunos incentivos del sector público, tales como Innóvate Perú y fondo MiMypes. Por otro lado, el 44.4% enfatizaron que el mayor incentivo proviene del mercado.
P5. ¿Cuáles son los factores que incentivan ser una empresa socialmente responsable?	El 77.7% de los entrevistado coincidieron en que lo factores que incentivan la RSE se basa en lo económico, social y ambiental. El 22% considera que la motivación es propia del emprendedor y factores externos que ofrece el sector público.
P6. ¿Cuál es la relación entre la eco innovación y el desempeño sostenible de la empresa?	El 88.8% de los entrevistados consideraron que la relación entre ambas variables es directa y positiva haciendo referencia a las empresas de triple impacto. Mientras que el 11% consideró que la eco-innovación impacta en el desempeño ambiental mas no necesariamente genera un impacto económico y social.
P7. ¿Cuál es el impacto de la internacionalización en el desempeño sostenible de las mypes de moda?	El 88.8% de los entrevistados consideraron que la internacionalización tiene un impacto positivo en el desempeño sostenible de las mypes. Sin embargo, el 11% consideró que no necesariamente ocurre ello.
P8. ¿Cuál es el impacto de la eco-innovación en el desempeño sostenible de las empresas mypes de moda?	Todos los entrevistados enfatizaron en que dichas variables tienen un impacto positivo debido a la reutilización y economía circular que se genera a través de estas innovaciones.
P10. ¿De qué manera se relaciona la implementación de sistemas eco-innovadores en el desempeño económico, social y ambiental?	El 88.8% de los entrevistados enfatizaron en que la relación entre ambas variables conlleva a generar un impacto positivo en el medio ambiente, económico y social. El 11% enfatizó en el impacto positivo hacia el factor ambiental mas no en los económico y social.

*Nota.* 9 entrevistas a profundidad

## **B. Resultados cualitativos del objetivo 2**

Objetivo 2. Determinar el impacto de la adopción de la eco-innovación en el desempeño ambiental de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

A través de la pregunta N°1, se obtuvieron respuestas de los entrevistados que dieron referencia a la implementación de las ecoinnovaciones enfocado en el proceso, producto y organización y su beneficio ambiental, tales como los siguientes entrevistados:

Pregunta 1. ¿De qué manera las mypes de moda pueden implementar eco-innovación en el producto, proceso y organización?

- Entrevistado 3: “Puede nacer con materias primas que fueron deshecho y ahora ha sido reutilizado”
- Entrevistado 4: “Las mypes pueden generar ecoinnovaciones desde una economía circular que inicie en el diseño y culmine en los residuos; el diseño y el proceso sostenible, esto con el fin de aprovechar los recursos naturales y darle una transformación y vida útil adicional al residuo”.
- Entrevistado 5: “En el proceso se puede ver una producción más limpia”
- Entrevistado 6: “Las empresas hacen innovación en todo el proceso. Asimismo, a nivel de gestión emplean paneles solares que también forma parte del proceso productivo”
- Entrevistado 8 y 9: “Se puede reusar una prenda o sacar otros modelos; reutilización y prendas de segunda mano”

Asimismo, en cuanto a la pregunta 2, los siguientes entrevistados detallaron acerca de la importancia de la implementación de sistemas ecoinnovadores debido a que conlleva a la conciencia de consumo al igual que un beneficio ambiental.

Pregunta 2. ¿Cuál es el nivel de impacto de la implementación de eco-innovación de producto en las mypes de moda en Lima Metropolitana?

- Entrevistado 2. “El impacto es fuerte, el consumidor valora más un producto si está informado acerca de dónde viene y quién lo hizo. Es importante la creación de conciencia de consumo.”
- Entrevistado 8. “Su implementación es muy buena, porque la ropa también afecta a disminuir los contaminantes al medio ambiente”

- Entrevistado 9. “El tema de sostenibilidad va a ser la única forma de hacer negocios en el futuro y esto debido a la escasez de los recursos”.

De igual forma la pregunta 5, hace referencia a los incentivos que reciben las mypes para implementar la responsabilidad en su organización, en el cual se obtuvieron resultados que hacen hincapié a las tres dimensiones del desempeño sostenible.

Pregunta 5. ¿Cuáles son los factores que incentivan ser una empresa socialmente responsable?

- Entrevistado 1. “Hay tres factores generales: social, ambiental y económico. Estos tres factores se complementan y deben mantenerse en equilibrio”.
- Entrevistado 2. “El factor principal es la creación de bienestar tanto en el ambiente, social y la empresa”.
- Entrevistado 3. “El factor principal es no tener la necesidad de mucho más planeta tierras de aquí a 30 años”

Además, 8 de los 9 expertos indicaron que existe una relación directa y positiva entre la eco-innovación y desempeño sostenible, como mencionó el segundo entrevistado, la eco-innovación genera competitividad lo cual hace que la empresa se exija más, asimismo el tercer entrevistado mencionó que la innovación hace que la empresa se reinvente con mayor facilidad en contextos similares que involucró el COVID-19. Sin embargo, el séptimo entrevistado enfatizó en la falta de necesidad de innovar en caso las empresas deseen ser sostenibles.

Pregunta 6. ¿Cuál es la relación entre la eco innovación y el desempeño sostenible de la empresa?

- Entrevistado 2. “La capacidad de innovar en los procesos conlleva a un desempeño sostenible positivo”
- Entrevistado 3. “Es fuerte porque esta innovación hará que la empresa se reinvente e incluso en contextos similares al actual lo harán mucho más fuerte y sostenible en el tiempo”
- Entrevistado 7. “Cuando se habla de eco se busca disminuir el impacto ambiental, es decir, los recursos ambientales. No necesariamente impacta en lo económico y social”

Por otro lado, a través de la pregunta 7, se buscó identificar la relación entre la variable mediadora y el desempeño sostenible; al igual que la relevancia de la variable ecoinnovación como mediadora hacia el desempeño sostenible.

Pregunta 7. ¿Cuál es el impacto de la internacionalización y el desempeño sostenible de las mypes de moda?

- Entrevistado 7. “Existe un impacto positivo siempre y cuando la empresa emplee practicas sostenible en algún ámbito”

Asimismo, dentro de las respuestas de 8 de 9 entrevistados a favor de un positivo impacto en el desempeño económico, social y ambiental. El séptimo entrevistado consideró que la eco-innovación no necesariamente conlleva a un desempeño económico y social de forma directa, ya que estos impactos son de producciones sostenibles, sin embargo, consideró que el desempeño ambiental es prioridad para la eco-innovación.

Pregunta 10. ¿De qué manera se relaciona la implementación de sistemas eco-innovadores en el desempeño económico, social y ambiental?

- Entrevistado 4. “En el desempeño social, se ha visto a empresas que trabajan con comunidades para una producción más valorada, además que estas empresas también brindan capacitaciones, es decir conocimiento a estas comunidades”
- Entrevistado 6. “Tener una economía circular, eficiencia en costos, no reduce el valor de tu producto; al contrario, demostrar una producción sostenible hace que el comprador no se sienta culpable pagar un valor adicional”
- Entrevistado 8. “Si hablamos de sustentabilidad va a contemplar las 3 cosas: social, económico y ambiental. sin embargo, es importante contemplar que lo eco-innovador no necesariamente contempla lo económico y social”

### **C. Resultados cualitativos del objetivo 3**

Objetivo 3. Determinar el impacto de la adopción de la eco-innovación en el desempeño social de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

A través de los resultados de la pregunta 1, se obtuvieron comentarios que complementaron las respuestas de otros entrevistados, tales como el segundo y noveno entrevistado, dichos expertos enfatizan en la importancia de los agentes de la cadena productiva y el valor que se genera entre ambas partes. Por otro lado, se obtuvo los



comentarios del quinto entrevistado, quien enfatiza que aun las mypes presentan problemas en la innovación dentro de la organización de la empresa; mientras que el séptimo entrevistado considera el mercado como una variable condicional a la eco-innovación.

Pregunta 1. ¿De qué manera las mypes de moda pueden implementar eco-innovación en el producto, proceso y organización?

- Entrevistado 2 y 9. “Innovación en los procesos con cadenas productivas que valoren el trabajo humano a través de un salario justo, capacitaciones y calidad de vida. Asimismo, trabajar de la mano con comunidades”
- Entrevistado 5. “Aún existe deficiencias en la organización de las mypes”
- Entrevistado 7. “La posibilidad de eco-innovar es muy baja, esto depende del mercado en el cual se inserta la empresa, por ejemplo, en Chile no hay posibilidad de eco-innovar; aquí se utiliza tecnología. En Perú y Argentina es posible innovar en la materia.

Asimismo 7 de los 9 expertos señalaron como referencia el factor social y ambiental como incentivos claves para una mype con implementaciones de RSE. El segundo entrevistado enfatizó durante toda la entrevista acerca del bienestar social de la cadena productiva, lo cual a su vez consideró que ello generaba un bienestar ambiental. Además, el tercer entrevistado considera que la preservación de recursos naturales es el principal factor. A diferencia del noveno entrevistado quien consideró que los factores provienen de la motivación del emprendedor.

Pregunta 5. ¿De qué manera las mypes de moda pueden implementar eco-innovación en el producto, proceso y organización?

- Entrevistado 2. “El factor principal es la creación de bienestar tanto en el ambiente, social y la empresa”
- Entrevistado 3. “El factor principal es no tener la necesidad de mucho más planeta tierras de aquí a 30 años. Es importante formar esta concientización por los recursos”
- Entrevistado 9. “No hay mecanismos, pero un factor es la motivación del emprendedor sostenible”

Por otro lado, de forma directa, la pregunta 10 buscó determinar el tipo de relación que genera la adopción de la ecoinnovación, precisamente, en el desempeño social. Por

el cual, se obtuvo respuestas tales como en referencia a los beneficios y calidad de vida que se le debe de brindar a los colaboradores respecto a sus remuneraciones y bienestar. Asimismo, se mencionó las comunidades y proveedores como parte del desempeño social, lo cual da referencia a la importancia de los stakeholder.

Pregunta 10. ¿De qué manera se relaciona la implementación de sistemas eco-innovadores en el desempeño económico, social y ambiental?

- Entrevistado 2. “En el desempeño social, se ha visto a empresas que trabajan con comunidades para una producción más valorada, además que estas empresas también brindan capacitaciones, es decir conocimiento a estas comunidades”
- Entrevistado 5. “Se manifiesta a través del pago justo de los colaboradores y proveedores”
- Entrevistado 9. “En lo social, genera trabajo, si es una empresa como EVEA que impacta a una comunidad”

### **C. Resultado cualitativo del objetivo 4**

Objetivo 4. Determinar el impacto de la internacionalización en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

Los resultados obtenidos de la pregunta 2, detallaron que la variable eco-innovación se presenta como un indicador de beneficios para las mypes. El quinto entrevistado señala datos cuantitativos referente a la eficiencia de los costos originados en todas las acciones de la empresa. Por otro lado, el sexto entrevistado considera que aún no existe un conjunto de acciones que generen a las mypes un driver hacia la sostenibilidad.

Pregunta 2. ¿Cuál es el nivel de impacto de la implementación de eco-innovación de producto en las mypes de moda en Lima Metropolitana?

- Entrevistado 5. “La promesa es que mínimo se manifieste como un 30% de eficiencia en diferentes costos de la empresa”
- Entrevistado 6. “No hay un sistema que integre todas las practicas sostenibles.

Además, los resultados obtenidos de la pregunta 3, señalaron que 3 de 9 entrevistados, consideran que el mayor incentivo que reciben las mypes para implementar mecanismos eco-innovadores proviene de la aceptación del mercado. Asimismo, se dio a conocer acerca de los incentivos que se generan tales como la atracción de los

consumidores, la necesidad de ser competitivos en el mercado como un mayor reconocimiento de la empresa.

Pregunta 3. ¿Qué tipo de incentivos reciben las mypes para nacer con mecanismos eco-innovadores?

- Entrevistado 1. “No hay muchas regulaciones que permitan obtener dichos incentivos, sin embargo, existen incentivos de reconocimiento”
- Entrevistado 2. “El mayor incentivo es la aceptación del consumidor”
- Entrevistado 6. “Ahora es una necesidad para ser parte del mercado, si no eres sostenible estas fuera de competencia”

Los resultados de la pregunta 7, enfatizaron en el impacto que genera la internacionalización en el desempeño económico, social y ambiental. Tales como 8 de los 9 expertos consideraron que la experiencia que adquiera la mype en el mercado internacional y los contactos que genere tendrá como resultado potencial un mercado que le transmita mayor valor. Asimismo, en dicha pregunta se relacionó la eco-innovación como un mediador para el desempeño sostenible de dichas empresas. Sin embargo, el tercer entrevistado consideró que la internacionalización no conlleva al desempeño sostenible de forma necesaria, el experto enfatizó que la tendencia que guía hacia el desempeño es la eco-innovación.

Pregunta 7. ¿Cuál es el impacto de la internacionalización en el desempeño sostenible de las mypes de moda?

- Entrevistado 5. “El impacto es fuerte debido a que los mercados internacionales están en una demanda constante de certificaciones” “Sí, es una tendencia que tiene que implementarse, sin embargo, si no somos sostenibles no vamos a poder sobrevivir o ser competitivos en el mercado”
- Entrevistado 3. “La tendencia es al revés, los mercados exigen innovaciones de esta índole”

Por otro lado, el resultado obtenido a través de la pregunta 8 fue determinante para el presente objetivo, ya que los expertos detallaron los beneficios económicos que se puede generar a través de la adopción de la ecoinnovación. Sin embargo, aun los expertos consideran que el desempeño económico es un reto para las mypes, por lo que, si detallan una oportunidad en la extensión del mercado, ahorro de costos debido implementación que generar reutilización de recursos, entre otros.

Pregunta 8. ¿Cuál es el impacto de la eco-innovación en el desempeño sostenible de las empresas mypes de moda?

- Entrevistado 2. “Positivo, al ser una mype sostenible no significa que la empresa no gane dinero”
- Entrevistado 4. “Beneficioso ya que se aprovecha residuos y recursos, ambos términos terminan en recurso, ya que el fin es que aquel residuo funcione como materia prima”
- Entrevistado 5. “Más del 50% de las mypes utilizan eco-innovación. Esta estrategia genera que la empresa utilice residuos como recursos y hace ahorrar diferentes costos”
- Entrevistado 7. “Si logró exportar voy a tener mayor ingreso y eso permite pagar y tener comercio justo con la mano de obra, si exporto significa tener una venta segura o anticipada, es una buena opción sobre todo con países de Argentina, Bolivia, Perú y Colombia que tienen aún fábricas textiles, materia prima e identidad con valor agregado, lo cual es muy rentable”

## **8.2 Análisis de Resultados**

En la presente sección se analizó los resultados cuantitativos y cualitativos en relación con la teoría utilizada según cada variable, asimismo se analizó y contrastó con los resultados obtenidos de las investigaciones que forman parte de los antecedentes de la presente investigación.

### **8.2.1 Análisis de Resultados cuantitativos**

#### **A. Análisis de resultados del objetivo 1**

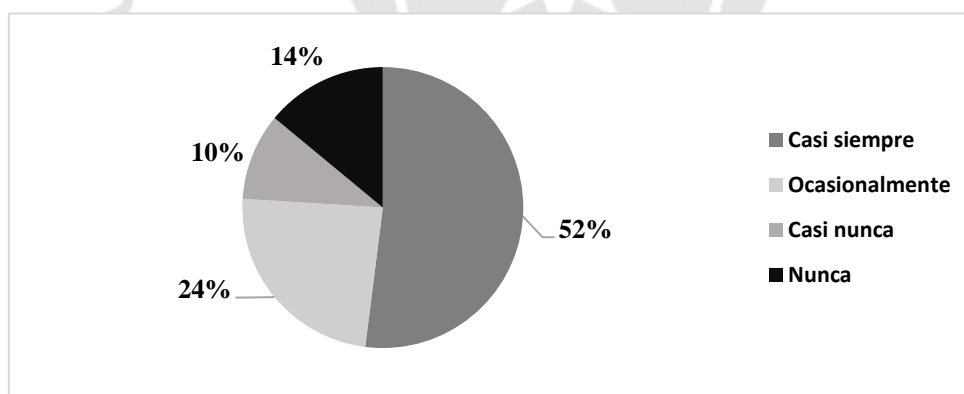
La investigación tiene como base estudios anteriores relacionados con el tema y con los objetivos planteados. Estas investigaciones han sido la primera fase del presente estudio ya que ha permitido determinar las hipótesis y la problemática existente en el Perú. El estudio realizado por Hojnik et al. (2018), confirmaba que la internacionalización tiene una relación positiva y significativa con la ecoinnovación en las empresas del sector de moda. Asimismo, en la mayoría de los estudios presentados en los antecedentes se muestra una relación positiva, significativa y en algunos casos parcial entre dichas

variables, debido a que las empresas que operan a nivel internacional obtienen conocimientos sobre las mejores prácticas comerciales, interacción con varios clientes, socios y agencias reguladores lo que permite absorber información, conocimientos y habilidades conllevando a generar eco-innovaciones. Es por ello, que el primer objetivo busca determinar el impacto de la internacionalización en la eco-innovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

En cuanto a los resultados obtenidos, se concluyó que existe una significancia entre la variable 1 y 2, es decir, existe una relación positiva entre la internacionalización y la eco-innovación. Por otro lado, se observa en la figura 8.2, una de las preguntas presentadas en la encuesta relacionada con la variable de internacionalización el cual busca determinar si el número de países en los que la empresa comercializa actualmente sus productos es un factor importante de la internacionalización. De ese modo, se obtuvo que el 53% de las empresas encuestadas manifiestan la importancia de comercializar sus productos en los distintos mercados, asimismo el 39% no opina sobre la importancia de este factor en la internacionalización ya que consideran otras dimensiones como los principales impulsores de dicha variable.

**Figura 8.2**

*¿El número de países en los que la empresa comercializa sus productos es un factor importante de la internacionalización?*

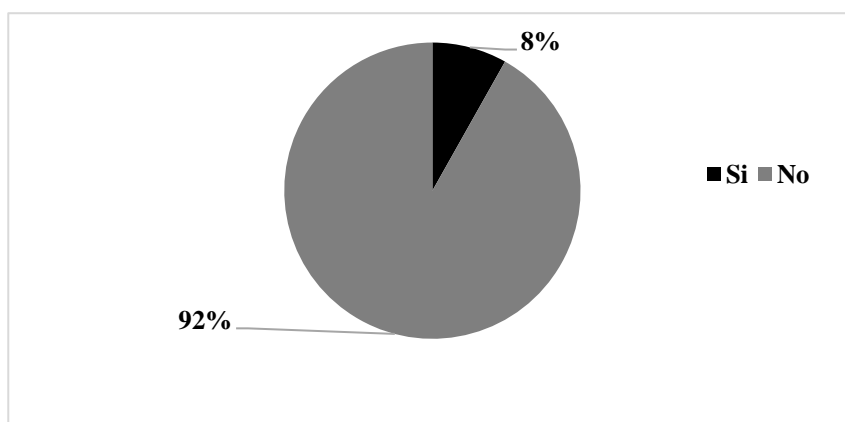


*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

Por otro lado, en la figura 8.3, se observa si dichas empresas han aplicado eco innovaciones en su proceso, producto u organización o en sus tres tipos, obteniendo como resultado que el 92% de las empresas han aplicado eco innovaciones ya sea en el producto que ofrecen, procesos o en la organización en sí.

**Figura 8.3**

*¿La empresa ha aplicado eco-innovación en su proceso, producto u organización o en los tres tipos?*



*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

Por otro lado, de acuerdo con Juniati et al. (2019), establecieron que la internacionalización influye en la innovación, esto debido a que las pequeñas y medianas empresas aplican innovaciones mejoradas cuando se expanden internacionalmente influenciadas por el medio ambiente.

