



CONSORCIO DE INVESTIGACION  
ECONOMICA Y SOCIAL

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN MARCOS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS



***INFORME FINAL***

**CAPITAL HUMANO E INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL  
(PROYECTO BREVE CERRADO)**

**JUAN LEÓN MENDOZA**

**LIMA, JULIO DEL 2010**

## ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| RESEÑA/ABSTRACT.....   | 1  |
| INTRODUCCION.....  | 2  |
| 1. ESTRUCTURA Y CARACTERISTICAS DE LA<br>INTERNACIONALIZACIÓN EXPORTADORA DEL SECTOR<br>TEXTIL Y CONFECCIONES..... | 4  |
| 2. MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES EMPÍRICOS.....   | 12 |
| 2.1 Marco conceptual y teórico   | 12 |
| 2.2 Antecedentes empíricos   | 16 |
| 3. MODELO E HIPÓTESIS.....   | 18 |
| 4. CAPITAL HUMANO E INTERNACIONALIZACIÓN<br>COMERCIAL DEL SECTOR CONFECCIONES.....                                 | 21 |
| 4.1 Aspectos metodológicos   | 21 |
| 4.2 Dotación de capital humano   | 24 |
| 4.3 Capital humano y la propensión a exportar  | 27 |
| 4.4 Capital humano y la intensidad exportadora   | 28 |
| 4.5 Discusión de resultados  | 29 |
| 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES<br>DE POLÍTICA .....  | 33 |
| 5.1 Conclusiones   | 33 |
| 5.2 Recomendaciones de política  | 34 |
| BIBLIOGRAFÍA.....  | 35 |
| ANEXOS.....  | 39 |
| Anexo N° 1: Procedimiento de la determinación de la<br>muestra y la ejecución de la encuesta                       | 39 |
| Anexo N° 2: Método de Heckman de máx.verosimilitud   | 41 |
| Anexo N° 3: Resultados de la regresión econométrica  | 43 |
| Anexo N° 4: Formato de la encuesta   | 45 |
| Anexo N° 5: Relación de las empresas encuestadas   | 47 |

## **RESEÑA**

El objetivo de la presente investigación consiste en determinar la influencia explicativa del capital humano sobre la internacionalización comercial de las empresas peruanas del sector confecciones, ello en una era de la llamada economía del conocimiento, en el que el capital humano se está convirtiendo cada vez más en la principal fuente de competitividad internacional de las empresas.

Conceptualizado la internacionalización comercial como la propensión a exportar y la intensidad exportadora, utilizando el modelo probit, la investigación halla que el capital humano genérico y específico de las personas que dirigen la empresa, y el capital humano específico de los trabajadores, influyen en la propensión a exportar; en tanto que el capital humano genérico de los trabajadores no tiene influencia sobre el mismo.

Bajo el método de Heckman por máxima verosimilitud, la investigación encuentra que la intensidad exportadora de las empresas está condicionada tanto por el capital humano genérico como el específico de los que dirigen la empresa. El capital humano genérico y específico de los trabajadores no tiene relevancia explicativa.

## **ABSTRACT**

The aim of the present investigation consists of determining the explanatory influence of the human capital on the commercial internationalization of the Peruvian companies of the sector confections, it in an age of the so called economy of the knowledge, in which the human capital is turning increasingly into the principal source of international competitiveness of the companies.

Conceptualized the commercial internationalization as the tendency to export and the exporting intensity, using the probit model, the investigation finds that the generic and specific human capital of the persons who direct the company, and the specific human capital of the workers, they influence the tendency to export; while the generic human capital of the workers does not have influence on the same one.

Under Heckman's method for maximum verisimilitude, the investigation finds that the exporting intensity of the companies is determined so much by the generic human capital as the specific of those who direct the company. The generic and specific human capital of the workers does not have explanatory relevancy.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo fundamental analizar la influencia del capital humano en el proceso de internacionalización exportadora de las empresas peruanas del sector confecciones.

De un tiempo a ésta parte, las empresas peruanas están involucradas dentro de un proceso dinámico de apertura y globalización comercial. En el contexto descrito, según un estudio de la CEPAL sobre la ganancia de competitividad de los países andinos en el mercado de los países desarrollados, se tienen solamente dos productos peruanos pertenecientes al sector confecciones (la ropa exterior y la ropa interior de punto) que han mostrado un rápido crecimiento en su competitividad y posicionamiento internacional, recibiendo los mismos la calificación de productos “estrella nacientes” (Cordero, 2005).

El proceso relativamente exitoso de internacionalización del sector confecciones, se produce en el marco en que estamos inmersos en un período donde tiende a predominar la *Economía del Conocimiento*. En este período, el conocimiento y la habilidad humana (capital humano), se está convirtiendo cada vez más en un factor explicativo de gran importancia en la creación de la competitividad internacional de las empresas (Porter, 1991; Benhabib y Spiegel, 1994).

Entonces, habría que preguntarse hasta qué punto la relativa exitosa internacionalización del sector confecciones es explicada por las variables que corresponden al capital humano. ¿Cuáles son las características centrales que presenta el proceso de internacionalización de las empresas peruanas del sector confecciones?; ¿Cuál es el rol o papel explicativo del capital humano en esta internacionalización?. Dado que existen dos tipos de capital humano, capital humano general y capital humano específico, habría que preguntarse cuál de los dos tipos de capital es la variable explicativa más importante. Finalmente, debido a que se tienen trabajadores y propietarios en la empresa, habría que investigar si el capital humano del que dirige la empresa (propietario) o de los trabajadores son los decisivos para este proceso de internacionalización.

Entendido la internacionalización como el proceso de penetración, posicionamiento y crecimiento de las empresas domésticas en el mercado internacional, existen dos tipos de internacionalización empresarial: la internacionalización comercial o exportadora y la internacionalización productiva. Las empresas peruanas del sector confecciones están inmersas básicamente en el grado de la internacionalización comercial. Por ello, los objetivos específicos planteados por la presente investigación son: (a) caracterizar el proceso de internacionalización exportadora de las empresas peruanas del rubro confecciones; y (b) identificar y cuantificar la importancia explicativa de los diferentes tipos de capital humano en el proceso de internacionalización exportadora de estas empresas. Es decir, determinar si el capital humano general o específico, tanto de los que dirigen la empresa como de los trabajadores, es la más importante para la internacionalización exportadora de las empresas del citado sector.

## **1. ESTRUCTURA Y CARÁCTERÍSTICAS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EXPORTADORA DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES**

La actividad económica del sector confecciones está estrechamente relacionada al del sector textil debido a que este segundo tiende a formar parte del conjunto de insumos del primero. Sin embargo, se debe tener en claro los productos específicos que comprende cada uno de ellos. El sector textil incluye los hilados, fibras textiles, tejeduría, tapices, alfombras, cordeles, cuerdas, bramantes, etc.; en tanto que las confecciones comprenden básicamente las prendas de vestir.

El valor agregado de los sectores textil y confecciones representan el 10,2% y 9,5%, respectivamente, del valor agregado de la actividad manufacturera peruana, por lo que ambos presentan una importancia participativa similar en la estructura del sector manufacturero peruano.

En cuanto al número de empresas, existe un predominio del sector confecciones sobre el sector textil. Del total de empresas de la rama textil y confecciones, el 74% (17.518 empresas) pertenecen a las confecciones. Éstas se encuentran concentradas en Lima Metropolitana (véase cuadro 1). Después de Lima, las regiones que concentran las empresas de este sector son Junín, Arequipa y Puno con el 6,4%, 6,2% y 4,4% respectivamente.

**Cuadro 1: Perú. Estructura de la distribución de las empresas del sector textil y confecciones (en miles)**

| SECTOR       | PERU   | LIMA METROPOLITANA |       |
|--------------|--------|--------------------|-------|
|              |        | CANTIDAD           | %     |
| CONFECCIONES | 17.518 | 10.021             | 57,20 |
| TEXTIL       | 5.873  | 3.252              | 55,37 |
| TOTAL        | 23.391 | 13.273             | 56,70 |

Fuente: Registro de establecimientos y empresas manufactureras 2007.PRODUCE. Elaboración propia

En las dos últimas décadas, se ha producido un cambio paulatino en la estructura de las exportaciones: aumentó la participación del sector confecciones y ha disminuido la del textil. En el año de 1990, las exportaciones de confecciones representaban el 22,1% del total de exportaciones de la rama textil confecciones. En el 2009, la cifra llegó al 78,5% (véase el cuadro 2). Este hecho indica que el sector confecciones, a diferencia del sector textil, es el que ha mostrado una clara internacionalización exportadora.

Efectivamente, en el proceso de la evolución de las exportaciones, se observa un crecimiento relativamente espectacular en las exportaciones de confecciones y un estancamiento en las exportaciones de textiles. En términos nominales, en el año 1990, el valor de las exportaciones de confecciones fue de 80 millones de dólares; en el 2009 la cifra llegó a 1.171 millones. En el caso del sector textil, para el mismo período, se pasó de 284 millones de dólares a apenas 321 millones.

**Cuadro 2: Perú. Estructura de las exportaciones del sector textil y confecciones (%)**

| SECTOR       | 1990 | 2000 | 2009 |
|--------------|------|------|------|
| CONFECCIONES | 22,1 | 72,2 | 78,5 |
| TEXTIL       | 77,9 | 27,8 | 21,5 |

Fuente: Memorias anuales del Banco Central de Reserva del Perú.

Elaboración propia

Si bien se tuvo una ligera contracción en las exportaciones de confecciones en el año 2009 respecto al del año 2008 - explicado básicamente por la crisis en el mercado internacional -, el crecimiento exportador de las confecciones se produjo con mayor fuerza a partir del año 2004; dicho comportamiento se explica fundamentalmente por una mayor exportación a Venezuela, el rápido crecimiento de la economía norteamericana y en el marco de la vigencia del APTDEA (Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de Drogas) (León, 2006).

A partir del año 2002 hasta el 2006, mediante el APTDEA, las confecciones peruanas exportadas al mercado norteamericano fueron exoneradas del pago del arancel y liberadas del sistema de cuotas de importación. Posteriormente, este trato preferencial a las confecciones peruanas fueron consolidadas con la firma del Tratado de Libre Comercio. Este hecho coadyuvó a una dinamización de las exportaciones de confecciones al mercado internacional en general y al norteamericano en particular.

Se debe señalar que este crecimiento de las exportaciones se produjo en un contexto del desmantelamiento gradual del Acuerdo sobre Textiles y Vestidos (ATV) o Acuerdo Multifibras. Dicho acuerdo - que estuvo vigente desde el año de 1974 - especificaba un sistema de restricciones o cuotas de importación por parte de EE.UU. y Europa a textiles y confecciones procedentes básicamente del continente asiático. En el año 1995, en la llamada Ronda de Uruguay, se acuerda eliminar gradualmente dicho sistema en cuatro tramos o etapas. Si bien, en diciembre del 2004 se culminó con el

cuarto y último tramo, EE.UU logró negociar con China la vigencia de una serie de acuerdos de restricción parcial a sus importaciones de textiles y confecciones -desde el país asiático - hasta el año 2008.

La dura competencia que enfrentaron las exportaciones de confecciones peruanas con los productos Chinos en el mercado norteamericano - debido a la eliminación gradual del sistema de cuotas a las importaciones desde Asia - , fue contrarrestada por el APTDEA y la ganancia en la calidad y la competitividad de los productos peruanos.

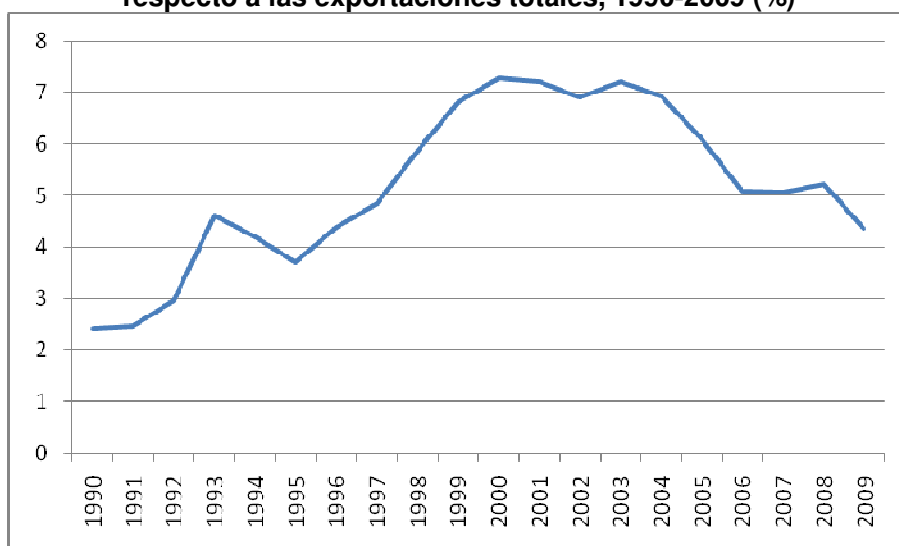
Las confecciones peruanas exportadas son de alta calidad, en parte, por la ventaja comparativa del algodón utilizado. El algodón pima peruano es de alta calidad, de fibra larga y suave. El tanguis es durable y de fácil teñido. Por otra parte, el diseño y la tecnología utilizada son de primer nivel. Se han mejorado los procesos de producción y se han efectuado grandes inversiones en el desarrollo de nuevos productos.