Asimismo, según Juniati et al. (2019), los exportadores se educan a sí mismos con la finalidad de entender la demanda internacional, la cultura de las empresas y las experiencias del mercado internacional para así lograr satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en el extranjero (p. 296). De acuerdo con el Manual de Oslo (s. f.), se define a la innovación como “la implementación de cambios significativos en el producto, proceso y organización de la empresa”.

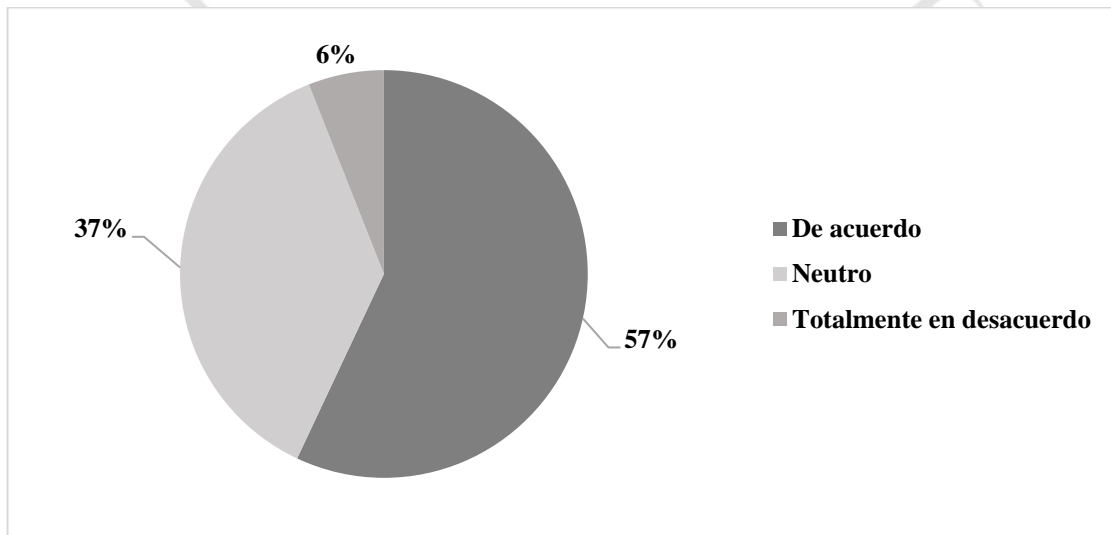
Por otra parte, las empresas al momento de internacionalizarse suelen mejorar el producto ya sea en su funcionamiento, uso, mejora de materiales o componentes buscando diferenciarse, asimismo en cuanto a la innovación de proceso las empresas suelen aplicar técnicas, materiales y/o programas informáticos con el objetivo de disminuir los costos unitarios de producción o distribución para mejorar la calidad, o producción o distribución de los productos, finalmente la innovación aplicada en la organización se centra en aplicar cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa con el propósito de mejorar los resultados mejorando la productividad o disminuyendo los costos de transacción internos tanto para los clientes como para los proveedores (Manual de Oslo, s. f., p. 44).

En cuanto a las otras dimensiones de la variable independiente que presentan mayor puntuación se encuentran orientadas a la participación de ventas de la empresa en los mercados exteriores y en el nivel de desarrollo del área de internacionalización como factor importante.

En la figura 8.4, se detalla que el 57% de los gerentes de las mypes de moda consideran que la participación de ventas en los mercados exteriores es un factor importante de la internacionalización, obteniendo un puntaje de 0.883 superior a 0.05.

**Figura 8.4**

*¿Considera que la participación de ventas de la empresa en los mercados exteriores es un factor importante de la internacionalización?*

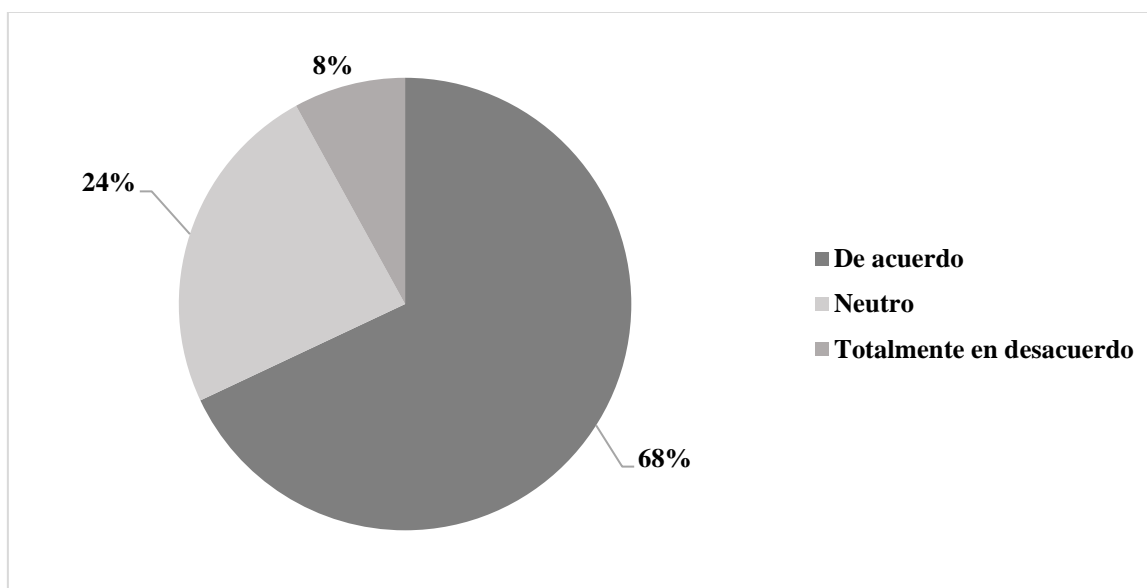


*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

En la figura 8.5, se detalla que el 67% de los gerentes de las empresas encuestadas consideran importante el nivel de desarrollo en el área de internacionalización, obteniendo un puntaje similar al anterior de 0.883.

**Figura 8.5**

*¿Considera importante el nivel de desarrollo del área de internacionalización de la empresa?*



*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

Las otras dimensiones que han obtenido un puntaje menor pero mayor al establecido (0.05) son: la cantidad de proveedores internacionales, el número de operaciones en los mercados internacionales, nivel de crecimiento y la cantidad de canal de venta internacional como factor importante de la internacionalización.

En conclusión, de acuerdo con Juniati et al. (2019), la internacionalización es reconocida por ser el nuevo impulsor de la eco-innovación, asimismo esto se complementa por el crecimiento del interés mundial por la parte ecológica (p. 295).

## **B. Análisis de resultados cuantitativos del objetivo 2**

De acuerdo con Pantajakajornsak y Tantayanubutr (2017), el desempeño ambiental forma parte del desempeño sostenible, abarcando aspectos relacionados a la gestión de la contaminación (reducción de las emisiones contaminantes), le buscando así eliminar el impacto en el medio ambiente y finalmente se encuentra el control ambiental (mejora del lugar de trabajo físico para mejorar el trabajo y la eficacia empresarial) (p. 197).

Asimismo, según Ong et al. (2019), las empresas que se desempeñan mejor en las innovaciones ambientales suelen lograr mayores niveles de desempeño ambiental, como,



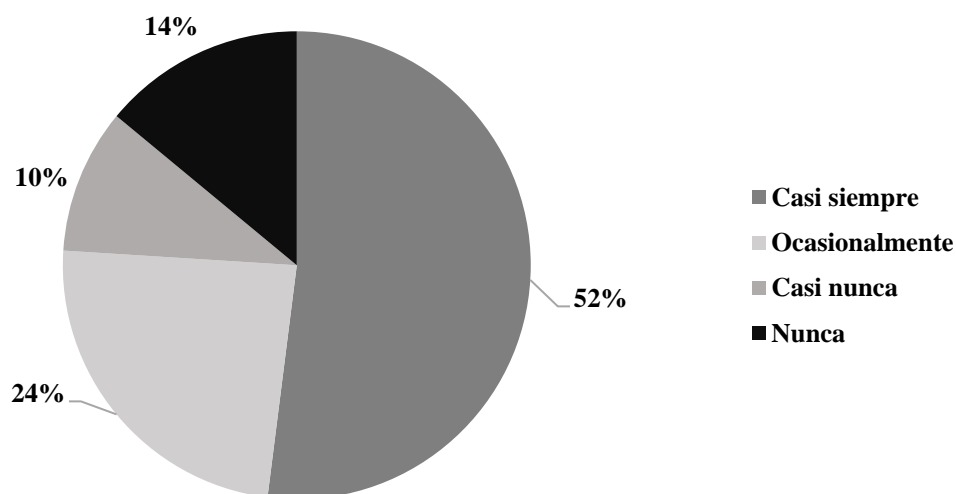
por ejemplo, la reducción de emisiones atmosféricas, aguas residuales, residuos sólidos, uso de materiales peligrosos y accidentales ambientales (pp. 11-12).

En base a ello, se obtuvieron 3 preguntas con los puntajes más altos para la elaboración del modelo relacionados con la frecuencia con la que se realiza actividades de reciclaje, aplicación de medidas/ acciones para reducir el porcentaje de aguas residuales, mejoras en el sistema ambiental y la importancia del diseño ecológico en el desempeño ambiental.

En la figura 8.6 se observa que el 35% de los gerentes de las pymes de moda suelen realizar casi siempre actividades de reciclaje con la finalidad reducir las emisiones contaminantes; sin embargo, el 39% de las empresas aplican dichas actividades de manera ocasional, si bien lo consideran un factor relativo en este desempeño no suelen aplicarlo de manera continua.

**Figura 8.0.6**

*¿La empresa con qué frecuencia realiza actividades de reciclaje?*

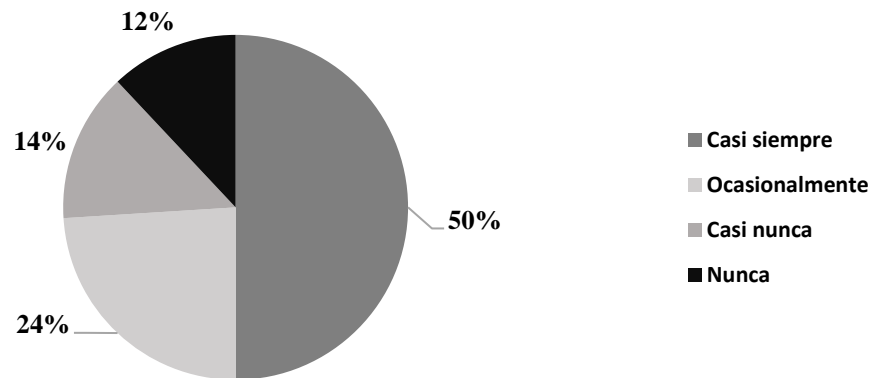


*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

Por otro lado, en la figura 8.7 se observa que el 49% de los gerentes aplican medidas y/o acciones para reducir el porcentaje de las aguas residuales en el país, mientras que el 24% suele aplicarlo de manera ocasional con la finalidad de tener una mayor eficiencia de recursos.

**Figura 8.7**

*¿La empresa aplica medidas/acciones para reducir el porcentaje de aguas residuales?*

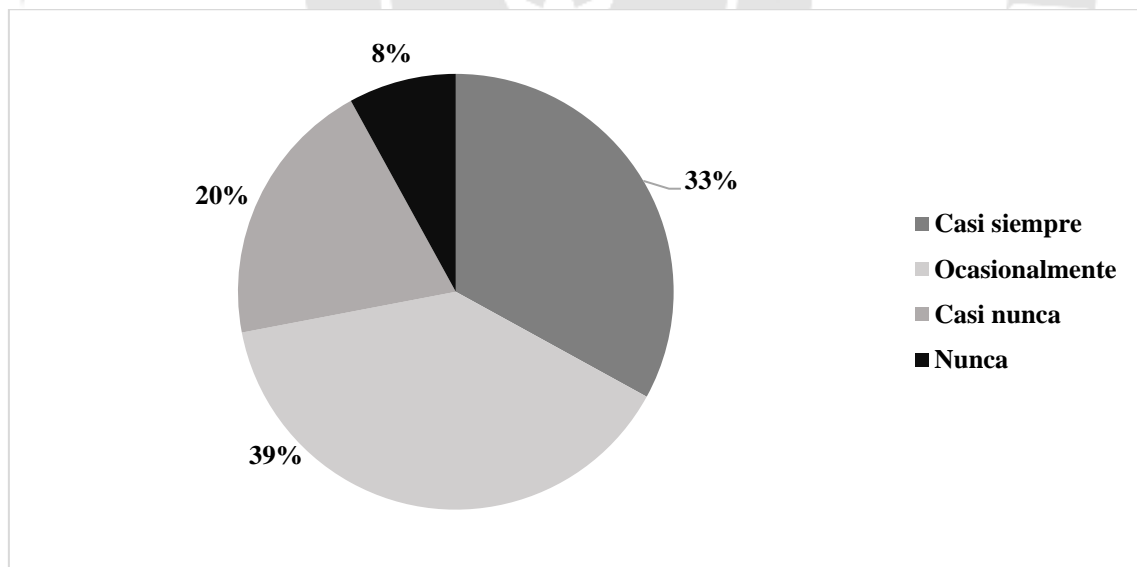


*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

En la figura 8.8, se observa que el 39% de los encuestados han aplicado mejoras en su sistema ambiental lo cual conlleva a que tenga una relación directa con el desempeño ambiental, sin embargo, el 33% suele aplicarlo de manera ocasional.

**Figura 8.8**

*¿Considera que la empresa ha presentado mejoras en el sistema ambiental?*



*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

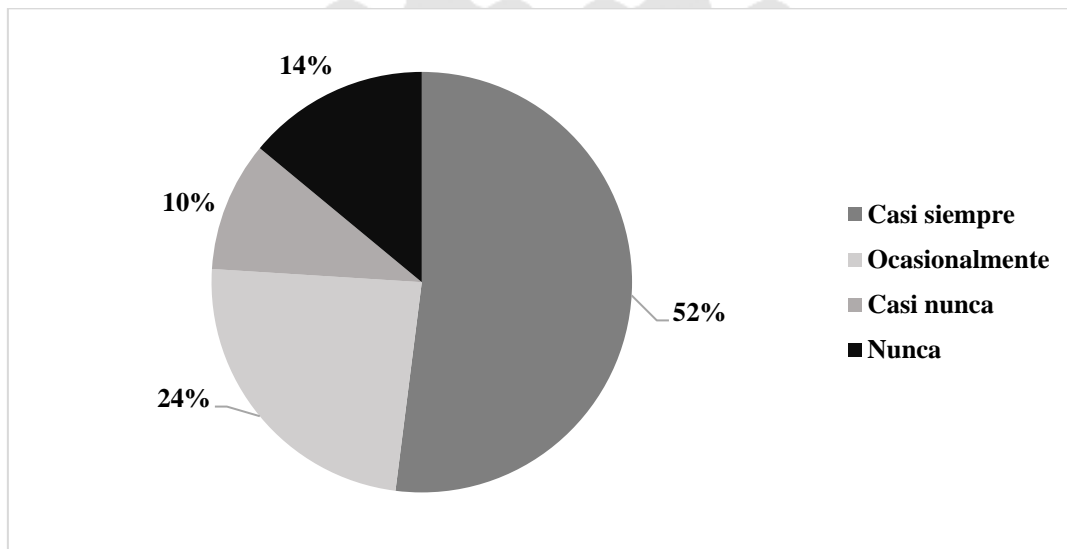
En base a lo expuesto anteriormente, se puede observar una coincidencia con lo mencionado por Fernando y Xin (2017), el cual define al desempeño ambiental como una mejora en el cumplimiento ambiental, reducción de desechos sólidos/líquidos y emisiones de gases de efecto invernadero, y mejora del reciclaje (pp. 31-32).

Por otra parte, analizando de manera conjunta el impacto de la adopción de la eco-innovación en el desempeño ambiental se pudo concluir que las prácticas de innovación conllevan a una reducción de los desechos sólidos/líquidos, así como la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. Por tal motivo, este autor manifiesta que las empresas obtendrán beneficios financieros cuando logren que los costos de producción sean más bajos, pero a la vez protejan al medio ambiente (Fernando & Xin, 2017, p. 32).

En la figura 8.9, se observa que el 52% de los encuestados consideran que el diseño ecológico ocasionalmente tiene un impacto en el desempeño ambiental, mientras que el 24% considera que casi siempre un buen diseño donde se aplique aspectos ecológicos impacta en el desempeño ambiental, lo cual coincide con los dos autores anteriores.

**Figura 8.9**

*¿Con qué frecuencia el diseño ecológico relacionado con el producto tiene un impacto positivo en el desempeño ambiental?*



*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

### **C. Análisis de resultados cuantitativos del objetivo 3**

De acuerdo con la tabla de Bootstrapping, se puede concluir que la ecoinnovación tiene mayor influencia en el desempeño sostenible siendo ( $\beta_1 = 0.871$ ) a comparación del desempeño ambiental y económico. Asimismo, para el análisis de la hipótesis 3 se confirmó su significancia a través del p-valor (0.000) y el coeficiente de ruta 0.871.

De acuerdo con Oliveira et al. (2016) el modelo principal en el cual se enfocaron fue de sobrellevar los desafíos que conllevó generar ecoinnovaciones para generar un impacto ambiental y social con el propósito de lograr mayor desempeño de la empresa. De esa manera, al ser el impacto ambiental y social drivers hacia el desempeño, se confirmó que la ecoinnovación en el producto influye más hacia el desempeño empresarial (p.284).

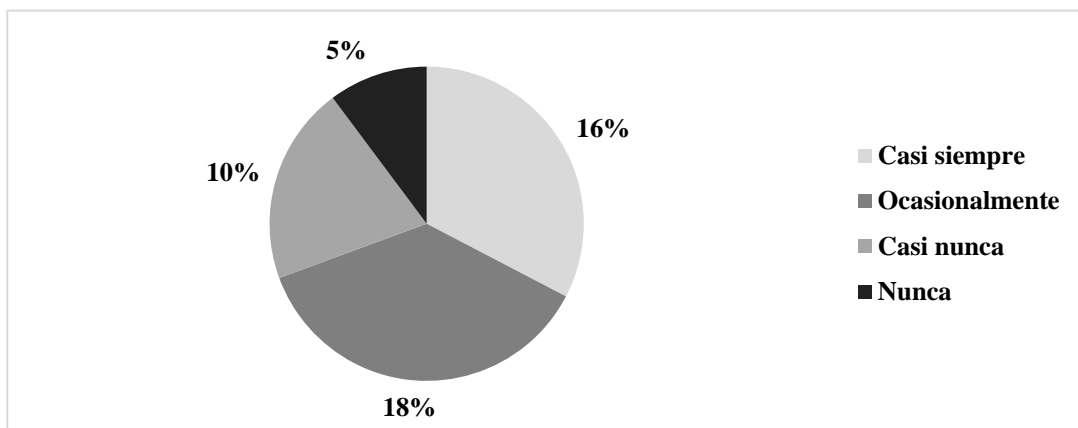
Asimismo, Tantayanubutr y Panjakajomsak (2017) determinaron que la innovación verde es una estrategia para la capitalización de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) cual conlleva a un desempeño social en factores internos tales como la práctica laboral y factores externos siendo las relaciones comunitarias e impacto social (p.205). Además, de acuerdo con la teoría de Triple Botton Line, el desempeño social es una de las bases para el sustento hacia la sostenibilidad, cabe resalta el estudio de Tumelero et al. (2018) que concluyó que para genera desempeño social, las empresas deben de evaluar a todos los agentes que intervienes en su cadena productiva, al igual que resulta importante que la empresa se involucre con la comunidad dónde desarrolla sus actividades (p.15). De igual forma Juniati et al. (2019) aprobaron la influencia de internacionalización a través de la ecoinnovación hacia el desempeño social de la empresa, mostrando de ella ser una organización flexible, receptiva y responsable con todas las partes interesadas, stakeholder (p. 300).

De acuerdo, al desarrollo del modelo en la herramienta SmartPLS, se obtuvo 4 preguntas principales que explicaban de manera más exacta los beneficios que detallan investigaciones pasadas. Siendo estas enfocada en la importancia de los stakeholder, beneficios hacia los colaboradores, capacitaciones y cumplimiento de las legislaciones laborales.

La figura 8.10 muestra la pregunta 37 de la encuesta online, en el cual el 16% de los gerentes generales afirman que su empresa considera relevante la satisfacción de sus stakeholder, lo cual acompaña investigaciones de años anteriores en el cual se muestra que una empresa que aplica ecoinnovación no solo debe considerar el beneficio de los accionistas sino a su vez de todos os agentes que intervienen sus actividades, sientos proveedores, colaboradores, comunidad, medios de comunicación, etc.

**Figura 8.10**

*¿La empresa considera importante la proporción de satisfacción de sus stakeholder?*



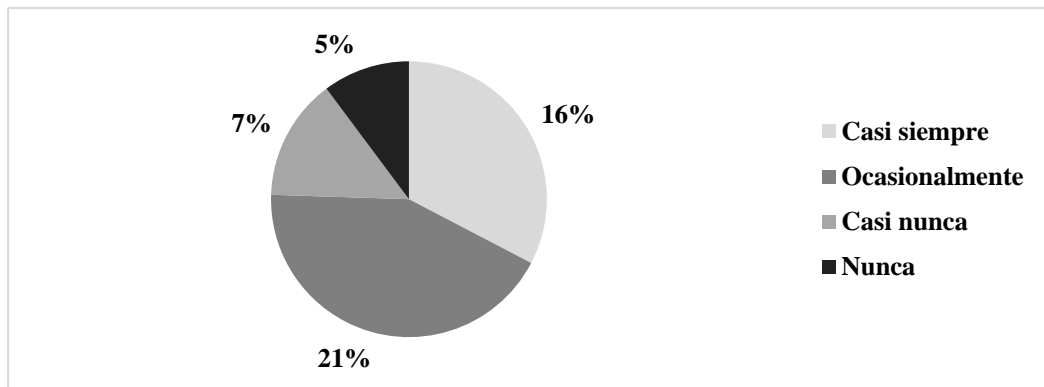
*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

Por otro lado, el 18% de los gerentes consideran que ocasionalmente denotan la importancia de la satisfacción de sus colaboradores. De esa manera, se denotó que si bien es cierto la mayoría de las empresas consideran la importancia de los stakeholder de forma ocasional, incursionar en la internacionalización con sistemas eco-innovadores requiere que se piense más allá que la rentabilidad de la empresa, tal como lo mencionó el experto N°9, durante la entrevista.

De igual forma, la figura 8.11 muestra la pregunta 38, cual tuvo como objetivo saber si las empresas brindan demás beneficios independientemente de su remuneración económica. La importancia de esta pregunta conlleva a la problemática detallada con anterioridad, el cual se mostró que lugares las empresas globales que realizan sus actividades en mercados como Bangladesh o Camboya no garantizan una buena remuneración económica y le brindan un espacio de trabajo que no garantiza la calidad de vida humana. Por lo tanto, el 21% de los gerentes detallaron que ocasionalmente las empresas la cual dirigen brindan beneficios sociales a sus colaboradores. Mientras que el 16% de los gerentes denotaron que casi siempre sus empresas brindan beneficios sociales a sus colaboradores. Para los expertos esto resulta una de las acciones más importantes del desempeño social, ya que manifestaron que otorgar calidad de vida a los colaboradores es una de las manifestaciones del desempeño social.

**Figura 8.11**

*¿La empresa brinda beneficios sociales empresariales a sus colaboradores?*

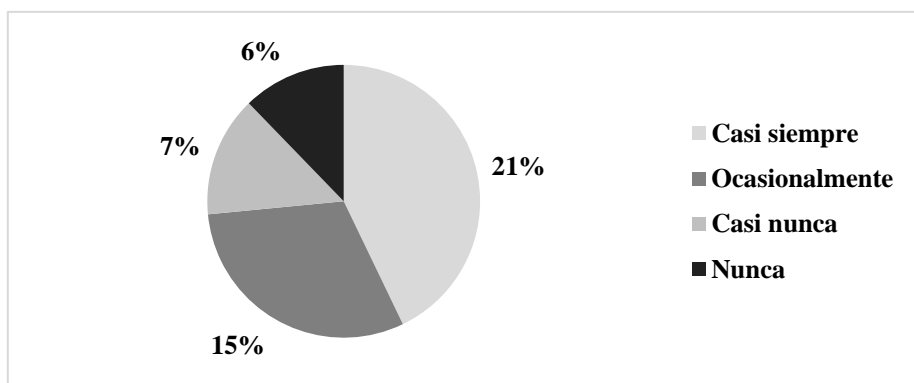


*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

Por otro lado, la figura 8.12 presenta la pregunta 39, la cual detalla el porcentaje de las empresas que brindan capacitación a sus colaboradores, donde se tuvo como resultado que 21% de las empresas afirman que casi siempre lo realizan y el 15% denotó que esta actividad se brinda de manera ocasional. Si bien es cierto pocas empresas denota que casi nunca y nunca lo realizan, es importante su mención ya que las capacitaciones a los colaboradores es uno de los problemas que engloban el tema a tratar, tal como la investigación de Guaylupo y Donet (2015) cual mostró que la calidad del desempeño de los colaboradores resulta beneficiosos para la empresa además de la importancia de que todas las personas que laboran en la empresa estén al tanto de la misión, visión y objetivos de la empresa (p. 70).

**Figura 8.12**

*¿La empresa suele brindar capacitaciones a sus colaboradores?*



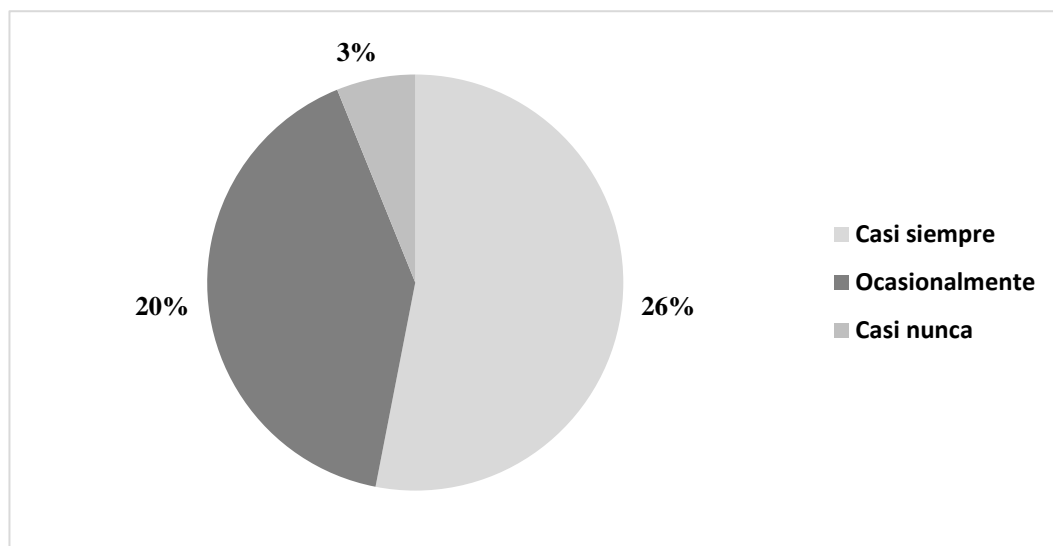
*Nota:* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

Además, la figura 8.13 muestra los resultados de las empresas que cumplen con las legislaciones laboral en beneficio al colaborador. Lo cual se obtuvo que el 26% casi

siempre lo realiza y el 20%, ocasionalmente. Esta pregunta resulta de apoyo para la pregunta 38, lo cual lleva a la problemática del surgimiento de la correlación entre la internacionalización, ecoinnovación y desempeño sostenible.

**Figura 8.13**

*¿Usted considera que la empresa cumple con las legislaciones laborales?*



*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

Por lo tanto, en cuanto al presente objetivo, resulta significativo el impacto de la ecoinnovación en el desempeño social, sin embargo, aún se visualiza presente cierta parte de la problemática que también desarrollan muchas otras empresas. Aun así, de forma cuantitativa resultó que el efecto se da de forma positiva al igual que los resultados cualitativos denotaron su conformidad ante el resultado cuantitativo.

#### **D. Análisis de resultados cuantitativo objetivo 4**

Objetivo 4: Determinar el impacto de la internacionalización en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana

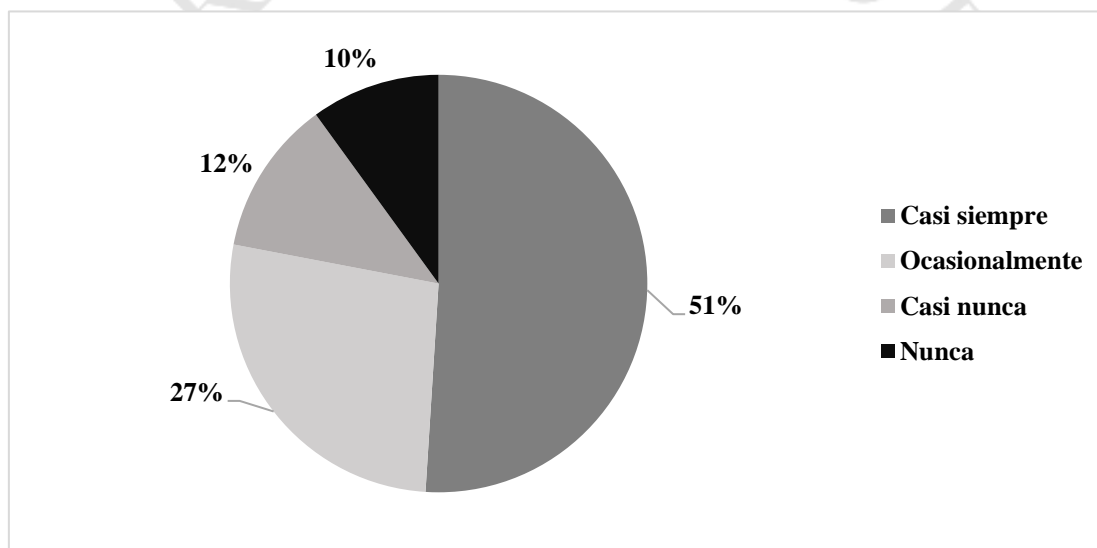
De acuerdo con Pantajakajornsak y Tantayanubutr (2017), el desempeño económico se define como las implicancias financieras de la rentabilidad, crecimiento de los ingresos y los costos operativos, así como los gastos incurridos por actividades ambientales y sociales. Asimismo, los componentes de este desempeño abarcan variables como el desempeño del mercado (logro del valor de marketing, incluida la mejora de participación de mercado), desempeño financiero (rentabilidad) y desempeño operativo (eficiencia en la producción y distribución) (p. 197).

En las siguientes líneas se explicará tres preguntas que han tenido mayor puntuación, las cuales abarca aspectos relacionados a la cuota de mercado, aumento de los ingresos por ventas y nuevas oportunidades de mercado.

En la figura 8.14 se observa que el 51% de los encuestados considera que casi siempre la aplicación de las medidas eco-innovadoras generan un aumento en la cuota de mercado, asimismo, el 27% considera que ocasionalmente al aplicar eco-innovación se presenta un aumento de la cuota.

**Figura 8.14**

*¿Usted considera que la eco-innovación ha permitido un aumento de la cuota de mercado?*



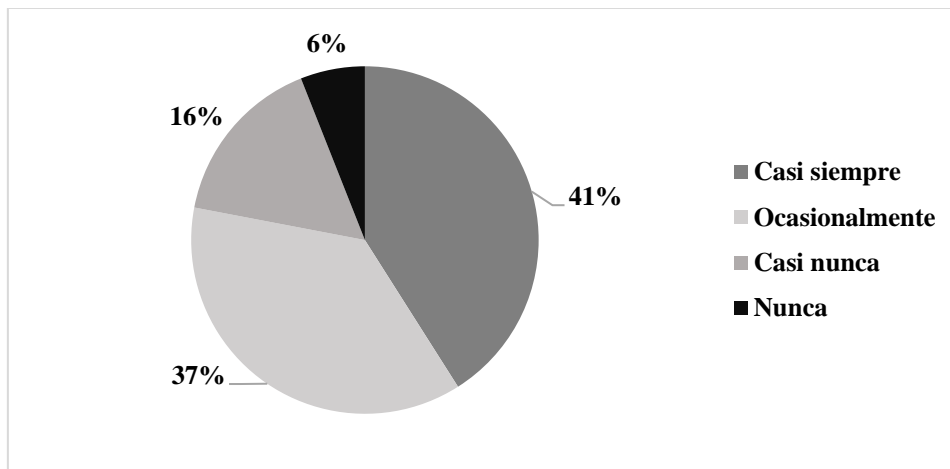
*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

En la figura 8.15 se observa que el 41% de los encuestados consideran que casi siempre al aplicar eco-innovación ya sea en el producto, proceso u organización genera un aumento en los ingresos de ventas, mientras que el 37% lo considera de manera ocasional.



**Figura 8.15**

*¿Usted considera que la eco-innovación ha permitido un aumento de los ingresos por ventas?*

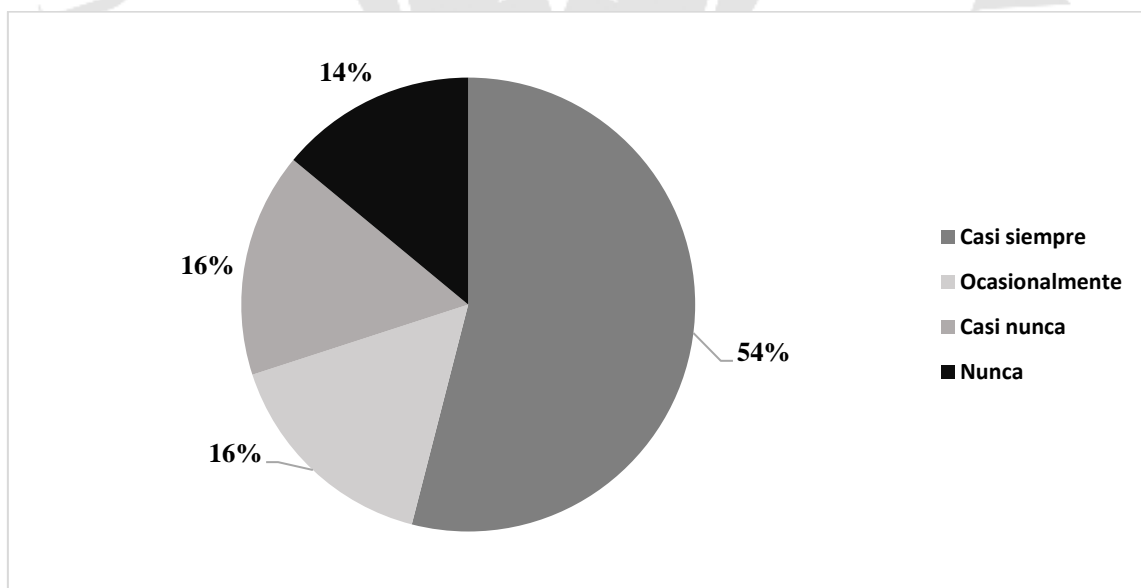


*Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

En la figura 8.16 se observa que el 53% de los encuestados considera que casi siempre al aplicar eco-innovaciones genera mayores oportunidades de mercado, mientras que el 16% considera que en ciertas ocasiones se puede dar esta relación.

**Figura 8.16**

*¿Usted considera que la eco-innovación ha generado nuevas oportunidades de mercado?*



*99Nota.* Se encuestó a 49 empresas mypes de moda en Lima Metropolitana

Por otro lado, según Ong et al. (2019), la innovación ambiental contribuye a la mejora del desempeño financiero mediante la mejora de los procesos de fabricación, parte

operativa logrando menores costos y una mayor diferenciación de sus competidores, creando así legitimidad y reputación para el aumento de las ventas totales (p. 4).

Finalmente, de acuerdo a Hojnik et al. (2018), manifiesta que la eco-innovación puede tener una influencia negativa en el desempeño financiero a corto plazo, seguido de un efecto positivo a partir de esa fase, además indica que no es solo el período de tiempo sino también del tipo de eco-innovación, como por ejemplo, la adopción de innovaciones que conducen a un uso reducido de energía o materiales por unidad de producción tiene un impacto positivo en el rendimiento de las empresas, mientras que las innovaciones que reducen las externalidades dificultan la competitividad de las empresas. Pese a ello, se evidencia un efecto positivo de innovación en el desempeño económico a nivel de empresa (p. 1314).

## 8.2.2 Análisis de resultados cualitativos

### A. Análisis de Resultados del objetivo 1

Objetivo 1. Determinar el impacto de la internacionalización en la eco-innovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

Respuestas	Análisis General
R4: Todos los entrevistados enfatizaron que la internacionalización permite a las mypes generar innovaciones en el proceso, producto y organización.	100% de los expertos entrevistados mencionaron la existencia de eco-innovaciones en el producto, proceso y organización. Sin embargo, el proceso eco-innovador obtuvo mayor énfasis entre todos los entrevistados. Esto hace referencia que los expertos tienen mayor alcance de conocimiento y ejemplo de empresas mypes de moda con mayor innovación en sus procesos.
R9: Todos los entrevistados enfatizaron que la experiencia en el mercado extranjero permite que la empresa esté expuesta a mayor conocimiento adquirido, además consideraron que internacionalizarse requiere cumplir con ciertos requisitos eco-innovadores tales como certificaciones de comercio justo.	100% de los expertos entrevistados afirmaron que la internacionalización genera un impacto positivo en la adopción de eco-innovación. Este conjunto de afirmaciones fue determinante para complementar la parte cualitativa de la presente investigación ya que responde directamente al objetivo 1.

*Nota.* Resultado de 9 entrevistas

Respuesta 4. Todos los entrevistados enfatizaron que la internacionalización permite a las mypes generar innovaciones en el proceso, producto y organización.

De acuerdo con la teoría del Manual de Oslo (2005) la teoría de innovación se clasifica en cuatro categorías; innovación de productos, procesos, organización y mercadotecnia. Asimismo, la identificación de los tipos de innovación se realizó en base a la teoría de la innovación “destructiva creativa” cual identificó las dos principales dimensiones de la innovación: introducción de nuevos productos, introducción de nuevos métodos de producción y cambios en la organización.

La respuesta de los entrevistados dio a conocer los tipos de eco-innovación que suelen adquirir las empresas a través de la internacionalización, lo cual se ajusta totalmente a la teoría utilizada. Si bien es cierto, 1 de 9 expertos consideró que no es necesario que la empresa experimente la internacionalización para adquirir algún tipo de eco-innovación, denotó en otras respuestas que, si las empresas no aplican prácticas sostenibles, se encontrarán fuera del mercado ya que la sostenibilidad se muestra como una barrera de entrada hacia los mercados sostenibles para aquellas empresas que no aplican eco-innovaciones. Por lo tanto, se genera una ligera importancia de la internacionalización hacia la captación de productos, procesos y organización en las eco-innovaciones.