En términos relativos, la creciente internacionalización exportadora del sector confecciones queda también evidenciada en el gráfico 1. En ella se observa que la expansión externa de este sector se produjo con más fuerza en el período 1990-2003, y de manera más lenta en el período posterior a ella. El valor de las exportaciones de confecciones respecto a las exportaciones totales peruanas aumentó paulatinamente desde 2,4% en el año de 1990 hasta 7,2% en 2003; a partir de ella se produjo una tendencia a la caída hasta llegar a 4,4% en el año 2009.

El rápido crecimiento de las exportaciones de confecciones no sólo se produjo respecto a las exportaciones totales, sino también inclusive respecto a las exportaciones de productos no tradicionales. Como se puede observar en el gráfico 2, en el período 1990-2009, la participación porcentual de las exportaciones de confecciones, en el total de las exportaciones de productos no tradicionales, tendió a incrementarse. Dicho porcentaje aumentó gradualmente desde 8,1% en el año de 1990 hasta llegar a 25,5% en 2004; posteriormente tendió a disminuir a 19% en el 2009.

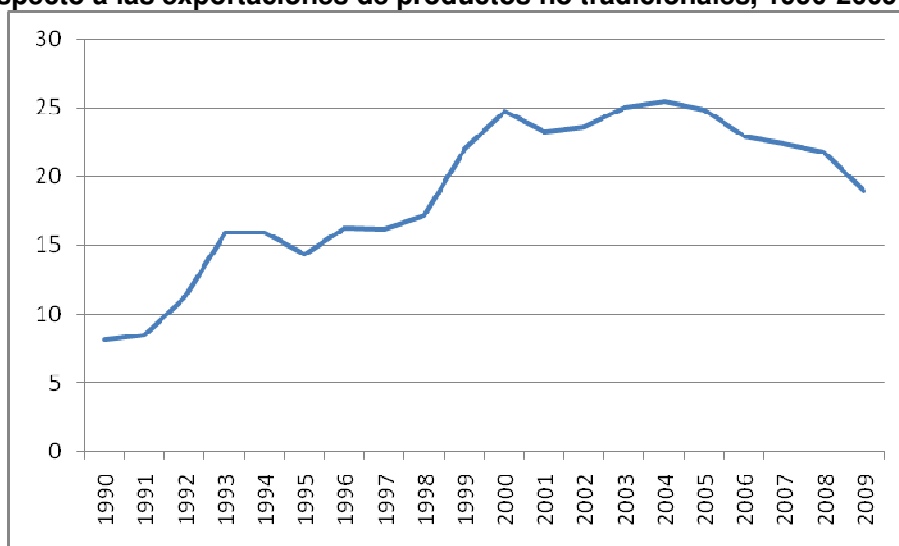


**Gráfico 1: Perú. Evolución del porcentaje de exportaciones de confecciones respecto a las exportaciones totales, 1990-2009 (%)**



Fuente: Memorias anuales del Banco Central de Reserva del Perú.  
Elaboración propia

**Gráfico 2: Perú. Evolución del porcentaje de exportaciones de confecciones respecto a las exportaciones de productos no tradicionales, 1990-2009 (%)**

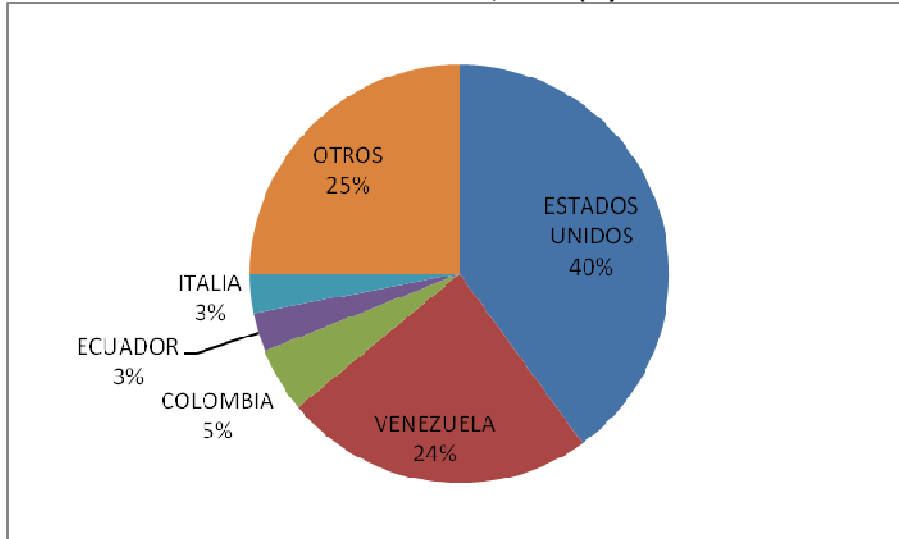


Fuente: Memorias anuales del Banco Central de Reserva del Perú.  
Elaboración propia

Las exportaciones del sector textil confecciones tiene como destino básico el mercado de Estados Unidos (40%), seguido por el mercado de Venezuela (ver gráfico 3). Sin embargo, se debe destacar que en los últimos años, el mercado venezolano incrementó gradualmente su importancia participativa de manera que tendió a reducirse la participación de Estados Unidos. Como se puede visualizar en el gráfico 4, las exportaciones de textiles y confecciones hacia Estados Unidos aumentaron

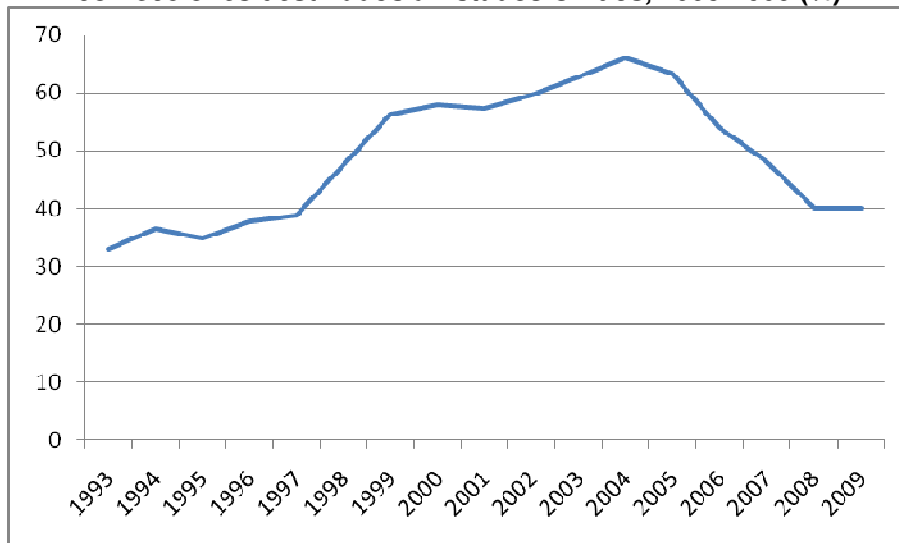
paulatinamente desde 33% en el año 1993 hasta llegar a 63% en 2005; a partir de ello tuvo una caída de manera que en el año 2009 el porcentaje fue de 40%.

**Gráfico 3: Perú. Estructura del destino de las exportaciones del sector textil confecciones, 2009 (%)**



Fuente: COMEXPERU  
Elaboración propia

**Gráfico 4: Perú. Evolución del porcentaje de las exportaciones de textiles y confecciones destinados a Estados Unidos, 1993-2009 (%)**



Fuente: COMEXPERU  
Elaboración propia

En el análisis del ranking de las empresas exportadoras, se tiene a la empresa Topy Top como la empresa líder en la exportación de confecciones, seguida por la empresa Devanlay Perú (véase cuadro 3).

**Cuadro 3: Perú. Valor y ranking de empresas exportadoras de textiles y confecciones, 2009.**

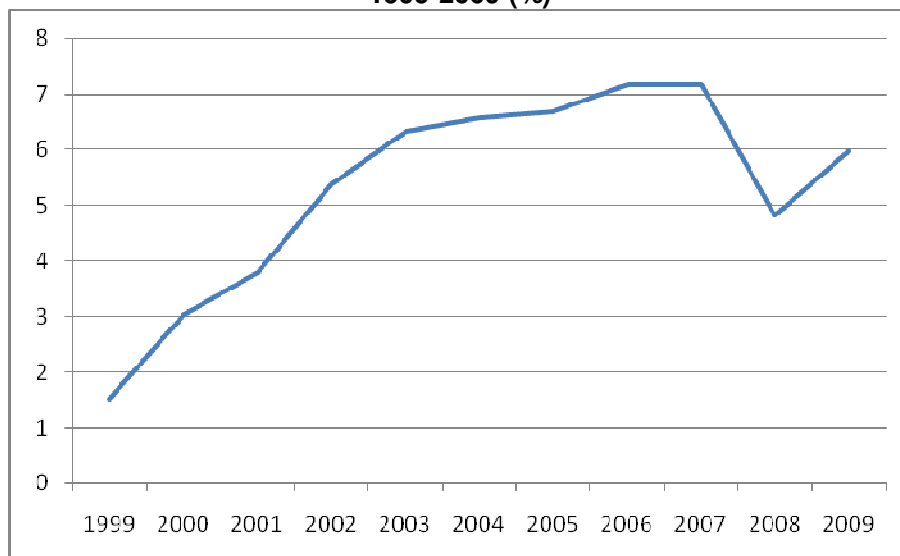
| EMPRESAS                | VALOR DE EXPORTACIONES<br>(Millones de US\$) | PORCENTAJE<br>(%) |
|-------------------------|--|-------------------|
| Topy Top                | 89.22  | 6,0               |
| Devanlay Perú           | 76.43  | 5,2               |
| Confecciones Textimax   | 66.32  | 4,5               |
| Textiles Camones        | 43.86  | 2,9               |
| Cotton Knit             | 36.53  | 2,5               |
| Sudamericana de Fibras  | 36.35  | 2,5               |
| Michell y Cía           | 35.78  | 2,4               |
| Textil San Cristóbal    | 33.43  | 2,3               |
| Hiland. Algodón Peruano | 31.73  | 2,1               |
| <b>TOTAL</b>            | <b>1.483.18</b>                              | <b>100,00</b>     |

Fuente: COMEXPERU

Elaboración propia

Topy Top tuvo un rápido crecimiento en sus ventas al exterior, de modo que aumentó paulatinamente su participación porcentual en el total de las exportaciones del sector (véase gráfico 5). El valor de las exportaciones de la empresa Topy Top, respecto a las exportaciones del sector, se incrementó de 1,5% en el año de 1999 hasta 7,2% en el 2006; luego se produjo un ligero retroceso a 5,98% en el año 2009.

**Gráfico 5: Perú. Evolución de la participación porcentual de las exportaciones de la empresa Topy Top en las exportaciones totales de textiles y confecciones, 1999-2009 (%)**



Fuente: COMEXPERU y Memorias anuales del BCRP

Elaboración propia

Topy Top es una empresa de capital totalmente peruana, cuyos propietarios son los hermanos Flores de Huancavelica. Si bien esta empresa es el que ha mostrado cierta delantera en el proceso de internacionalización exportadora, también la empresa Devanlay Perú ha tenido un gran desempeño internacionalizador, de manera que está compitiendo con Topy Top por el liderazgo en las exportaciones.

**Cuadro 4: Perú. Evolución del ranking de las cinco principales empresas exportadoras de textiles y confecciones, 2001 – 2009.**

|   | 2001           | 2003           | 2005           | 2007           | 2009           |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 1 | Conf. Textimax | Conf. Textimax | Topy Top       | Topy Top       | Topy Top       |
| 2 | Diseño y Color | Topy Top       | Conf. Textimax | Conf. Textimax | Devanlay Perú  |
| 3 | San Cristóbal  | Diseño y Color | Diseño y Color | Devanlay Perú  | Conf. Textimax |
| 4 | Topy Top       | San Cristóbal  | Devanlay Perú  | Ind. Framor    | Tex. Camones   |
| 5 | Nettalco       | Nettalco       | San Cristóbal  | Diseño y Color | Cotton knit    |

Fuente: COMEXPERU  
Elaboración propia

Se debe destacar el hecho de que Topy Top se convirtió en la empresa líder en las exportaciones de manera muy agresiva en un período relativamente corto. En el año 1999, Topy Top ocupaba el décimo lugar en el ranking de las empresas exportadoras de textiles y confecciones. Luego ascendió sucesivamente en el escalón hasta llegar al primer lugar en el 2005, año a partir de la cual se mantiene, en promedio, en el primer lugar (véase cuadro 4).

**Cuadro 5. Perú. Principales productos de exportación de confecciones, 2009.**

| PRODUCTO                          | VALOR        | PORCENTAJE (%) |
|-----------------------------------|--------------|----------------|
| Polos de algodón                  | 405          | 27,1           |
| Camisas de algodón                | 183          | 12,3           |
| Blusas de algodón                 | 108          | 7,2            |
| Suéteres de algodón               | 62           | 4,2            |
| Tank top de algodón               | 46           | 3,1            |
| Tejidos teñidos de algodón        | 41           | 2,7            |
| Tejidos de hilados de elastómeros | 28           | 1,9            |
| Resto                             | 619          | 41,5           |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>1.492</b> | <b>100,00</b>  |

Fuente: COMEXPERU  
Elaboración propia

En el marco del crecimiento de las exportaciones del sector confecciones, los polos y las camisas de algodón son los productos específicos que han mostrado un relativo mayor posicionamiento en el mercado internacional, de manera que son los que

presentan la mayor participación porcentual en el total de exportaciones de este sector (véase cuadro 5).