Asimismo, Juniati et al. (2019) denotaron por definición de eco-innovación a la producción más limpia como parte del proceso eco-innovador (p.295), lo cual fue mencionado por los entrevistados como ejemplo de los procesos eco-innovadores que se generan a través de la internacionalización. Además, dicha investigación mencionó la existencia de barreras internacionales que se generan para las empresas que no abastecen las necesidades ecológicas del consumidor internacional (p.295), lo cual como los entrevistados mencionaron, si una mype decide entrar al mercado internacional, esta deberá de obtener todas las certificaciones que se necesita y aplicar prácticas sostenibles para ser competitivos en dichos mercados.

Además, según Hojnik et al. (2018) debido a los cambios ambientales, la eco-innovación recibirá mayor atención, asimismo denotaron que los productos eco-innovadores deben de ajustarse a los requisitos de los mercados internacionales si esperan un buen desempeño (p.1321). Lo cual se asemeja a los comentarios del segundo entrevistado al afirmar que el producto eco-innovador debe ir acompañado por certificados y procesos que acompañen una cadena productiva que fomente el comercio justo y calidad de vida para los agentes que lo conforman. Además, el cuarto entrevistado mencionó la existencia de la economía circular dentro del concepto sostenible, el cual

busca dar un giro que consiste en aprovechar los recursos y no generar residuos desde el diseño hasta el último proceso productivo de la prenda.

Respuesta 9. Todos los entrevistados enfatizaron que la experiencia en el mercado extranjero permite que la empresa esté expuesta a mayor conocimiento adquirido, además consideraron que internacionalizarse requiere cumplir con ciertos requisitos eco-innovadores tales como certificaciones de comercio justo.

Según la teoría de Johanson y Vahlne, el modelo del proceso de internacionalización de la red empresarial ocupa empresas que buscan mayores oportunidades comerciales, asimismo se considera que la confianza y el compromiso se basa en la experiencia (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1425). Por lo que, a base de los comentarios de los entrevistado, este modelo de internacionalización se cumple un 88.8%, es decir 8 de los 9 expertos entrevistados, ya que uno de ellos considera que tanto la internacionalización como la eco-innovación pueden generar un impacto entre una y otra.

Asimismo, Hojnik et al (2018) afirmaron que los mercados que consideran importante las exportaciones como parte del PIB, será indispensable que las empresas sean parte de la internacionalización. Asimismo, afirmó que la internacionalización induce a la eco-innovación, ya que la empresa pasa por todo un ecosistema internacional que les permite adquirir conocimientos y habilidades acerca de las mejores prácticas vigentes en el mundo (p. 1319).

Esta afirmación coincide con las afirmaciones de los entrevistados quienes denotaron que los mercados internacionales insertan una especie de vara que de alguna manera genera a las empresas un deseo de ser competitivos, al igual que afirmaron que de experimentar el campo de la internacionalización y no adoptar hasta el momento practicas sostenibles, estaría fuera del mercado competitivo.

Por otro lado, Juniati (2019) denotaron la importancia de la internacionalización y eco-innovación como dos variables que caminan de la mano hacia un mejor desempeño reflejado en una mejora ambiental, social y eficiencia de costos, adquisición de tecnología y adquisición de conocimiento y habilidades de las mejores prácticas en el mundo (p.300).

## B. Análisis de resultados cualitativos del objetivo 2, 3 y 4

Respuestas	Análisis General
<p>R1: Todos los entrevistados enfatizaron en el proceso eco-innovador. Consideran que las mypes pueden innovar a través de la reutilización de insumos con el fin de generar un modelo circular.</p> <p>R2: El 77.7% de los entrevistados coincidieron en que el impacto es fuerte y reciente en los últimos años. Asimismo, consideran que la eco-innovación se presenta como una promesa de beneficios para las mypes.</p> <p>R3: El 55.5% de los entrevistados mencionaron algunos incentivos del sector público, tales como Innóvate Perú y fondo MiMypes. Por otro lado, el 44.4% enfatizaron que el mayor incentivo proviene del mercado.</p> <p>R5: El 77.7% de los entrevistado coincidieron en que lo factores que incentivan la RSE se basa en lo económico, social y ambiental. El 22% considera que la motivación es propia del emprendedor y factores externos que ofrece el sector público.</p> <p>R6: El 88.8% de los entrevistados consideraron que la relación entre ambas variables es directa y positiva haciendo referencia a las empresas de triple impacto. Mientras que el 11% consideró que la eco-innovación impacta en el desempeño ambiental mas no necesariamente genera un impacto económico.</p> <p>El 88.8% de los entrevistados consideraron que la internacionalización tiene un impacto positivo en el desempeño sostenible de las mypes. Sin embargo, el 11% consideró que no necesariamente ocurre ello.</p> <p>R8: Todos los entrevistados enfatizaron en que dichas variables tienen un impacto positivo debido a la reutilización y economía circula que se genera a través de estas innovaciones.</p> <p>R10: El 88.8% de los entrevistados enfatizaron en que la relación entre ambas variables conlleva a generar un impacto positivo en el medio ambiente, económico y social. El 11% enfatizó en el impacto positivo hacia el factor ambiental mas no en los económico y social.</p>	<p>Los expertos hicieron hincapié en el efecto de la ecoinnovación en el desempeño sostenible de las mypes bajo las dimensiones de los beneficios sociales y ambientales, sin embargo, se halló opiniones dispersas acerca de su efecto en los beneficios económicos de dichas empresas. Por lo que se concluye que el efecto de la adopción de la eco-innovación no responde en su totalidad al desempeño sostenible, sin embargo, es importante que las futuras investigaciones consideren los factores que imposibilitan su efecto total.</p>

*Nota.* Resultado de 9 entrevistas

## **B. Análisis cualitativo del objetivo 2**

Objetivo 2. Determinar el impacto de la adopción de la eco-innovación en el desempeño ambiental de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

Dentro de las preguntas claves que guían hacia el desempeño ambiental, se encuentra la primera pregunta, en el cual todos los entrevistados coinciden en mencionar los tres tipos de ecoinnovación, es decir, producto, proceso y organización. Sin embargo, realizaron hincapié en el proceso eco-innovador, el cual detallaron la importancia de su implementación para la generación de la economía circular que tiene como fin generar beneficios en las tres dimensiones de la sostenibilidad, siendo, económico, social y ambiental.

Asimismo, las respuestas de los entrevistados se asemejan al modelo conceptual de la investigación de Yurdakul y Kazan (2020) al mostrar tres dimensiones importantes: 1) preservación de los recursos 2) prevención de la contaminación 3) Reciclaje (p.7). Las tres dimensiones fueron parte de las respuestas de los expertos, ya que consideraban que el reciclaje era fuente de la moda circular, asimismo se detalló que la eco-innovación definitivamente permitía que las empresas aporten al bienestar ambiental de su comunidad.

Además, concuerda con las investigaciones de Tumelero et al. (2019), quien hace hincapié en que es posible que al implementar eco-innovaciones las empresas se desarrollen un bienestar económico sin embargo no es decisivo, a pesar de ello lo que si enlaza los efectos que genera la ecoinnovación, en primera instancia, tales como la preservación de los recursos limitados cual va enlazado al desempeño social, ya que al generar un bienestar ambiental en la sociedad, es de suma ayuda para las comunidades más cercanas a la empresa.

Ong et al. (2019) hace referencia a la innovación ambiental como un factor impulsor para lograr un desempeño ambiental que termina generando un desempeño financiero en las empresas (p.14). A diferencia de aquella investigación, en su mayoría los expertos consideran que este desempeño se encuentra lejano, sin embargo, dos de los entrevistados consideran que las mypes podrían lograrlo si se desempeñan a menor escala.

### C. Análisis cualitativo del objetivo 3

Objetivo 3. Determinar el impacto de la adopción de la eco-innovación en el desempeño social de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

De acuerdo con los fundamentos teóricos de sostenibilidad que responde al desempeño sostenible, los entrevistados hicieron hincapié en el enfoque de la moda bajo la justicia de los colaboradores y el enfoque de la moda basada en la ecología según la moda sostenible. Esta pregunta buscó detallar los tipos de ecoinnovación que los expertos conocen en base a las mypes. Por lo que dio a resaltar la importancia de la cadena de producción de las empresas y la calidad de importancia que estas otorgan a sus colaboradores, ya que se obtuvo respuestas tales como el valor del salario justo, capacitaciones constante y calidad de vida a los colaboradores.

Por lo tanto, en primera instancia, las menciones de los entrevistados concuerdan con el enfoque de la moda bajo la justicia de los colaboradores, según Martínez (2020) la globalización es una oportunidad para que las empresas puedan tercerizar parte de su producción, sin embargo, su principal grupo de interés debe ser valorado y cuidado. Asimismo, los entrevistados enlazaron las eco-innovaciones que pueden realizar las empresas y el desempeño sostenible que resulta, dándole importancia al desempeño social. A través de investigaciones anteriores, se obtuvo que el desempeño económico y social son de carácter científico que resultó difícil de enfatizar en el ámbito social, sin embargo, se obtuvo que las eco-innovaciones afectan al desempeño ambiental en primera instancia, sin embargo, esta dimensión se compromete con el desempeño social (Tumelero et al., 2019, p.15).

Además, Sanni et al. (2017) enfatizó en las investigaciones anteriores al afirmar que el principal factor que genera la adopción de la eco-innovación dentro de las empresas surge a través de las capacitaciones constantes al capital humano que puede ser guiado por un nivel tecnológico (p.3).

De igual forma, de acuerdo con la quinta pregunta, los expertos dieron a conocer los factores principales por el cual las empresas deciden aplicar ecoinnovaciones en su producto, proceso u organización; de las cuales los entrevistados relacionaron las respuestas con el desempeño ambiental y social que alcanzan a tener las mypes como un efecto de estas adopciones.

#### **D. Análisis cualitativo del objetivo 4**

Objetivo 4: Determinar el impacto de la adopción de la eco-innovación en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

De acuerdo con la sexta pregunta, el 88.8% de los entrevistados coincidieron que la ecoinnovación con trae beneficios ambientales y sociales en mejora de la comunidad dónde se desempeñan las empresas. Asimismo, detallaron la oportunidad que se genera a través del desempeño económico. Ya que, si bien es cierto, es considerado como un factor que atrae un grupo específico de clientes y suele cumplir con los requerimientos de los mercados internacionales, no necesariamente genera un desempeño económico en su totalidad, sin embargo, es considerado como una oportunidad.

En la presente respuesta, los expertos hicieron referencia a los beneficios económicos que puede conllevar aplicar eco-innovaciones en los productos. Sin embargo, la mayoría de los expertos no lo ven como un hecho, sino como un reto para las mypes y beneficios aún alejados del contexto peruano. Sin embargo, se dio hincapié a los efectos que ocasiona en el mercado a través de una mayor atracción de clientes potenciales.

Ello coincide con Sanni et al. (2017) quien apoya la idea de que los consumidores son más arriesgados por la compra de productos y servicios que generen beneficios al medio ambiente, por lo tanto, ello significa una oportunidad para que las empresas atraigan este nicho de clientes (p.8). Por otro lado, a diferencia de Sri et al (2019), quienes concluyeron a través de su investigación que la ecoinnovación hace de las empresas más competitivas con apertura a los mercados internacionales, ahorro de costos extras, etc. Las menciones de los expertos sólo se asemejan a la apertura de mercados y nuevos segmentos, más no en el ahorro de costos. Asimismo, Yurdakul y Kazan (2020) concluyeron que la ecoinnovación no necesariamente genera beneficios económicos para las empresas en los países en desarrollo, más si generan beneficios ambientales para su comunidad.

Por otro lado, de acuerdo con la tercera pregunta, el 55.5% de los entrevistados mencionaron algunos incentivos del sector público, tales como Innóvate Perú y fondo MiMypes. Por otro lado, el 44.4% enfatizaron que el mayor incentivo proviene del mercado.

Las menciones de los entrevistados dieron referencia algunos incentivos que provienen del estado para todas aquellas empresas que tienen una mira ecoinnovadora,



sin embargo, detallaron que no era suficiente. A diferencia de otros mercados las cuales tienen mayor número de opciones donde las empresas sostenibles tienen la oportunidad de presentarse y postular por algún financiamiento de sus proyectos.

De esa manera, los expertos le toman importancia a la existencia de estos incentivos que no sólo deberían de provenir de la aceptación de mercados sino a su vez incentivos financieros del estado. De acuerdo con las afirmaciones, Sanni et al. (2017) consideró en su investigación que las regulaciones del estado son importantes como mecanismo impulsor para que las empresas ecoinnovadoras se desarrollen plenamente en el mercado.

Bajo la perspectiva de los expertos en el tema, el desempeño económico aún es un resultado poco conocido, sin embargo, consideran que la ecoinnovación tiene un efecto positivo en el desempeño ambiental, cual por algunas investigaciones podría estar guiado hacia un beneficio económico futuro.

Lo mencionado por los expertos concluye un escenario actual, por el cual muchas mypes peruanas ecoinnovadoras se encuentran, como los casos empresariales que se hicieron mención en la situación problemática. Por lo tanto, los enunciados son un apoyo para una mayor comprensión del objetivo.

En general, a través de la sexta, octava y décima pregunta se analizó que el 88.8% de los entrevistados consideraron que la relación entre ambas variables es directa y positiva haciendo referencia a las empresas de triple impacto. Mientras que el 11% consideró que la eco-innovación impacta en el desempeño ambiental más no necesariamente genera un impacto económico y social. Además, todos los entrevistados enfatizaron en que dichas variables tienen un impacto positivo debido a la reutilización y economía circular que se genera a través de estas innovaciones. Asimismo, el 88.8% de los entrevistados enfatizaron en que la relación entre ambas variables conlleva a generar un impacto positivo en el medio ambiente, económico y social.

En su mayoría, los entrevistados enfatizan en una mayor relación de la ecoinnovación con el desempeño ambiental y social. Esto se relaciona con la perspectiva social y ambiental que se desarrolla a través de la moda sostenible como fundamento conceptual, cual está guiado por una preservación de recursos (Folgueira y Rey, 2018, p.21). Asimismo, si bien es cierto los expertos no consideran que la ecoinnovación conlleva a un resultado económico favorable para la empresa, algunas investigaciones

tuvieron un primer modelo cuál gráfica una relación estrecha entre las tres dimensiones, siendo económico, social y ambiental junto a las adopciones innovadores, sin embargo, como resultado se obtienen no necesariamente las tres dimensiones se relacionan con la ecoinnovación siendo estas investigaciones en mercados en desarrollo. Sin embargo, investigaciones como la de Yurdakul y Kazan (2019) consideran que el desempeño ambiental hace referencia a la preservación de recursos, lo cual hace que la empresa genere un ahorro de recursos lo cual a su vez que las empresas sean más eficientes en la distribución de costos y gastos en los requerimientos de la empresa (p.14).

Una idea similar es detallada por Hojnik et al (2018) quienes consideran que la ecoinnovación es una apertura a nuevas oportunidades, tales como mercados atractivos y nichos de mercados, por lo tanto, esto hace que las empresas estén más expuestas a clientes potenciales que realmente están interesados por un producto eco innovador (p.1313). Ello se asemeja a las respuestas de algunos entrevistados quienes mencionan que ciertos mercados internacionales están dispuestos a pagar un margen superior por el producto ya que para ellos representa mayor valor. Los entrevistados mantienen opiniones dispersas, algunos entrevistados no mencionan un desempeño económico en su totalidad, sin embargo, mencionan eficiencia en costos y mayores oportunidades de ingresar a nuevos mercados que aceptan pagar un mayor valor por un producto sostenible. Sin embargo, todos concluyen en la generación de efectos relacionado al ambiente y social. Esto hace referencia al fundamento teórico de la sostenibilidad, el cual menciona que este concepto se clasifica por sostenibilidad en base al humano, ecosistema y social. (Gallopín, 2003, pp.13-16).

A través de un análisis acaparador que involucra a la internacionalización de las empresas y el desempeño sostenible, siendo beneficio económico, social y ambiental. Se obtiene en cuanto a la séptima pregunta, el 88.8% de los entrevistados consideraron que la internacionalización tiene un impacto positivo en el desempeño sostenible de las mypes. Sin embargo, el 11% consideró que no necesariamente ocurre ello. Pantajakajornsak y Tantayanubutr (2017), divide al desempeño sostenible en aspectos relacionados con la parte económica, social y ambiental los cuales conforman las dimensiones del modelo Triple Bottom Line también conocido como BTL O 3BL con el objetivo de ayudar a las empresas en su desarrollo sostenible. Además, en cuanto a la variable de internacionalización nos basamos en el modelo de Jhonson & Vahle (1997)

denominado como el modelo de proceso de internacionalización de la red empresarial más conocido como Uppsala (1997).

Las respuestas de los entrevistados permitieron conocer los aspectos que conforman las dimensiones del modelo planteado en nuestra investigación y si existe o no una relación entre ambas variables. Lo cual concluyó que 8 de 9 expertos consideraron que la internacionalización tiene un impacto positivo en el desempeño sostenible, sin embargo, también hubo 1 experto que manifestó que la situación no era del todo cierta ya que las mypes suelen tomarse más tiempo al adaptarse razón por la cual no obtienen en la primera etapa el desempeño deseado, sin embargo, manifestaron que después de la etapa inicial existe una relación directa.

Esto se ve sustentado por Hojnik et al. (2018), que manifiesta que las empresas que presentan niveles más altos de internacionalización obtienen un desempeño económico superior debido a que las empresas pueden beneficiarse de las economías de escala al momento de generar ingresos, asimismo al momento de internacionalizarse aprenden más sobre el tema de la exportación generando que dichas empresas mejoran su eficiencia y eficacia. Por otro lado, también menciona que de acuerdo con otros estudios dicha relación no se da en las etapas iniciales de la internacionalización de las empresas ya que obtienen un desempeño negativo debido al aprendizaje organizacional que van obteniendo. Por consiguiente, lo expuesto por el primer autor está complementado por Juniati et al. (2019), con respecto a que las exportaciones tienen efectos positivos en el crecimiento, asimismo considera dicha relación como una asociación en forma de U.

Por otra parte, según Pacheco (2020), los beneficios económicos dependen del tamaño de las empresas, es decir, que las empresas grandes tienen mayor opción de obtener más ventajas competitivas lo cual coincide con lo mencionado por David Ochoa con respecto a que 1 o 2 empresas solamente sobreviven debido a la experiencia, tamaño de la empresa, la parte financiera, entre otros motivos.

Finalmente, de acuerdo con Nguyen et al. (2019), también manifiesta que la entrada al mercado internacional permite a las empresas buscar oportunidades de crecimiento y creación de valor, sin embargo, también presentan riesgos y fallas en la implementación de dichas entradas, lo que conlleva a una relación “no lineal” entre ambas variables, dichos resultados han surgido después de los primeros estudios que indicaron un vínculo positivo. Por lo tanto, se puede concluir que al tener opiniones dispersas por los expertos e investigadores que apoyan esta diversidad de ideas, hasta el momento no

se puede concluir que la ecoinnovación tiene un efecto en la totalidad del desempeño económico, siendo solo está en el beneficio ambiental y social. Sin embargo, los expertos consideran un desempeño sostenible a través de la internacionalización generando un mayor efecto si las empresas aplican ecoinnovaciones sea en el producto, proceso u organización de la empresa.

### **8.3 Contrastación de Hipótesis**

Hipótesis General. La internacionalización, mediante la adopción de la eco-innovación, tiene un impacto positivo en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

A través de los resultados cuantitativos y cualitativos se aprueba parcialmente la hipótesis general, ya que por un lado se aprueba eficientemente la hipótesis 1, cual detalla que la internacionalización tiene un impacto positivo en la eco-innovación de las mypes exportadora en Lima Metropolitana, además se aprueba la hipótesis 2 y 3 cuales determinan el impacto de la eco-innovación en el desempeño ambiental y social, respectivamente. Sin embargo, la hipótesis 4 se aprueba de manera parcial ya que por un lado cuantitativo se aprueba satisfactoriamente; sin embargo, los expertos comentarios acerca de la lejanía de las mypes en obtener estos beneficios económicos en su totalidad tal como retorno de activos, aun así, consideran que la ecoinnovación otorga la oportunidad de una ampliación del mercado, mayor margen y reputación de marca en los mercados internacionales.

H1: La internacionalización tiene un impacto positivo en la eco-innovación de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana (Aprobado)

En base a los resultados cuantitativos la ruta hacia la significancia entre la internacionalización y eco-innovación otorgó ( $\beta=0.325$ ) y un p-valor de 0.005. Cual permite concluir su significancia y efecto positivo entre dichas variables. Asimismo, en cuanto a los resultados cualitativos obtenido a través de la entrevista a profundidad a 9 expertos en la materia tales como internacionalización y moda sostenible, se obtuvo la aprobación de la presente hipótesis, ya que se presentó ideas que son congruentes con el fundamento teórico, además los expertos emitieron respuestas tales que aprueban efectivamente la hipótesis 1 al considerar que las empresas ya internacionalizadas

adquieren experiencia del mercado internacional y adoptan estas para implementar este tipo de ecoinnovación en el producto, proceso u organización. Además, para aquellas mypes que adoptan ecoinnovaciones en el mercado local, les resulta interesante que conozcan un poco más acerca de las oportunidades que se generan a través de la internacionalización, tales como el ingreso a un nicho de mercado que se encuentra disponible a pagar aquel margen adicional, expansión de la empresa y un mayor mercado dónde desempeñarse.

H2: La adopción de la ecoinnovación tiene un impacto positivo en el desempeño ambiental de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana (Aprobado)

En base a los resultados cuantitativos la ruta hacia la significancia entre la eco-innovación y el desempeño ambiental otorgó ( $\beta=0.843$ ) y un p-valor de 0.000. Cual permite concluir su significancia y efecto positivo entre dichas variables. Asimismo, los resultados cualitativos aprobaron la presente hipótesis, ya que el 100% de los entrevistados indicaron que la adopción de medidas eco-innovadora sea en el producto, proceso u organización permitan generar beneficios ambientales tanto para la empresa como para la comunidad en la cual la empresa desarrolla sus actividades. Asimismo, aseguran que estas medidas generan una economía circular y la preservación de los recursos limitados.

H3: La adopción de la ecoinnovación tiene un impacto positivo en el desempeño social de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana (Aprobado)

En base a los resultados cuantitativos la ruta hacia la significancia entre la eco-innovación y el desempeño social otorgó ( $\beta=0.871$ ) y un p-valor de 0.000. Cual permite concluir su significancia y efecto positivo entre dichas variables, resaltando que cumple con la mayor ruta significativa entre las tres dimensiones. En cuanto a los resultados cualitativos, los expertos en la materia dieron la aprobación total de la presente hipótesis, ya que bajo su perspectiva consideran que las empresas que aplican procesos eco-innovadores están basadas en su cadena productiva y en el cuidado y calidad de vida que brindan a los colaboradores, al igual que para estas empresas, tanto el beneficio para los accionistas, comunidad, colaboradores, proveedores, etc., resulta igual de importante.

H4: La adopción de la ecoinnovación tiene un impacto positivo en el desempeño económico de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana (Aprobado parcialmente)

En base a los resultados cuantitativos la ruta hacia la significancia entre la eco-innovación y el desempeño económico otorgó ( $\beta=0.848$ ) y un p-valor de 0.000. Cual permite concluir su significancia y efecto positivo entre dichas variables, siendo la ruta significativa la segunda más importante entre las dimensiones. Sin embargo, en cuanto a el resultado cualitativo no se cumple en su totalidad ya que los expertos consideran que los beneficios económicos tal como retorno de activos, resulta lejano para las mypes; aun así manifestaron que el impacto se centra en una ampliación del mercado, fijación en nichos de mercado y mayor margen de beneficio.



## CONCLUSIONES

- Para realizar el análisis del modelo de investigación, la variable desempeño sostenible, necesitó ser desagregada en sus tres dimensiones, siendo económico, social y ambiental; ya que de forma general no cumple con la significancia del modelo.
- Dentro de las limitaciones de la investigación abarcó en su mayoría las imposiciones en efecto que se presentaron debido al Covid-19, tales como la estabilidad económica y sentido emocional de los gerentes de las empresas muestreadas al igual que la disposición de los expertos por brindar una entrevista.
- Los resultados obtenidos a través de la experiencia de los gerentes en la empresa en la cual laboran como de los expertos puede ser distinta, sin embargo, resulta complementario y no un elemento sesgado por aprobar una investigación. Debido que de ambos resultados se hallan nuevas incógnitas por investigar, tal como los drivers que generan el desempeño económico de las mypes en un contexto internacional con adopción de medidas eco-innovadoras.

## RECOMENDACIONES

- Considerar en análisis cualitativo y cuantitativo de las tres dimensiones del desempeño sostenible como independientes y no repetitivos ya que de forma general puede perder su sentido y pasar por una aprobación o rechazo de la investigación en caso sea evaluado como una sola variable.
- Realizar una segunda investigación en un contexto más estable para las empresas, ya que el contexto actual afectó tanto la salud económica como emocional de todos los colaboradores, por lo que resulta afectivo en la presente investigación, dónde se solicitó brindar información interna de la empresa.
- Evaluar cuáles son los elementos que impiden e impulsan el desempeño económico de las mypes peruanas de Lima Metropolitana que se desempeñan en el ámbito internacional y creen en el modelo eco-innovador basado en el producto, proceso u organización de la empresa.



## REFERENCIAS

- Abbade, E. B. (2014). Inovatividade e Performances Social, Ambiental e Econômica em MPMEs: Uma Investigação Empírica [Innovación, desempeño social, ambiental y económico en MPMEs: una investigación empírica]. *Revista Ibero Americana de Estrategia*, 13(3), 35-47. <https://doi.org/10.5585/riae.v13i3.2063>
- Arowoshegbe, A., & Emmanuel, U. (2016). Sustainability and triple bottom line: An overview of two interrelated concepts. *Igbinedion University Journal of Accounting*, 2(16), 88-126. <https://iuokada.edu.ng/journals/9F2F7F6B56B433D.pdf>
- Algodón: el cultivo más contaminante del mundo: 9 razones para usar algodón orgánico. (2018, 27 de julio). *PortalFrutícola.com*. <https://www.portalfruticola.com/noticias/2018/07/27/algodon-el-cultivo-mas-contaminante-del-mundo-9-razones-para-usar-algodon-organico/>
- Amed, I., Balchandani, A., Berg, A., Hedrich, S., Poojara, S., Rolkens, F., & Young, R. (2020). *The State of Fashion 2020*. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/The%20state%20of%20fashion%202020%20Navigating%20uncertainty/The-State-of-Fashion-2020-final.ashx>
- Amed, I., Balchandani, A., Beltrami, M., Berg, A., Hedrich, S., Rolkens, F. (2019). *The State of Fashion 2019*. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/The%20State%20of%20Fashion%202019%20A%20year%20of%20awakening/The-State-of-Fashion-2019-final.ashx>
- Ávila, P. Z. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*, 28, 409-423. <https://revistas.unicolmayor.edu.co/index.php/tabularasa/article/view/1127>
- Banco Mundial. (2019, 20 de agosto). *El deterioro de la calidad del agua reduce en un tercio el crecimiento económico en algunos países, según el Banco Mundial*. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2019/08/20/worsening-water-quality-reducing-economic-growth-by-a-third-in-some-countries>
- Banco Mundial. (2015, 23 de mayo). *América Latina: la región con más agua, la más castigada por la sed*. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2015/05/13/america-latina-la-region-con-mas-agua-la-mas-castigada-por-la-sed>
- Benites Gutiérrez, L., Escobar, C., Toledo, M., Pérez, A., Alayo, M., & Martínez, P. (2020). Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las MYPES en Trujillo (Perú)//Analysis of competitiveness factors for the sustainable productivity of SMEs in Trujillo (Peru). *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 29, 208-236.

- Calomarde, J. (2005). *Marketing ecológico* [Audiolibro]. CEPADE.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30251372/jose\\_v\\_calomarde\\_w.pdf?1353958930=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMarketing\\_ecologico.pdf&Expires=1599076489&Signature=XjgYtnIXGvP6ZKKQ6yamkqrMLmNglIVKMjdvoCwfJOKnQNSTHv7B5p64nrRsIdyQpiiELyk--YOSpoZCLwyFNQdLss3D2KuTux0Q78SUF4apx1XCc30Zk1yNbYZHh3If5HrDUNI~zfELdbOPij6MEFmQ10WlznfiMKLdmQlkZ7baXDwCDGyQMGSKVvotxcexjOvUP831dN7jqJIZW8edEUnFUD0FD4VA5~TwCo8DuY5x6uO3lqpiY0DMoFzgv0MhlJt7z8tPPSYVzjR19Uvwpw31SsGOaVpOU5w1sB12eTQIqWxP6nZcE61-vIn7tXe3ZX7gGNqyqfAQ7DxWezSdPA\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30251372/jose_v_calomarde_w.pdf?1353958930=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMarketing_ecologico.pdf&Expires=1599076489&Signature=XjgYtnIXGvP6ZKKQ6yamkqrMLmNglIVKMjdvoCwfJOKnQNSTHv7B5p64nrRsIdyQpiiELyk--YOSpoZCLwyFNQdLss3D2KuTux0Q78SUF4apx1XCc30Zk1yNbYZHh3If5HrDUNI~zfELdbOPij6MEFmQ10WlznfiMKLdmQlkZ7baXDwCDGyQMGSKVvotxcexjOvUP831dN7jqJIZW8edEUnFUD0FD4VA5~TwCo8DuY5x6uO3lqpiY0DMoFzgv0MhlJt7z8tPPSYVzjR19Uvwpw31SsGOaVpOU5w1sB12eTQIqWxP6nZcE61-vIn7tXe3ZX7gGNqyqfAQ7DxWezSdPA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)
- Cánovas, B. R., & Caro, E. M. (2019). Actitudes ante la sostenibilidad y la moda: una exploración por grupos de edad. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, (20), 20-35. <https://doi.org/10.7263/adresic-020-02>
- Cardoso-Castro, P., & Chavarro, A. (2007). Teorías de internacionalización. *Panorama*, 1(3), 4-23.  
<https://doi.org/10.15765/pnrm.v1i3.264>
- Claire, M. (17 de julio de 2019). *Inditex reafirma su compromiso con el medio ambiente*. Marie Claire. <https://www.marie-claire.es/moda/actualidad/articulo/inditex-y-la-moda-sostenible#:~:text=Inditex%20reafirma%20su%20compromiso%20con%20el%20medioambiente,-Imaxtree&text=Alcanzar%20una%20producci%C3%B3n%20totalmente%20respetuosa,fases%20de%20producci%C3%B3n%20y%20venta.>
- CESCE. (2019). *Informe sectorial de la Economía Española*.  
[https://issuu.com/cesce.es/docs/informe\\_sectorial\\_cesce\\_2019\\_textil](https://issuu.com/cesce.es/docs/informe_sectorial_cesce_2019_textil)
- Cerem International Business School. (10 de mayo de 2018). *¿Qué es la triple línea de beneficio?* <https://www.cerem.pe/blog/que-es-la-triple-linea-de-beneficio#:~:text=Tambi%C3%A9n%20llamada%20la%20cuenta%20del%20grupo%20de%20expertos%20en%20contabilidad.&text=El%20autor%20dise%C3%B1a%20un%20nuevo,marco%20contable%20que%20llam%C3%B3%20TBL.>
- Cinco retos para el sector de la moda en 2020. (28 enero de 2020). *Bankia*.  
<https://www.blogbankia.es/es/blog/retos-sector-moda.html>
- Cision PR Newswire. (2016, 9 de mayo). *National geographic channel y C&A exploran la moda sostenible*. <https://www.prnewswire.com/es/comunicados-de-prensa/national-geographic-channel-y-ca-exploran-la-moda-sostenible-578608601.html>
- Costa, A., Cambo, G., & Zen, A. (2018). Internationalization patterns and their effects on company performance [Patrones de internacionalización y sus efectos en el

desempeño de la empresa]. *Journal of Operations and Supply Chain Management (JOSCM)*, 11(1), 53-63. <http://doi.org/10.12660/joscmv11n1p53-63>

Coviello, N., Kano, L., & Liesch, P. W. (2017). Adapting the Uppsala model to a modern world: Macro-context and microfoundations [Adaptando el modelo de Uppsala a un mundo moderno: macrocontexto y microfundamentos]. *Journal of International Business Studies*, 48(9), 1151-1164. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0120-x>

Custodio, S. R., & Silva, M. (2019). *Gestión de marca para el posicionamiento de MYPES del sector textil confecciones de moda femenina peruana. Caso: CAPITTANA RS SAC* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional de la Universidad Católica del Perú. [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13708/Custodio%20Paucar\\_Silva%20Jaime\\_Gesti%c3%b3n\\_marca\\_posicionamiento1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13708/Custodio%20Paucar_Silva%20Jaime_Gesti%c3%b3n_marca_posicionamiento1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Chávez M. (agosto de 2019). *Innovaciones en el sector textil y confecciones*. La Cámara. [https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r892\\_3/ccex.pdf](https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r892_3/ccex.pdf)

Chin, T., Tat, H., & Sulaiman, Z. (2015). Green supply chain management, environmental collaboration and sustainability performance [Gestión de la cadena de suministro ecológica, colaboración medioambiental y desempeño en sostenibilidad]. *Procedia Cirp*, 26, 695-699. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2014.07.035>

Cho, J., & Lee, J. (2018). Internationalization and performance of Korean SMEs: the moderating role of competitive strategy [Internacionalización y desempeño de las mypes coreanas: el papel moderador de la estrategia competitiva]. *Asian Business & Management*, 17(2), 140-166. <https://doi.org/10.1057/s41291-018-0036-8>

Churata, A. H., Bedoya, L. G., & Rocha, L. H. (2015). Aplicación del fairtrade por las empresas exportadoras de artesanía textil de la región de Puno: caso Jomatex SR. L-Sumac Perú S.C.R.L-Perú. *Revista de Investigación en comunicación y desarrollo*, 6(1), 39-47. <https://www.comunicacionunap.com/index.php/rev/article/view/63>

Datos Perú (15 de mayo de 2020). *Empresas por actividad*. <https://www.datosperu.org/>

De Clairac, R. (2014). La interpretación de la sostenibilidad y la sostenibilidad de la interpretación. *Arte y políticas de identidad*, 10, 93-112. <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/43115>

De Giovanni, P. (2012). ¿Do internal and external environmental management contribute to the triple bottom line? [¿Contribuye la gestión ambiental interna y externa al triple resultado?]. *International Journal of Operations & Production Management*. <https://doi.org/10.1108/01443571211212574>

- de Oliveira, M., de Abreu, M., da Silva Filho, J., & Leocádio, A. (2016). Relationship between eco-innovations and the impact on business performance: an empirical survey research on the Brazilian textile industry. *Revista de Administração*, 51(3), 276-287.  
<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0080210716300243?token=6DA5652B150BEF09DD1CCF9B85AB304A85EEDF72F3352C33FF9DFBD1BAFABB2EC0D6B59B3A4276562EAB85D794B7E581>
- El algodón orgánico gana terreno y alcanza el 12% de la producción mundial. (14 de agosto de 2017). *Modaes.es*. <https://www.modaes.com/entorno/el-algodon-organico-gana-terreno-y-alcanza-el-12-de-la-produccion-mundial.html>
- El Tiempo. (22 de agosto de 2018). *El reto de la moda responsable*. <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/industria-textil-le-apunta-al-cuidado-del-medioambiente-259024>
- Fernández, D. (2019). *La moda sostenible, un nicho emergente dentro del sector textil* [Tesis de grado en publicidad y Relaciones Públicas, Universidad de Valladolid]. Repositorio institucional de Universidad de Valladolid, Segovia, España. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/37310>
- Fernández-Olmos, M., Gargallo-Castel, A., & Giner-Bagues, E. (2016). Internationalisation and performance in Spanish Family SMES: The W-Curve [Internacionalización y rendimiento en las MYPE familiares españolas: la curva W]. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(2), 122-136.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.brq.2015.07.001>
- Fernando, Y., & Wah, W. X. (2017). The impact of eco-innovation drivers on environmental performance: Empirical results from the green technology sector in Malaysia [El impacto de los impulsores de la ecoinnovación en el desempeño ambiental: Resultados empíricos del sector de la tecnología verde en Malasia]. *Sustainable Production and Consumption*, 12, 27-43.  
<https://doi.org/10.1016/j.spc.2017.05.002>
- Ferreira, M. *Moda sostenible, presente y ¿Futuro? Un estudio de casos* [Tesis de licenciatura, Universidad Pontificia]. Repositorio Institucional de Universidad Pontificia. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/4326>
- Folgueira Suárez, T. (2018). *El reto de la sostenibilidad en el sector textil-moda* [Tesis de doble grado para la obtención del título de Administración y Dirección de empresas, Universidade da Coruña]. Repositorio institucional de Universidad Coruña.
- Forsgren, M. (2016). A note on the revisited Uppsala internationalization process model the implications of business networks and entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 47(9), 1135-1144. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:957477/FULLTEXT01.pdf>

- Fuentes Guija, I., Moreno, M., Peña C., & Tarazona, L. (2016). *El bambú, innovación en el sector textil peruano* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/618276>
- Flores, A., Musayón, E., de Córdova, M., & Torre, Y. (2018). *Planeamiento estratégico de la industria de Prendas de Vestir de Exportación en el Perú* (Publicación N° 27756757) [Tesis de doctorado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Proquest Central.
- García-Álvarez de Perea, J., Ramírez-García, C., & Cubo-Molina, D. (2019). Internationalization business models and patterns of SMEs and MNEs: A qualitative multi-case study in the agrifood sector. *Sustainability*, 11(10), 2755.  
<https://doi.org/10.3390/su11102755>
- Gallegos, J. F. D., & Miralles, F. (2020). Analizando la innovación comercial en las empresas peruanas de manufactura de menor intensidad tecnológica. *Revista de administración de empresas* 1-33.  
<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/81316>
- Gallopín, G. (2003). *Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico*.  
<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5763>
- Gardó, T., García, H., & Deltoro, M. (2017). Implantación internacional de los minoristas de moda multicanal: capacidades dinámicas e incrustación en los mercados. *GCG: revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 11(2), 62-79. <https://doi.org/10.3232/GCG.2017.V11.N2.03>
- Guerrero-Villegas, J., Sierra-García, L., & Palacios-Florencio, B. (2018). The role of sustainable development and innovation on firm performance [El papel del desarrollo sostenible y la innovación en el desempeño empresarial]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1350-1362.  
<https://doi.org/10.1002/csr.1644>
- Gómez, Ó., Guevara, L., & López, P. (2009). Perspectivas de la moda sostenible en el Perú. *Industrial data*, 12(2), 68-72. *Redalyc*.  
<https://www.redalyc.org/pdf/816/81620150009.pdf>
- Global Fashion Agenda. (2017). *Pulse of the fashion industry*.  
[http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry\\_2017.pdf](http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf)
- Global Fashion Agenda. (2019). *Pulse of the Fashion Industry*.  
<http://globalfashionagenda.com/Pulse-2019-Update/#>
- Global Fashion Agenda. (2020). *CEO Agenda, redesigning fashion's business model*.  
<https://globalfashionagenda.com/ceo-agenda-2020/#>
- Global Innovation Index. (2020). *Perú*.  
<https://www.globalinnovationindex.org/analysis-economy>

- Guaylupo, O. M., & Donet, J. R. (2015). Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas del Perú. *Journal of Business*, 7, 51-76.  
<https://doi.org/10.21678/jb.2015.72>
- Heredia, J., Flores, A., Heredia, W., Arango, R., & Medina, L. (2019). How innovation influences on export performance: A configuration approach for emerging economies [Cómo influye la innovación en el rendimiento de las exportaciones: un enfoque de configuración para las economías emergentes]. *Scielo*.  
[https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0718-27242019000400054&lng=es&nrm=iso&tlng=en](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0718-27242019000400054&lng=es&nrm=iso&tlng=en)
- Hojnik, J., & Ruzzier, M. (2016). The driving forces of process eco-innovation and their impact on performance: perspectives from Slovenia [Las fuerzas impulsoras de la ecoinnovación de procesos y su impacto en el rendimiento: perspectivas de Eslovenia]. *Journal of cleaner production*, 133, 812-825.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.002>
- Hojnik, et al. (2018). Internationalization and economic performance: The mediating role of eco-innovation [Internacionalización y desempeño económico: el papel mediador de la ecoinnovación]. *Journal of Cleaner Production*, 171, 1312-1323.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.111>
- Información de comercio exterior de Latinoamérica y el mundo. (2020). Veritrade. Recuperado el 15 de junio de 2020, de <https://www.veritradecorp.com/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2019). *Perú anuario de Estadísticas ambientales*.  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1704/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1704/libro.pdf)
- Irastorza E. (2019). *El sector textil en 2018*.  
[http://marketing.eae.es/prensa/SRC\\_SectorTextil.pdf](http://marketing.eae.es/prensa/SRC_SectorTextil.pdf)
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala Internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership [Se revisó el modelo del proceso de internacionalización de Uppsala: de la responsabilidad de la extranjería a la responsabilidad de un tercero]. *Journal of International Business Studies*. 40(9), 1411- 1431.  
<http://doi.org/10.1057/jibs.2009.24>
- Juniati, S., Saudi, M., Astuty, E., & Mutalib, N. (2019). The impact of Internationalization in Influencing Firm Performance and Competitive Advantage: The mediating role of eco-innovación. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(1), 295-302.
- Kerr, J. y Landry, J. (2017). *Pulse of the Fashion Industry*.  
[http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry\\_2017.pdf](http://globalfashionagenda.com/wp-content/uploads/2017/05/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf)
- Larios-Francia, R. P. (2017). La innovación como factor determinante de supervivencia del sector textil en el Perú.