En resumen, se observa un crecimiento espectacular en las exportaciones de confecciones y un estancamiento absoluto en las exportaciones de textiles, de manera que se tiene un claro proceso de internacionalización exportadora de las empresas peruanas de confecciones. El principal destino de las exportaciones es Estados Unidos secundado por Venezuela. El liderazgo de las exportaciones lo tiene la empresa Topy Top. Finalmente, el polo de algodón es el producto estrella de exportación.

## **2. MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES EMPÍRICOS**

### **2.1. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO**

En principio, existen dos tipos de internacionalización empresarial: la internacionalización comercial y la internacionalización productiva. El primero, comprende la internacionalización a nivel de las exportaciones, el mismo que puede alcanzar su mayor grado con la apertura de filiales comerciales de la empresa en el exterior. El segundo, abarca la internacionalización a nivel de la inversión extranjera directa, el mismo que toma la forma de la implementación de plantas de producción de la empresa en el exterior. La internacionalización productiva refleja un mayor grado de internacionalización que la internacionalización comercial, debido a que generalmente implica un mayor esfuerzo y compromiso de recursos de la empresa en el mercado internacional.

Entre las principales teorías que explican la internacionalización productiva de las empresas se pueden mencionar a las siguientes: la teoría de la organización industrial, la teoría de la internalización, la teoría de la localización, paradigma ecléctico de Dunning y la teoría de redes (Villarreal, 2005). Estas teorías, tratan de explicar básicamente las razones por las cuales las empresas deciden ejecutar inversiones directas en el exterior y han sido aplicados para estudiar generalmente el caso de las empresas transnacionales y multinacionales.

Los enfoques teóricos relacionados a la internacionalización productiva no son relevantes para la comprensión y análisis del proceso de internacionalización de las empresas peruanas del sector confecciones, básicamente por dos razones: (a) las empresas internacionalizadas son pequeños en el escenario internacional de manera que no son grandes empresas transnacionales o multinacionales, (b) estas empresas no se encuentran en la fase de la internacionalización productiva, sino el comercial. Lo manifestado queda evidenciado por el hecho de que la empresa Topy Top, siendo el primero en el ranking de las exportaciones de confecciones, no cuenta con una planta o filial de producción en el exterior.

Dentro de las líneas teóricas que explican el proceso de internacionalización comercial o exportadora, se pueden citar, al enfoque gradualista, las nuevas empresas

internacionales y el enfoque de recursos. Estos enfoques son de carácter organizativo – empresarial.

Tanto a nivel de los trabajos teóricos y empíricos, el enfoque de recursos y capacidades es el que ha incorporado explícitamente al capital humano de la empresa como una de las variables explicativas fundamentales de la internacionalización comercial.

En el caso del sector confecciones peruanas, en el contexto de que las empresas que se internacionalizan ponen de manifiesto la ausencia de apoyo gubernamental en su proceso de internacionalización (León, 2008), tal proceso depende entonces básicamente de factores o recursos con que cuentan las empresas. Justamente, el enfoque microeconómico de recursos pone énfasis en la dotación de recursos de las empresas como una de las variables cruciales de la internacionalización.

En la línea del enfoque de recursos, la capacidad de penetración e inversión de las empresas en el mercado internacional está estrechamente relacionado a la posesión de ciertas ventajas competitivas cuasi monopólicas (Hymer, 1976). Estas ventajas competitivas a su vez depende crucialmente de la dotación de ciertos recursos estratégicos, los mismos que se caracterizan por ser generadores de valor, escasos, no sustituibles y no imitables (Barney, 1991). Estos recursos estratégicos son grandes generadores de valor para la empresa, en especial de valor de uso cuasi exclusivo, aunque de difícil cuantificación (valor de cambio) por parte de otras empresas rivales o no rivales. También por su particularidad, son recursos muy limitados o escasos que no lo poseen necesariamente todas las empresas. Son recursos de difícil y costosa imitación debido a que la empresa que la posee la acumula en el tiempo –básicamente a través de la experiencia - de manera no lineal, discontinua y en el largo plazo. Son no sustituibles -o de difícil sustitución - por la complejidad en la transferencia a terceros y por la dificultad en su reproducción por parte de estas otras empresas. Adicionalmente, según (Amit y Schoemaker, 1993), estos recursos son activos estratégicos de la empresas que también se caracterizan por ser durables y complementarios con otros recursos.

Dado que existen dos tipos de recursos, tangibles e intangibles (Wernerfelt, 1984), los que tienden a cumplir con las propiedades ya señaladas – y que permiten generar una ventaja competitiva internacional diferenciada a las empresas que la poseen - son básicamente los recursos intangibles (Ramírez, 2004; Hall, 1993). Los recursos

intangibles, son aquellos activos que no tienen soporte físico, y están basados fundamentalmente en el conocimiento, por lo que es muy difícil su identificación y cuantificación. En tanto que los recursos tangibles son aquellos activos de la empresa que tienen un soporte físico y material, y es fácilmente identificable y cuantificable (terrenos, edificios, bienes de capital, existencias y los activos financieros).

El recurso intangible - denominado también como capital intangible o intelectual – que condiciona la competitividad de las empresas está compuesto por cuatro tipos de capital (Bueno, 1998): capital humano, capital organizacional, capital tecnológico y capital relacional. Sin embargo, de este grupo de capitales, el capital humano es la variable decisiva a la hora en que las empresas deciden entrar a los mercados externos (Markides y Williamson, 1996) o cuando diversifican su portafolio de inversión extranjera directa (Lucas, 1990).

El capital humano es el stock de conocimientos y habilidades que posee una persona y que conduce a una mayor productividad laboral; por ende, el capital humano no es la persona física per se, sino es un activo intangible que está localizado en ella.

En estos tiempos de la llamada época del conocimiento, el principal recurso intangible estratégico de las empresas, es por excelencia, el capital humano. La calidad o productividad de las personas relacionadas a la calidad del capital humano, es por hoy, uno de los activos más valiosos con que cuentan las empresas y las organizaciones en la determinación de su competitividad internacional. El capital humano es la que potencia y optimiza la gestión del diseño, creación, proceso de producción, distribución, posicionamiento de los bienes y servicios en las empresas, además de que es el que organiza, planifica, traza los objetivos y metas de las empresas (Escolano y Belso, 2003). Una mayor dotación de capital humano incrementa la capacidad productiva de los individuos, y mediante ella contribuye a elevar la competitividad de las empresas. Las empresas dotadas con individuos de mayor capital humano tienden a mostrar un mayor grado de internacionalización en la medida en que tales individuos tienen una mayor capacidad de: (a) conocer y procesar información del mercado internacional, (b) identificar y ejecutar oportunidades de negocios externos, (c) asumir riesgos en mercados externos que usualmente tienden a presentar mayores grados de complejidad que los mercados locales, (d) vencer obstáculos culturales y idiomáticos, (e) establecer redes sociales internacionales y de negocios, y (f) acceder a tecnologías de producción y comercialización internacional



más eficientes además de promover las innovaciones tecnológicas necesarias (Edvinsson y Sullivan, 1996; Cooper, Gimeno-Gascon y Woo, 1994).

Se distingue dos tipos de capital humano: genérico y específico (Becker, 1975). El capital humano genérico está relacionado al stock de conocimientos y habilidades acumuladas mediante la educación general formal y que el individuo puede aplicarlo en diferentes empresas u organizaciones; es un capital trasladable – junto con la persona que la posee – de una empresa a otra. El capital humano genérico comprende el saber leer y escribir o la educación formal general recibida. En tanto que el capital humano específico comprende el stock de conocimientos y habilidades que son particulares y que pueden ser utilizadas sólo en una determinada empresa, labor o puesto de trabajo; es decir, son conocimientos o competencias útiles sólo para ciertas tareas especializadas, de modo que su productividad marginal fuera de la empresa o sector tiende a cero. Por dicha característica, el capital específico es menos volátil y trasladable entre las empresas. El capital humano específico comprende la experiencia acumulada en labores particulares, las capacitaciones, las especializaciones y los entrenamientos recibidos en o dentro de la empresa.

Por su carácter general y la mayor movilidad inter empresarial o intersectorial del capital genérico, el proceso de acumulación de éste es usualmente financiado por el trabajador, en tanto que el financiamiento de la acumulación de capital humano específico está generalmente a cargo de los empleadores, por lo que éstos tratan de proteger su inversión en ella mediante la minimización de la filtración de conocimientos - o migración de sus trabajadores - hacia otras empresas.

En última instancia, en la línea del enfoque de recursos, la educación formal externa alcanzada por el individuo (capital humano genérico) y la “educación interna” o experiencia y capacitación recibida en la empresa (capital humano específico), condicionan la productividad de la fuerza de trabajo y por ende la internacionalización competitiva de la empresa. Si bien la experiencia y la educación son factores que determinan la acumulación del capital humano, es necesario precisar que dicha acumulación también depende de factores relacionados a la salud y la nutrición.

Explicitada la influencia causal del capital humano sobre la internacionalización empresarial en general y dado nuestro objetivo fundamental de analizar la influencia del capital humano sobre la internacionalización comercial o exportadora de las

empresas del sector confecciones, se hace necesario precisar el concepto de internacionalización exportadora.

La internacionalización exportadora consiste en la posibilidad que tiene una empresa doméstica de vender en el mercado externo parte o toda su producción generada. Esta internacionalización tiene dos dimensiones: la propensión a exportar y la intensidad exportadora. La propensión a exportar está relacionada a la decisión de la empresa de salir o no al mercado externo. En tanto que la intensidad exportadora tiene que ver con el monto a destinarse al mercado externo una vez que se decide exportar. Estas dos decisiones de exportación son separables aunque están relacionadas. Para decidir salir al mercado externo se requiere afrontar riesgos, asumir costos y contar con los recursos estratégicos necesarios. La intensidad exportadora depende de los factores que condicionan la propensión a exportar, pero, también depende de otras variables que no condicionan la propensión a exportar: por ejemplo, la experiencia exportadora, la existencia de redes comerciales externos, etc. Ambas definiciones formales son complementarias en la conceptualización de la internacionalización exportadora de las empresas.

## **2.2. ANTECEDENTES EMPÍRICOS**

En el Perú, prácticamente no existen estudios empíricos formales sobre el proceso de internacionalización de las empresas, peor aún sobre la influencia del capital humano sobre ésta. Si bien León (2005, 2006) aborda el problema de la internacionalización comercial de las empresas peruanas, sin embargo, no toma en cuenta a las variables del capital humano. Sólo se tiene el trabajo de León (2008), que incorpora explícitamente el nivel de educación formal general alcanzada por el gestor de la empresa, y encuentra que la citada variable - además del tamaño y la experiencia de la empresa - condiciona el proceso de internacionalización de las empresas del sector confecciones. Sin embargo, dicho trabajo abstrae los demás tipos de capital humano existentes y que son considerados por la literatura relevante y por algunas investigaciones efectuados sobre el tema para otros países.

A nivel de otros países se cuenta con una gran cantidad de estudios sobre la internacionalización de las empresas; algunas de ellas incorporan el capital humano agregado como variable explicativa, junto con otras variables, y encuentran que el capital humano es efectivamente una de las variables condicionantes de la internacionalización (Madrid y García, 2004; Merino, 1998; Westhead, *et al.*, 2001;

Bernard y Jensen, 2001). Sin embargo, son muy contados los trabajos que desagregan el capital humano en general y específico. Por ejemplo, López (2006), en un estudio efectuado para el caso de la internacionalización de las empresas manufactureras españolas, encuentra que tanto las variables del capital humano genérico (porcentaje de empleados con estudios universitarios de grado técnico y superior) como el específico (porcentaje de empleados con contratos de larga duración y la formación recibida por el trabajador dentro de la empresa) son variables que tienen efectos muy importantes y significativos en el acceso e intensidad de penetración de las citadas empresas en el mercado internacional. Sin embargo, no toma en cuenta el capital humano específico y general de los propietarios o de los que dirigen la empresa.

En economías o sectores donde se tienen empresas predominantemente de carácter familiar, la competitividad e internacionalización comercial de la empresa no va depender sólo del capital humano de los trabajadores, sino, también probablemente de manera decisiva del capital humano específico y general de los propietarios o los gestores de la empresa.

Un aspecto diferenciador de la presente investigación respecto a los ya mencionados, es que separamos el capital humano del propietario del capital humano de los trabajadores, además que abrimos dentro de cada uno de ellos, el capital humano general y el capital humano específico. Nuestra investigación es integral en la inclusión de los diferentes tipos de capital humano. Los trabajos empíricos existentes son muy parciales en la incorporación explicativa de las variables de capital humano: toma en cuenta solo el capital humano general o el específico y solo del trabajador o del gestor de la empresa. Por ello, nosotros efectuamos el análisis con los siguientes tipos de capital humano:

- capital humano general del propietario o gestor de la empresa
- capital humano específico del propietario o gestor de la empresa
- capital humano general de los trabajadores de la empresa
- capital humano específico de los trabajadores de la empresa.

### 3. MODELO E HIPÓTESIS

La decisión de internacionalización comercial de la empresa puede representarse a través de la intensidad exportadora (IE) el mismo que se define como el porcentaje del valor de las ventas dirigidas al mercado externo respecto a las ventas totales de la empresa (Fernández y Nieto, 2005). En el mismo sentido, también se puede definir como el coeficiente de la producción de la empresa destinada al mercado externo o exportaciones (X) entre la producción total (Q):

$$(1) \quad IE = \frac{X}{Q}$$

Las empresas son exportadoras porque muestran cierta competitividad internacional y colocan su producto en el mercado internacional. Sin embargo, en la medida en que una parte de la producción también se puede destinar al mercado doméstico, las exportaciones lo definimos como la diferencia entre la producción total (Q) y la producción demandada en el mercado interno o demanda interna (Qd):

$$(2) \quad X = Q - Qd$$

Reemplazando (2) en (1) y operando se tiene:

$$(3) \quad IE = \frac{X}{Q} = \frac{Q - Qd}{Q} = 1 - \frac{Qd}{Q}$$

Asumiendo que la empresa opera en su máxima capacidad productiva, en la línea del enfoque de recursos ya desarrollada en el marco teórico, se asume que el nivel de la producción del bien transable exportable depende básicamente de activos o capitales intangibles y tangibles de la empresa. A su vez, la acumulación del activo intangible está condicionada fundamentalmente por el capital humano. Por ende, la producción estará en función directa del capital humano (H):

$$(4) \quad Q = f(H, O)$$

Donde, la variable (O) incluye al capital tangible y a los otros tipos de capital intangible diferentes al capital humano (capital tecnológico, capital de organización y capital relacional de la empresa). El capital tecnológico se refiere a las competencias y

conocimientos tecnológicos. El capital de organización comprende la infraestructura organizacional, los métodos de dirección, sistemas de comunicación, entre otros. El capital relacional abarca a las competencias que se posee en la gestión de la relación con el entorno, el mismo que comprende las alianzas, los contratos, relaciones con los clientes, proveedores, agentes líderes o de frontera.

Reemplazando (4) en (3) y derivando la intensidad exportadora respecto al capital humano se tiene:

$$(5) \frac{\partial IE}{\partial H} = \frac{Qd \cdot f_H}{Q^2} > 0$$

Donde  $f_H$  es la productividad marginal del capital humano.

Según la ecuación (5), existe una relación causal en sentido directo entre la dotación del capital humano y la intensidad exportadora. Es decir, dada la productividad marginal del capital humano y la cantidad demandada en el mercado interno, en la medida en que sea mayor la dotación del capital humano, tenderá a ser mayor la intensidad exportadora o grado de internacionalización comercial de la empresa. Sin embargo, también se debe destacar el hecho de que la productividad marginal del capital humano, condiciona, en sentido directo, el efecto de los cambios en el capital humano sobre la intensidad exportadora.

Dada la cantidad demandada en el mercado doméstico y la clasificación del capital humano en capital humano general ( $H_g$ ) y específico ( $H_e$ ), la función del modelo de la intensidad exportadora, en su forma reducida, será entonces igual a:

$$(6) IE = IE(H, O) = IE(H_g, H_e, O)$$

$$IE_{H_g} > 0$$

$$IE_{H_e} > 0$$

A partir de la ecuación (6), y tomando en cuenta la existencia del capital humano a nivel del que dirige la empresa (o propietario) y de los trabajadores del mismo, formulamos la siguiente hipótesis de trabajo:

**Hipótesis general:**

El capital humano influye en el proceso de internacionalización comercial de las empresas peruanas del sector confecciones: a mayor acumulación de capital humano, mayor es el grado de internacionalización comercial.

**Hipótesis específicas:**

H<sub>1</sub>: el capital humano general del que dirige la empresa determina la internacionalización exportadora.

H<sub>2</sub>: el capital humano específico del que dirige la empresa determina la internacionalización exportadora.

H<sub>3</sub>: el capital humano general de los trabajadores de la empresa determina la internacionalización exportadora.

H<sub>4</sub>: el capital humano específico de los trabajadores de la empresa determina la internacionalización exportadora.

#### 4. CAPITAL HUMANO E INTERNACIONALIZACIÓN COMERCIAL DEL SECTOR CONFECCIONES.

##### 4.1. ASPECTOS METODOLÓGICOS

En el marco del modelo formulado, para fines de la regresión econométrica que permita falsificar la hipótesis planteada, consideramos como variables dependientes dos indicadores de internacionalización comercial: (a) la propensión a exportar y (b) la intensidad exportadora. Como independientes se consideran el capital humano específico y general del que dirige la empresa y de los trabajadores. Para la regresión de la propensión a exportar utilizamos el método del modelo probit, en tanto que para la intensidad exportadora el método de Heckman de máxima verosimilitud. En concreto, tomando en cuenta a Fernández y Nieto (2005) y López (2006) se tiene las siguientes variables a regresionar:

VARIABLES DEPENDIENTES (Y):

$Y_1$  = Propensión a exportar

$Y_2$  = Intensidad exportadora

VARIABLES INDEPENDIENTES (X)

| INDIVIDUO   | TIPO DE CAPITAL HUMANO    | INDICADOR   |
|---|---------------------------|---|
| El que dirige la empresa:<br>propietario o<br>gerente general | Capital humano general    | $X_1$ = Nivel de estudios formales superiores   |
|   | Capital humano específico | $X_2$ = Cursos de exportación seguidos  |
| Los trabajadores  | Capital humano general    | $X_3$ = Porcentaje de trabajadores de la empresa con educación superior formal        |
|   | Capital humano específico | $X_4$ = Porcentaje de trabajadores que han recibido capacitación dentro de la empresa |

También se considera a la experiencia exportadora como capital humano específico de la empresa que exporta:

$X_5$  = Experiencia exportadora

#### VARIABLE DE CONTROL (Z)

$Z_1$  = Tamaño de la empresa

Tal como se especificó en el capítulo del marco teórico y conceptual, la propensión a exportar tiene que ver con la decisión de la empresa de entrar o no entrar al mercado externo, por lo que mide la probabilidad de que la empresa decida exportar. Es una variable dicotómica que toma el valor de uno si la empresa exporta y de cero si no lo hace. En tanto que la intensidad exportadora capta la intensidad de penetración de la empresa en el mercado internacional y se representa mediante la proporción de ventas en el mercado internacional sobre las ventas totales de la empresa.

$X_1$  toma los siguientes valores: cero cuando la persona que dirige la empresa no tiene estudios superiores, uno cuando tiene estudios superiores de pregrado, dos cuando tiene estudios de maestría, y tres cuando tiene estudios de doctorado. Se considera como estudios superiores de pregrado tanto a los estudios universitarios y no universitarios. En cada clasificación se toma en cuenta los estudios concluidos; así, por ejemplo, a la persona que tiene estudios superiores no concluidos se le clasifica como que no posee estudios superiores.

$X_2$  es una variable dicotómica que toma el valor de uno si la persona que dirige la empresa recibió cursos de capacitación sobre exportación, y cero en caso contrario.

$X_3$  se calcula dividiendo la cantidad de trabajadores que tienen estudios superiores concluidos (universitarios o no universitarios) entre el total de trabajadores de la empresa.

En el caso de los estudios alcanzados por los trabajadores, basándonos en López (2006) especificamos sólo dos niveles de estudios (aquellos con estudios superiores y sin estudios superiores); ello por dos razones: (a) por la mayor brecha de stock de capital humano general que tiende a existir entre los que poseen estudios superiores formales y aquellos que no los poseen (mayor diferenciación del stock de capital humano general formal); y (b) por la forma en que se genera la información correspondiente y la minimización del margen de error en el mismo. La información se recaba mediante una encuesta aplicada al que dirige la empresa. Para éste es



relativamente más fácil especificar el porcentaje de trabajadores con formación superior. Se hace mucho más difícil – para el gestor entrevistado - determinar cada porcentaje de trabajadores que alcanzaron uno de los niveles de educación formal existentes (sin estudios, estudios primarios, secundarios, superiores de pregrado, maestría y doctorado). En forma similar que en el caso de la medición del capital humano genérico de los que dirigen la empresa, aquí también se considera como con estudios superiores a aquellos que han concluido el mismo.

$X_4$  se mide dividiendo la cantidad de trabajadores (excluyendo a los funcionarios o personal de dirección) que han recibido capacitación dentro de la empresa entre el total de trabajadores del mismo. Por la predominancia de micro y pequeñas empresas, las actividades de capacitación que reciben los trabajadores en las empresas tienden a ser muy puntuales y de utilidad directa para éstos (las empresas). En la lógica del enfoque de recursos, para fines de ganar competitividad internacional diferenciadora de los pares locales, las empresas generalmente implementan actividades de capacitación específicas más que capacitaciones generales. Cuando más pequeña es la empresa la capacitación tiende a ser interna (dentro de la empresa) más que en otras instituciones o fuera del país, por lo que dicha capacitación permite acumular conocimientos específicos, es decir, capital humano específico de los trabajadores de la empresa.

Dado los aspectos nutricionales y de salud, la acumulación del capital humano depende -además de los años de estudios y la capacitación- de la experiencia laboral o empresarial. Por ello, en tanto que la experiencia exportadora es hasta cierto punto particular para cada empresa y que no tiene relevancia directa para las empresas no exportadoras, dicha variable se considera como un capital humano específico de aquellas empresas exportadoras. La experiencia exportadora ( $X_5$ ), se estima mediante la cantidad de años que la empresa exporta hasta el año 2009.

$Z_1$  que es el tamaño de la empresa, se aproxima a través del número de trabajadores.

Regresionamos las siguientes funciones:

Para la propensión a exportar

$$Y_1 = f (X_1, X_2, X_3, X_4, Z_1)$$

Para la intensidad exportadora

$$Y_2 = g(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, Z_1)$$

La información necesaria se recabó mediante una encuesta ejecutada en los principales distritos de Lima Metropolitana en las que se concentran las empresas del sector confecciones. Se utilizó el Censo Económico Nacional 2007 del INEI como marco muestral, determinándose así las cuotas por distrito. Dado el universo de 10.021 empresas de confecciones (en Lima Metropolitana), en total se aplicaron 210 encuestas válidas o consistentes, 130 para empresas no exportadoras y 80 para empresas exportadoras. Para ambos casos se consideró empresas de cinco y más trabajadores (véase anexo 1).

Para la regresión de la propensión a exportar utilizamos el método del modelo probit con información proporcionada por todas las empresas de confecciones encuestadas tanto exportadoras como no exportadoras (210 empresas). Sin embargo, para la regresión de la intensidad exportadora, consideramos solo la información de las 80 empresas que exportan (Gujarati, 2003).

En el caso de la regresión de la intensidad exportadora, la exclusión de las empresas no exportadoras de la población muestral podría generar estimadores sesgados desde la no aleatoriedad de la muestra. Esto es lo que se conoce en la literatura, como sesgo de selección. Para sopesar este hecho, recurrimos al método de Heckman de máxima verosimilitud (Greene, 1990; Heckman, 1979). (Ver anexo 2).

A continuación, con la información generada por la encuesta aplicada, en primer lugar, describimos el nivel de la dotación del capital humano tanto para las empresas exportadoras y no exportadoras tratando de identificar alguna regularidad relevante; en segundo lugar, presentamos los resultados de la regresión para los dos indicadores de la internacionalización comercial: la propensión a exportar y la intensidad exportadora.

#### **4.2. DOTACION DE CAPITAL HUMANO**

En principio se debe destacar el hecho de que las empresas del sector confecciones son de propiedad predominantemente familiar: el 89% de las empresas pertenecen a

una familia. Por tipo de empresas, las empresas no exportadoras presentan un mayor grado de carácter familiar (90,7%) y las exportadoras un porcentaje menor (86,2%).

En relación a la dotación de capital humano por tipo de empresas, las empresas exportadoras presentan, en promedio, una mayor dotación de capital humano que las empresas no exportadoras, lo cual indica de alguna manera o preliminarmente el efecto positivo del capital humano sobre la internacionalización exportadora de las empresas.

El stock de capital humano genérico de los que dirigen las empresas exportadoras tiende a ser mayor que el de las empresas no exportadoras. Como se puede observar en el cuadro 6, el 65% de los que dirigen las empresas exportadoras poseen estudios de pregrado o superiores (universitarios/no universitarios), en tanto que en el caso de las empresas no exportadoras predomina aquellos sin estudios de pregrado (63,9%). Si bien, el porcentaje promedio con estudios de maestría son bajos, sin embargo, la cifra es ligeramente mayor para el caso de las empresas exportadoras.

**Cuadro 6. Nivel de estudios superiores alcanzados por los que dirigen la empresa (%)**

|                         | Empresas no exportadoras | Empresas exportadoras | Total |
|-------------------------|--------------------------|-----------------------|-------|
| Sin estudios superiores | 63,9                     | 25,0                  | 49,1  |
| Pregrado                | 27,7                     | 65,0                  | 41,9  |
| Maestría                | 6,9                      | 8,8                   | 7,6   |
| Doctorado               | 1,5                      | 1,3                   | 1,4   |
|                         | 100,0                    | 100,0                 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta ejecutada

**Cuadro 7. Porcentaje de gestores que llevaron cursos de exportación (%)**

|                                | Empresas no exportadoras | Empresas exportadoras | Total |
|--------------------------------|--------------------------|-----------------------|-------|
| No llevó cursos de exportación | 82,3                     | 45,0                  | 68,1  |
| Sí llevó cursos de exportación | 17,7                     | 55,0                  | 31,9  |
|                                | 100,0                    | 100,0                 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta ejecutada

El stock de capital humano específico del que dirige la empresa exportadora es mayor que el de la empresa no exportadora. En el cuadro 7 se observa que el 55% de los que dirigen las empresas exportadoras llevaron cursos específicos sobre exportación, en tanto que el porcentaje en el caso de las empresas no exportadoras es de sólo 17,7%.

A nivel de los trabajadores, también se observa, en promedio, una mayor dotación de capital humano en las empresas exportadoras que en las no exportadoras.

El stock de capital humano genérico correspondiente a los trabajadores de las empresas exportadoras es ligeramente mayor que el de las empresas no exportadoras. Como se puede desprender del cuadro 8, sólo el 28,8% de las empresas exportadoras no tienen trabajadores con estudios superiores, en tanto que en el caso de las empresas no exportadoras el porcentaje es de 55,4%. Se debe puntualizar de que la dotación promedio de trabajadores con estudios superiores es relativamente baja; así, por ejemplo, destaca el hecho de que el 30% de las empresas exportadoras presentan un porcentaje menor a 10% de trabajadores con estudios superiores (universitarios y no universitarios).

**Cuadro 8. Porcentaje promedio de los trabajadores con estudios superiores (%)**

|                                  | Empresas no exportadoras | Empresas exportadoras | Total |
|----------------------------------|--------------------------|-----------------------|-------|
| Sin estudios superiores          | 55,4                     | 28,8                  | 45,2  |
| Hasta el 10% de los trabajadores | 3,9                      | 30,0                  | 13,8  |
| Del 11%-30% de los trabajadores  | 16,1                     | 15,0                  | 15,8  |
| Del 31%-50% de los trabajadores  | 18,4                     | 17,4                  | 18,1  |
| Más del 50% de los trabajadores  | 6,2                      | 8,8                   | 7,1   |
|                                  | 100,0                    | 100,0                 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta ejecutada

**Cuadro 9. Porcentaje de empresas que han efectuado actividades de capacitación de los trabajadores (%)**

|  | No exportadoras | Exportadoras | Total |
|--|-----------------|--------------|-------|
| Han efectuado actividades de capacitación    | 30,8            | 47,5         | 41,1  |
| No han efectuado actividades de capacitación | 69,2            | 52,5         | 58,9  |
|  | 100,0           | 100,0        | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta ejecutada

La acumulación de capital humano específico de los trabajadores es mayor en las empresas exportadoras que en las no exportadoras. Así, el 47,5% de las empresas exportadoras han ejecutado actividades específicas de capacitación de sus trabajadores. En el caso de las empresas no exportadoras la cifra es menor (30,8%). (Véase cuadro 9). Dentro de las empresas exportadoras que han ejecutado actividades de capacitación se debe destacar el hecho que se tiene un 39,5% de ellos que han capacitado al 100% de sus trabajadores.

### 4.3. CAPITAL HUMANO Y LA PROPENSIÓN A EXPORTAR

Según los resultados de la regresión efectuadas con el modelo de probit, la probabilidad de que la empresa del sector confecciones peruanas exporte o se internacionalice depende de manera muy visible de las variables del capital humano y también del tamaño de la empresa. En concreto, el capital humano genérico y específico del que dirige la empresa y el capital humano específico de los trabajadores son variables que condicionan la internacionalización exportadora de la empresa.

Como se puede observar el cuadro 10, el nivel de estudios superiores alcanzados por el que dirige la empresa (capital humano genérico) y los cursos de exportación seguidos por el mismo (capital humano específico) son variables estadísticamente significativas. De la misma manera, la capacitación recibida por los trabajadores en la empresa (capital humano específico) muestra significancia estadística. También el tamaño de la empresa presenta significancia estadística.

El nivel de educación superior alcanzada por los trabajadores (capital humano general de los trabajadores) no tiene efecto sobre la propensión a exportar, porque su parámetro estimado no es estadísticamente significativo. El hecho de que el intercepto muestre significancia estadística indica que también se tiene otro conjunto de variables diferentes al capital humano y tamaño de la empresa que determinan la internacionalización comercial de las empresas peruanas del sector confecciones.

**Cuadro 10. Propensión a exportar de las empresas de confecciones (modelo probit)**

| <b>Variable dependiente: Propensión a exportar</b>    | <b>Coefficiente</b> |
|---|---------------------|
| Estudios superiores del que dirige la empresa         | 0.2690035 **        |
| Cursos de exportación del que dirige la empresa       | 0.7011164 *         |
| Trabajadores con estudios superiores                  | -0.1803549          |
| Tamaño de la empresa                                  | 0.0306381 *         |
| Capacitación de los trabajadores dentro de la empresa | 1.335532 *          |
| Constante   | -1.352109 *         |

\*\*Significativo al 10%

\* Significativo al 5%

Fuente: Elaboración propia en base a la regresión ejecutada

Con la finalidad de aproximarnos a la cuantificación de la capacidad explicativa del capital humano en la propensión a exportar, efectuamos la estimación del efecto marginal para dicha relación.

**Cuadro 11. Efecto marginal del capital humano sobre la propensión a exportar de las empresas de confecciones**

| <b>Variable dependiente: Propensión a exportar</b>    | <b>Coefficiente</b> |
|---|---------------------|
| Estudios superiores del que dirige la empresa         | 0.1018976           |
| Cursos de exportación del que dirige la empresa       | 0.2783499           |
| Tamaño de la empresa                                  | 0.0119291           |
| Capacitación de los trabajadores dentro de la empresa | 0.5212138           |

Fuente: Elaboración propia en base a la regresión ejecutada

En el cuadro 11 se observa que por cada incremento porcentual en la cantidad de trabajadores capacitados dentro de la empresa, la probabilidad de que una empresa no exportadora se convierta en exportadora aumenta en aproximadamente 52%. De la misma manera, por cada curso específico de capacitación sobre exportación que siga el que dirige la empresa, la probabilidad de exportar aumenta en 27,8%. Finalmente, por cada nivel o grado en que aumente la formación superior formal de la persona que dirige la empresa, la probabilidad de exportar de la empresa crece en 10% aproximadamente.

#### **4.4. CAPITAL HUMANO Y LA INTENSIDAD EXPORTADORA**

En este caso aplicamos el método de Heckman por Máxima Verosimilitud bajo la presunción de que podía existir el problema de sesgo de selección al considerar solo una parte de la muestra (a los exportadores). Para tal efecto, evaluamos la existencia de correlación ( $\rho=0$ ) entre los errores de la ecuación de intensidad exportadora (ecuación principal) y los de la ecuación de propensión a exportar (ecuación de selección).

Los resultados mostraron la existencia de esta correlación ( $\rho \neq 0$ ) con un nivel de significancia cercano al 90%, por lo que la variable ratio inverso de mills (variable correctora) es significativa en el modelo. Esto indica que el problema de sesgo de selección (por excluir a las empresas no exportadoras de la muestra) es relevante en la estimación de los resultados. Por tanto, para la estimación de los parámetros, es pertinente el uso del método de Heckman de máxima verosimilitud, descartando así una estimación por MCO. El cuadro 12 muestra los resultados obtenidos.

Los resultados de la regresión indican que sólo el capital humano genérico y el específico del que dirige la empresa (propietario o gerente), además del tamaño de la

empresa, son relevantes en la determinación de la intensidad exportadora, más no el capital humano de los trabajadores.

**Cuadro 12. Intensidad exportadora de las empresas de confecciones (método Heckman de máxima verosimilitud)**

| <b>Variable dependiente: Intensidad exportadora</b>   | <b>Coefficiente</b> |
|---|---------------------|
| Estudios superiores del que dirige la empresa         | 0.0816426***        |
| Cursos de exportación del que dirige la empresa       | 0.2701291*          |
| Trabajadores con estudios superiores                  | -0.0846988          |
| Tamaño de la empresa                                  | 0.0002221*          |
| Capacitación de los trabajadores dentro de la empresa | 0.0591221           |
| Experiencia exportadora                               | -0.0014943          |
| Constante   | 0.1688568           |

\*\*\* Significativo al 15%

\* Significativo al 5%

Fuente: Elaboración propia en base a la regresión ejecutada

Tal como se puede observar en el cuadro 12, los estudios superiores que alcanza el que dirige la empresa (capital humano general) y los cursos de capacitación en exportaciones seguidas por el mismo (capital humano específico) son estadísticamente significativos. En tanto que las dos variables de capital humano correspondientes a los trabajadores no muestra significancia estadística.

El tamaño de la empresa también coadyuva positivamente a la profundización en la internacionalización comercial de las empresas: cuanto mayor sea el tamaño de la empresa, mayor será la proporción de de sus ventas en el mercado externo.

El signo del parámetro correspondiente a la experiencia exportadora muestra un valor negativo, pero, estadísticamente no significativo.

En términos de elasticidades, por cada aumento en el nivel de educación superior del que dirige la empresa, la intensidad exportadora o el grado de penetración de la empresa en el mercado internacional se incrementa en 8%. De la misma manera, por cada curso de capacitación en exportación que recibe el mismo, la intensidad exportadora se incrementa en 27%.

#### **4.5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

El objetivo central de la investigación consistió en analizar el efecto condicionante del capital humano sobre el proceso de internacionalización comercial de las empresas peruanas del sector confecciones. Por ello, hemos cuantificado la capacidad

explicativa del capital humano genérico y específico de la empresa sobre los dos indicadores de internacionalización comercial: propensión a exportar y la intensidad exportadora. La propensión a exportar mide la probabilidad de que una empresa exporte o no exporte (decisión de exportar o incursionar en el mercado internacional), en tanto que la intensidad exportadora cuantifica la magnitud relativa de la exportación de las empresas que ya exportan.

Los resultados hallados indican que el capital humano general y específico de la persona que dirige la empresa (propietario o gerente) y el capital humano específico de los trabajadores son los que condicionan la decisión de exportar, más no el capital humano general de los trabajadores.

En el caso del capital humano relacionado a la persona que dirige la empresa, la elasticidad de los cursos sobre exportación que sigue éste es ligeramente mayor que la elasticidad de los estudios formales generales, lo cual indica la relativa mayor importancia que tiene - para la probabilidad de que la empresa decida exportar - la capacitación de éstos en certámenes académicos puntuales relacionados a la exportación. Es decir, si bien, en la medida en que la persona que dirige la empresa alcanza mayores niveles de estudios superiores (pregrado, maestría, doctorado) aumenta la probabilidad de que la empresa decida entrar al mercado internacional, la capacitación de éste en cursos específicos sobre exportación es relativamente más decisiva para el mismo.

Debemos señalar que el valor del efecto marginal estimado del nivel de estudios superiores del que dirige la empresa (0.106) es aproximadamente similar a lo encontrado en otro único estudio efectuado para el caso peruano (León, 2008) donde se halló un valor de 0.124. La diferencia podría explicarse porque en el citado estudio se trabaja con una variable dicotómica (uno para los que tienen estudios superiores y cero para aquellos sin estudios superiores) en tanto que en el presente estudio se consideró niveles de estudios superiores (sin estudios superiores, superior universitaria, con grado de maestría y doctorado).

En cuanto al capital humano de los trabajadores, en contraposición del nivel de estudios superiores formales alcanzados, la capacitación específica que reciben los mismos en la empresa no sólo es una variable que condiciona de manera positiva la propensión a exportar de la empresa, sino que muestra el mayor valor de elasticidad que todas las demás variables consideradas como explicativas.



El signo del sentido de la relación de la propensión a exportar con el nivel de estudios superiores de los trabajadores es no esperado (negativo), sin embargo, el parámetro estimado es estadísticamente no significativo. Este resultado podría estar reflejando el hecho de que la proliferación de centros de educación superior, sin el correlato necesario en la calidad académica, está generando una mayor dotación de trabajadores con educación superior, pero, no necesariamente de un nivel muy competitivo, por lo cual su aporte en la productividad internacionalizadora de la empresa es irrelevante. Entonces, es más importante - para la decisión de exportar – la capacitación específica que reciben los trabajadores en la empresa que el nivel de educación formal superior alcanzada por éstos.

La intensidad exportadora de la empresa depende sólo del capital humano genérico y específico de los que dirigen la empresa más no del capital humano de los trabajadores. En forma similar que lo encontrado para la propensión a exportar, en este caso también, la elasticidad de los cursos sobre exportación que reciben los que dirigen la empresa es mayor que la elasticidad mostrada por el nivel de educación superior formal alcanzada por éstos. En la medida en que la persona que dirige la empresa obtenga mayores niveles de educación superior y asista a cursos de capacitación sobre exportaciones, la empresa alcanzará un mayor grado de penetración exportadora en el mercado internacional, aunque la segunda variable tiene una mayor influencia relativa en el citado proceso.

El hecho de que los parámetros estimados para las variables del capital humano de los que dirigen la empresa muestren significancia estadística, y que los del capital humano de los trabajadores no sean estadísticamente significativos, indica que la capacidad de las empresas de posesionarse en el mercado internacional depende del nivel de conocimientos y habilidades de los que dirigen la empresa más que de los trabajadores.

El capital humano de los trabajadores es relevante para que la empresa se decida exportar o incursionar en el mercado externo, pero no lo es tanto, para posesionarse en el mismo. Una vez que la empresa ya exporta – productos competitivos coadyuvados por trabajadores con mayor dotación de capital humano -, cuando éste desea expandirse o crecer en el mercado internacional, se hace mucho más importante el capital humano del que gestiona o lidera la empresa. Ello es así porque posesionar a la empresa en el mercado externo es generalmente una tarea

dirigencial. El crecimiento de la empresa en el mercado internacional está en función de la consolidación y ganancia de amistad o fidelidad con el cliente, la capacidad de establecer nuevas redes o relaciones comerciales, el aprovechamiento de los nichos de mercado existentes, la participación activa, eficaz y exitosa en ferias, la mejor presentación del producto e imagen de la empresa, etc. los mismos que dependen básicamente de manera directa e importante de la capacidad y habilidad de los que dirigen la empresa.

La experiencia exportadora de la empresa no condiciona necesariamente a la capacidad de posicionamiento de éste en el mercado internacional. El parámetro estimado correspondiente es de signo negativo, pero, no muestra significancia estadística. Este resultado no debe sorprender - dado a que los años de experiencia exportadora de la empresa está generalmente relacionada a la cantidad de años de funcionamiento del mismo (edad de la empresa) -, debido a que diferentes estudios hechos sobre la relación entre la edad de la empresa y la internacionalización, han arrojado resultados muy diversos, ambiguos e inclusive de signos contradictorios López (2006). Sin embargo, el signo negativo estaría reflejando el hecho de que en los últimos años se ha incrementado la cantidad de empresas de reciente creación que han intensificado sus exportaciones o que se están creando empresas con una visión y política de exportación inmediata. Esta afirmación se basa en el hecho de que el 30% de las empresas exportadoras encuestadas han iniciado sus actividades de exportación recién a partir del año 2005, mostrando los mismos una proporción de ventas al exterior por encima del 50%.

En resumen, el capital humano general y específico de los que dirigen la empresa condiciona la propensión y la intensidad exportadora, en tanto que solamente el capital humano específico de los trabajadores determina la propensión a exportar, pero, no a la intensidad exportadora. Este resultado nos indica de alguna manera que la internacionalización de las empresas peruanas de confecciones depende relativamente en mayor grado del nivel de conocimientos y capacidades de los que dirigen la empresa que de los trabajadores en el mismo.

Finalmente, dado el stock de capital humano en las empresas, el tamaño de las mismas condiciona positivamente tanto la propensión como la intensidad exportadora, lo cual reafirma –en forma similar que lo encontrado en casi todos los trabajos empíricos sobre el tema - la importancia del tamaño de la empresa en su decisión de exportar o de posicionarse en el comercio exterior.

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE POLÍTICA**

### **5.1. CONCLUSIONES**

- a) El capital humano influye en el proceso de internacionalización comercial de las empresas peruanas del sector confecciones
- b) El capital humano genérico de los que dirigen las empresas determina la decisión de éstos de incursionar en el mercado externo. Por cada nivel o grado de educación superior alcanzada por éstos, la probabilidad de exportación de la empresa aumenta aproximadamente en 10%.
- c) El capital humano específico del que dirige la empresa contribuye a la propensión exportadora. Por cada curso sobre exportación seguida por estos, la probabilidad de que la empresa incursione en el mercado externo aumenta en 27%.
- d) El capital humano específico de los trabajadores coadyuva a la internacionalización comercial de las empresas. Por cada incremento porcentual en la proporción de trabajadores capacitados en la empresa, la probabilidad de exportar se incrementa en 52%.
- e) El capital humano general de los trabajadores no tiene influencia en la decisión de exportar al mercado externo.
- f) El capital humano genérico y específico de los que dirigen la empresa determina la intensidad exportadora de las empresas. Por cada nivel o grado de educación superior alcanzada por éste, la intensidad exportadora se incrementa aproximadamente en 8%. En tanto que por cada curso de capacitación en exportación seguida, la intensidad exportadora se incrementa en 27%.
- g) El capital humano genérico y el específico de los trabajadores no tiene influencia en el grado de penetración o posicionamiento comercial de la empresa en el mercado externo.
- h) El tamaño de la empresa condiciona positivamente tanto la decisión de exportar como la intensidad exportadora de las empresas. También se debe

puntualizar, según el resultado econométrico, que la propensión a exportar depende también de otras variables no especificadas pero diferentes a las variables de capital humano consideradas.

## 5.2. RECOMENDACIONES DE POLÍTICA

De los resultados de la investigación se derivan básicamente las siguientes recomendaciones de política relacionados a la acumulación necesaria del capital humano para coadyuvar a una mayor internacionalización comercial de las empresas peruanas de confecciones.

- a) Con la finalidad de coadyuvar al incremento de empresas que **decidan incursionar** en el mercado externo o que no exportan y decidan incrementar su probabilidad de exportar, se debe: (a.1) intensificar o masificar el desarrollo de cursos de capacitación sobre exportación para aquellos que dirigen o planean dirigir las empresas; (a.2) promover el aumento en el porcentaje de trabajadores participantes en las actividades de capacitación específica dentro de la empresa; y (a.3) posibilitar que la dirección de la empresa esté en manos de personas con el mayor nivel de formación superior formal posible.
- b) Con la finalidad de **intensificar las exportaciones** de aquellas empresas que ya exportan, se debe: (b.1) incrementar la organización de cursos de capacitación sobre exportación orientados básicamente a aquellos que dirigen las empresas; (b.2) promover que la dirección de la empresa esté a cargo de profesionales con el mayor grado superior formal posible.
- c) Sintetizando y generalizando (a) y (b), con la finalidad de coadyuvar a la internacionalización exportadora de las empresas de confecciones se recomienda implementar políticas o medidas que permitan la mayor capacitación en exportación de los que dirigen las empresas, la capacitación de los trabajadores dentro de la empresa, y posibilitar que la dirección de las empresas esté a cargo del personal con la mayor formación superior posible.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Amit, R. & Schoemaker, P

1993 "Strategic assets and organizational rent"., *Strategic Management Journal*, vol. 14, pp. 33-46.

Barney, John.

1991 "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management* n.º 17, pp. 99-120.

Becker, Gary

1975 Human capital: a theoretical and empirical analysis with special reference to education, Columbia University Press.

Benhabib J. y M. Spiegel

1994 "The role of human capital in economic development. Evidence from aggregate cross-country data", *Journal of Monetary Economics*, n.º 34, pp.143-173.

Bernard, A. y Jensen, J.

2001 "Why some firms export". *NBER Working Paper*, 8.349, Cambridge, MA.

Bueno, Eduardo

1998 "El Capital Intangible como clave estratégica en la competencia actual". *Boletín de Estudios Económicos*, nº 164, pp. 207-229.

Cooper, A., Gimeno-Gascon, F., y Woo, C.

1994 "Initial human and financial capital predictors of new venture performance", *Journal of business Venturing*, n.º 1, vol 3, pp.371-395.

Cordero, Martín

2005 Comunidad Andina: un estudio de competitividad exportadora. *Serie Estudios y Perspectivas*, n.º 25. Santiago de Chile: CEPAL.

Edvinsson, L. y Sullivan, P.

1996 "Developing a Model for Managing Intellectual Capital", *European Management Journal*, n.º 14, págs. 356-364.

Escolano, Carmen y José Antonio Belso

2003 “La influencia del factor humano en los procesos de internacionalización y crecimiento exterior de las empresas”. *Boletín Económico del ICE*, n.º 2766, pp. 41-51.

Fernández, Zulima y María Jesús Nieto

2005 “La estrategia de internacionalización de la pequeña empresa familiar”, *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresa*, n.º 22, pp. 107-126.

Greene, William

1990 *Análisis Económico*. New York: New York University.

Gujarati, Damodar

2003 *Econometría*. México: McGraw Hill – Interamericana.

Hall, Richard

1993 “A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage”. *Strategic Management Journal*, n.º 14, págs. 607-618.

Heckman, James

1979 “Sample selection bias as a specification error”, *Econometrica*, n.º 47, pp.153–61.

Hymer, Stephen

1976 *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, Cambridge: MIT Press.

León, Juan

2005 “Tipo de cambio e internacionalización empresarial”. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, n.º 27, pp. 151-161.

2006 “Determinantes del proceso de internacionalización de las empresas Peruanas”. *Revista Pensamiento Crítico*, n.º 6, pp. 69 – 85.

2008 “Determinantes del proceso de internacionalización de las PYME

Peruanas”: caso sector confecciones”. *Economía y Sociedad* n.º 69, CIES, Lima.

López, José

2006 “La internacionalización de la empresa manufacturera española: efectos del capital humano genérico y específico”. *Cuadernos de Gestión*, n.º 1, vol. 6, pp. 11-24

Lucas, Robert

1990 “Why doesn't capital flow from rich to poor countries?”. *American Economic Review*, n.º 2, vol. 80, pp. 92-96.

Madrid, Antonia y Domingo García

2004 “Influencia del tamaño, la antigüedad y el rendimiento sobre la intensidad exportadora de la PYME industrial española”. *Información Comercial Española*, n.º 817, pp. 35-49.

Markides, C. y Williamsom, P.

1996 “Corporate diversification, core competences and corporate performance”, *Academy of Management Journal*, vol. 39, n.º 2, pp. 340-367.

Merino, De Lucas

1998 “La salida al exterior de la PYME manufacturera Española”; *Información Comercial Española*, n.º 73, pp. 13-24.

Porter, Michael

1991 La ventaja competitiva de las naciones. Vergara editores, buenos Aires.

Ramírez, Aleson

2004 “La importancia de los recursos intangibles en la internacionalización de la empresa”, *Universia Business Review*, n.º 3, pp. 62-69.

Villarreal, Oskar

2005 “La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea”. *Cuadernos de Gestión*, n.º 2, vol. 5, pp. 55-73.

Wernerfelt, Birger

1984 "A resource-based view of the firm", *Strategic Management Journal*,  
n.º16, Vol.5, pp.171-80.

Westhead, P., Wright, M. y Ucbasaran, D.

2001 "The internationalization of new and small firms: A resource-based view",  
*Journal of Business Venturing*, n.º 16, pp. 33-38.



## ANEXOS

### ANEXO N° 1

#### PROCEDIMIENTO DE LA DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA Y LA EJECUCIÓN DE LA ENCUESTA

Dado el universo de 10021 empresas formales de confecciones ubicadas en Lima Metropolitana<sup>1</sup>, se determina un tamaño de muestra de 199 empresas a encuestar, aplicando la siguiente fórmula:

$$N = \frac{(n)(z)^2(p)(q)}{d^2(n-1) + (z)^2(p)(q)}$$

Donde: N es el tamaño de la muestra; n es el universo de las 10021 empresas de confecciones; p es la proporción esperada de 5% que maximiza el tamaño muestral; q es el nivel de confianza de 95%; d representa el margen de error muestral de 3%; y z toma un valor de 1,96 para una seguridad de 95%.

Con la finalidad elevar el grado de confianza en la información generada, se aplicó un total de 210 encuestas válidas. Dado que se tiene registrado aproximadamente 2000 empresas exportadoras de confecciones, el mismo que representa aproximadamente un tercio de las 5300 empresas excluyendo a aquellas con menos de cinco trabajadores, se aplicó 80 encuestas a empresas exportadoras y el resto a las no exportadoras  $((2000/5300)(210) = 79.2 = 80)$ .

En el cuadro A1 se muestra los distritos que fueron elegidos para la encuesta. Para el caso de las empresas no exportadoras se consideró a los distritos que concentraban al 67,0% de estas empresas; mientras que para las empresas exportadoras se tomó al 81,0%. La cantidad encuestas se ejecutaron de manera proporcional al número de empresas según estos distritos. Por ejemplo, el 40,5% de las encuestas se realizaron en el distrito de la Victoria

Asimismo, se tomo en cuenta para las cuotas de las encuestas, al tamaño de las empresas, según el número de trabajadores. El cuadro A2 muestra la distribución del

---

<sup>1</sup> Censo Económico Nacional 2007.

tamaño de las empresas del sector confecciones en Lima Metropolitana. La cantidad y la distribución de las encuestas aplicadas tomó en cuenta estas proporciones.

Debido al hecho de que sólo el subsector confecciones es el que ha mostrado un mayor proceso de crecimiento y penetración en el mercado externo, más no el subsector textil, las encuestas se aplicaron sólo a las empresas del subsector confecciones, de modo que las regresiones econométricas relacionadas a la internacionalización empresarial se efectúan para este subsector utilizando la información recabada por la encuesta.

**Cuadro A1: Lima Metropolitana. Distribución de las empresas exportadoras y no exportadoras del sector confecciones según distritos, 2007 (%)**

| <b>Distrito</b>        | <b>No Exportadoras</b> | <b>Exportadoras</b> |
|------------------------|------------------------|---------------------|
| La Victoria            | 27,2                   | 12,3                |
| San Juan de Lurigancho | 14,1                   | 5,7                 |
| Ate                    | 7,9                    | 17,0                |
| Lima                   | 5,6                    | -                   |
| San Martín de Porres   | 4,4                    | -                   |
| Comas                  | 4,3                    | -                   |
| Los Olivos             | 3,5                    | -                   |
| San Luis               | -                      | 7,6                 |
| Santiago De Surco      | -                      | 7,6                 |
| Miraflores             | -                      | 6,6                 |
| Otros                  | -                      | 24,5                |
| No considerados        | 33,0                   | 18,7                |
| <b>Total</b>           | <b>100,0</b>           | <b>100,0</b>        |

Fuente: INEI – Censo Económico Nacional, 2007

Elaboración propia

**Cuadro A2: Lima Metropolitana. Distribución de las empresas exportadoras y no exportadoras del sector confecciones según tamaño de empresa, 2007 (%).**

| <b>Rango de tamaño de empresa</b> | <b>No exportadoras</b> | <b>Exportadoras</b> |
|-----------------------------------|------------------------|---------------------|
| De 5 a 9 trabajadores             | 59,7                   | 15,0                |
| De 10 a 19 trabajadores           | 28,9                   | 23,6                |
| De 20 a 49 trabajadores           | 7,2                    | 20,8                |
| De 50 a más trabajadores          | 4,2                    | 40,6                |
| <b>Total</b>                      | <b>100,0</b>           | <b>100,0</b>        |

Fuente: INEI – Censo Económico Nacional, 2007

Elaboración propia

## ANEXO N° 2

### MÉTODO DE HECKMAN DE MÁXIMA VEROSIMILITUD

Para formalizar lo enunciado en el capítulo de la metodología, se plantea un modelo lineal general conocido como ecuación de resultado, de la siguiente forma:

$$y_i = \beta' x_i + \varepsilon_i$$

Donde  $y_i$  recoge la intensidad exportadora de la empresa, mientras que  $x_i$  representa a los factores que la explican. Complementariamente, el hecho de que se observe o no la variable dependiente puede modelarse formalmente en una ecuación de selección mediante un modelo probit:

$$s_i = \alpha' w_i + \mu_i$$

En donde  $s_i$  adopta el valor de uno si el  $i$ -ésima empresa es exportadora y cero si no lo es, mientras que  $w_i$  representa las características empresariales que determinan la propensión a exportar.

Finalmente, el modelo de Heckman asume que los errores de ambas ecuaciones  $\varepsilon_i$  y  $\mu_i$  siguen una distribución normal bivariada

$$\begin{bmatrix} y_i^0 \\ s_i^0 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} x_i & \beta \\ w_i & \alpha \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \varepsilon_i \\ \mu_i \end{bmatrix}, \quad \begin{bmatrix} \varepsilon_i \\ \mu_i \end{bmatrix} \sim N \begin{bmatrix} \sigma^2 & \rho\sigma \\ \rho\sigma & 1 \end{bmatrix}$$

Donde la ecuación correspondiente a la variable  $s_i^0$  representa el medio de selección, así solo se observa el valor de  $y_i^0 = y_i$  si  $s_i^0 > 0$ . Esto es igual a:

$$E(y_i / s_i > 0) = E(\beta' x_i + \rho\sigma\lambda)$$

Donde  $\lambda = \frac{f(\alpha' w_i)}{1 - F(\alpha' w_i)}$  es conocido como Ratio de Mills. Asimismo  $f(\cdot)$  indica la función de densidad normal y  $F(\cdot)$  la función de distribución normal. Ello implica que si la especificación de la variable en cuestión omite este factor se incurre en un error de especificación.

A partir de las ecuaciones presentadas, se realiza la estimación de los parámetros del modelo por el método de máxima verosimilitud. En este caso, bajo los

supuestos señalados, el logaritmo de la función de verosimilitud adopta la siguiente forma:

$$LnL = \sum_0 Ln(1 - F(w_i\alpha)) + \sum_1 Ln\left(\frac{1}{\sqrt{2\pi\sigma_\mu^2}}\right) + \sum_1 \frac{1}{2\sigma_\mu^2} (y_i - x_i'\beta)^2 \sum_1 LnF\left(\frac{w_i\alpha + \rho\left(\frac{y_i - x_i'\beta}{\sqrt{(1-\rho)^2}}\right)}{\sqrt{(1-\rho)^2}}\right)$$

Para comprobar si en el modelo existe sesgo de selección, se requiere verificar la significancia estadística del parámetro  $\rho$  el cual indica el grado de relación entre los factores aleatorios que afectan la decisión de exportar. Para ello, se emplea el test de Wald, cuya hipótesis nula es que el valor de  $\rho$  es cero. Si  $\rho$  es cero, ello implica que los factores que inciden en la decisión de exportar son independientes de los factores del grado de internacionalización de las empresas. En este caso, la estimación por mínimos cuadrados ordinarios es insesgada y no se requiere emplear la metodología de Heckman. Por lo contrario, existe evidencia de sesgo de selección por lo que el método de Heckman es el recurrente.

### ANEXO N° 3

## RESULTADOS DE LA REGRESIÓN ECONOMÉTRICA

### MODELO PROPENSION A EXPORTAR

| Probit regression                 |  | Number of obs | = | 210    |
|-----------------------------------|--|---------------|---|--------|
| Log pseudolikelihood = -98.106224 |  | wald chi2(5)  | = | 56.78  |
|                                   |  | Prob > chi2   | = | 0.0000 |
|                                   |  | Pseudo R2     | = | 0.2970 |

| exp          | Coef.     | Robust Std. Err. | z     | P> z  | [85% Conf. Interval] |           |
|--------------|-----------|------------------|-------|-------|----------------------|-----------|
| est_jefe2    | .2690035  | .1628658         | 1.65  | 0.099 | .034553              | .5034539  |
| cursos_exp~t | .7011164  | .2306784         | 3.04  | 0.002 | .3690476             | 1.033185  |
| estudios_t~b | -.1803549 | .3958305         | -0.46 | 0.649 | -.7501654            | .3894555  |
| trabajadores | .0306381  | .0118554         | 2.58  | 0.010 | .0135718             | .0477044  |
| pp           | 1.335532  | .2888533         | 4.62  | 0.000 | .9197191             | 1.751346  |
| _cons        | -1.352109 | .1796658         | -7.53 | 0.000 | -1.610744            | -1.093475 |

Considerando solo las significativas

| Probit regression                 |  | Number of obs | = | 210    |
|-----------------------------------|--|---------------|---|--------|
| Log pseudolikelihood = -98.197753 |  | wald chi2(4)  | = | 56.07  |
|                                   |  | Prob > chi2   | = | 0.0000 |
|                                   |  | Pseudo R2     | = | 0.2963 |

| exp          | Coef.    | Robust Std. Err. | z     | P> z  | [85% Conf. Interval] |           |
|--------------|----------|------------------|-------|-------|----------------------|-----------|
| est_jefe2    | .2594305 | .1608374         | 1.61  | 0.107 | .0279                | .490961   |
| cursos_exp~t | .7133115 | .2283008         | 3.12  | 0.002 | .3846652             | 1.041958  |
| trabajadores | .0303714 | .0117151         | 2.59  | 0.010 | .0135071             | .0472356  |
| pp           | 1.327006 | .2915148         | 4.55  | 0.000 | .9073617             | 1.746651  |
| _cons        | -1.37621 | .1720096         | -8.00 | 0.000 | -1.623823            | -1.128596 |

Efectos marginales

| Marginal effects after probit |          |           |      |       |              |         |         |
|-------------------------------|----------|-----------|------|-------|--------------|---------|---------|
| y = Pr(exp) (predict)         |          |           |      |       |              |         |         |
| = .42993727                   |          |           |      |       |              |         |         |
| variable                      | dy/dx    | std. Err. | z    | P> z  | [ 85% C.I. ] |         | x       |
| est_je~2                      | .1018976 | .06271    | 1.62 | 0.104 | .011625      | .19217  | .614286 |
| cursos~t*                     | .2783499 | .08575    | 3.25 | 0.001 | .154908      | .401791 | .319048 |
| trabaj~s                      | .0119291 | .0048     | 2.48 | 0.013 | .005015      | .018843 | 18.3333 |
| pp                            | .5212138 | .1143     | 4.56 | 0.000 | .356676      | .685752 | .192857 |

(\*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

## Modelo criteria

```
Measures of Fit for probit of exp
Log-Lik Intercept only:      -139.551      Log-Lik Full Model:      -98.198
D(205):                      196.396      LR(4):                   82.706
                              Prob > LR:           0.000
McFadden's R2:              0.296      McFadden's Adj R2:      0.261
Maximum Likelihood R2:      0.326      Cragg & Uhler's R2:    0.443
McKelvey and Zavoina's R2: 0.848      Efron's R2:             0.360
Variance of y*:             6.569      Variance of error:      1.000
Count R2:                   0.776      Adj Count R2:           0.412
AIC:                        0.983      AIC*n:                  206.396
BIC:                        -899.762     BIC':                   -61.318
```

## MODELO INTENSIDAD EXPORTADORA

```
Heckman selection model      Number of obs      =      210
(regression model with sample selection)
Censored obs                =      130
Uncensored obs              =      80

Log pseudolikelihood = -113.8333      wald chi2(6)      =      30.58
                                      Prob > chi2        =      0.0000
```

|               | Coef.     | Robust Std. Err. | z      | P> z  | [85% Conf. Interval] |           |
|---------------|-----------|------------------|--------|-------|----------------------|-----------|
| <b>ventas</b> |           |                  |        |       |                      |           |
| est_jefe2     | .0816426  | .0539299         | 1.51   | 0.130 | .0040088             | .1592765  |
| cursos_exp~t  | .2701291  | .0986144         | 2.74   | 0.006 | .1281707             | .4120876  |
| estudios_t~b  | -.0846988 | .1033051         | -0.82  | 0.412 | -.2334098            | .0640122  |
| trabajadores  | .0002221  | .000119          | 1.87   | 0.062 | .0000509             | .0003934  |
| exp_exp       | -.0014943 | .0094643         | -0.16  | 0.875 | -.0151184            | .0121299  |
| pp            | .0591221  | .11843           | 0.50   | 0.618 | -.1113616            | .2296057  |
| _cons         | .1688568  | .1702098         | 0.99   | 0.321 | -.0761656            | .4138792  |
| <b>exp</b>    |           |                  |        |       |                      |           |
| est_jefe2     | .2474123  | .1601658         | 1.54   | 0.122 | .0168486             | .4779759  |
| cursos_exp~t  | .7069256  | .2274028         | 3.11   | 0.002 | .3795721             | 1.034279  |
| trabajadores  | .032072   | .0118537         | 2.71   | 0.007 | .0150081             | .0491358  |
| pp            | 1.287204  | .293499          | 4.39   | 0.000 | .8647034             | 1.709705  |
| _cons         | -1.38393  | .1684136         | -8.22  | 0.000 | -1.626367            | -1.141494 |
| /athrho       | .5992745  | .3786068         | 1.58   | 0.113 | .0542581             | 1.144291  |
| /lnsigma      | -1.136809 | .097902          | -11.61 | 0.000 | -1.277742            | -.9958761 |
| rho           | .5365331  | .2696181         |        |       | .0542049             | .8158539  |
| sigma         | .3208411  | .031411          |        |       | .2786658             | .3693997  |
| lambda        | .1721419  | .0998593         |        |       | .0283914             | .3158924  |

```
wald test of indep. eqns. (rho = 0): chi2(1) =      2.51      Prob > chi2 = 0.1135
```

Donde:

Est\_jefe2 = Estudios superiores del que dirige la empresa

Cursos\_exp-t = Cursos de exportación del que dirige la empresa

Estudios\_t-s = trabajadores con estudios superiores

pp= capacitación de trabajadores dentro de la empresa

trabajadores = Tamaño de la empresa (número de trabajadores)

exp-exp = experiencia exportadora

## ANEXO N° 4

### FORMATO DE LA ENCUESTA

N°.....

Marcar con un aspa la alternativa correspondiente o escribir la respuesta según sea el caso

#### **INFORMACIÓN GENERAL**

1. Año de creación de la empresa  
.....
2. La propiedad de la empresa es:
  - a) De una familia o grupo familiar
  - b) De varios propietarios de capital nacional
  - c) De capital nacional y extranjera
  - d) otro.....
3. La gerencia general o la dirección de la empresa está a cargo:
  - a) del propietario o copropietario de la empresa
  - b) sólo de un tercero
  - c) de un tercero pero también con participación directa de los propietarios
  - d) otro.....

#### **SOBRE LA PERSONA QUE DIRIGE LA EMPRESA**

¿El que dirige la empresa:

|   |   |                      |  |
|---|---|----------------------|--|
| 4 | posee estudios superiores universitarios?                     | (a) SI (b) NO (c) NP | Si la respuesta es (b) pasar a la pregunta (7) |
| 5 | posee estudios de maestría?                                   | (a) SI (b) NO (c) NP |  |
| 6 | posee estudios de doctorado?                                  | (a) SI (b) NO (c) NP |  |
| 7 | recibió cursos de capacitación específicos sobre exportación? | (a) SI (b) NO (c) NP |  |

#### **SOBRE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA**

8. Del total de trabajadores de la empresa ¿Cuál es el porcentaje aproximado de los trabajadores con estudios superiores universitarios y/o no universitarios?.....
9. ¿Los trabajadores reciben actividades de capacitación dentro de la empresa?
  - a) Sí
  - b) No
  - c) NPSi la respuesta es (b) pase a la pregunta (11)
10. Aproximadamente ¿qué porcentaje de los trabajadores han recibido capacitación?.....
11. Aproximadamente ¿Qué porcentaje de sus trabajadores se encuentra con contratos de larga duración?.....
12. Cuantos trabajadores tiene la empresa?.....

**SOBRE LA ACTIVIDAD EXPORTADORA** (dirigida sólo a las empresas que exportan)

13. ¿Desde qué año exporta la empresa?.....
14. Aproximadamente ¿qué porcentaje de sus ventas totales representan las exportaciones?.....

RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA.....  
DIRECCIÓN DE LA EMPRESA.....  
CONDICION O CARGO DE LA PERSONA ENCUESTADA .....  
APELLIDOS Y NOMBRES DEL ENCUESTADOR.....  
CODIGO DEL ENCUESTADOR.....  
TELEFONO Y CORREO DEL ENCUESTADOR.....



**ANEXO N° 5****RELACION DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS**

|    | <b>EMPRESAS</b>               | <b>UBICACION</b>       |
|----|-------------------------------|------------------------|
| 1  | COBENCO S.A.                  | La Victoria            |
| 2  | Pima Cotton Srltda            | San Luis               |
| 3  | DEAFRANI S.A.C.               | San Luis               |
| 4  | Lenny Kids Sac                | Chorrillos             |
| 5  | Alani Eirltda                 | Ate                    |
| 6  | Glamour Sac                   | La Victoria            |
| 7  | Onlly Seveninter C.Sac        | San Luis               |
| 8  | Astrid Collection             | La Victoria            |
| 9  | Eder Condor Morales           | San Luis               |
| 10 | Happy Baby                    | San Juan de Lurigancho |
| 11 | Textiles Camomes              | Puente Piedra          |
| 12 | Jess Jarpers Vilca Chacalla   | San Luis               |
| 13 | Jhoshy Line Sa.               | San Juan de Lurigancho |
| 14 | Textil Sydney Sac             | San Juan de Lurigancho |
| 15 | Pibebe                        | San Juan de Lurigancho |
| 16 | Marca Britmez Sa              | San Juan de Lurigancho |
| 17 | Confecciones Jeremy           | San Juan de Lurigancho |
| 18 | Alcidiades Torrejón Hernandez | San Luis               |
| 19 | Valembor                      | San Luis               |
| 20 | Nazario Cruz Tapia            | Surco                  |
| 21 | Confecciones Leslyluz Eirltda | San Luis               |
| 22 | Coorp. Romuri Sac             | Cercado de Lima        |
| 23 | Erasmus Huaman                | Ate                    |
| 24 | Coorp. Gire Sac               | Los Olivos             |
| 25 | Josdel Sa                     | La Victoria            |
| 26 | Csk Srltda                    | Barranco               |
| 27 | Confecciones Sota Eirl        | La Victoria            |
| 28 | Confecciones Zagaz            | San Miguel             |
| 29 | Textil Mercurio Sac           | La Victoria            |
| 30 | Elizabeth Lourdes Montano     | Magdalena              |
| 31 | Alfredo Chavez Beteta         | Cercado De Lima        |
| 32 | Pima Kinz Sac                 | Surco                  |
| 33 | Golden Top Sac                | Surco                  |
| 34 | Cotton Kinz Sac               | Surco                  |
| 35 | Rodis                         | Surco                  |
| 36 | Venta Deportiva               | La Victoria            |
| 37 | Eugenia Revello               | La Victoria            |
| 38 | Michael Yupanqui              | La Victoria            |
| 39 | Confecciones Clarisa          | La Victoria            |
| 40 | Barra Asto                    | Surco                  |
| 41 | Textiles Camones              | Surco                  |
| 42 | TEXPIMA S.A.C.                | Villa María el Triunfo |
| 43 | Coorp. Textil 3,14            | Surco                  |
| 44 | Gapatex Sac                   | San Isidro             |
| 45 | Incagreat Knits S.A.C.        | Surquillo              |
| 46 | Ana Teresa Gallirgos          | Miraflores             |

|    |   |                        |
|----|---|------------------------|
|    | Inversiones Achatex EIRL                | Miraflores             |
| 48 | Pol Weagr Sac                           | Miraflores             |
| 49 | Awaytex Xport Peru Sac                  | Miraflores             |
| 50 | Patricia Cabanillas Casas               | Miraflores             |
| 51 | Manufacturas Cambio América Sac         | Miraflores             |
| 52 | Obvius                                  | Miraflores             |
| 53 | Textil Vivanco Garcia                   | La Victoria            |
| 54 | Rosita´S                                | La Victoria            |
| 55 | De Lesly Fashion                        | Ate                    |
| 56 | Import Export Jhafaos                   | Ate                    |
| 57 | Creaciones Sa                           | Ate                    |
| 58 | GAPATEX S.A.C.                          | Ate                    |
| 59 | TEXTIL CARMELITA E.I.R.L.               | Ate                    |
| 60 | Modatex Perú                            | Ate                    |
| 61 | Manufacturera Kukuli Sac                | Ate                    |
| 62 | Creaciones Kalieska                     | Ate                    |
| 63 | Cardenas Molina                         | Ate                    |
| 64 | Idalvina                                | Ate                    |
| 65 | Rodriguez Rodriguez                     | Ate                    |
| 66 | Creaciones Nayle                        | Ate                    |
| 67 | Fuentes Salvatierra                     | Ate                    |
| 68 | Julio Farfan                            | Ate                    |
| 69 | Nazario Cruz                            | Ate                    |
| 70 | Multiservicios Textil Elvis             | Cercado de Lima        |
| 71 | Melendez Valderrama                     | San Isidro             |
| 72 | Jamis Collection                        | La Perla               |
| 73 | D'Aquila                                | Villa el Salvador      |
| 74 | Eold Tagle                              | Callao                 |
| 75 | Osvel                                   | Jesús María            |
| 76 | Isatis                                  | Pueblo Libre           |
| 77 | Andrea Y Vania                          | Pueblo Libre           |
| 78 | Confecciones Caly                       | Rímac                  |
| 79 | Confecciones Rc                         | Rímac                  |
| 80 | Pikaras Eirl                            | Surquillo              |
| 81 | Daniel Puma Challa                      | La Victoria            |
| 82 | Huaman Cunyas Edgar Zenaido             | San Juan de Lurigancho |
| 83 | Sastreria Argentina S.R.L.              | San Juan de Lurigancho |
| 84 | Pisfil Portal Hugo Diego                | La Victoria            |
| 85 | Magdalena Velasquez                     | La Victoria            |
| 86 | Soria Changa Miguel Esteban             | La Victoria            |
| 87 | Cecilia Consa Orque                     | La Victoria            |
| 88 | Diaz Sifuentes Lenin                    | La Victoria            |
| 89 | Floralizze Seminario Abanto             | La Victoria            |
| 90 | Cardenas Quiñones De Cribillero Modesta | La Victoria            |
| 91 | Confecciones Gladymar                   | San Juan de Lurigancho |
| 92 | Merilyn                                 | San Juan de Lurigancho |
| 93 | Confecciones Aurora                     | La Victoria            |
| 94 | Faviltex E.I.R.L.                       | Lima                   |
| 95 | Confecciones Gunes                      | Comas                  |
| 96 | Giron Sernaque                          | San Juan de Lurigancho |
| 97 | Felipe Huayta Apaza                     | Comas                  |

|     |                                     |                        |
|-----|-------------------------------------|------------------------|
| 98  | Coorporacion Fari                   | Lima                   |
| 99  | Alejo Y Confecciones                | Lima                   |
| 100 | Confecciones Jeremy                 | Lima                   |
| 101 | Galeria Fany                        | La Victoria            |
| 102 | Confecciones Nava                   | San Juan de Lurigancho |
| 103 | Publicidad Gama Perú S.A.C.         | La Victoria            |
| 104 | Gladymar                            | Los Olivos             |
| 105 | Jorisa Publicidades S.A.C.          | La Victoria            |
| 106 | Espain Espinosa                     | San Martín de Porres   |
| 107 | I'Am                                | San Juan de Lurigancho |
| 108 | Creaciones Dabggi Line              | Los Olivos             |
| 109 | Confecciones J.R.                   | La Victoria            |
| 110 | Creaciones Philo                    | Los Olivos             |
| 111 | Confecciones Reyder'S               | La Victoria            |
| 112 | Creaciones Hinos                    | San Martín de Porres   |
| 113 | Victoriano Fuentes Escalante        | Lima                   |
| 114 | Confecciones Nava                   | Lima                   |
| 115 | Creaciones Jossy                    | San Juan de Lurigancho |
| 116 | Creaciones Rubi                     | San Juan de Lurigancho |
| 117 | Confecciones Yessenia               | Los Olivos             |
| 118 | Confecciones Solucion               | Los Olivos             |
| 119 | Peruvian Modas Caroline             | Comas                  |
| 120 | Camisas Fretelli                    | Comas                  |
| 121 | Creaciones Moises Santos            | La Victoria            |
| 122 | Angel Collantes Chavez              | La Victoria            |
| 123 | Creaciones Everangel                | La Victoria            |
| 124 | Confeciones Milagros                | La Victoria            |
| 125 | Confecciones Luis Y Nicolle         | Los Olivos             |
| 126 | Creaciones Arely                    | La Victoria            |
| 127 | D' Noas                             | San Martín de Porres   |
| 128 | Creaciones Sonia                    | San Martín de Porres   |
| 129 | Creaciones Smar                     | San Martín de Porres   |
| 130 | Jaimes Corrales Filemon             | San Juan de Lurigancho |
| 131 | Quispe Paitan Andrés                | San Juan de Lurigancho |
| 132 | Punto Textil Y Afines S.A.C         | Los Olivos             |
| 133 | Campos Marcui Jorge Luis            | Lima                   |
| 134 | Santos Pastor Barturen Becerra      | Lima                   |
| 135 | F.F. Textil S.A.C                   | Ate                    |
| 136 | Machahuay Andia Simeon              | Ate                    |
| 137 | Ranilla Huamani De Tintaya Herminia | Ate                    |
| 138 | Francia Camacho Felipe              | Ate                    |
| 139 | Contreras Cordova Ruben Eufrasio    | Ate                    |
| 140 | Pongo Vivanco Ruben                 | Ate                    |
| 141 | Teofilo Sanchez Lobato              | La Victoria            |
| 142 | Creaciones S'Bas                    | La Victoria            |
| 143 | Multi Diseño                        | La Victoria            |
| 144 | Jesica Aguilar                      | La Victoria            |
| 145 | Anel S.A.C                          | La Victoria            |
| 146 | Novedades Calwim                    | La Victoria            |
| 147 | Eduardo Rodriguez                   | La Victoria            |
| 148 | Kimberly Boutiques                  | San Juan de Lurigancho |
| 149 | Confecciones Hergut S.A.C           | San Juan de Lurigancho |

|     |  |                        |
|-----|--|------------------------|
| 150 | Daniel Paucar                              | La Victoria            |
| 151 | Creaciones Carls                           | La Victoria            |
| 152 | Inversiones Calderon S.R.L                 | La Victoria            |
| 153 | Foxatel S.A.C                              | La Victoria            |
| 154 | Textil Camones A&V                         | Comas                  |
| 155 | Garcia Berru Carmen                        | Ate                    |
| 156 | Herrera Rivera Elva                        | Ate                    |
| 157 | Alfaro Vergaray De Vasquez Jessica         | Ate                    |
| 158 | Llanco Urbina Rosa Elsinha                 | Ate                    |
| 159 | Montalvo Guerra Carmen Rosa                | San Martín de Porres   |
| 160 | Jose Choque Roman                          | La Victoria            |
| 161 | Norma Nacny Espinoza Rosales               | La Victoria            |
| 162 | Deghi                                      | La Victoria            |
| 163 | German Iman Silva                          | La Victoria            |
| 164 | Textil Mister Danny S.A.C                  | San Juan de Lurigancho |
| 165 | Cortesa                                    | La Victoria            |
| 166 | Perez Polo Santos Eleuterio                | La Victoria            |
| 167 | Quispe Rocca Roque Jacinto                 | La Victoria            |
| 168 | Zegarra Sanchez Martin                     | La Victoria            |
| 169 | Cornejo Angeles Silvia Pilar               | La Victoria            |
| 170 | Felber S.R.L                               | La Victoria            |
| 171 | Creaciones Baldino                         | San Juan de Lurigancho |
| 172 | Singles S.R.L                              | La Victoria            |
| 173 | Confecciones Industriales Meza S.A.C       | San Juan de Lurigancho |
| 174 | Roxana Arteaga                             | La Victoria            |
| 175 | Choquehuanca Pascual                       | La Victoria            |
| 176 | Marleni Cruz(Gonzalo Limachi)              | La Victoria            |
| 177 | Empresa Natural                            | San Juan de Lurigancho |
| 178 | Catalina Oria                              | La Victoria            |
| 179 | Creaciones Titos                           | San Juan de Lurigancho |
| 180 | Vilchez Murillo Jesus Aurelio              | San Juan de Lurigancho |
| 181 | Mariano Ayte Huaman                        | Comas                  |
| 182 | Trazos Y Formas De Esther Gladys Leon Leon | San Martín de Porres   |
| 183 | Sastreria Cotrina                          | Lima                   |
| 184 | Miguel Angel Varillas Shicshe              | Lima                   |
| 185 | Confeccion Principe                        | La Victoria            |
| 186 | Angeles Leon Cesar Elias                   | San Martín de Porres   |
| 187 | Tricotton S.A.C                            | San Martín de Porres   |
| 188 | Quality Textil                             | San Juan de Lurigancho |
| 189 | Ltex Moda                                  | Ate                    |
| 190 | Textiles San Carlo S.A.                    | La Victoria            |
| 191 | Comercial Estrella S.A                     | La Victoria            |
| 192 | Galeria Guisado                            | La Victoria            |
| 193 | Fani Roque                                 | San Juan de Lurigancho |
| 194 | Baby Max S.R.L.                            | La Victoria            |
| 195 | Confecciones Daysi                         | San Juan de Lurigancho |
| 196 | Todo Sport                                 | San Juan de Lurigancho |
| 197 | Confecciones Moreno                        | Comas                  |
| 198 | Maria Euguia Rossi Quispe                  | Lima                   |
| 199 | Pedro Apaza Quispe                         | La Victoria            |
| 200 | Confecciones De Luz Serna                  | La Victoria            |

|     |                                  |                        |
|-----|----------------------------------|------------------------|
| 201 | Yucra Jacobo Vicente             | Ate                    |
| 202 | Sevillano Mendoza Lazaro         | Ate                    |
| 203 | Inversiones De Alessandra S.R.L. | Ate                    |
| 204 | Francisco Isaac Luis Cipriano    | Ate                    |
| 205 | Creacio Mori                     | Comas                  |
| 206 | Confecciones Nicolas             | La Victoria            |
| 207 | Confecciones Chinito             | San Juan de Lurigancho |
| 208 | Confecciones Silvana             | Los Olivos             |
| 209 | Confecciones Manos A La Obra     | San Juan de Lurigancho |
| 210 | Salinas Utrilla                  | San Juan de Lurigancho |