- Lista de productos exportadores para el producto seleccionado. (2020). TradeMap. Recuperado el 29 de mayo de 2020, de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>
- Lista de productos exportadores para el producto seleccionado. (2020). TradeMap. Recuperado el 5 de junio de 2020, de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>
- Manual de Oslo. (2005). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. [https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/detiec/concurso/Manual\\_de\\_Oslo.pdf](https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/detiec/concurso/Manual_de_Oslo.pdf)
- Martínez-Barreiro, A. (2020). Moda sostenible; más allá del prejuicio científico, un campo de investigación de prácticas sociales. *Proquest*. [https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/26038/Martinez\\_Barreiro\\_Ana\\_2020\\_moda\\_sostenible.pdf](https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/26038/Martinez_Barreiro_Ana_2020_moda_sostenible.pdf)
- Mayer, F. S. (2018). *La revolución de la industria*. [https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r851\\_2/informe%20especial.pdf](https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r851_2/informe%20especial.pdf)
- Ministerio de la Producción [PRODUCE]. (2017). *Industria Textil y Confecciones. Estudio de investigación sectorial*. [http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/docTrab\\_Textil.pdf](http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/docTrab_Textil.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2020). *Mypes exportadoras peruanas*. <http://mypexperu.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2019). *Reporte Mensual de Comercio*. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/estadisticas\\_y\\_publicaciones/estadisticas/exportaciones/2019/RMC\\_Enero\\_2019.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/exportaciones/2019/RMC_Enero_2019.pdf)
- Ministerio de la Producción [PRODUCE]. (s. f.). *Estadística Mimype*. <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mimype>
- Naciones Unidas. (21 de junio de 2017). *La población mundial aumentará en 1.000 millones para 2030*. <https://www.un.org/development/desa/es/news/population/world-population-prospects-2017.html>
- Nguyen, P. V., Huynh, H. T. N., Trieu, H. D. X., & Tran, K.T. (2019). Internationalization, Strategic Slack Resources, and Firm Performance: The case Study of Vietnamese Enterprises [Internacionalización, recursos flojos estratégicos y rendimiento empresarial: el estudio de caso de las empresas vietnamitas]. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(3), 144. <http://doi.org/10.3390/jrfm12030144>

- Olmos, M.F., & Díez-Víal, I. (2015). Internationalization pathways and the performance of SMEs [Vías de internacionalización y el desempeño de las MYPE]. *European Journal of Marketing*, 49, 420-443. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2012-0365>
- Ong, T.S., Lee, A.S., Teh, B.H., & Magsi, H. (2019). Environmental Innovation, Environmental Performance and Financial Performance. <https://doi.org/10.3390/su11123494>
- Pacheco, L. M. (2019). Internationalization Effects on performance: the case of the Portuguese textile and wearing firms. *Journal of textile and apparel, technology and management*, 11, 1-16.
- Paz, F. J., Iserhard, F., & Kipper, L.M. (2015). Indicadores para Sustentabilidade Organizacional Em Empresas Da Regiao Do Pampa Gaúcho: Um Estudo Exploratório [Indicadores para la sostenibilidad organizacional en empresas de la región Pampa Gaúcho: un estudio exploratorio]. *Revista Eletrônica De Ciência Administrativa*, 14(2), 92-109. <http://dx.doi.org/10.5585/riac.v13i3.2063>
- Porter, M. E., & Van der Linde, C. (1995). Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship. *Proquest*. <http://doi.org/10.1257/jep.9.4.97>
- Reyes, G. (3 de agosto de 2017). Moda sostenible y consumo responsable, un tema urgente en Latinoamérica. *El Especial*. <https://elespecial.com/moda-sostenible-y-consumo-responsable-un-tema-urgente-en-latinoamerica>
- Rivera, A.D., Ocampo, R. A., & Vázquez, C. J. (s. f.). *Eco-innovación, Fuente de Ventaja Competitiva para las mypes*. [http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/15\\_17\\_eco\\_innovacion.pdf](http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/15_17_eco_innovacion.pdf)
- Sanni, M. (2018). Drivers of eco-innovation in the manufacturing sector of Nigeria. *Technological Forecasting and Social Change*, 131, 303-314. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.11.007>
- Servicio Nacional de Sanidad Agraria [SENASA]. (s. f.). *Producción Orgánica*. [https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2015/07/Preguntas-Frecuentes\\_DIAIA1.pdf](https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2015/07/Preguntas-Frecuentes_DIAIA1.pdf)
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX). (15 de junio de 2020). *Exportadores peruanos*. [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=241.22800](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=241.22800)
- Sociedad Nacional de Industrias. (2019). *Reporte Estadístico, Industria Manufacturera*. <https://www.sni.org.pe/wp-content/uploads/2019/08/Reporte-Estad%C3%ADstico-Agosto-2019.pdf>
- Suárez, O. M. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et Technica*, 2(25). <https://doi.org/10.22517/23447214.7255>



- Superintendencia Nacional de Aduanas [SUNAT]. (15 de junio de 2020). *Consulta RUC*. <http://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/FrameCriterioBusquedaMovil.jsp>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (19 de febrero de 2019). *Emprender*. <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Support Organic Cotton in Latin America [SOCILA]. (s. f.). *Potencial Algodón Orgánico*. <https://www.socila.eu/es/es-potencial-algodon-organico/>
- Superintendencia Nacional de Aduanas (SUNAT). (15 de junio de 2020). *Consulta RUC*. <http://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/FrameCriterioBusquedaMovil.jsp>
- Tabares, S., Anzo, E., & Estrada, L. M. (2014). La cooperación internacional en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas de Medellín: un estudio de caso comparado. *Estudios Gerenciales*, 30(132), 314-324. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.001>
- Tantayanubutr, M., & Panjakajornsak, V. (2017). Impact of green innovation on the sustainable performance of Thai food industry [Impacto de la innovación verde en el desempeño sostenible de la industria alimentaria tailandesa]. *Journal of Business and Economic Horizons*, 13(2), 192-209. <http://dx.doi.org/10.15208/beh.2017.15>
- Textile Exchange. (2017). *Organic Cotton Market Report 2017*. [http://www.biorestiftung.ch/fileadmin/user\\_upload/downloads/Newsletter/Textile-Exchange\\_Organic-Cotton-Market-Report\\_2017.pdf](http://www.biorestiftung.ch/fileadmin/user_upload/downloads/Newsletter/Textile-Exchange_Organic-Cotton-Market-Report_2017.pdf)
- Textile Exchange. (2018). *Organic Cotton Market Report 2018*. <https://textileexchange.org/wp-content/uploads/2018/11/2018-Organic-Cotton-Market-Report.pdf>
- Textile Exchange. (2019). *Organic Cotton Market Report 2019*. [https://store.textileexchange.org/wp-content/uploads/woocommerce\\_uploads/2019/11/Textile-Exchange\\_Organic-Cotton-Market-Report\\_2019\\_2.pdf](https://store.textileexchange.org/wp-content/uploads/woocommerce_uploads/2019/11/Textile-Exchange_Organic-Cotton-Market-Report_2019_2.pdf)
- Tumelero, C., Sbragia, R., & Evans, S. (2019). Cooperation in R & D and eco-innovations: The role in companies' socioeconomic performance [Cooperación en I + D y ecoinnovaciones: el papel en el desempeño socioeconómico de las empresas]. *Journal of Cleaner Production*, 207, 1138-1149. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.146>
- Tragua. (s. f.). *Situación Hídrica en América Latina*. <https://tragua.com/situacion-hidrica-en-america-latina/>
- Uruguay Moda. (25 de mayo de 2018). *Experto en moda señala el peligro de contaminación hídrica en Perú y Brasil*. <https://www.efe.com/efe/conosur/cultura/un-experto-en-moda-senala-el-peligro-de-la-contaminacion-hidrica-peru-y-brasil/50000756-3628018>

- Uruguay Moda. (10 de junio de 2017). *Evento de moda sustentable en Uruguay busca unificar a Latinoamérica*. <https://www.efe.com/efe/america/gente/un-evento-de-moda-sustentable-en-uruguay-busca-unificar-a-latinoamerica/20000014-3293601>
- Yoguel, G., Barletta, F., & Pereira, M. (2013). De Schumpeter a los postschumpeterianos: viejas y nuevas dimensiones analíticas. *Problemas del desarrollo*, 44(174), 35-59.
- Yurdakul, M., & Kazan, H. (2020). Effects of Eco-Innovation on Economic and Environmental Performance: Evidence from Turkey's Manufacturing Companies [Efectos de la ecoinnovación en el desempeño económico y ambiental: evidencia de las empresas manufactureras de Turquía]. *Sustainability*, 12(8), 3167. <https://doi.org/10.3390/su12083167>
- Vijayvargy, L., Thakkar, J., & Agarwal, G. (2017). Green supply chain management practices and performance [Prácticas y desempeño de gestión de la cadena de suministro verde: el papel del tamaño de la empresa para las economías emergentes]. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 28(3), 299-323. <https://doi.org/10.1108/JMTM-09-2016-0123>
- Westreicher, G. (s. f.). *Mype- Pequeña y mediana empresa*. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/mype.html>
- Wong, C., Boon-Itt, S., & Wong, C. (2011). The contingency effects of environmental uncertainty on the relationship between supply chain integration and operational performance. *Journal of Operations management*, 29(6), 604-615.
- Zhu, Q., Sarkis, J., & Lai, K. H. (2013). Institutional-based antecedents and performance outcomes of internal and external green supply chain management practices [Antecedentes institucionales y resultados de desempeño de prácticas de gestión de la cadena de suministro verde internas y externas]. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 19 (2013), 106–117. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2012.12.001>.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez Risco, A. (2020). Guía para elegir el tema de investigación. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Alvarez Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Alvarez Risco, A. (2020). Planteamiento del problema de investigación. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Alvarez Risco, A. (2020). Justificación de la investigación. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Alvarez Risco, A. (2020). Objetivos de investigación. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Alvarez-Risco, A. (2020). Hipótesis de Investigación. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Alvarez-Risco, A. (2020). Marco teórico. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Alvarez-Risco, A. (2020). Matriz de consistencia y Matriz de operacionalización de variables. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Anderson-Seminario, M y Alvarez-Risco, A. (2020). El ensayo académico.
- Bernal, T.C. A. (2014). *Fundamentos de investigación*. México. Pearson.
- Brannen, J. (2017). *Mixing methods: Qualitative and quantitative research*. Routledge.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Hernández S., R, Fernández C., C & Baptista L. P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta ed.) México: Mc Graw - Hill.



**ANEXOS**

## ANEXO 1: EMPRESAS MYPES EXPORTADORAS DE MODA

RUC	RAZÓN SOCIAL	GERENTE GENERAL	AÑOS EXPORTANDO	GEOGRAFÍA	TIPO DE PRODUCTO	FUENTE
20535561835	Textiles Cross S.A.C	Juan De la Cruz Pérez Mego	10	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de puntos de otros materiales, confecciones de tejido plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20511653909	Venator S.A.C	María Elena Rojas Vila Guadalupe	14	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, tejidos de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20511774790	Textiles Océano Monti S.A.C	Susi Edith Sifuentes Castillo	11	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20491926903	Tom Gutie Company S.A.C	Tomas Sota Gutiérrez	11	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido de plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20100047056	Topy Top S.A	Gustavo Donato López Niño de Guzmán	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, prendas de vestir y tejidos de punto de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20297986130	Tecnología Textil S.A	Jorge Yamil Mufarech Nemy	16	Lima Metropolitana	Tejidos planos de algodón	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20503790271	Texcorp S.A.C	Manuel Fernando Bello Rosendo	12	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20521038781	Textiles of Perú S.A.C	Gerardo Duran Bohuytron	8	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade

(Continúa)

(Continuación)

20550330050	Textile Company Sourcing S.A.C	Jorge Alfredo Pancorvo Corcuera	7	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido de plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20100364451	Texfina S.A	Raúl Antonio Saba de Rivero	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20264592497	TexGroup S.A	José Ignacio Eduardo Llosa Benavides	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido de plano de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20516329239	Texmaya E.I.R.L	Víctor Edgardo Guerrero Peralta	11	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido plano de otros materiales y confecciones de tejido de punto de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20384759166	Texpima S.A.C	Patricia Magali Simon Kassis	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido de plano de otros materiales, prendas de vestir y otras confecciones	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20509184837	Textil Carmelita S.A.C	Benjamín Falconi Gálvez	14	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20104498044	Textil Del Valle S.A	Juan José Córdova Benavides	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20392817167	Tandem Textil S.A.C	Juan Manuel Arias Malca	8	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20348233166	Pride Corporation S.A.C	Carlos Manuel Seminario Velarde	15	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido plano de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade

(continúa)

(Continuación)

20102309180	Reprind S.A.C	Rómulo Vicente Del Carpio Castañeda	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido de plano de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20376729126	Southern Textile Network S.A.C	Parro Jorge Leonidas Velarde Álvarez Arca	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20140989682	Raymisa S.A	Orlando Augusto Vásquez Buenaño	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido plano de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20476763127	Royal Knit S.A.C	Mariela Elizabeth López Cutipa	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, otras manufacturas textiles	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20551600824	Nova Textil Sourcing & Trading S.A.C	Gretty Mormontoy Zubeleta de Zueger	7	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido de plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20101155405	Peru Fashions S.A.C	Renzo Jorge Albertini Abusada	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de algodón, confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20502786891	Suritex S.A.C	Gregor Paul Richard Brenner Knoch	14	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20100440653	Manufactura America E.I.R.L	Carlos Chau Chang	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido plano de otros materiales y otras manufacturas textiles	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20341823537	Kero Design S.A.C	Mariella Fátima Gonzales Espejo	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade

(continúa)

(Continuación)

20502141768	Lenny Kids S.A.C	Juan Jorge Gunther Cornejo	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20101110568	Marga S.R.L	German Eleodoro Freyre Castañeda	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido de plano de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20170291345	MFH Knits S.A.C	Constantino Chirinos Chirinos	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20102089635	Lives S.A.C	Patricia Telge Llosa	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido de plano de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20515816527	Mitayoq S.A	Juan Pablo Canales Casas	13	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, confecciones de tejido de plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20519073375	Jope Representaciones S.A.C	Jorge Luis Villacorta Cortez	11	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de algodón, confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20100064571	Industrias Nettelco S.A	Cesar Augusto Tello Ramírez	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20553022275	Algote X Perú S.A.C	Tocon Wong Alfonso	5	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20468268508	Anazer S..AC	Pallete Pallete Juan Alfredo	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade

(Continúa)



(Continuación)

20543925838	Ayni Design Lab S.A.C.	Blichfeldt Laerke Skyum	8	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales/Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20101852971	Applauzi S.A.	Villalobos Aguayo Jorge	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20413770204	Art Atlas S.R.L	Castillo Valencia Jorge Luis Ignacio	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, Confecciones de tejido plano de otros materiales y Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20522668231	Artes Manolita S.A.C	Pintado Marchena Rosalinda	10	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, Confecciones de tejido plano de otros materiales y Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20507907114	Catalogo S.A.C	Belaunde Gutiérrez María Teresa	15	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, Confecciones de tejido plano de otros materiales y Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20144048301	Cangallo y Cia. S.A	Saba Dagach Ricardo	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de algodón, Confecciones de tejido de punto de fibras sintéticas o artificiales, Confecciones de tejido de punto de otros materiales, Confecciones de tejido plano de otros materiales y Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20522252213	Classic Alpaca S.A.C	Ramos Medrano de Cosar Rosa Amelia	10	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20550948029	Cofaco Industries S.A.C.	Mitre Werdan Adib Alberto	7	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales/prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade

(continúa)

(Continuación)

20169044733	Corceli S.A.C	Li Chau Carlos Emilio	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20493114868	Corditex S.A.C	Ortiz Solis Alexander Roldak	11	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, Confecciones de tejido plano de otros materiales y Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20520564200	Corporacion all Cotton S.A.C	Chabaneix Cunza Michel Maurice	10	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20463541681	Cotton Project S.A.C	Veliz Alva Ramón Amadeo Carlos	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20268911082	Consortio la Parcela S.A.	Quispe Arata Gastón Manuel	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20508740361	Consortio Textil Vianny S.A.C	Graus Olivitos Santos Víctor	15	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, Confecciones de tejido plano de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20518762614	Dracotex S.A.C	Quiñones Castillo Lucy del Rosario	11	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de algodón, Confecciones de tejido de punto de otros materiales y Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20101362702	Confecciones Textimax S.A	Chávez Parra Ana María	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales/Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20101635440	Cotton Knit S.A.C	Majluf Majluf Alberto Enrique	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales/Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade

(continúa)

(Continuación)

20133530003	Creditex S.A.C	Llosa Benavides José Ignacio Eduardo	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, Confecciones de tejido plano de otros materiales y Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20501977439	Devanlay Peru S.A.C	Del Carpio Álvaro Telmo Ernesto	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20513522208	Diseño Textil Bbmio E.I.R.L.	Chau Chang Alan Alberto	13	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20100174911	El Modelador S.A.	Farah Farach Jaime Salim	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, prendas de vestir y Confecciones de tejido plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20535829820	Cottonwel S.A.C	Ramos Ferrer Lisseth Miriam	8	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, prendas de vestir y Confecciones de tejido plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20508799099	Empresa artesanal Samar de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	Quispe Pañihuara Maritza	15	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales, Confecciones de tejido plano de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20524077532	Gaipo Perú Textil S.A.C	Belaunde Craman de Carmand Alicia María Julia	9	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20418108151	Hilandería de Algodón Peruano S.A.	Abusada Salah Jaime	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade

(Continúa)

(Continuación)

20545041287	Industria Alpaka E.I.R.L	Kristjan Sillaots	8	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20112316249	Industria Textil del Pacifico S.A	Woodman Gorbitz Michael Ernesto	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20100231817	Franky y Ricky S.A	Núñez Paz Oliver Alberto	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales y prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20518580184	Ifer Knitwear S.A.C	Gallo Pizarro Juan Carlos	11	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales/prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20101283403	Allpa S.A.C.	María del Carmen de la Fuente Alvarado	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales/Confecciones de tejido plano de otros materiales/Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20507226435	Eco Valley Wildlife Sociedad Anónimo Cerrada	Mirva Matilde Trujillo Castillo	13	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales/Prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20516438445	Bergman Rivera Sociedad Anónima Cerrada	Orlando Rivera Mejía	12	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales/Confecciones de tejido plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20508771755	Kunan Peru Sociedad Anónima Cerrada	Miguel Arturo Sarmiento Valencia	14	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales/Confecciones de tejido plano de otros materiales	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade
20505682298	Intercrafts Perú Sociedad Anónima Cerrada	Rómulo Calderón Cosme	16	Lima Metropolitana	Confecciones de tejido de punto de otros materiales/prendas de vestir	Siicex, Sunat, Datosperu.org, Mincetur y Veritrade

## ANEXO 2: LISTA DE EXPERTOS

Nombre de expertos	Especialidades	Área de especialización	LinkedIn
Angela Reyes Bustos	Especialista en Promoción Comercial en Promperú	Internacionalización	<a href="https://www.linkedin.com/in/angela-reyes-bustos-7a1769a3">linkedin.com/in/angela-reyes-bustos-7a1769a3</a>
Oscar David Ochoa Fernández	Concentración en operaciones y Desarrollo sostenible, asesor de organizaciones de impacto social	Desarrollo Sostenible e impacto social	<a href="https://www.linkedin.com/in/oscardavidochofernandez/">linkedin.com/in/oscardavidochofernandez/</a>
Carola Moya Ortega	Directora de STGO SLOW	Sostenibilidad	<a href="https://www.linkedin.com/in/carolamoya">linkedin.com/in/carolamoya</a>
Marisol Galarza	Marketing en el rubro de retail, digital y moda	Moda sostenible	<a href="https://www.linkedin.com/in/marisolgalarza/">linkedin.com/in/marisolgalarza/</a>
Miluska Vucetich	Gestión integral del desarrollo económico con responsabilidad social y ambiental.	Sostenibilidad y Responsabilidad Social y ambiental	<a href="https://www.linkedin.com/in/miluska-vucetich-desarrollo-sostenible">linkedin.com/in/miluska-vucetich-desarrollo-sostenible</a>
María Fernanda Pineda Iriarte	Economía circular	Moda sostenible	<a href="https://www.linkedin.com/in/mirva-matilde-trujillo-castillo-115a2327">linkedin.com/in/mirva-matilde-trujillo-castillo-115a2327</a>
Silvana Tabata Espinoza Gómez	Profesora de innovación	Innovación	<a href="https://www.linkedin.com/in/silvanaespinozago">linkedin.com/in/silvanaespinozago</a>
Ornella Paz	Co - Fundadora & Directora Ejecutiva en Bee Versa Responsible Shopping y Co-fundadora de la Asociación de moda sostenible del Perú	Moda sostenible Responsabilidad social Sostenibilidad	<a href="https://www.linkedin.com/in/ornellapr/">linkedin.com/in/ornellapr/</a>
Carmen Ormeño Torres	Especialista ambiental en Programa Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura	Innovación	<a href="https://www.linkedin.com/in/carmen-ormeño-torres-perú">linkedin.com/in/carmen-ormeño-torres-perú</a>
Luis Pareja	Director de Sostenibilidad en Protecta Perú	Sostenibilidad	<a href="https://www.linkedin.com/in/luis-pareja-64760458/">linkedin.com/in/luis-pareja-64760458/</a>
Gabriela Jessenia Borja Rosales	Directora en Textile Sourcing Company S.A.C	Moda Sostenible	<a href="https://www.linkedin.com/in/gabrielaborjarosales/">linkedin.com/in/gabrielaborjarosales/</a>

## ANEXO 3: CUESTIONARIO

Fecha: \_\_\_/Septiembre/2020      Hora de inicio: \_\_\_\_\_      Hora de fin: \_\_\_\_\_

Buenos días/Buenas tardes, somos estudiantes de la Universidad de Lima cursando el 10mo ciclo de la carrera de Negocios Internacionales. Estamos realizando una investigación que busca determinar el impacto de la internacionalización mediante la eco-innovación en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda sostenible en Lima Metropolitana. De antemano agradecemos su tiempo y dedicación.

### II. FILTRO GENERAL

F1: ¿Cuántos años de experiencia de comercio exterior tiene la empresa?

Menor a 3 años  (TERMINAR)

Mayor a 3 años  (CONTINUAR)

F2: ¿La empresa se ubica en Lima Metropolitana?

Si.....1 (CONTINUAR)

No.....2 (TERMINAR)

F3: ¿Cuál es el tamaño de la empresa por cantidad de empleados? (EN EL CASO DE SER MICROEMPRESA, TERMINAR)

- Micro (1-10 empleados)
- Pequeña (11-49 empleados)
- Mediana (50-100 empleados)

F4: ¿La empresa exporta productos de moda finales?

Si.....1 (CONTINUAR)

No.....2 (TERMINAR)

F5: ¿La empresa ha aplicado eco-innovación en su proceso, producto u organización o en los tres tipos? (SI LA RESPUESTA FUERA NEGATIVA, TERMINAR)

Si

No

F6: A continuación, se presentará una serie de afirmaciones en las cuáles deberá indicar su percepción en una escala del 1 al 5 donde:

1= Totalmente en desacuerdo

2= En desacuerdo

3= Neutral

4= De acuerdo

5= Totalmente de acuerdo

ÍTEMS	1	2	3	4	5
1. El número de países en los que la empresa comercializa actualmente sus productos es un factor importante de la internacionalización					
2. La participación de ventas de la empresa en los mercados exteriores es un factor importante de la internacionalización.					
3. La cantidad de proveedores internacionales es un factor importante de la internacionalización.					
4. El número de operaciones en los mercados exteriores es un factor importante de la internacionalización.					
5. El nivel de crecimiento de la participación en el mercado exterior es un factor importante de la internacionalización					
6. Es importante el nivel de desarrollo del área de internacionalización de la empresa.					
7. Es importante la cantidad de canal de venta internacional.					

A continuación, se presentará una serie de afirmaciones en las cuáles deberá indicar su percepción en una escala del 1 al 5 donde:

- 1= Nunca
- 2= Casi nunca
- 3= Ocasionalmente
- 4= Casi Siempre
- 5= Siempre

ÍTEMS	1	2	3	4	5
8. La empresa evalúa deliberadamente si el producto a desarrollar es fácil de reciclar, reutilizar y descomponerse.					
9. La empresa utiliza tecnología limpia para generar ahorros y prevenir la contaminación.					
10. La empresa utiliza procesos de fabricación que reduce eficazmente la emisión de sustancias y desechos tóxicos.					
11. La empresa utiliza procesos de fabricación que reducen el uso de materia prima.					
12. La empresa suele actualizar el proceso de fabricación para protegerla de contaminación.					
13. Los procesos de fabricación de la empresa es actualizado con frecuencia con el fin de cumplir las normas de derecho ambiental.					
14. La empresa utiliza sistemas novedosos para gestionar la ecoinnovación					

15. La empresa recopila información sobre las tendencias de ecoinnovación					
16. La empresa comunica información sobre ecoinnovación con empleados					
17. La empresa aplica medidas/acciones para reducir materiales tóxicos o nocivos					
18. La empresa aplica medidas/ acciones para mejorar la situación ambiental.					
19. La empresa aplica medidas/acciones para disminuir la frecuencia de acciones ambientales					
20. La empresa con qué frecuencia realiza actividades de reciclaje					
21. La empresa brinda beneficios sociales empresariales a sus colaboradores					
22. La empresa suele brindar capacitaciones a sus colaboradores					
23. Usted considera que existe un impacto social anual sobre las operaciones comerciales de la empresa					
24. Usted considera que la eco-innovación ha incrementado el margen de beneficio.					
25. Usted considera que la eco-innovación ha permitido un aumento de los ingresos por ventas.					
26. Usted considera que la eco-innovación ha permitido un aumento del rendimiento de la inversión.					
27. Usted considera que la eco-innovación ha permitido un aumento del rendimiento financiero general.					

SCIENTIA ET PRAXIS



## ANEXO 4: GUÍA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad de Lima cursando el 10mo ciclo de la carrera de Negocios Internacionales. Estamos realizando una investigación acerca del efecto de la internacionalización a través de la eco-innovación, en el desempeño sostenible de las mypes exportadoras de moda en Lima Metropolitana.

El objetivo de aplicar este instrumento es conocer las posiciones y opiniones que tienen los expertos de internacionalización, eco-innovación y desempeño sostenible. Por tal motivo, la información que se nos proporcione será de utilidad para cumplir con los objetivos planteados en la presente investigación.

Por otro lado, para agilizar el proceso de la recolección de la información se pide la autorización respectiva para grabar la presente entrevista vía zoom o llamada telefónica. ¿Existe algún inconveniente en que se grabe la entrevista? Es importante recordar que dicha grabación solo será para fines de esta presentación.

### I. Datos Generales

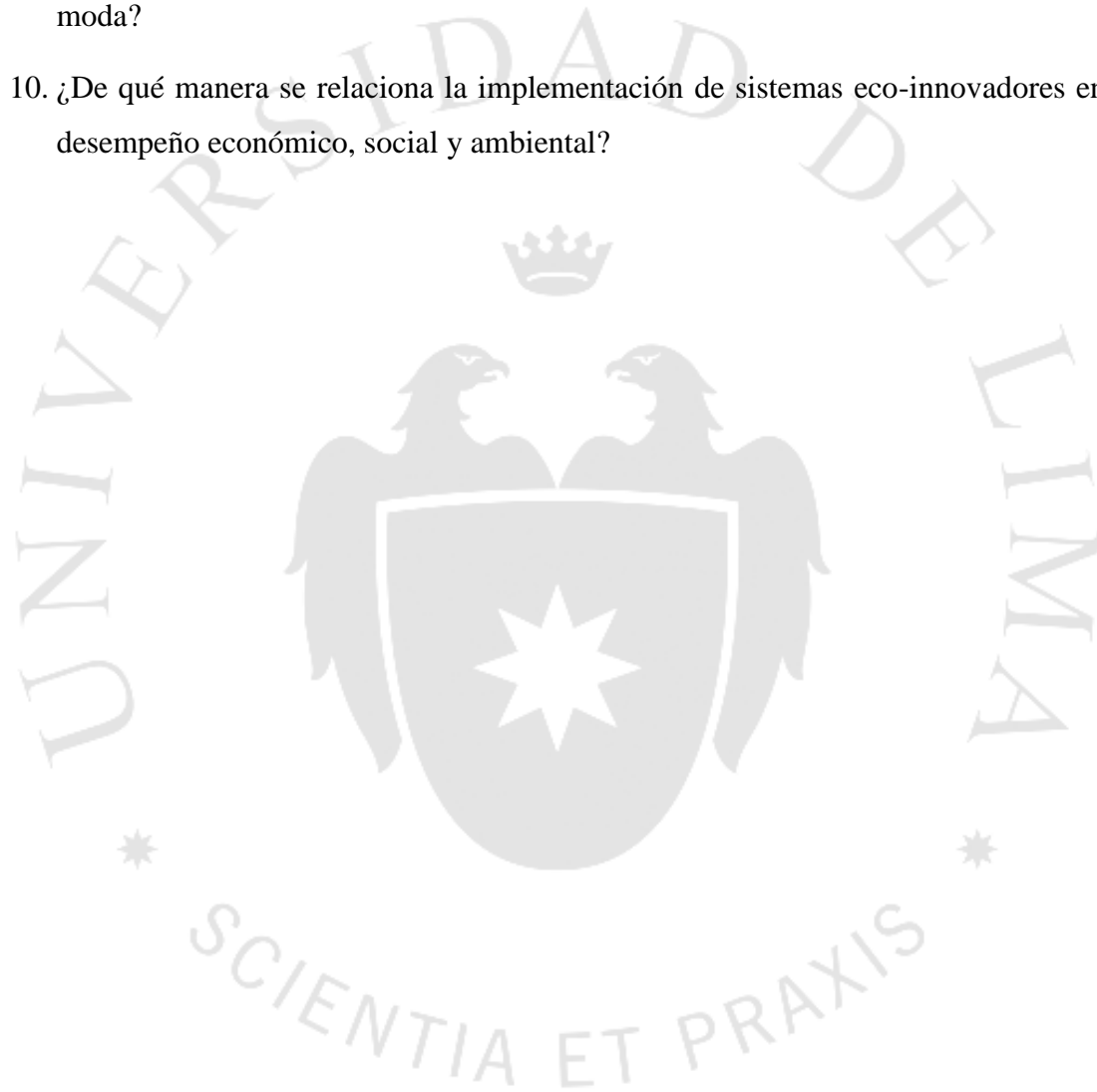
Nombre y apellido: \_\_\_\_\_

Años de experiencia en el área: \_\_\_\_\_

### I. Preguntas

1. ¿De qué manera las mypes de moda pueden implementar eco-innovaciones sea en el producto, proceso y organización?
2. ¿Cuál es el nivel de impacto de la implementación de eco-innovación de productos en las mypes de moda en Lima Metropolitana?
3. ¿Qué tipo de incentivos reciben las mypes para nacer con mecanismos eco-innovadores?
4. ¿Cuáles son las acciones eco-innovadoras que se generan a través de la internacionalización de las mypes de moda?
5. ¿Cuáles son los factores que incentivan ser una empresa socialmente responsable?

6. ¿Cuál es la relación entre la eco innovación y el desempeño sostenible de la empresa?
7. ¿Cuál es el impacto de la internacionalización en el desempeño sostenible de las mypes de moda?
8. ¿Cuál es el impacto de la eco-innovación en el desempeño sostenible de las mypes de moda?
9. ¿Cuál es el impacto de la internacionalización en la eco-innovación de las mypes de moda?
10. ¿De qué manera se relaciona la implementación de sistemas eco-innovadores en el desempeño económico, social y ambiental?



## ANEXO 5: PROCESAMIENTO DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Preguntas	Entrevistado 1: Ornella Paz	Entrevistado 2: Marisol Galarza	Entrevistado 3: María Fernanda Pineda	Entrevistado 4: Carmen Ormeño	Entrevistado 5: Miluzca Vucetich
¿De qué manera las mypes de moda pueden implementar eco-innovación en el producto, proceso y organización?	En las pequeñas y en las medianas se tienen que adaptar a los tipos de producción, asimismo las empresas suelen usar el packaging para impulsar su modelo de negocio. Además, el modelo circular ya representa un reto para los negocios en el país.	Productos con certificados, productos reutilizables. Asimismo, procesos con cadenas productivas que valoren el trabajo humano a través de un salario justo, capacitaciones y calidad de vida.	Productos con materia prima que fue deshecho y ahora ha sido reutilizado. En cuanto a los procesos se necesita a la tecnología de la mano. Por otro lado, las organizaciones podrían invertir más en I+D, actualmente solo lo realiza un 6%.	Generar economía circular que inicie en el diseño y culmine en los residuos. Desde el diseño y el proceso sostenible, esto con el fin de aprovechar los recursos naturales y darle una transformación y vida útil adicional al residuo.	En el proceso se puede ver una producción más limpia. Sin embargo, en la organización aún existe deficiencias por parte de las mypes por ello es por lo que la creación de servicios empresariales es una oportunidad.
¿Cuál es el nivel de impacto de la implementación de eco-innovación de producto en las mypes de moda en Lima Metropolitana?	Es reciente porque en el Perú la tecnología aun es un ámbito que no se ha desarrollado por completo, no se ha ahondado en el tema para la producción de productos sostenibles e innovadores	El impacto es fuerte, el consumidor valora más un producto si está informado acerca de dónde viene y quién lo hizo. Es importante la creación de conciencia de consumo.	El nivel de impacto es fuerte y recientes, ya que hace 2 años se visualizado sus efectos tales como reconocimientos, premios, etc.	El consumidor aun no es un nicho grande, sin embargo, es importante concientizar a través de la muestra de beneficios que se generan a través de sistemas eco-innovadores.	Es bajo porque aún no está desarrollado sin embargo la promesa es que mínimo se manifieste como un 30% de eficiencia en diferentes costos de la empresa.
¿Qué tipo de incentivos reciben las mypes para nacer con mecanismos eco-innovadores?	No hay muchas regulaciones que permitan obtener dichos incentivos, sin embargo, existen incentivos de reconocimiento	No hay muchos incentivos en las instituciones públicas. El mayor incentivo es la aceptación del consumidor.	Innovate Perú, ya que ellos sustentan gran parte de la inversión de los proyectos de empresas que pasan por un procedimiento.	Existen fondos como Innovate Perú, promoción de la PCM y fondos internacionales que incentivan.	Se tiene el fondo MiMypes que inició con 600 millones de soles. Otros países tienen el cofinanciamiento como gran incentivo.

(continúa)

(continuación)

¿Cuáles son las acciones eco-innovadoras que se generan a través de la internacionalización de las mypes de moda?	Mejora en los diseños, packaging, utilización, asimismo cada empresa tiene su forma de proceder ya sea de forma tradicional o no.	La sostenibilidad es la acción más fuerte ya que te abren puertas a poder exportar un producto.	Se ha visto mucho de reutilización de la materia prima, la idea es tomar los residuos y generar materia prima sea para el packaging o insumo del producto.	No tan solo desde la internacionalización, hay mypes que están aprendiendo y están produciendo con restos de un producto, esto siendo material de exportación.	Las acciones se presentan en el diseño, la presencia de productos de exportación, textiles peruanos basados en la biodiversidad, materia prima rico en fibras naturales, etc.
¿Cuáles son los factores que incentivan ser una empresa socialmente responsable?	Hay tres factores generales: social, ambiental y económico. Estos tres factores se complementan y deben mantenerse en equilibrio	El factor principal es la creación de bienestar tanto en el ambiente, social y la empresa.	El factor principal es no tener la necesidad de mucho más planeta tierras de aquí a 30 años. Es importante formar esta concientización por los recursos.	El principal factor es la concientización que nace desde la organización, se necesita educación para entender este cambio.	Un mercado internacional que exige cada vez más este tipo de requisitos y valora el uso de una producción más limpia, economía justa, etc.
¿Cuál es la relación entre la eco innovación y el desempeño sostenible de la mype?	Relación directa, la capacidad de innovar en los procesos conlleva a un desempeño sostenible positivo. Además, es necesario que los líderes se crean eso.	Desempeño social como calidad de vida a los trabajadores, desempeño económico por la reutilización de recursos y ambiental por el efecto del proceso.	Es fuerte porque esta innovación hará que la empresa se reinvente e incluso en contextos similares al actual lo harán mucho más fuerte y sostenible en el tiempo.	Significativa, generar un triple impacto (social, económico y ambiental) ya es un tipo de innovación, hacerlo con el fin de preservar los recursos es generar una economía circular.	La relación es estrecha, ya que a la medida que la empresa es más eficiente en el sistema productivo, esto hace que tenga residuos más naturales.
¿Cuál es el impacto de la internacionalización y el desempeño sostenible de las mypes de moda?	Fuerte, las experiencias y los contactos te llevan al comercio internacional, sin embargo, toda empresa debe conocer su mercado, negocios, demandas, producción, recursos humanos	Fuerte, los consumidores del mercado externo valoran más esta innovación, por lo tanto, el desempeño económico es fuerte.	La tendencia es al revés, cada vez el mercado es más exigente, las empresas se dan cuenta que el público es mucho más informado al consumir.	El impacto es fuerte debido a que los mercados internacionales están en una demanda constante de certificaciones.	Fuerte, los mercados internacionales valoran mucho más los mercados de innovación, por lo tanto, lo adquieren más.

(Continúa)

(Continuación)

---

¿Cuál es el impacto de la eco-innovación en el desempeño sostenible de las empresas mypes de moda?	El impacto es positivo debido a que comienzan a innovar conllevando a que las empresas tengan mayor impacto en su desempeño social, ambiental y económico.	Positivo, al ser una mype sostenible no significa que la empresa no gane dinero. La variable más importante es la propuesta de valor.	El impacto es generar una moda circular, es decir subproductos que se vuelven materia prima para un nuevo producto o reforzar ese mismo producto.	Beneficioso ya que se aprovecha residuos y recursos, ambos términos terminan en recurso, ya que el fin es que aquel residuo funcione como materia prima.	Más del 50% de las mypes utilizan eco-innovación. Esta estrategia genera que la empresa utilice residuos como recursos y hace ahorrar diferentes costos.
¿Cuál es el impacto de la internacionalización en la eco-innovación de las empresas mypes de moda?	Impacto fuerte, el mercado extranjero conlleva a que las empresas se tengan que exigir más por los certificados	Si bien las empresas inician en Perú, conocen más en el mercado internacional, ya que ellos cuentan con altos estándares de calidad lo cual hace que las mypes se exijan más y sean más competitivos.	Impacto en ambos sentidos, en el mercado externo se da a conocer más mecanismo porque ellos ya cuentan con este mercado mucho más presente.	Te da mayor alcance a lo que se consume en esos mercados, en más demandante y como empresa te exige más por lo tanto te hace más competitivo en el mercado.	Ambas variables se relacionan ya que los mercados internacionales demandan certificaciones en estos productos, los cuales a su vez requieren una producción más limpia y natural.
¿De qué manera se relaciona la implementación de sistemas eco-innovadores en el desempeño económico, social y ambiental?	Las empresas hacen prácticas que contaminan menos al ambiente (reducción de la contaminación) lo que conlleva a disminuir los costos a largo plazo	Se relaciona en el bienestar si las empresas crean esto obtienen desempeño económico, social y ambiental.	Relación viceversa. Sin embargo, el hecho de no ser sostenibles crea una barrera de crecimiento, en caso de que la empresa desee exportar a Europa debe considerar los factores distintivos. Tales como, certificaciones, información de origen	En el desempeño social, se ha visto a empresas que trabajan con comunidades para una producción más valorada, además que estas empresas también brindan capacitaciones, es decir conocimiento a estas comunidades.	Se manifiesta a través de un uso más eficiente de la cantidad de material, el tipo de material y el pago justo a los colaboradores y proveedores.

---

(continúa)

(Continuación)

Preguntas	Entrevistado 6: Angela Reyes Bustos	Entrevistado 7: Carola Moya Ortega	Entrevistado 8: Silvana Tabata Espinoza Gómez	Entrevistado 9: Oscar David Ochoa Fernández
¿De qué manera las mypes de moda pueden implementar eco-innovación en el producto, proceso y organización?	Las empresas hacen innovación en todo el proceso. Asimismo, a nivel de gestión emplean paneles solares que también forma parte del proceso productivo.	La posibilidad de eco-innovar es muy baja. depende del mercado inserta. en Chile no hay posibilidad de innovar. en Chile se usa tecnología. en Perú y Argentina es posible innovar en la materia	Se puede reusar una prenda o sacar otros modelos. Si aplico tecnología le doy un segundo uso porque también se junta los sobrantes y se hace con retazos otros productos.	Reutilización, prendas de segunda mano como son los emprendimientos. El trabajo con comunidades como el caso de EVEA, ellos trabajan con comunidades y generan un impacto.
¿Cuál es el nivel de impacto de la implementación de eco-innovación de producto en las mypes de moda en Lima Metropolitana?	No hay un sistema que integre todas las prácticas sostenibles de las empresas	Si bien existen restricciones. el ser más pequeño te permite innovar, arriesgarse probar nuevos procesos a gran escala es mucho riesgo.	Su implementación es muy buena, porque la ropa también afecta a disminuir los contaminantes al medio ambiente	La empresa no sólo nace para maximizar la ganancia de los accionistas sino todos los stakeholder. El tema de sostenibilidad va a ser la única forma de hacer negocios en el futuro y esto debido a la escasez de los recursos.
¿Qué tipo de incentivos reciben las mypes para nacer con mecanismos eco-innovadores?	Considera que no sean incentivos, sino que ahora es una necesidad para ser parte del mercado	Existe financiamiento en Europa, ellos incentivan y son soporte de estas empresas pequeñas.	Actualmente, solo Adex te brinda capacitaciones. Aquí incluyen temas de tecnología e innovación eco-amigable.	No, por el momento sin embargo hay propuestas. El ecosistema del emprendimiento no tiene ningún aliado legal.

(Continúa)

(Continuación)

¿Cuáles son las acciones eco-innovadoras que se generan a través de la internacionalización de las mypes de moda?	Las empresas hacen innovaciones en todos los procesos. También a nivel de gestión y sistemas por ejemplo paneles solares como parte del proceso productivo	Cuando empiezas a exportar te tienes que poner en el estándar de la sustentabilidad. primero estandarizas una línea común de distintos tipos de prácticas y profesionalizas a tu mype.	Es una buena marca de presentación, todo el mundo ve lo eco-amigable. Incluso con la exportación de lana de alpaca, en cierta forma tenemos una buena representación de este insumo.	Se aprendes nuevas prácticas sostenibles que pueden ser usadas allá como acá también.
¿Cuáles son los factores que incentivan ser una empresa socialmente responsable?	Es un tema de principios, en estos nuevos tiempos valorar estas prácticas ya es una exigencia. Las nuevas generaciones valoran estas prácticas sostenibles.	Las que nacen con una mirada de sustentabilidad con triple impacto, desde la base buscan tener el menor impacto ambiental, impacto positivo en el desarrollo económico local y cadena de valor	Pocas empresas son socialmente responsables. Los que apoyan a la sociedad son referente a empresas grandes como reducción de impuestos beneficios de la SUNAT.	No hay mecanismos, pero lo que el factor es la propia motivación del emprendedor.
¿Cuál es la relación entre la eco innovación y el desempeño sostenible de la mype?	La relación es positiva, finalmente las practicas sostenibles siempre buscarán alcanzar el desempeño sostenible.	Una empresa puede ser sostenible sin estar innovando, puede tomar prácticas ancestrales.	Si se puede aplicar esta relación, se puede luchar y mantener eso. Sin embargo, hay poco apoyo respecto a esto.	Si hay un impacto positivo, sin embargo, no me parece que aun sea algo significativo.
¿Cuál es el impacto de la internacionalización y el desempeño sostenible de las mypes de moda?	Existe un impacto positivo siempre y cuando la empresa emplee practicas sostenible en algún ámbito.	Esto te permite aumentar las ventas, poner producto de crecimiento a baja escala es más sostenible que a baja escala.	El impacto es positivo ya que de los mercados europeos se aprenden cosas desde la preferencia del consumidor.	De 10 empresas que se crean, 1 o 2 sobreviven. las empresas que llegan a internacionalizarse son pocas. Sin embargo, es un gran reto que se pueda aprender de esta experiencia.

(continúa)

(continuación)

<p>¿Cuál es el impacto de la eco-innovación en el desempeño sostenible de las empresas mypes de moda?</p>	<p>Es una tendencia que tiene que implementarse. Si no somos sostenibles no vamos a poder sobrevivir o ser competitivos en el mercado</p>	<p>Si logro exportar voy a tener mayor ingreso y eso permite pagar y tener comercio justo con la mano de obra que trabajo.</p>	<p>Es bueno, hay muchos emprendimientos que aplican practicas sostenibles en el proceso o también en el tema social con ayuda de comunidades. Su impacto sería positivo.</p>	
<p>¿Cuál es el impacto de la internacionalización en la eco-innovación de las empresas mypes de moda?</p>	<p>Estos mercados exigen estas prácticas sostenibles de no ser así están fuera de competencia. Por lo tanto, experimentar esto hace que las empresas adopten estas innovaciones.</p>	<p>Se logra aprender de mercados internacionales y es positivo que las empresas lo implementen, sin embargo, esto dependerá de los recursos de la mype.</p>	<p>La influencia de afuera es muy importante para las mypes. Sin embargo, esto debe de funcionar y dependerá de los recursos de la empresa.</p>	
<p>¿De qué manera se relaciona la implementación de sistemas eco-innovadores en el desempeño económico, social y ambiental?</p>	<p>Cuidado del agua, tener una economía circular, eficiencia en costos. Esto no reduce el valor de tu producto, al contrario, demuestra una producción sostenible. Asimismo, hace que el comprador no se sienta culpable pagar un valor adicional por las consideraciones que hace la empresa.</p>	<p>Si hablamos de sustentabilidad va a contemplar las 3 cosas: social, económico y ambiental. sin embargo, es importante contemplar que lo eco-innovador no necesariamente contempla lo económico y social.</p>	<p>En el ambiental si causa un impacto en el momento del proceso de fabricación de las prendas. en lo social es una concientización.</p>	<p>En el tema ambiental, el impacto es grande si es un emprendimiento con base a la sostenibilidad. En lo social, genera trabajo, si es una empresa como EVEA que impacta a una comunidad. Sin embargo, el reto está en lo económico</p>

SCIENTIA ET PRAXIS



# TURNITIN - Tesis - Jacklyn Joyo y Berlina Leon

## INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	2%
2	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="https://repositorio.ulima.edu.pe">repositorio.ulima.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="https://tesis.pucp.edu.pe">tesis.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
5	<a href="https://eprints.uanl.mx">eprints.uanl.mx</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="https://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="https://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Fuente de Internet	<1%
9	<a href="https://repositorio.usil.edu.pe">repositorio.usil.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%

10	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://acacia.org.mx">acacia.org.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://repositorio.lamolina.edu.pe">repositorio.lamolina.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://www.somoshalcones.com">www.somoshalcones.com</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="http://repositorio.ug.edu.ec">repositorio.ug.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="http://literatura.ciidiroaxaca.ipn.mx:8080">literatura.ciidiroaxaca.ipn.mx:8080</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://accedacris.ulpgc.es">accedacris.ulpgc.es</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://periodicos.unievangelica.edu.br">periodicos.unievangelica.edu.br</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://www.elsevier.es">www.elsevier.es</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://www.scielo.org.mx">www.scielo.org.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="http://baixardoc.com">baixardoc.com</a> Fuente de Internet	<1 %
21	<a href="http://doaj.org">doaj.org</a> Fuente de Internet	<1 %

22	<a href="http://bdigital.unal.edu.co">bdigital.unal.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
23	<a href="http://documentop.com">documentop.com</a> Fuente de Internet	<1 %
24	<a href="http://iksadyayinevi.com">iksadyayinevi.com</a> Fuente de Internet	<1 %
25	<a href="http://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	<1 %
26	<a href="http://www.scielo.org.co">www.scielo.org.co</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="http://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es">www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="http://repositorio.uta.edu.ec">repositorio.uta.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
29	<a href="http://repository.unimilitar.edu.co">repository.unimilitar.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
30	<a href="http://webges.uv.es">webges.uv.es</a> Fuente de Internet	<1 %
31	<a href="http://cdn.www.gob.pe">cdn.www.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
32	<a href="http://www.camaralima.org.pe">www.camaralima.org.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
33	<a href="http://www.eltiempo.com">www.eltiempo.com</a> Fuente de Internet	<1 %

34	<a href="https://articlegateway.com">articlegateway.com</a> Fuente de Internet	<1 %
35	<a href="https://repositorio.uwiener.edu.pe">repositorio.uwiener.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
36	<a href="https://www.service-studievereniging.nl">www.service-studievereniging.nl</a> Fuente de Internet	<1 %
37	<a href="https://repositorio.unasam.edu.pe">repositorio.unasam.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
38	<a href="https://repositorio.up.edu.pe">repositorio.up.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
39	<a href="https://repositorio.usmp.edu.pe">repositorio.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
40	<a href="https://roderic.uv.es">roderic.uv.es</a> Fuente de Internet	<1 %
41	<a href="https://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %
42	"Tendencias recientes y perspectivas en el mercado algodonero mundial y evolución de las políticas", Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), 2022 Publicación	<1 %
43	<a href="https://cathi.uacj.mx">cathi.uacj.mx</a> Fuente de Internet	<1 %

44	<a href="http://dokumen.pub">dokumen.pub</a> Fuente de Internet	<1 %
45	<a href="http://www.un.org">www.un.org</a> Fuente de Internet	<1 %
46	<a href="http://behindtheshowroom.com">behindtheshowroom.com</a> Fuente de Internet	<1 %
47	<a href="http://slidehtml5.com">slidehtml5.com</a> Fuente de Internet	<1 %
48	<a href="http://dspace.utpl.edu.ec">dspace.utpl.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
49	<a href="http://repository.ean.edu.co">repository.ean.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
50	<a href="http://tesis.ucsm.edu.pe">tesis.ucsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
51	<a href="http://repository.unab.edu.co">repository.unab.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
52	<a href="http://helvia.uco.es">helvia.uco.es</a> Fuente de Internet	<1 %
53	<a href="http://repositorio.upn.edu.pe">repositorio.upn.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
54	<a href="http://www.gub.uy">www.gub.uy</a> Fuente de Internet	<1 %
55	<a href="http://www.produccioncientificaluz.org">www.produccioncientificaluz.org</a> Fuente de Internet	<1 %

56

Jose Satsumi Lopez Morales, Lily Nayeli Perez León, Claudia Guadalupe Zarrabal Gutierrez, Myrna Guadalupe Andrade Estrada.

"Responsabilidad social e internacionalización: un análisis de la misión y la visión de los principales puertos en América Latina",  
Revista de El Colegio de San Luis, 2020

Publicación

&lt;1 %

57

[erecursos.uacj.mx](http://erecursos.uacj.mx)

Fuente de Internet

&lt;1 %

58

[qdoc.tips](http://qdoc.tips)

Fuente de Internet

&lt;1 %

59

[upc.aws.openrepository.com](http://upc.aws.openrepository.com)

Fuente de Internet

&lt;1 %

60

[www.cursosderse.com](http://www.cursosderse.com)

Fuente de Internet

&lt;1 %

61

Renato Cotta de Mello, Angela da Rocha, Jorge Ferreira da Silva. "The long-term trajectory of international new ventures: A longitudinal study of software developers",  
Journal of International Entrepreneurship,  
2018

Publicación

&lt;1 %

62

[cdhpuebla.org.mx](http://cdhpuebla.org.mx)

Fuente de Internet

&lt;1 %

63

[riunet.upv.es](http://riunet.upv.es)

Fuente de Internet

<1 %

64

[thesis.unipd.it](https://thesis.unipd.it)

Fuente de Internet

<1 %

65

DORA LUZ GONZÁLEZ BAÑALES. "La influencia de la innovación tecnológica, la orientación al mercado y el capital relacional en los resultados de las empresas de un sector de alta tecnología. Aplicación a la industria del software de México.", Universitat Politecnica de Valencia, 2007

Publicación

<1 %

66

[anahuac-texcoco.blogspot.com](https://anahuac-texcoco.blogspot.com)

Fuente de Internet

<1 %

67

[repository.ucatolica.edu.co](https://repository.ucatolica.edu.co)

Fuente de Internet

<1 %

68

[portaldeturismo.pe](https://portaldeturismo.pe)

Fuente de Internet

<1 %

69

[www.marie-claire.es](https://www.marie-claire.es)

Fuente de Internet

<1 %

70

Alicia Lozano Torró. "Modelo de madurez de internacionalización de las empresas consultoras de ingeniería españolas", Universitat Politecnica de Valencia, 2022

Publicación

<1 %

[orcid.org](https://orcid.org)

71

Fuente de Internet

&lt;1 %

72

[red.uao.edu.co](http://red.uao.edu.co)

Fuente de Internet

&lt;1 %

73

[www.ecorfan.org](http://www.ecorfan.org)

Fuente de Internet

&lt;1 %

74

[dspace.ucuenca.edu.ec](http://dspace.ucuenca.edu.ec)

Fuente de Internet

&lt;1 %

75

[fr.slideshare.net](http://fr.slideshare.net)

Fuente de Internet

&lt;1 %

76

[phaidra.univie.ac.at](http://phaidra.univie.ac.at)

Fuente de Internet

&lt;1 %

77

[www.coursehero.com](http://www.coursehero.com)

Fuente de Internet

&lt;1 %

78

[www.ehu.eus](http://www.ehu.eus)

Fuente de Internet

&lt;1 %

79

[www.maulldosyronroneos.com](http://www.maulldosyronroneos.com)

Fuente de Internet

&lt;1 %

80

[www.merca2.es](http://www.merca2.es)

Fuente de Internet

&lt;1 %

81

[zagan.unizar.es](http://zagan.unizar.es)

Fuente de Internet

&lt;1 %

82

"Crimen en el Perú: una mirada multidimensional", Universidad del Pacifico,

&lt;1 %



2022

Publicación

83

Miguel Crespo Celda. "Análisis de las estrategias de innovación de federaciones deportivas internacionales y de federaciones de tenis nacionales", Universitat Politecnica de Valencia, 2022

Publicación

<1 %

84

[grupomontevideo.org](http://grupomontevideo.org)

Fuente de Internet

<1 %

85

[ideas.repec.org](http://ideas.repec.org)

Fuente de Internet

<1 %

86

[jandicapudec.blogspot.com](http://jandicapudec.blogspot.com)

Fuente de Internet

<1 %

87

[procompetencia.gov.ve](http://procompetencia.gov.ve)

Fuente de Internet

<1 %

88

[repositorio.comillas.edu](http://repositorio.comillas.edu)

Fuente de Internet

<1 %

89

[repositorio.esan.edu.pe](http://repositorio.esan.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

90

[repositorio.ingemmet.gob.pe](http://repositorio.ingemmet.gob.pe)

Fuente de Internet

<1 %

91

[repositorio.puce.edu.ec](http://repositorio.puce.edu.ec)

Fuente de Internet

<1 %

92

[repositorio.ual.es](http://repositorio.ual.es)

Fuente de Internet

<1 %

93

[repositorio.uncp.edu.pe](http://repositorio.uncp.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

94

[repositorio.urp.edu.pe](http://repositorio.urp.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

95

[revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe](http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

96

[www.cge.es](http://www.cge.es)

Fuente de Internet

<1 %

97

[www.controlrisks.com](http://www.controlrisks.com)

Fuente de Internet

<1 %

98

[www.cuaed.unam.mx](http://www.cuaed.unam.mx)

Fuente de Internet

<1 %

99

[www.imt.mx](http://www.imt.mx)

Fuente de Internet

<1 %

100

[www.lafogata.org](http://www.lafogata.org)

Fuente de Internet

<1 %

101

[www.magyp.gob.ar](http://www.magyp.gob.ar)

Fuente de Internet

<1 %

102

[www.part.edu.mx](http://www.part.edu.mx)

Fuente de Internet

<1 %

103

[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

Fuente de Internet

<1 %

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo