



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“Diseño de plan de exportación para las asociaciones de artesanas de
paja toquilla del distrito de la arena al mercado canadiense – Piura 2018”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTOR:

Br. Acosta Chero, Carlos William (ORCID: 0000-0002-2249-481X)

ASESOR:

Mg. Tullume Capuñay, Victor Raul (ORCID: 0000-0003-2846-6462)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados Emergentes

PIURA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A mis padres Juan Acosta Sánchez y Filomena Chero Chiroque, quienes me brindan su apoyo incondicional y me acompañan en cada decisión y meta que me propongo.

A mis hermanas: Mirtha y Diana, a mi hermano Víctor, quienes llenan de color, alegría y esperanza mi vida.

Agradecimiento

A DIOS, por darme la vida, bendecirme y darme la sabiduría para realizar este estudio.

A mi profesor Víctor Raúl Túllume Capuñay, por compartir conmigo sus experiencias, conocimientos, y brindarme la asesoría adecuada para

Página del jurado



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2016
Página : 1 de 1

El Jurado en cargo de evaluar la tesis presentada por don Carlos William Acosta Chero cuyo título es: "Diseño de plan de exportación para las asociaciones de artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena al mercado canadiense - Piura 2018"

Reunido en fecha, escucho la sustentación y la resolución de preguntas por es estudiante, otorgándole el calificativo de: 14, catorce.

Piura 20 de noviembre del 2019

MG. VICTOR RAÚL TÚLLUME CAPUÑAY
PRESIDENTE

MBA. ERIN GIULIANA CERDA NEIRA
SECRETARIA

MBA. JORGE LUIS MARTINEZ PEREZ
VOCAL



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Declaratoria de autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Carlos William Acosta Chero, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Académica Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 75211447, con la Tesis titulada "Diseño de plan de exportación para las asociaciones de artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena al mercado canadiense – Piura 2018".

Declaro bajo juramento que:

- 1) La Tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la Tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiado, es decir no ha sido publicada, ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De investigarse la falta de fraude (datos falsos), plagios (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Piura, 13 de Enero del 2020



Carlos William Acosta Chero

DNI N° 75211447

Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad Problemática	1
1.2 Trabajos previos.....	3
1.3 Teorías previas	11
1.4 Formulación del Problema.....	17
1.4.1 Problema General.....	17
1.4.2 Problemas Específicos.....	17
1.5 Justificación del estudio.....	17
1.6 Hipótesis	18
1.6.1 Hipótesis General	18
1.6.2 Hipótesis Específicas.....	18
1.7 Objetivos.....	18
1.7.1 Objetivo general	18
1.7.2 Objetivos Específicos.....	18
II. MÉTODO.....	19
2.1 Diseño de Investigación.....	19
2.2 Variables	19
2.2.1 Identificación de variables	19
2.2.2. Operacionalización de Variables	20
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	21
2.4 Método y Análisis de datos.....	23
2.5 Aspectos Éticos.....	23
III. RESULTADOS	24

IV. DISCUSIÓN	54
V. CONCLUSIONES	62
VI. RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS	66
ANEXOS	69
Anexo 1: Tabla 1 de Datos sobre posibles importadores.....	69
Anexo 2: Ferias Comerciales	70
Anexo 3: Costos Logísticos	72
Anexo 4: Tabla de costos de envío de las artesanías de paja toquilla.....	73
Anexo 5: Matriz de Consistencia	74
Anexo 6: Recursos Y Presupuesto	76
Anexo 7: Cronograma de Ejecución	77
Anexo 8: Instrumento de evaluación	78
Anexo 9: Instrumento de evaluación	80
Anexo 10: Fotos.....	84
Anexo 11: Validaciones.....	90
Anexo 12: Acta de aprobación de originalidad.....	115
Anexo 13: Pantallazo de turnitin.....	116
Anexo 14: Autorización para publicar	117
Anexo 15: Versión final del trabajo de investigación.....	118

Índice de tablas

Tabla N° 1: Operacionalización de Variables	20
Tabla N° 2: Estadístico de fiabilidad, cuestionario 1	22
Tabla N° 3: Estadística de fiabilidad cuestionario 1	22
Tabla N° 4: Estadístico de fiabilidad cuestionario 2	23
Tabla N° 5: Estadísticas de fiabilidad - cuestionario 2.....	23
Tabla N° 6: Estado civil y grado de instrucción de las artesanas	24
Tabla N° 7: Edad de las artesanas	26
Tabla N° 8: Características del sector artesanal	27
Tabla N° 9: Características del sector artesanal	29
Tabla N° 10: Características del sector artesanal	30
Tabla N° 11: Características del sector artesanal	32
Tabla N° 12: Características del sector artesanal	33
Tabla N° 13: Productos elaborados a base de paja toquilla.....	40
Tabla N° 14: Productos de fácil elaboración	41
Tabla N° 15: Producto de mayor venta en el mercado nacional	43
Tabla N° 16: Capacidad productiva semanalmente por artesanía	44
Tabla N° 17: Capacidad de eficiencia semanal de las artesanías de paja toquilla del distrito de La Arena - 2018	46
Tabla N° 18: Listados de productos artesanales, precios y representación	48
Tabla N° 19: Ventas en unidades	52
Tabla N° 20: Ventas en dólares	52
Tabla N° 21: Saldo de explotación	53

Índice de figuras

Figura N° 1: Estado Civil de las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena – 2018	25
Figura N° 2: Grado de Instrucción de las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena.	25
Figura N° 3: Edad de las Artesanas	26
Figura N° 4: Características del sector artesanal	28
Figura N° 5: Características del sector artesanal	30
Figura N° 6: Características del sector artesanal	31
Figura N° 7: Características del sector artesanal	33
Figura N° 8: Características del sector artesanal	34
Figura N° 9: Cadena de distribución, decoración del hogar.....	38
Figura N° 10: Canal de distribución de artesanías	39
Figura N° 11: Productos elaborados a base de paja toquilla	41
Figura N° 12: Productos de fácil elaboración.....	42
Figura N° 13: Producto de mayor venta en el mercado nacional	43
Figura N° 14: Capacidad productiva semanalmente por artesanía.....	45
Figura N° 15: Capacidad de eficiencia semanal de las artesanías de paja toquilla del distrito de La Arena - 2018	47

RESUMEN

El presente trabajo de investigación lleva como título “Diseño de plan de exportación para las asociaciones de artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena hacia el mercado canadiense - Piura 2018”, tiene por objetivo diseñar un plan exportador que permita a las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla, del distrito de La Arena exportar sin problemas al mercado canadiense. Para dicho estudio se aplicaron 2 encuestas a 60 artesanas del distrito de La Arena, la primera encuesta se aplicó con el fin de determinar las fortalezas y debilidades del sector y la segunda encuesta, para tener conocimiento sobre la capacidad productiva de las artesanas semanalmente, así también de las artes ansias que elaboran. Por otra parte, se utilizaron herramientas virtuales como el Trade Map y SIICEX para obtener datos comerciales y también de fuentes bibliográficas, tales como manuales, revistas, estudios de mercado, entre otras. Del estudio se desprende que existe una gran oportunidad para estas artesanías, en cuanto al alto grado de aceptación de estos artículos hechos a manos en Canadá, los cuales son adquiridos a altos precios; sin embargo, por otro lado una gran debilidad que poseen es que no son productores de paja toquilla, materia prima que necesitan para la elaboración de las artesanías, y tienen como las amenazas que tienen son el calentamiento global y la competencia de los países como México, Ecuador y China. También se llegó a la conclusión que Canadá es el décimo tercer mercado más grande de importaciones en el mundo. Una característica del mercado canadiense es que las artesanías se venden en lugares como tiendas de decoración o de hogar, también el estudio concluyó que las artesanías de paja toquilla no es una mercancía restringida por lo que no necesitará de permisos especiales para venderlos al mercado canadiense, así mismo se definió la forma de entrada que será por medio de ferias internacionales y de tiendas especializadas. El diseño del plan de exportación se orienta en el uso de medios y canales existentes para permitir que las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla del distrito de La Arena, exporten sin inconvenientes al mercado canadiense sombreros, cofres, porta botellas, vinchas y llaveros. Por lo que si se encuentra factible la exportación de estas artesanías a Canadá.

Palabras claves: Plan de Exportación, Paja Toquilla, Mercado Canadiense.

ABSTRACT

The present research work is entitled "Design of export plan for associations of straw handicraft artisans from the district of La Arena to the Canadian market - Piura 2018", aims to design an export plan that allows associations of artisans of products made from toquilla straw, from the district of La Arena export without problems to the Canadian market. For this study, two surveys were applied to 60 artisans from the La Arena district, the first survey was applied in order to determine the strengths and weaknesses of the sector and the second survey, to gain knowledge about the productive capacity of the artisans weekly, as well also of the craving arts that they elaborate. On the other hand, virtual tools such as the Trade Map and SIICEX were used to obtain commercial data and also from bibliographic sources, such as manuals, magazines, market studies, among others. The study shows that there is a great opportunity for these crafts, in terms of the high degree of acceptance of these hand-made items in Canada, which are acquired at high prices; However, on the other hand, a great weakness they have is that they are not straw producers, the raw material they need to make handicrafts, and they have the threats they have are global warming and competition from countries like Mexico, Ecuador and China. It was also concluded that Canada is the fourteenth largest import market in the world. A characteristic of the Canadian market is that handicrafts are sold in places such as decoration stores or home, also the study concluded that the crafts of straw shawls is not a restricted commodity so you will not need special permits to sell them to the Canadian market, Likewise, the entry form was defined, which will be through international fairs and specialized stores. The design of the export plan is based on the use of existing means and channels to allow associations of artisans of products made from toquilla straw from the district of La Arena, to export seamlessly to the Canadian market hats, chests, bottle holders, headbands and headbands. So if it is feasible to export these crafts to Canada.

Keywords: Export Plan, Straw Toquilla, Canadian Market.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

En la actualidad, gracias a la globalización se ha podido conocer nuevos nichos de mercado que impulsan el comercio internacional, creando una demanda progresiva a largo plazo, esto se ve reflejado; especialmente, en países que buscan productos exclusivos, innovadores y únicos. En los últimos años, han surgido nuevos productos con fama mundial como: la quinua, la maca, la panela orgánica, los tejidos artesanales, entre otros; los cuales son productos que ya existían hace mucho tiempo pero que pocos en el mundo conocían.

En este sentido, en el Perú gozamos de un sin número de productos que son altamente llamativos, nutritivos, fabulosos que día a día convivimos con ellos y que atesorarían gran potencial en los mercados internacionales, tanto por sus colores, sus aromas, sus texturas, sus formas; pero por la falta de herramientas, conocimientos e ideas innovadoras de exportación, no ha sido posible alcanzar dichos mercados.

Al intentar describir el sector artesanal peruano, se observa un gran motor económico para el país, generador de empleo directo, que promueve el crecimiento económico hacia las familias y una alternativa de solución para erradicar la pobreza que existe. En especial, es un sector que posee reconocimientos nacionales e internacionales, tanto por sus diseños y por su originalidad. Además, con la apertura de nuevos mercados, a través de acuerdos comerciales firmados en los últimos años, se ha pretendido desarrollar este tipo de sectores, los cuales están rezagados en el Perú.

Es de resaltar que las artesanías peruanas especialmente de paja toquilla, no son muy conocidas en todo el país, la población del norte como: Tumbes, Piura, Lambayeque y Cajamarca son los que más demandan de estos productos. De acuerdo al Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior [SIICEX] (2017), a escala mundial existe una gran demanda de estos productos, los principales países importadores de productos hechos a base de fibra vegetal o cualquier otro material a nivel mundial son Estados Unidos con una participación en las importaciones de 27,7%, seguido por Japón con una participación del 10,6 %, Alemania un 5,6%, entre otros países como: Reino Unido, Francia, Canadá este último con una participación de 2,1% en las importaciones.

Igualmente, en el 2016 el Perú fue el país exportador número 76 a nivel mundial de artesanías de tipo trenzados a base de fibra vegetal u otra materia, con ventas de \$38,000 al finalizar ese año, en el 2017 la situación cambió positivamente, al ubicarnos en el puesto 50

con un valor exportado de \$244, 000, siendo el año que más productos hechos a base de estos materiales se ha exportado (Trade Map, 2017).

Además, según SIICEX (2016), las exportaciones de estos productos han aumentado significativamente en todos los países, a excepción de Chile que tiene una disminución del 5 % con respecto al 2016. Por otra parte, la demanda en EE. UU tuvo una variación de 933% en el 2017, convirtiéndose en el principal país importador de estos productos con un 45% en la participación de las importaciones. En el caso de Canadá, este país registró la cantidad más grande en crecimiento con una variación de 3662%, posicionándose en el quinto puesto del destino de las exportaciones y Panamá con un 1894% con respecto al 2016.

Del mismo modo, las artesanías piuranas están muy bien posicionadas a nivel nacional, tanto la cerámica de Chulucanas destacada por sus colores, diseños y calidad, y la de Catacaos famosa por su orfebrería y sus sombreros hechos a base de paja toquilla. Sin embargo, debido a esto existe un problema ya que, al estar posicionados, los productos de otros distritos de Piura que son similares, se les complica competir contra ellos.

Adicionalmente, en el distrito de La Arena ubicado en el bajo Piura existen 3 asociaciones de artesanas que se dedican a la elaboración de artesanías hechos a base de paja toquilla, ellas provienen de los caseríos Pampa de los Silvas, Pampa Chica y el A.A.H.H 13 de Abril quienes dan un total de 77 socias artesanas, las cuales no solo se dedican a la elaboración de sombreros, sino también a la confección de prendas de vestir y adornos para el hogar como son: sombreros, monederos, paneras, floreros, flores, cofres entre otros, estos productos son muy llamativos y con una excelente calidad, además se pueden elaborar de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores.

Actualmente, las asociaciones de artesanas comercializan sus productos a través de ferias regionales y tiendas locales, con lo cual la actividad artesanal se complementa con la actividad turística de la zona. No obstante, al combinar todos esos esfuerzos, todavía son muy pocos para los objetivos de internacionalización y superación que las señoras artesanas se han propuesto.

Cabe destacar que estos objetivos se han trazados gracias a la influencia de diferentes organizaciones internacionales como CHOICE Humanitarian, Eagle Condor, Mentors International, CIPCA que viene trabajando en el distrito y han despertado una mentalidad emprendedora que las ha empoderado como mujeres, es por ello que se han propuesto buscar nuevos mercados donde sus productos sean bien vistos y remunerados.

Otro aspecto que ha contribuido, es el impacto de la globalización, los diferentes tratados de libre comercio que poseemos y la labor que viene trabajando el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en la difusión de las artesanías al mercado canadiense, por lo que es de prever grandes resultados y un gran desarrollo para este pueblo.

Además, la artesanía del distrito de La Arena es símbolo también de calidad, prestigio que debe ir construyéndose y fortaleciéndose con el entrenamiento de las artesanas, para poder obtener productos de calidad y así poder llevar la oferta exportable arénense al mercado de Canadá.

En este sentido, la producción de las artesanías a base de paja toquilla del distrito de La Arena se ha desarrollado gracias a las costumbres que han dejado sus ancestros descendientes de la cultura Tallan, que vive de generación en generación, poseyendo diseños originales y únicos que se estaban perdiendo, pero que se ha convertido en una alternativa para impulsar la economía del distrito, que actualmente vive en la pobreza y que desean salir adelante.

Una de las desventajas que poseen es que no cuentan con los conocimientos y herramientas necesarias para conocer las características, condiciones y permisos del mercado canadiense; de igual manera, tampoco poseen un control, ni un registro de producción entre las 3 asociaciones juntas, también muchas de ellas desconocen sus fortalezas, sus debilidades, sus oportunidades y sus amenazas.

Por lo anterior, esta investigación se pretende diseñar un plan de exportación para las asociaciones de artesanas del distrito de La Arena, que busca reimpulsar la exportación de artesanías de paja toquilla hacia el mercado de Canadá que con el fenómeno del niño costero se paralizó totalmente. Aunado a esto, se propone lograr una mejor economía en el distrito, que actualmente vive inmerso en el mundo del arroz, producto que actualmente no es muy rentable y su contribución al desarrollo del sector ha sido limitada.

1.2 Trabajos previos

Montesdeoca y Zambrano (2012) presentaron un estudio orientado a diseñar un plan de exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo del banano para la asociación de mujeres agro - artesanales de la provincia del Oro, cuyo objetivo principal fue permitir a las socias artesanas vender sus artesanías al mercado exterior, sin necesidad de

intermediarios, utilizando insumos sustentables y ecológicos, incrementando el ingreso de divisas al país.

El plan exportador que desarrollaron buscó ser un manual práctico y sencillo de aplicar por la asociación, toda vez que dispone de las técnicas y herramientas necesarias como: el estudio de mercados, el diseño del plan logístico y las instituciones que ayudarán a distribuir las artesanías a otros países y poder conseguir la rentabilidad que se estimada. Para dicho estudio, se realizó un análisis con el fin de determinar las fortalezas y debilidades con las que contaban, igualmente se dio a conocer las bondades y características del producto que se iba a vender en el extranjero, del mismo modo el estudio permitió analizar los requisitos aduaneros y documentarios necesarios para llevar a cabo la actividad exportadora, cumpliendo así con todas las exigencias legales que exige dicha entidad.

Trade Facilitation Office Canadá [TFO CANADÁ] (2010) en su manual para exportar al país canadiense nos informa que Canadá depende fuertemente de las importaciones para impulsar su crecimiento económico y satisfacer las demandas de la población. Las importaciones canadienses en cinco años obtuvieron un alza de \$511 mil millones en 2014, lo que coloca al mercado canadiense como el décimo tercer mercado más grande de importaciones en el mundo.

Si bien el mercado de Canadá es aproximadamente el 10% del mercado estadounidense, adquiere casi dos veces más que USA y México a nivel per cápita. El crecimiento de las importaciones canadienses ha sido fuerte y constante, con un promedio anual del 5% en los últimos cinco años (2010-2014). Además, se espera que esta tendencia de crecimiento continúe a medida que la demanda de los productos de otros países crezca. El manual para exportar al mercado canadiense también nos dice que la mayor parte del crecimiento de la población canadiense es debido a la inmigración (TFO CANADÁ, 2010).

Para ser más exactos 1 de cada 5 pobladores canadienses han nacido fuera ese país, brindando así la mayor proporción de ciudadanos nacidos en el extranjero. Así, señala TFO CANADÁ (2010) que, cerca de los 7 millones de inmigrantes que llaman a Canadá su hogar provienen de más de 200 países, con 13 grupos étnicos diferentes que tienen agrupaciones poblacionales de más de 1 millón de individuos. A medida que estas comunidades crecen, también lo hace la demanda de productos conocidos de su país natal. La diversidad cultural en Canadá influye considerablemente en los gustos y preferencias de los consumidores.

Muchos de los productos que antes solo se vendían a un nicho de mercado étnico ahora han sido ampliamente adoptados.

Esto es muy bien visto por los importadores de nuevos productos ya que se convierten en un gran atractivo al poseer un mayor potencial de ventas en Canadá que en muchos otros mercados. También el estudio nos recalca que el gobierno del país del Norte de América está comprometido a diversificar las oportunidades comerciales por lo que han firmado tratados comerciales con varios países emergentes y en desarrollo, como es el caso del Perú en el año 2008. Canadá posee tratados comerciales con 43 países que unidos representan la mitad de la economía mundial.

En los últimos cinco años, Canadá ha concretado acuerdos comerciales bilaterales con Colombia, Jordania, Panamá, Honduras y Corea, y ahora está negociando otros 11 más. De igual forma el mercado Canadiense también ofrece acceso al mercado libre de impuestos y contingentes para los países en vías de desarrollo, así como bajas tasas arancelarias a más de 100 países en crecimiento, dándoles una ventaja competitiva mayor. Asimismo, el Manual nos dice que la economía canadiense aumentó en 2,4% en el 2014 y las tasas de inflación se mantuvieron por debajo del 3% en los últimos 20 años. Si bien existen noticias donde Canadá está entrando en una recesión, la economía del país se mantiene estable y con una sólida fuerza laboral. A pesar que Canadá posee un número menor de compradores de lujo que los EE.UU, la tasa de crecimiento de los principales generadores de impuestos (más de \$150.000 por año) está sobrepasando la tasa de Estados Unidos. Esto se debe gracias a las nuevas concentraciones de riquezas, especialmente alrededor del auge petrolero de Calgary, que han atraído la atención de los minoristas de lujo como Nordstrom abrir su primer local en Canadá en 2014.

En el estudio de mercado del TFO CANADÁ (2016), se estima que el total del mercado canadiense para la decoración del hogar es de \$10 mil millones de acuerdo a la asociación canadiense de regalos. Las ventas en el sector de decoración para el hogar no han sido muy buenas en los últimos años debido a las malas condiciones económicas y la fragilidad del mercado inmobiliario. Se espera que la demanda suba ligeramente en 2016, ya que hay mayor confianza de consumo y existen nuevas construcciones de casas que motivan a los dueños de estas, invertir más dinero en sus residencias. Así también, en el territorio canadiense existen más de 3.800 tiendas de decoración para el hogar con un total en ventas

de \$4 mil millones en 2015 y se estima un crecimiento anual de 1,2% durante los próximos cinco años (2015 a 2020).

Además de los minoristas, los productos sobre decoración para el hogar lo podemos encontrar en una amplia variedad de puntos de venta, incluyendo boutiques especializadas, independientes, mueblerías, tiendas de artículos para la mejora del hogar, grandes tiendas (como Wal-Mart y Costco) y minoristas online. Así, también, señala el estudio que se logra satisfacer la demanda canadiense para decoración del hogar principalmente con las importaciones de China, Vietnam y Bangladesh, ya que poseen un precio sumamente económico.

En el caso de las artesanías, los artículos hechos a mano poseen gran aceptabilidad en Canadá ya sea por su acabado fino, la atención al detalle o el tiempo y destreza de los artesanos que demandan un mayor precio en comparación a los artículos para decoración del hogar producidos en masa. Los exportadores deben tener bien claro los costos de los materiales y la mano de obra de los artesanos a la hora de fijar un precio internacional. Las artesanías pequeñas pueden costar solo de \$50 a \$100, pero la mayoría de estos artículos se venden como un artículo específico o de lujo entre \$100 y \$500. Igualmente, las artesanías especiales o hechas a medida para decoración del hogar pueden costar miles de dólares, dependiendo de la calidad de los materiales y la reputación del artista.

Según el estudio de Franco y Herrera (2016), se demostró la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la exportación de productos artesanales de Portoviejo y Montecristi. De acuerdo al análisis FODA de los productos artesanales sombreros de paja toquilla de esa región, se pudo recopilar los siguientes datos:

Fortalezas

Ecuador es famosa por la elaboración de sombreros de paja toquilla los cuales logran cumplir los altos estándares de calidad y exigencia internacional requeridas.

La región de Manabí es uno de los principales productores especializados en la elaboración de sombreros hechos a base de paja toquilla o junto a Azuay, conocidos con el nombre de sombreros Montecristi y sombrero cuencano respectivamente.

Desde el 5 de diciembre 2012, el tejido del sombrero fino de paja toquilla ecuatoriano fue declarado por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Poseen diferentes diseños que se adecuan a las exigencias de los consumidores: así tenemos los modelos de Clásico o Fedora, Diamante, Plantación, Gambler, Gambler Bully Especial, estilo Óptimo, de forma Redonda o Plana.

Los sombreros que se elaboran se venden en color natural o teñidos de colores, esto dependerá del gusto del consumidor, entre los colores de fabricación tenemos: el marfil, el blanco, diferentes tonos de cafés, colores pasteles, entre otros.

El insumo para la elaboración que se necesita es la paja toquilla o Carludovica Palmata como la conocen científicamente. Esta planta necesita de suelos húmedos, por ello la provincia de Manabí del Ecuador, es propicia por su clima.

Los artesanos de Montecristi poseen diferentes técnicas y conocimientos ancestrales para la elaboración del sombrero, que comienza desde la selectiva elección del calibre de la paja y en la técnica de tejido manual donde se expresa la cultura milenaria del Ecuador.

Los artesanos de Montecristi son famosos por ser grandes tejedores y elaborar excelentes sombreros hechos a mano.

El sombrero de paja toquilla ha logrado posicionarse en los mercados más exigentes como son Europa, América del Norte y Asia.

Debilidades

Debido a su elaboración artesanal, el precio de venta de los sombreros de paja toquilla es variado, los precios oscilan desde USD 15 el más económico, hasta 2,000 USD. Esto dependerá del grosor de la paja, ya que entre más delgada sea la hebra que se teje, más costoso es el sombrero.

La fabricación de sombreros de paja toquilla toma entre uno a seis meses de trabajo dependiendo del grado de perfección que se desea obtener.

La fabricación de sombreros de paja toquilla no está tecnificada, así los artesanos prefieren el trabajo Manual, lo cual afecta el volumen de producción.

Los artesanos no manejan herramientas electrónicas ni online, que permitan una mayor comercialización de sus sombreros de paja toquilla.

Oportunidades

Con el fin de promover la comercialización de sombreros de paja toquilla, el Ministerio de Turismo ha impulsado intensas campañas y acciones para posicionarlos a nivel mundial. Junto a la empresa nacional “Correos del Ecuador” se reforzó la emisión de 50 mil estampillas y 250 sobres con la imagen del sombrero impresa.

PRO ECUADOR realiza capacitaciones y seminarios a través de su oficina comercial en Milán. En el 2015, se efectuó un taller “Acceso al Mercado Italiano” con la finalidad de hacer conocer las características del mercado.

En 2014, los sombreros de paja toquilla ecuatorianos fueron exhibidos en la feria de moda Pitti Uomo, realizada en Florencia. Esto incentiva la participación en ferias italianas para dar a conocer el producto.

Con el Sistema General de Preferencias de la Unión Europea, la partida arancelaria con la que se exportan los sombreros de paja toquilla gravan 0%.

“Exporta fácil” es una iniciativa del gobierno ecuatoriano; es una herramienta que facilita las exportaciones ecuatorianas de productos no perecibles dirigida 80 para las MIPYMES y artesanos con la finalidad promover el comercio internacional.

En los países desarrollados, las personas obedecen las recomendaciones de los doctores de cuidarse de la radiación solar. Por ello, existe una demanda potencial de sombreros.

Amenazas

El sombrero de paja toquilla es conocido como “Panamá Hat” el cual es un término incorrecto ya que este producto artesanal es autóctono de Ecuador.

El calentamiento global afecta el clima de nuestro país, esto puede representar una amenaza para la provincia de Manabí en caso de que se den sequías, lo cual podría afectar los cultivos de paja toquilla. Asimismo, los cultivos se ven afectados por los riesgos de contaminación ambiental.

Aunque el sombrero de paja toquilla no tiene competencia directa por ser único de Ecuador, existen otras presentaciones como el sombrero mexicano hechos de papel de arroz, palma, entre otros.

Las nuevas generaciones de Manabí no quieren aprender la labor del tejido del sombrero de paja toquilla, porque prefieren dedicarse a otras actividades y escogen distintas profesiones más atractivas.

La crisis global que también afecta a Europa, puede contraer las exportaciones de sombreros de paja toquilla.

MINCETUR (2015) destaca que en el convenio de cooperación suscrito entre Perú y Canadá ha tenido por objetivo impulsar y conectar la artesanía de cuatro regiones del Perú con el mercado canadiense. Al respecto, estas cuatro colecciones de artesanías peruanas son del Cusco (COYA INCA), Puno (QOÑI), Piura (TOQUILLA) y Ucayali (SHIPIBO) se

presentaron en la ciudad de Toronto (Canadá), en el marco de la implementación del proyecto “Perú Canadá Trade And Branding Initiative – PCTBI”, a través del cual se busca colocar artesanía peruana en ese mercado canadiense.

Para esta presentación estuvieron en exhibición alfombras, cojines y bolsos en telar de cintura de Cusco; bufandas, gorros, guantes y medias hechos a mano de Puno; canastas, sombreros, lámparas y bancos de paja toquilla elaborados en Piura; carteras y collares de semillas, cojines y bolsos pintados en algodón natural, provenientes de Ucayali. El propósito de este convenio consiste en posicionar la artesanía peruana en el mercado canadiense a través de una intervención dirigida al desarrollo de nuevos productos, específicamente, orientados al gusto del consumidor de ese país, así como el fortalecimiento de las habilidades comerciales y productivas de los artesanos beneficiarios.

Gonzales (2010) en su estudio de pre factibilidad de exportación de productos de Mate burilado a la provincia de Ontario en Canadá, la cual tiene como finalidad evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera para la implementación de una empresa productora y comercializadora de artesanías de mate burilado, que tenga como mercado objetivo la provincia canadiense de Ontario. En el análisis estratégico, se presentan los aspectos más representativos del macro entorno para poder llevar a cabo el proyecto además del análisis de las cinco fuerzas competitivas y de la matriz FODA del sector. Asimismo, en el estudio de mercado se determinó: la demanda insatisfecha que será atendida por el proyecto, las especificaciones de los productos, el precio de comercialización, los canales de distribución y las estrategias de mercadotecnia a ser empleadas.

MINCETUR (2015), en su rol de promover la competitividad de la actividad artesanal, capacitó a 70 artesanas de la región Piura en referente a técnicas de teñido de la paja toquilla, con el objetivo de mejorar la calidad de las artesanías. El taller se denominó “Técnicas de teñido aplicado a fibras vegetales” fue expuesto por el conocedor en gestión de calidad y aplicación de normas técnicas peruanas, Dimas Melgar, quien además es secretario del comité técnico de normalización de Artesanías.

De esta forma, las mujeres artesanas, originarias de ocho asociaciones artesanales de los distritos de Catacaos y La Arena, aprendieron de forma práctica diferentes técnicas de teñido, así como la aplicación adecuada de los tintes sintéticos, principalmente en la paja toquilla. Cabe resaltar que la capacitación conto con la presencia de tejedoras de paja toquilla que forman parte del proyecto Perú Canadá Trade and Branding Initiative (PCTBI),

promovido por el MINCETUR, y el cual ha permitido la comercialización de sus productos en el mercado canadiense bajo la marca Toquilla.

El proceso de producción de las artesanías hechas a base de paja toquilla empieza por la cocción y teñido de la paja, con el fin de eliminar residuos u organismos que comprometan los permisos sanitarios de estos productos. En el primer paso del teñido, se pone a remojar la paja toquilla en un recipiente grande de agua hasta que esta coja humedad y sea fácil de manipular, mientras la paja va humedeciéndose, en una olla de aluminio grande se pone a cocer unos 30 litros de agua aproximadamente, posterior a eso colocamos cuatro limones previamente cortados por la mitad, y una cucharada de sal, esto se pone para que el tinte no se salga de la paja y eliminar algún organismo que se encuentre, mientras se deja cocer el agua con los limones y la sal, pasamos al paso de separar la paja en fibras uniformes, se debe tener en cuenta que cada fibra posea una textura similar a las demás, además de que esto ayudara a que el teñido sea más uniforme y consistente.

Ahora bien, cuando el agua ya está hirviendo se procede a aplicar una cucharada de tinte natural a base de junco, este tinte lo podemos encontrar en diferentes colores, entre ellos tenemos: el rojo, verde, naranja, azul entre otros, cuando el tinte ya se diluyó en el agua uniformemente, se coloca la paja toquilla en el agua para el correcto teñido. Adicionalmente, la persona encargada del teñido debe voltear unas cuantas veces hasta que la paja tome el color deseado, este proceso puede durar entre 20 a 25 min, luego cuando ya paso el tiempo estimado se saca la paja de la olla con un tenedor de madera grande y pasa a un recipiente de agua fría con detergente para el proceso de lavado y enjuagado, para finalizar el proceso de teñido, se pasa al paso de secado donde se deja secar la paja toquilla alrededor de 2 a 3 horas.

Una vez que se va obteniendo la fibra vegetal apta, se sigue con el proceso de elaboración de las artesanías, esto también, dependerá del producto que se va a elaborar para hacer uso de herramientas manuales necesarias como: cúter, alicates para artesanías, tijeras, alfileres, así también la argolla para los llaveros y el molde de plástico de las vinchas. El tiempo de confección se determinara del tipo de producto o la disponibilidad de tiempo de las artesanas.

1.3 Teorías previas

Plan de Exportación

Ponce (2010) explica que el plan de exportación es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, lo direcciona hacia donde debe ir y como llegar al mercado internacional. Un buen plan de exportación debe ser: sencillo, realista y congruente. El desarrollo de un plan exportador requiere tanto del conocimiento de las capacidades propias del exportador como de las oportunidades en el mercado donde se quiere ingresar; así también conocimientos sobre inteligencia, astucia y audacia para distinguir, aceptar y enfrentar los retos que se les vienen, además de abrir nuevos mercados y aprovechar el potencial del negocio.

Así también, Morales (2000) reitera esto al señalar que:

El plan de exportación es una guía descriptiva, analista y planificadora, que posee una empresa que tiene como anhelo desarrollar actividades de exportación, además sirve como una herramienta de respaldo para justificar tus actividades a agentes externos que conservan una influencia importante en el proceso exportador, como es el caso de los bancos para gozar de apoyo y financiación. (p. 23)

Asimismo, Llamazares (2014) define el plan de exportación como una herramienta indispensable para las empresas que desean comenzar o consolidar su posición en el mercado Internacional. El plan de exportación tiene como objetivo dar soluciones a los principales problemas que se presentan en la realización y puesta en práctica de la estrategia comercial internacional. Un plan de exportación tiene que desarrollarse en etapas claramente diferentes y siguiendo un orden secuencial para las operaciones en el comercio exterior.

Etapa 1: Diagnóstico de Exportación

El plan de exportación comienza con un análisis interno de las capacidades competitivas de la empresa en relación a los mercados internacionales, para determinar sus puntos fuertes (fortalezas) y mejorar sus puntos débiles. Con el estudio externo, se buscará identificar las tendencias, políticas económicas, políticas, sociales entre otras (Llamazares, 2014).

Etapa 2: Selección de Mercados

Antes de iniciar el proceso de selección de mercados, la empresa deberá decidir si es mejor una estrategia de concentración o de diversificación de mercados (Llamazares, 2014).

- Concentración: Se selecciona un número reducido de mercados para centralizar el esfuerzo comercial y lograr conseguir un nivel positivo de penetración.
- Diversificación: La compañía opta por un amplio número de mercados, la estrategia de crecimiento se basa en vender en un mayor número de mercados.

Etapa 3: Formas de Entrada

Para Llamazares (2014), la forma de entrada que se determine para penetrar en los mercados exteriores preseleccionados será decisiva para el plan exportador. Las principales alternativas para comercializar productos en el exterior son las siguientes:

- Exportación directa.
- Agente comercial.
- Importador/Distribuidor.
- Compañías de Trading.
- Acuerdo de Piggyback.
- Acuerdo de Licencia.
- Acuerdo de Franquicia.
- Acuerdo Joint Venture.
- Delegación o filial comercial.

Una vez escogido la manera de entrada deben identificarse las empresas del país objetivo que se amolden a nuestra forma de entrada; por ejemplo, agente o distribuidores, empresas de joint venture, etc.

Etapa 4: Oferta Internacional

En la cuarta etapa se selecciona los productos o servicios que oferta la empresa y que posean la capacidad para exportarse. Igualmente, las empresas que manejen una oferta muy amplia de productos no deberán elegir productos, sino unidades estratégicas que estarán compuestas por artículos que atesoren características similares (Llamazares, 2014).

Dentro de la política de producto, se debe definir las características de cada uno de ventajas y las adaptaciones necesarias que se requiere para la venta en los mercados exteriores. Por ello existe 2 alternativas:

- Estandarización, es decir vender un similar producto en todos los mercados donde ingresamos.

- Adaptación, que consiste en adaptar el producto a las exigencias y atributos de cada mercado. La adaptación es de dos formas: la primera en todo lo relacionado con la normativa legal del país, y la otra en los gustos y necesidades de los clientes en cada país.

Etapa 5: Política de Comunicación

Esta etapa empieza verificando si la marca que utiliza la empresa en el mercado nacional se adapta al mercado exterior o si es aconsejable crear una nueva marca (Llamazares, 2014).

Para la empresa y su marca sean reconocidos en sus mercados objetivos deben de implementar una serie de instrumentos de comunicación que son, básicamente los mismos que en el mercado nacional. Se clasifican en dos tipos de instrumentos: Instrumentos de publicidad e instrumentos de promoción. En el primero se encuentran los anuncios por medio de comunicación y la publicidad a través de internet, mientras que la promoción posee la elaboración de documentos y videos promocionales, participación en ferias, promoción en puntos de venta, entre otras (Llamazares, 2014).

Las actividades que se requerirán para la comunicación implican el uso de recursos económicos que deben designar al presupuesto de comunicación. Una vez que se ha establecido el presupuesto es necesario desglosarlo por tipos de actividad, con la mayor precisión posible. Antes de ello habrá que pedir presupuesto a las imprentas, organizadores de ferias, traductores, medios de prensa, proveedores de internet, empresas publicitarias, entre otras.

Etapa 6: Plan Económico.

La sexta y última etapa del plan de exportación contiene los aspectos económicos entre ellos tenemos: Los objetivos de venta y la cuenta de explotación provisional.

Los objetivos de la oferta tienen que cumplir al menos tres requerimientos:

- Delimitación geográfica: Deben tener muy en cuenta y estudiar cada uno de los mercados seleccionados.
- Tiempo: Tienen que lograr y establecer sus objetivos en un periodo de tiempo. Casi siempre los planes de exportación deben de hacerse un seguimiento cada año.
- Precisión: Deben poseer un concepto claro, fácil para calcular a la empresa exportadora.

La cuenta de explotación internacional es el instrumento que sirve para recopilar de manera previsional las aportaciones y los costes económicos de las actividades contempladas en el plan de exportación.

Ventas internacionales: son los objetivos establecidos al mercado exterior.

Margen comercial bruto: Es el margen medio que se aplica a las ventas en otros países.

Gastos de estructura: son los gastos necesarios para que el departamento de comercio exterior pueda funcionar, se debe dividir por conceptos.

Gastos de ventas: son todos los gastos relacionados con la actividad de ventas, entre ellos también tenemos a los gastos de comunicación entre otros.

Saldo de explotación: es la diferencia entre el margen bruto comercial y los gastos de estructura y venta.

En conclusión, la planificación es muy importante para cualquier tipo de actividad empresarial, antes de aventurarse al mercado internacional, es importante además realizar un plan de exportación ya que gracias a este documento podremos fijar nuestros objetivos, asignar eficazmente nuestros recursos y así, determinar que mercados nos ofrecen un mayor potencial para nuestros productos, asimismo la forma de llegar a los clientes y como realizar las ofertas competitivas que mejor nos convengan.

Mercado Canadiense

TFO CANADÁ (2013) en su manual del mercado canadiense recalca que, Canadá está compuesta por cinco mercados regionales los cuales poseen diferentes tamaños, estos son: Canadá Central, las Praderas, Columbia Británica, Canadá del Atlántico, y los Territorios del norte.

Canadá Central: Esta región alberga el 62% de la población canadiense, incluye a Ontario que está compuesta por 13, 982,612 millones de habitantes, y Quebec con 8, 326,089 millones. De igual manera, la parte sur de estas dos provincias son en la actualidad el corazón industrial de Canadá. También, estas 2 provincias son consideradas mercados distintos ya que la provincia de Ontario es ampliamente de habla inglesa y el idioma de Quebec es francés, aunque sus economías sean muy parecidas. Ambas están ampliamente urbanizadas con salarios y tasas de empleo relativamente altas. Juntas, Ontario y Quebec cuentan con casi el 58% de todas las ventas al por menor de Canadá. El área más rica y más densamente poblada de Canadá es la región masivamente industrializada del sur de Ontario. Es acá donde muchas industrias manufactureras del país están ubicadas, junto con sus clientes más prósperos. Se espera que las inversiones que suman \$117,8 mil millones, principalmente en vivienda, administración pública, y servicios impulsen el crecimiento en 2013 en Ontario. En Quebec, las mayores inversiones en los sectores de transporte, minorista y administración pública están por debajo del incremento general esperado aproximadamente el 11% en comparación a los niveles de 2011 (TFO CANADÁ, 2013).

Las Praderas: Esta región consta de tres provincias, Alberta, Manitoba, y Saskatchewan, contando con casi el 17,7% de la población de Canadá, mayormente sin cambio en los niveles de 2009. En el pasado estas provincias eran predominantemente agrícolas, enfocadas principalmente al cultivo de granos y crianza de ganado. Los descubrimientos de minerales, particularmente el de petróleo en Alberta, han transformado significativamente sus economías, promoviendo una urbanización y crecimiento rápidos. Los beneficios son ampliamente determinados por nuevas inversiones en el sector de transporte y almacenamiento (TFO CANADÁ, 2013).

Columbia Británica: La tercera provincia más populosa de Canadá, con poco más del 13% de la población del país, goza de una economía diversificada siendo los contribuyentes claves la silvicultura, minería, turismo, pesca, transporte, alta tecnología, y la producción de

películas. Se estima que el sector de extracción de petróleo y gas sea el mayor contribuyente para el crecimiento de las inversiones de capital (TFO CANADÁ, 2013).

Canadá del Atlántico: Con 2,4 millones de habitantes, Nuevo Brunswick, Nueva Escocia, Isla Príncipe Edward y Terranova cuentan con cerca del 6,8% de la población de Canadá. Ampliamente basada en la pesquería y la agricultura, la región es tradicionalmente la zona más rural y menos diversificada de Canadá. Sin embargo, al igual que la Columbia Británica, se espera que el sector del petróleo y el gas sea un contribuyente importante para el crecimiento de Terranova y Labrador en el 2013 (TFO CANADÁ, 2013).

Paja Toquilla

EPC COMPANY (2009) define la paja toquilla como una especie de palmera (*Carludovica Palmata*), sin tronco cuyas hojas en forma de abanico salen desde el suelo sostenidas por largos pecíolos cilíndricos, cada planta tiene hojas anchas que alcanzan de 2 a 3 metros de largo.

La Artesanía

Vásquez, Gómez y Hugo (2008) señalan que la artesanía como “parte del folclor, comprende las obras de arte anónimas, elaboradas con las manos o con la intervención limitada de instrumentos o algún tipo de maquinaria, además comparte la finalidad de ser decorativa y de uso para la vida cotidiana” (p. 12)

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (2011) explica que los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado.

Estos productos se elaboran sin limitación, por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.

Las Artesanías de Paja Toquilla

Las artesanías hechas a base de paja toquilla son productos elaborados manualmente por artesanos y artesanas que tienen la motivación de hacer algo nuevo, no solo dedicarse a la elaboración de sombreros como lo es comúnmente; sino más bien que se utilizan en la elaboración de otros productos como: tijeras, cuters, alfileres, que les ayuda a dar un poco más de valor y acabado a sus productos, estas artesanías pueden ser cualquier producto que este hecho y tejido con paja toquilla, como lo son: las rosas, llaveros, vinchas, entre otros.

1.4 Formulación Del Problema

1.4.1 Problema General

¿Cómo el diseño de un plan de exportación influirá en la comercialización de artesanías elaboradas de paja toquilla en la exportación al mercado canadiense?

1.4.2 Problemas Específicos

- ¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector artesanal de Paja toquilla de La Arena?
- ¿Cuáles son las características, condiciones y permisos del mercado canadiense?
- ¿Cómo sería la forma de entrada al mercado canadiense?
- ¿Qué artesanías se ofrecerán inicialmente al mercado canadiense?

1.5 Justificación del estudio

El presente estudio de investigación se basa en el beneficio que tendrán las artesanas del distrito de La Arena con la elaboración del plan de exportación, visto que les ayudará y guiará en su expansión al mercado canadiense, por les permitirá conocer las características de esos consumidores, los permisos que necesitan para ingresar al mercado, el método de comercialización por la que van a ingresar sus artesanías. Así también, se determinarán los productos que se ofrecerán y, además, se realizará un análisis FODA del sector artesanal de paja toquilla.

La idea del plan de exportación nace al observar el gran potencial que poseen sus artesanías, el cariño que le ponen al elaborar cada pieza y lo llamativo que pueden ser, además unas cuantas empresas ya han empezado a colocar sus productos a nivel nacional, y se espera que logren posicionarse en mercados internacionales. Asimismo, el plan exportador busca crear un impacto positivo en el distrito, toda vez que creará una economía estable para las 77 artesanas de paja toquilla y en sus familias.

Igualmente, incentivaré a otras mujeres a deshacerse del miedo del machismo y conformismo en la que viven, demostrando así que con esfuerzo y trabajo todo se puede, por otro lado este estudio servirá para posibles asociaciones, artesanos e investigadores que deseen en un futuro exportar o elaborar un plan de exportación, Además esta investigación será validada por un grupo de docentes altamente calificados que medirán la rendición y factibilidad del estudio que finalmente contribuirá con el crecimiento no solo de la región sino del PBI a nivel nacional.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

El diseño de un plan de exportación permite a las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla del distrito de La Arena exportar al mercado canadiense sin inconvenientes.

1.6.2 Hipótesis Específicas

- El análisis de la Matriz FODA permite conocer el potencial exportador del sector artesanal de paja toquilla.
- Las características, condiciones, y permisos del mercado canadiense constituyen una barrera para las exportaciones de artesanías de paja toquilla.
- La forma de entrada al mercado canadiense permite facilitar el comercio de exportación de las artesanías de paja toquilla.
- Las artesanías que se ofrecen inicialmente al mercado canadiense son diversas.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general

Diseñar un plan de exportación que permita a las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla del distrito de La Arena, exportar sin inconvenientes al mercado canadiense.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un análisis FODA al sector artesanal de Paja toquilla del distrito de La Arena.
- Determinar las características, condiciones y permisos del mercado canadiense.
- Definir la forma de entrada al mercado canadiense.
- Determinar las artesanías que se ofrecerán inicialmente al mercado canadiense.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

No experimental, descriptiva porque solo se describen las variables sin ser manipuladas, se observará el fenómeno para posteriormente analizarlos y transversal, toda vez que la recolección de información se realizará al momento en que se verificarán las características del mercado objetivo (Canadá).

2.2 Variables

2.2.1 Identificación de variables

- Variable independiente: Plan de Exportación.
- Variable dependiente: Asociación de Artesanas del Distrito de la Arena

2.2.2. Operacionalización de Variables

Tabla N° 1: Operacionalización de Variables

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Variable Independiente Plan de Exportación	El plan de exportación es una guía de descripción, planificación y análisis, que posee una empresa que desea desarrollar actividades de exportación. Morales (2000)	El plan de exportación determinará las características, condiciones, permisos y forma de entrada para ingresar al mercado canadiense.	Características, condiciones y permisos del mercado canadiense	Gustos y preferencias	Grado de aceptabilidad del consumidor (Ordinal)
				Certificaciones exigidas por el mercado Canadiense	Cantidad de certificaciones necesarias (Nominal)
			Forma de entrada al mercado canadiense	Canales de comercialización	Tipos de canales de comercialización (Nominal)
Variable Dependiente Asociación de artesanas del distrito de La Arena.	Es un grupo de personas que elaboraran productos de forma manual sin la ayuda de energía eléctrica.	La asociación de artesanas del distrito de La Arena determinara las artesanías que ofrecerán y un análisis FODA del sector artesanal.	Artesanías a ofrecer al mercado canadiense	Capacidad de Producción	Capacidad instalada existente (Nominal)
			Análisis del sector artesanal	FODA	Cantidad de factores estratégicos del sector (Nominal)

Población y Muestra:

La población está constituida por el número de artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena – Piura que son 77 quienes conforman 2 asociaciones y una cooperativa. La asociación Mujeres artesanas del AA.HH 13 de abril está conformada por 16 artesanas, la asociación Mujeres emprendedoras del Caserío Pampa Chica está conformado por 27 artesanas y finalmente la cooperativa Jesús es Amor del Caserío Pampa de los Silvas está conformada por 34 artesanas, dándonos un total de 77 artesanas.

Ahora bien, siendo la muestra una parte o fragmento representativo de la población se realizó el muestreo probabilístico aleatorio simple, en donde como señala Salkind “cada miembro de la población tiene una posibilidad igual e independiente de ser seleccionado como parte de la muestra” (como se cita en Carrasco, 2017, p. 241).

Por lo tanto, el tamaño de la muestra será determinado, bajo la expresión:

$N = 77$ artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena.

$Z^2 =$ nivel de confianza $(1.95)^2$

$p =$ probabilidad de que ocurra (0.5)

$q =$ probabilidad de que no ocurra (0.5)

$E^2 =$ error de estimación $(0.05)^2$

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2 \cdot (p - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Muestra: 60 artesanas.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas:

Se empleará en el presente trabajo de investigación las técnicas de observación y encuestas, con el fin de medir y obtener los resultados deseados.

Instrumentos:

Como instrumentos se utilizará 2 guías de cuestionario, las cuales poseerán 25 preguntas cada una, además para el instrumento de observación se utilizará documentos

relacionados al tema, fuentes bibliográficas (revistas, manuales, informes, estudios de mercados).

Validez

La validez del instrumento ha sido realizada por tres especialistas en el tema, quienes revisaron cada uno de los ítems correspondientes a las diferentes dimensiones de las variables en estudio. De esta manera, manifestaron su conformidad con el instrumento de la investigación.

Confiabilidad:

Con el fin de comprobar que los ítems que integran el instrumento sean comprendidos por distintas familias, se llevó a cabo la realización de la encuesta que fue aplicada a 60 artesanas en el distrito de La Arena – Piura, además se presentarán fotos de los encuestados, su firma, DNI.

En el estudio de la confiabilidad del instrumento, según el análisis de Alfa Cronbach, en la primera encuesta reporta que el coeficiente fue de 0,85.

Tabla N° 2: Estadístico de fiabilidad, cuestionario 1

		N	%
Casos	Válido	60	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	60	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla N° 3: Estadística de fiabilidad cuestionario 1

Alfa de Cronbach	N de elementos
,850	25

Asimismo, en el estudio de la confiabilidad del segundo instrumento, según el análisis de Alfa Cronbach, en la encuesta reporta que el coeficiente fue de 0,833.

Tabla N° 4: Estadístico de fiabilidad cuestionario 2

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	60	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	60	100,0

- a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla N° 5: Estadísticas de fiabilidad - cuestionario 2

Alfa de Cronbach	N de elementos
,833	19

2.4 Método y análisis de datos

Para el método de análisis de datos se utilizó la herramienta SPSS.

2.5 Aspectos éticos

La presente investigación es propia del autor. Está exenta de irregularidades, ya que la información desarrollada, ha sido obtenida de fuentes bibliográficas y linkográficas, las cuales están debidamente citadas. Para ello, se recurrió a las normas APA.

Con respecto a los datos obtenidos, son recopilados del instrumento aplicado a las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena - Piura, siendo las artesanas los encuestados y quienes mostraron su absoluto consentimiento y disposición para su desarrollo.

III. RESULTADOS

Con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio de esta tesis, se hizo uso de las técnicas como cuestionarios, documentación escrita y virtual para afianzar los conocimientos relacionados al tema de investigación.

Tabla N° 6: Estado civil y grado de instrucción de las artesanas

		Frecuencia	Porcentaje
Estado Civil	Soltero(a)	8	13,3%
	Casado(a)	47	78,3%
	Viudo(a)	5	8,4%
	Divorciado(a)	0	0%
Grado de Instrucción	Ninguno	21	35,0%
	Primaria	29	48,3% %
	Secundaria	9	15,0%
	Técnico	1	1,7%
	Superior	0	0%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 3.1, como información general podemos establecer los datos referentes a las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena, con respecto al estado civil, el 78,3% indicaron que son casadas, el 13,3% manifestó que se encuentran solteras y el 8,4% de artesanas encuestadas dio a conocer que son viudas. Además, el 48,3% de las personas encuestadas señaló que tiene un grado de instrucción de nivel Primario y el 35,0% no ha recibido instrucción educativa alguna.

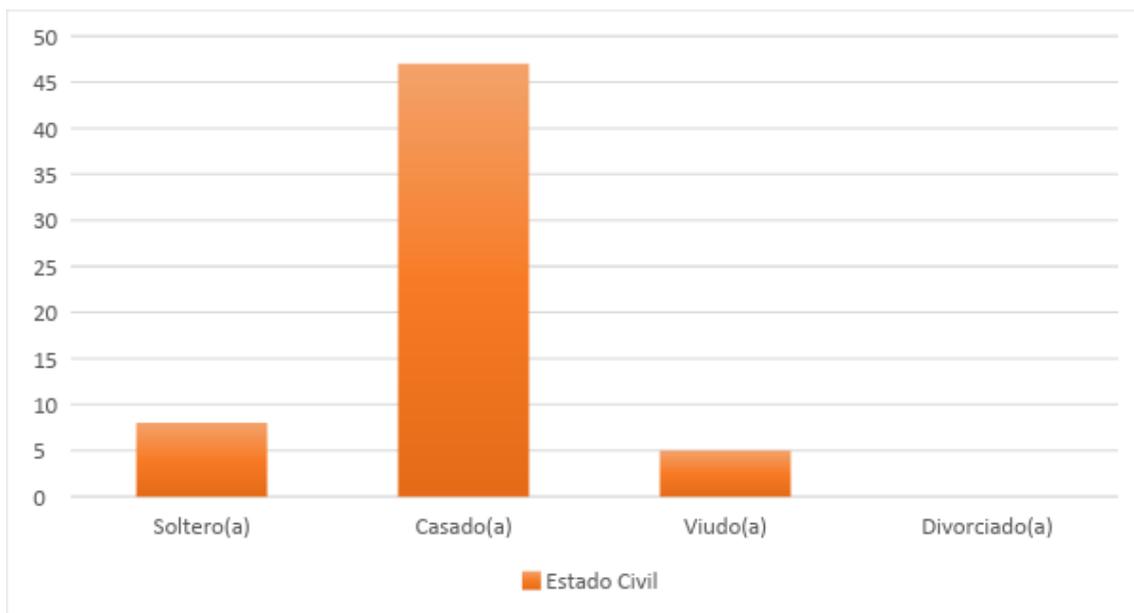


Figura N° 1: Estado civil de las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena – 2018

Fuente: Elaboración propia.

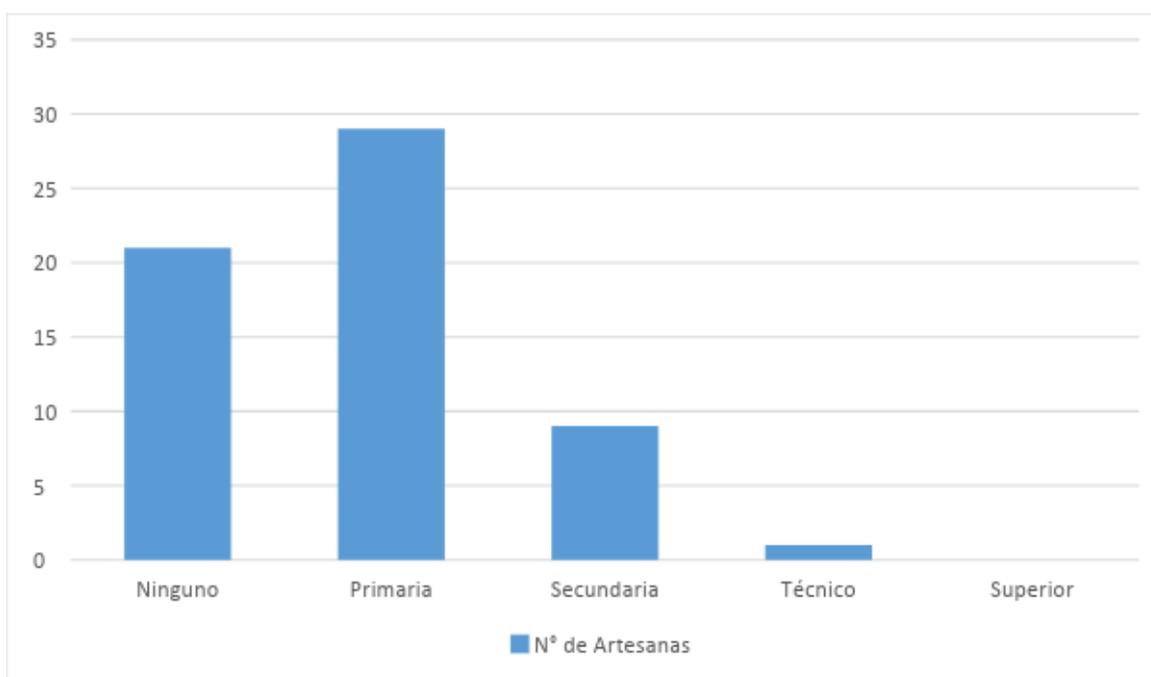


Figura N° 2: Grado de instrucción de las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 7: Edad de las artesanas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-28	9	15,0%	15,0%	15,0%
	29-38	10	16,7%	16,7%	31,7%
	39-48	13	21,7%	21,7%	53,3%
	49-58	16	26,7%	26,7%	80,0%
	59-68	12	20,0%	20,0%	100,0%
Total		60	100,0		

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.2, de la encuesta aplicada a las artesanas de paja toquilla se observan los siguientes datos generales de las artesanas encuestadas, el 26,7% manifestó que tienen una edad promedio entre 49 a 58 años, el 21,7% contestó que tienen una edad promedio entre 39 a 48 años de edad, mientras el 20,0% dijo que su edad está entre 59 a 68 años de edad.

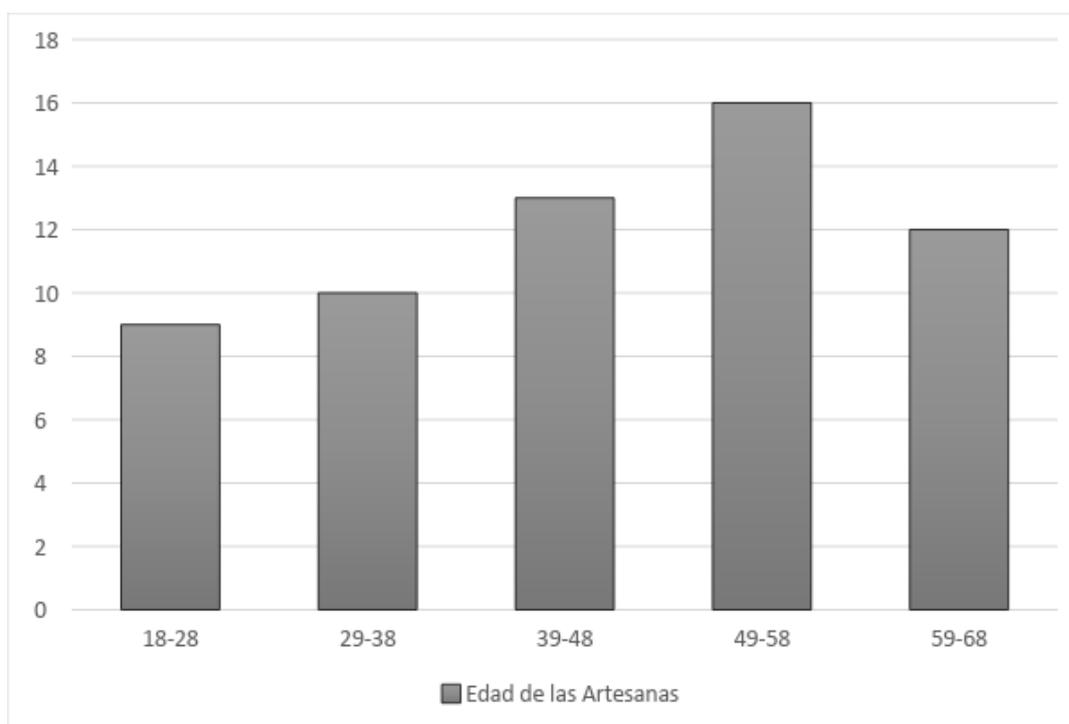


Figura N° 3: Edad de las artesanas

Fuente: Elaboración propia.

Objetivo específico 1: Desarrollar un análisis FODA al sector artesanal de Paja toquilla del distrito de la Arena.

Para el logro del presente objetivo se realizó un cuestionario a las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena, con el fin de determinar las fortalezas y debilidades del sector artesanal, además de instrumentos virtuales para determinar las oportunidades y amenazas del sector.

Se determinarán si los ítems que conforman las siguientes tablas son fortalezas o debilidades, esto con el fin de determinar los puntos que servirá en el análisis FODA a realizar.

Tabla N° 8: Características del sector artesanal

	Si		No	
	Recuento	% del N de tabla	Recuento	% del N de tabla
¿Ud. está registrada en el Registro Nacional de Artesanos?	54	90,0%	6	10,0%
¿Todas las artesanías que usted produce son a base de paja toquilla?	55	91,7%	5	8,3%
¿Ha recibido capacitaciones sobre la calidad y diseño de su artesanía?	55	91,7%	5	8,3%
¿Sus artesanías tienen precio de mercado?	57	95,0%	3	5,0%
¿Sus artesanías transmiten identidad cultural?	60	100,0%	0	0,0%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.3, se aprecia que de acuerdo a las interrogantes planteadas el 90% de encuestadas manifiesta que está registrada formalmente en el registro nacional de artesanos, el 91,7% de artesanas producen a base de paja toquilla, el 91,7% ha recibido capacitaciones

sobre la calidad y diseño de la artesanía, el 95% sostienen que sus precios de venta son económicos y el 100% manifestó que sus artesanías fomentan la identidad cultural. Sin embargo, un escaso porcentaje en lo referente al 10% de encuestados (6 artesanos) no están registradas en el RNA, el 8,3% no ha recibido capacitación alguna sobre calidad y diseño en su artesanía y, por último, el 5% de las artesanas piensan que sus precios son muy elevados.

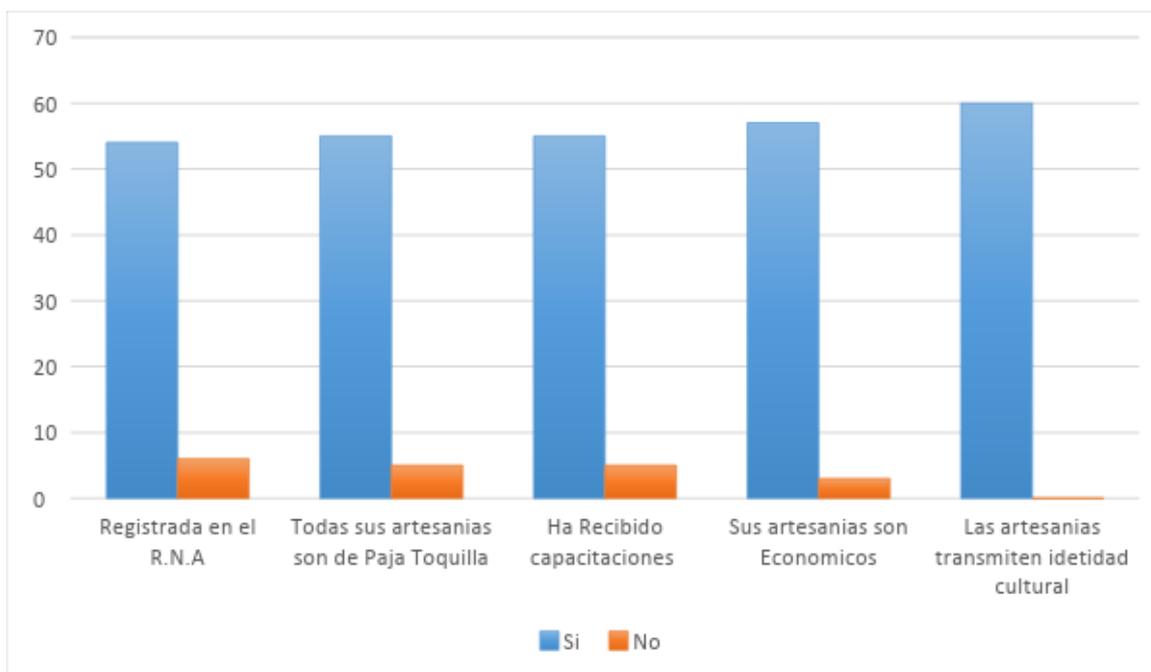


Figura N° 4: Características del sector artesanal

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 9: Características del sector artesanal

	Si		No	
	Recuento	% del N de tabla	Recuento	% del N de tabla
¿Sabe usted cuánto se gasta en elaborar sus artesanías?	39	65,0%	21	35,0%
¿Tiene conocimiento de otros vendedores de paja toquilla?	3	5,0%	57	95,0%
¿Lleva algún registro de las artesanías que elabora?	39	65,0%	21	35,0%
¿Tiene usted paja toquilla almacenada?	19	31,7%	41	68,3%
¿Piensa usted que sus artesanías podrían mejorar?	57	95,0%	3	5,0%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.4, según los datos analizados podemos establecer que el 65,0% tiene conocimiento de cuanto invierte en elaborar sus artesanías, el 5% conocen que existen otros vendedores de paja toquilla, el 65% registra las artesanías que elabora, el 31,7% manifiesta que tiene paja toquilla almacenada y el 95% considera la tendencia a mejorar sus artesanías. Sin embargo, se resalta el hecho de que el 95% no tiene conocimiento de la existencia de otros vendedores de paja toquilla, el 35% no registra las artesanías que elabora, el 68,3% de artesanas no tiene paja toquilla almacenada y el 5% piensa que sus artesanías ya no podrían mejorar.

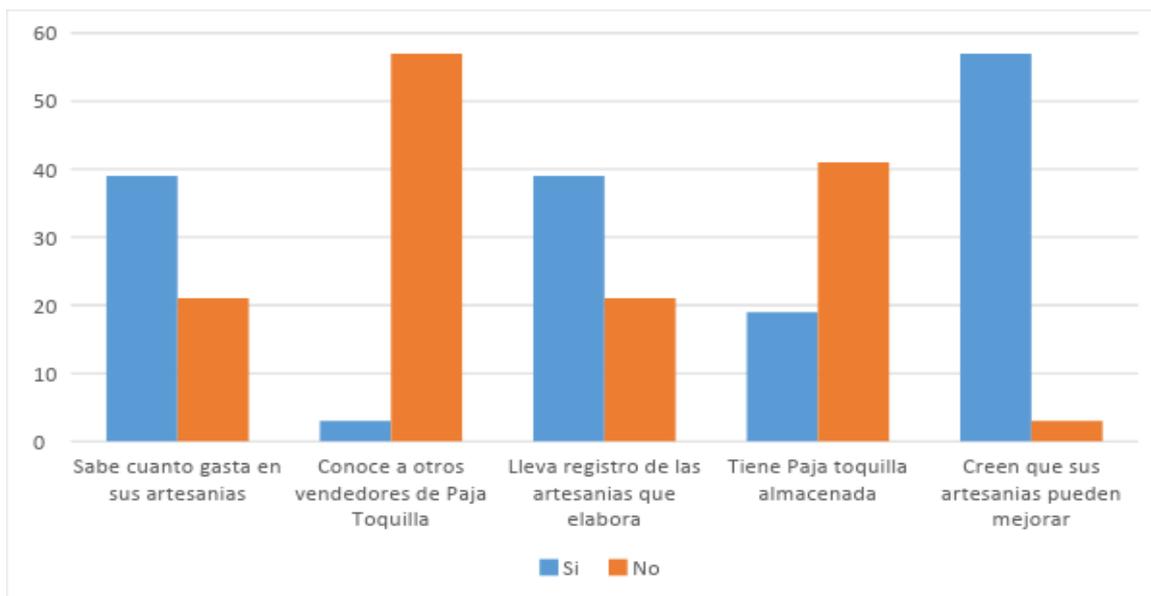


Figura N° 5: Características del sector artesanal

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 10: Características del sector artesanal

	Si		No	
	Recuento	% del N de tabla	Recuento	% del N de tabla
¿Conoce las últimas novedades del mercado?	19	31,7%	41	68,3%
¿Necesita usted algún préstamo de algún banco para comprar maquinaria, herramientas o materia prima?	29	48,3%	31	51,7%
¿Siempre cumple con el 100% de la entrega de sus pedidos?	57	95,0%	3	5,0%
¿Depende de otras personas para la comercialización sus artesanías?	40	66,7%	20	33,3%
¿Sus artesanías son conocidas a nivel local o regional?	49	81,7%	11	18,3%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.5, se establece que el 31,7% conoce las últimas novedades del mercado, el 48,3% necesita algún préstamo para comprar maquinaria, herramientas e insumos para elaborar sus artesanías, el 95% cumple con la entrega del 100% de los pedidos, el 66,7% depende de otras personas para comercializar sus artesanías y el 81,7% establece que sus artesanías son conocidas a nivel local o regional. Se evidencia, asimismo, que el 68,3% de los encuestados no conoce las últimas novedades del mercado, el 51,7% no necesita de préstamos para poder comprar maquinaria, herramientas y materia prima, mientras que el 33,3% no necesita de otras personas para comercializar sus artesanías y el 18,4% manifestó que sus artesanías no son conocidas a nivel local o regional.

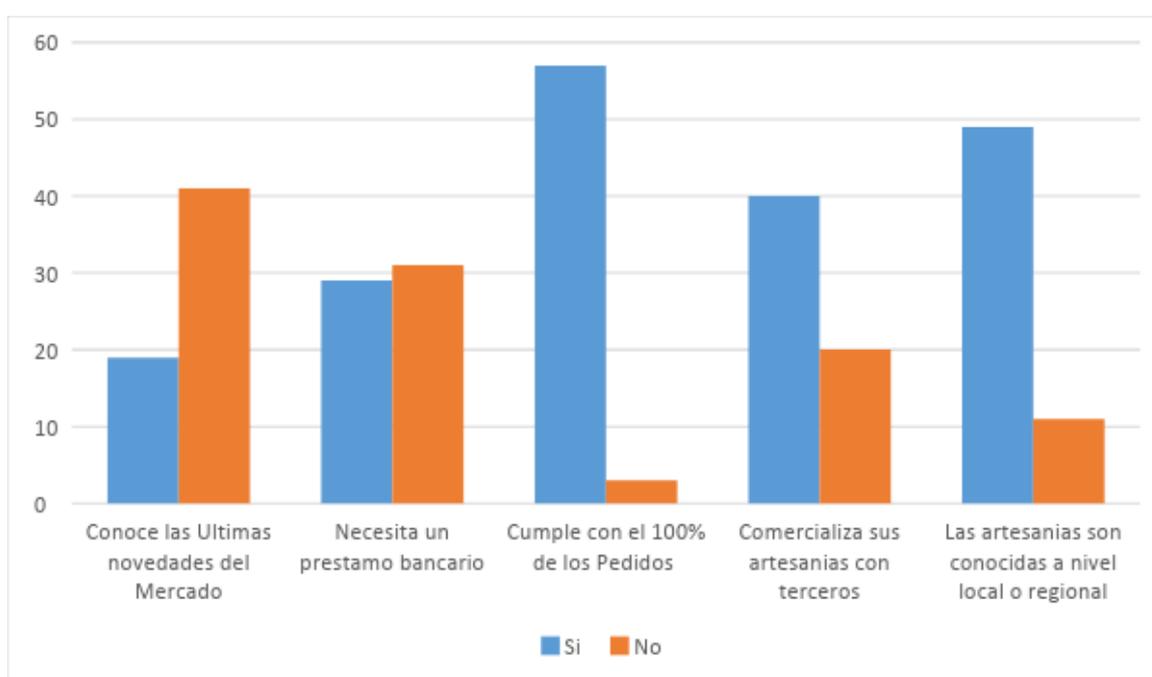


Figura N° 6: Características del sector artesanal

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 11: Características del sector artesanal

	Si		No	
	Recuento	% del N de tabla	Recuento	% del N de tabla
¿Cuentan con alguna marca que las representa?	13	21,7%	47	78,3%
¿Tiene apoyo de instituciones públicas?	47	78,3%	13	21,7%
¿Tiene apoyo de instituciones privadas?	52	86,7%	8	13,3%
¿Considera usted que sus artesanías tienen calidad para exportarse?	57	95,0%	3	5,0%
¿Tiene algún conocimiento sobre exportaciones?	7	11,7%	53	88,3%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.6, se aprecia que el 78,3% de los encuestados no cuentan con una marca alguna que los representa, el 78,3% cuentan con apoyo de instituciones públicas y el 86,7% de instituciones privadas. El 95% considera que las artesanías que elaboran tienen calidad de exportación; sin embargo, el 88,3% de las artesanas no tienen conocimiento en exportaciones.

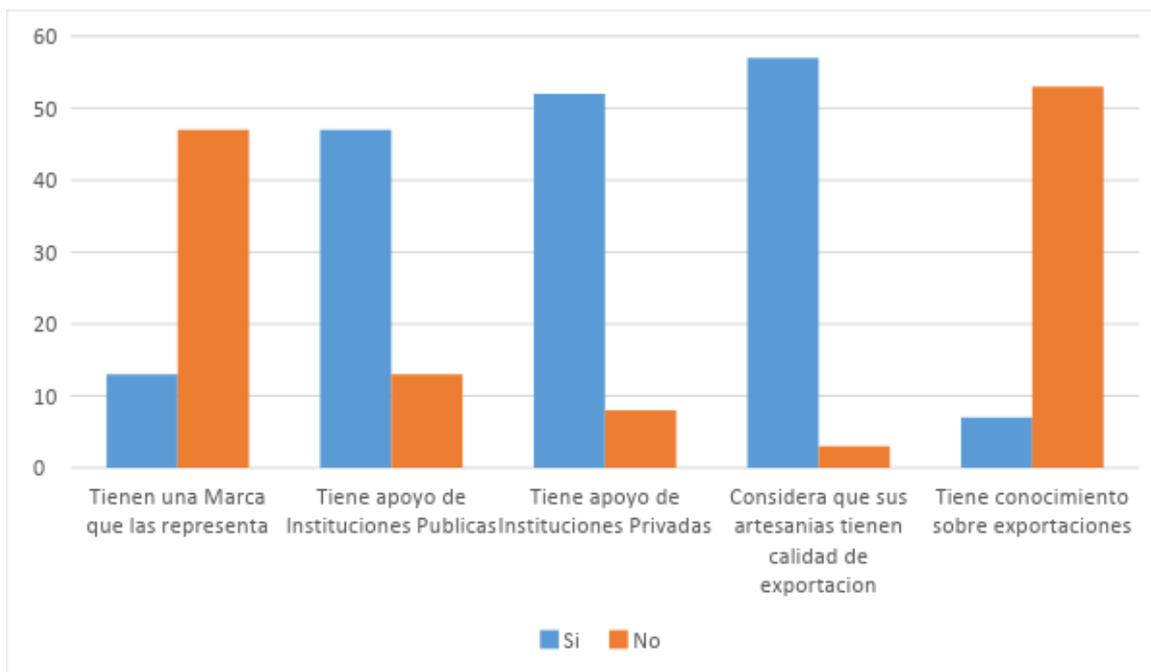


Figura N° 7: Características del sector artesanal

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 12: Características del sector artesanal

	Si		No	
	Recuento	% del N de tabla	Recuento	% del N de tabla
¿Sabe usted los requisitos que exige el mercado internacional?	5	8,3%	55	91,7%
¿Cree que su producto podría comercializarlo en el mercado internacional?	57	95,0%	3	5,0%
¿Cuenta con alguna certificación nacional o internacional?	3	5,0%	57	95,0%
¿Ha asistido a ferias internacionales?	0	0,0%	60	100,0%
¿Le gustaría participar en ferias internacionales?	59	98,3%	1	1,7%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.7, se puede apreciar que el 91,7% de encuestadas desconoce de los requisitos que exige el mercado internacional. Sin embargo, el 95% considera que su artesanía producida podría comercializarse en el mercado internacional. Por otra parte, el 95% señaló que no cuentan con certificación nacional e internacional, el 100% carece de participación alguna en feria internacionales; mientras que el 98,3% de artesanas le gustaría participar en ferias internacionales.

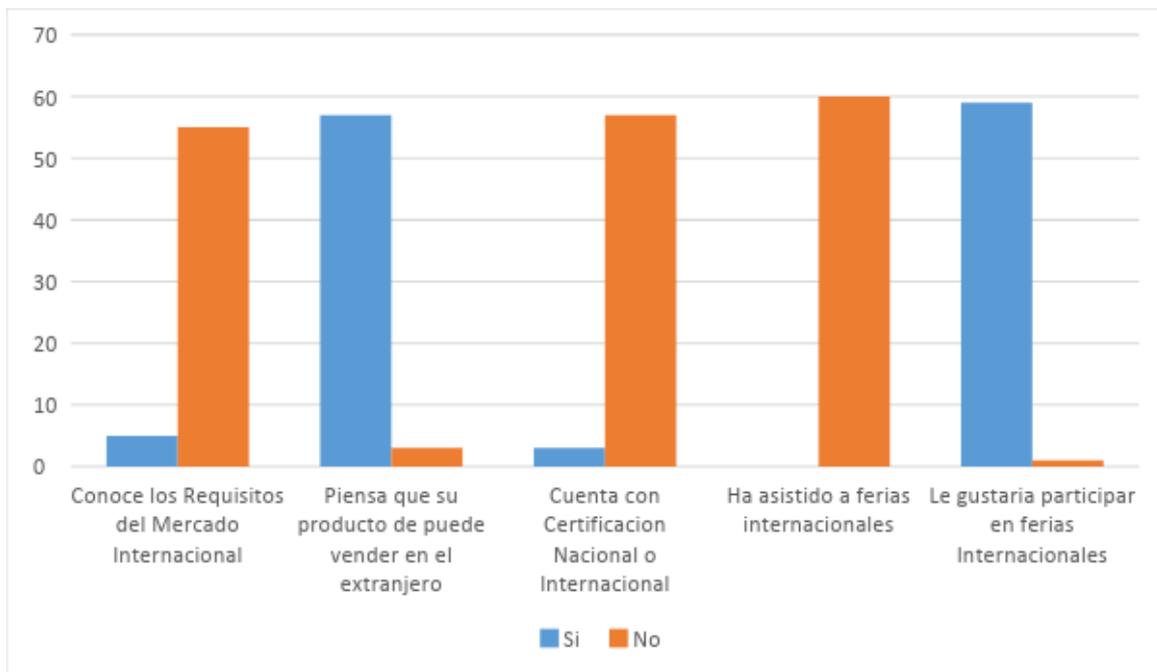


Figura N° 8: Características del sector artesanal

Fuente: Elaboración propia.

Objetivo específico 02: Determinar las características, condiciones y permisos del mercado canadiense.

Para determinar las características, condiciones y permisos del mercado canadiense con respecto a las artesanías de paja toquilla, se hizo uso de fuentes bibliográficas, así también documentos de ingreso al mercado canadiense:

Características:

PromPerú (2016) en su Cartilla de información postal – Canadá, nos da a conocer las características del mercado objetivo, así como también algunas sugerencias respecto a cómo exportar al mercado canadiense. En este sentido, señala que el empresario peruano que desea

ingresar al mercado canadiense debe pensar en una estrategia de mediano y largo plazo ya que es un mercado muy exigente. En este sentido, comenzar a exportar a Canadá implica determinar esfuerzos humanos, económicos y tecnológicos para lograr tener éxito.

Dentro de las recomendaciones, que se deben tener en cuenta se enumeran las siguientes:

a) El hombre de negocios canadiense es un empresario conservador; por lo que, la toma de sus decisiones las prolongará por más tiempo. Asimismo, el empresario canadiense descarta negocios con altos riesgos comerciales.

b) Es de mucha importancia comprender bien el mercado y sus segmentos, así también debemos de conocer a la competencia y entender los canales de distribución. El ciudadano canadiense espera conseguir los mismos precios por volúmenes grandes que por volúmenes pequeños. Al inicio de las negociaciones, muchas veces esperan que el vendedor se atribuya las diferencias en costos logísticos, como una especie de inversión.

c) Un punto muy importante es la puntualidad y la formalidad, son elementos que, de no satisfacerse, pueden logra afectar el proyecto de exportación. También, presentar excusas o problemas y no soluciones, son formas de destruir cualquier relación comercial con un país en donde se fomenta una cultura de negocios proactiva y la seguridad entre las partes.

d) El secreto del éxito en un proyecto de exportación es planear detalladamente aspectos como: estudios de mercado; la logística del país de destino; tráfico internacional; aspectos financieros; planes de promoción y publicidad; negociación y ventas y consideraciones de representación y presencia física en el mercado meta.

TFO CANADÁ (2010) brinda algunos datos importantes a tener en cuenta si se desea exportar hacia Canadá, señalando que las importaciones canadienses en cinco años obtuvieron un alza de \$511 mil millones en 2014, lo que coloca al mercado canadiense como el décimo tercer mercado más grande de importaciones en el mundo. Si bien el mercado de Canadá es aproximadamente el 10% del mercado estadounidense, adquiere casi dos veces más que USA y México a nivel per cápita.

Asimismo ,1 de cada 5 pobladores canadienses han nacido fuera ese país, brindando así la mayor proporción de ciudadanos nacidos en el extranjero. Cerca de los 7 millones de

inmigrantes que llaman a Canadá su hogar provienen de más de 200 países, con 13 grupos étnicos diferentes que tienen agrupaciones poblacionales de más de 1 millón de individuos.

También, nos recalca que Canadá posee tratados comerciales con 43 países que unidos representan la mitad de la economía mundial. En los últimos cinco años, Canadá ha concretado acuerdos comerciales bilaterales con Colombia, Jordania, Panamá, Honduras y Corea, y ahora está negociando otros 11 más. De igual forma, el mercado canadiense también ofrece acceso al mercado libre de impuestos y contingentes para los países en vías de desarrollo.

Condiciones:

Así, también en el territorio canadiense existen más de 3.800 tiendas de decoración para el hogar con un total en ventas de \$4 mil millones en 2015 y se estima un crecimiento anual de 1,2% durante los próximos cinco años (2015 a 2020).

En el caso de las artesanías, los artículos hechos a mano poseen gran aceptabilidad en Canadá ya sea por su acabado fino, la atención al detalle o el tiempo y destreza de los artesanos que demandan un mayor precio en comparación a los artículos para decoración del hogar producidos en masa. Los exportadores deben tener bien claro los costos de los materiales y la mano de obra de los artesanos a la hora de fijar un precio internacional. Las artesanías pequeñas pueden costar solo de \$50 a \$100, pero la mayoría de estos artículos se venden como un artículo específico o de lujo entre \$100 y \$500. Además, las artesanías especiales o hechas a medida para decoración del hogar pueden costar miles de dólares, dependiendo de la calidad de los materiales y la reputación del artista.

Permisos al mercado canadiense.

Velez y Zambrano (2015) en su “Plan de negocio para la exportación de sombreros finos de paja toquilla hacia Toronto Canadá”, afirma que según sus investigaciones en las diferentes páginas web canadienses y al tratarse de un producto artesanal, los sombreros de paja toquilla no necesitan algún tipo de requisito sanitario o fitosanitario, además la documentación que se requiere para el envío del servicio exporta fácil son los siguientes: Contar N° de RUC, la Declaración Aduanera Simplificada, que en nuestro país sería la Declaración Única Aduanera, y los documentos obligatorios como la factura comercial, Packing list y certificación de origen como se explican más detalladamente líneas abajo.

Factura Comercial: Es el documento en el que se detallan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como respaldo y confirmación de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino (Velez y Zambrano, 2015).

Certificación de Origen: Es el documento que tiene como objetivo acreditar y garantizar el origen de las mercancías exportadas, de tal modo permitan beneficiarse de las preferencias o reducciones arancelarias que otorgan los países en el marco de los tratados de libre comercio o regímenes preferenciales (Velez y Zambrano, 2015).

Packing List: es una lista con una relación de contenidos del paquete que completa la información de la factura y debe ser emitida por la persona que realiza el envío, el remitente (Velez y Zambrano, 2015).

Objetivo específico 03: Definir la forma de entrada al mercado canadiense.

Para definir las formas de entrada al mercado canadiense se hizo una recopilación de información de las cadenas de distribución a ese país, englobando al sector artesanal. En este sentido, TFO CANADÁ (2016) afirma que la mayoría de las importaciones para las decoraciones del hogar que compra Canadá, se realiza mediante un agente o distribuidor. Debido al gran territorio que tiene en comparación con otros mercados, los distribuidores y mayoristas pueden cooperar con la logística, distribución y compra en masa para las ventas a lo largo de áreas con baja densidad poblacional. Muchas compras para decoración del hogar se realizan fuera del país, particularmente por cadenas de productos para la decoración del hogar que son de propiedad estadounidense que operan en Canadá.

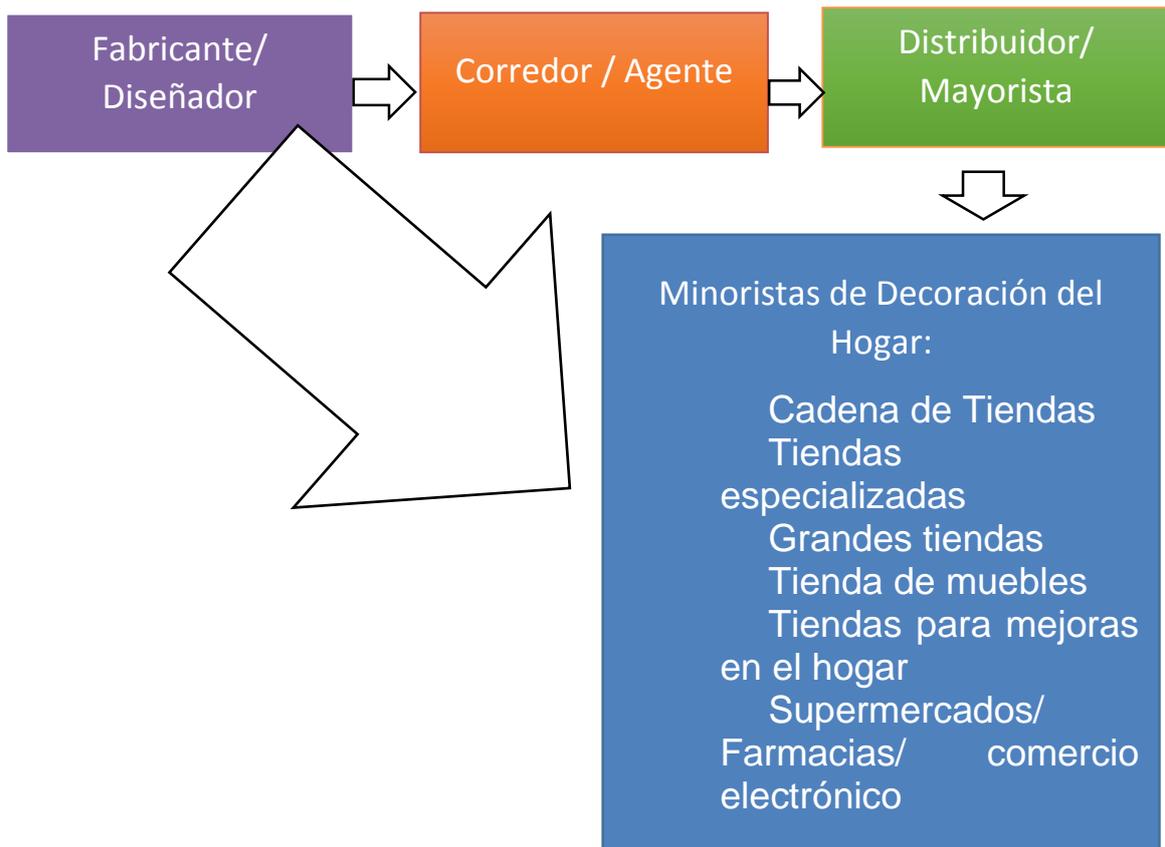


Figura N° 9: Cadena de distribución, decoración del hogar

Fuente: TFO CANADÁ 2015

La Asociación Canadiense del Regalo ha calculado que existen 63.000 tiendas en el mercado canadiense que venden o tienen el potencial de vender obsequios. Aproximadamente, 45.000 de estas tiendas en Canadá son minoristas independientes y 17.500 son cadenas de tiendas. Las artesanías a menudo se presentan en espacios especializados para promover las ventas de muebles, artículos para el hogar y otros. Esto ayuda a que el cliente seleccione con más facilidad de estilos, temas y colores, logrando así una compra satisfecha.

Una gran cantidad de tiendas ubicadas en galerías comerciales y muchas independientes orientadas a la moda son excelentes puntos de venta para artículos importados de manera exclusiva. Las tiendas boutique en hoteles y otros negocios buscan atraer a un sector exclusivo, a menudo se abastecen de artículos artesanales únicas con el objetivo de mejorar el ambiente que tratan de establecer. En estos casos, los arquitectos y

diseñadores de interiores cumplen un papel importante al elegir las artesanías en representación de los compradores, que son los usuarios finales.

Asimismo el MINCETUR (2016) en su estudio “Perfil de producto – Artesanía - Canadá” nos dice que en cuanto los canales de distribución para las artesanías que se exportan a Canadá es variada y no tiene una forma de presentación única, esto se debe ya que los productos pueden ser distribuidos por medio de intermediarios y detallistas. En la siguiente, figura podemos observar una forma integral de dichas relaciones en la distribución de las artesanías.

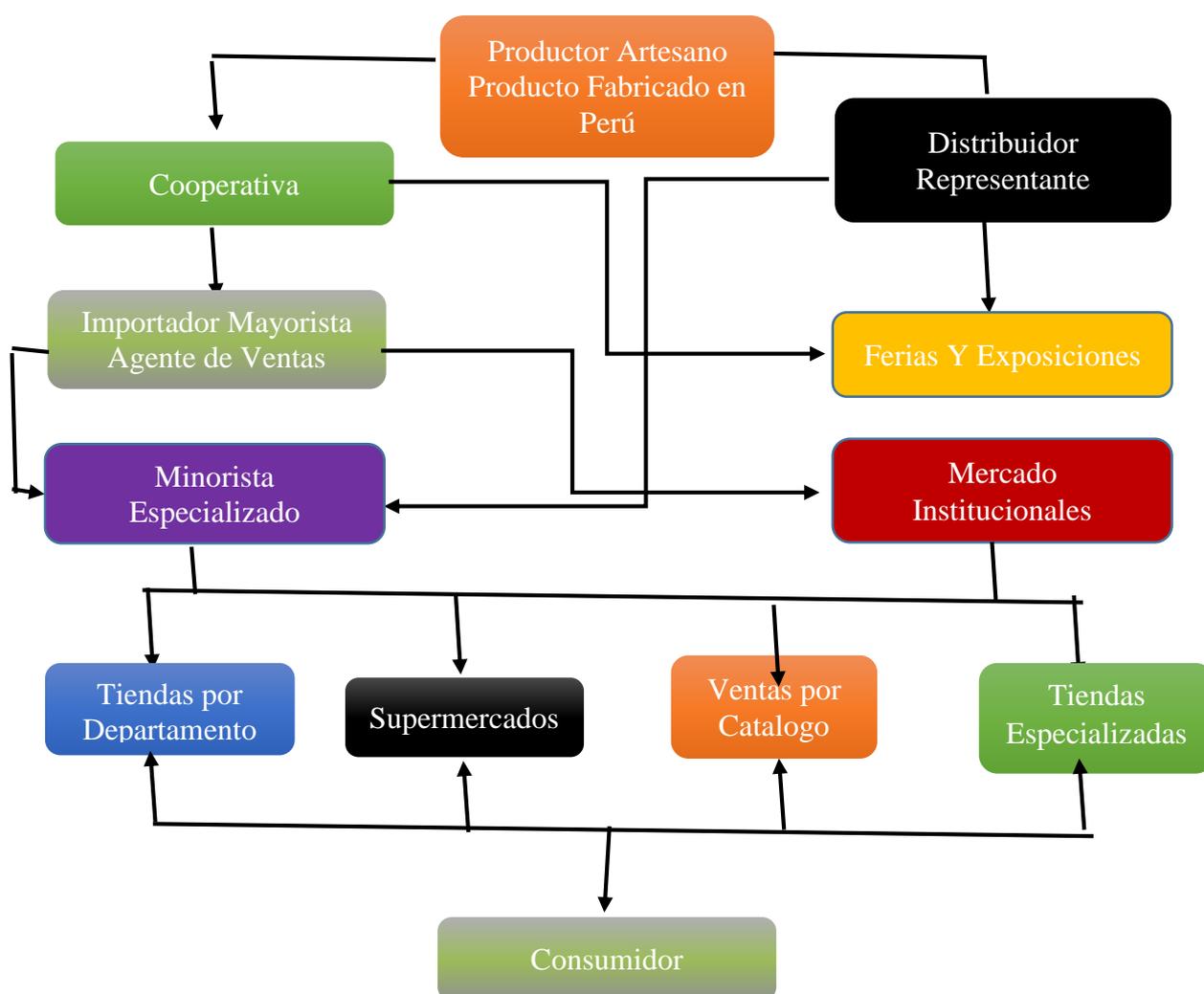


Figura N° 10: Canal de distribución de artesanías

Fuente: MINCETUR 2016

En la cadena de distribución los agentes principales, intervienen los minoristas especializados o las instituciones especializadas como empresas con mercados cautivos. Así

también, las ferias que realizan en Canadá y las exposiciones que hacen, pueden ser una vía de gran importancia para este tipo de productos.

En la cadena de distribución con respecto al monto a pagar nos dice que al precio inicial como valor base, le debemos incrementar entre 5% a 15% dependiendo del agente o bróker para obtener un valor 2, a éste nuevo valor se le debe dar entre 20% a 25% a nivel del distribuidor para conseguir un valor 3, al final este será el precio el que recibirán los minoristas quienes deben dar un porcentaje de ganancia entre 30% a 40% para obtener el valor 4 que será al que comprara el consumidor final.

Objetivo específico 04: Determinar las artesanías que se ofrecerán inicialmente al mercado canadiense.

Para el logro del presente objetivo, se aplicó un cuestionario a las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena para determinar las características del producto y la capacidad productiva del sector artesanal.

Del cuestionario se pudo recoger los siguientes datos:

¿Qué productos a base de paja toquilla elabora?

Tabla N° 13: Productos elaborados a base de paja toquilla

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Flores	48	20,3%	80,0%
Sombreros	45	19,1%	75,0%
Cofres	59	25,0%	98,3%
Porta Botellas	40	16,9%	66,7%
Otros (Vinchas y Llaveros)	44	18,6%	73,3%
Total	236	100,0%	393,3%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.8, según los datos establecidos podemos manifestar que el 80,0% de todas las artesanas encuestadas tienen conocimiento de cómo elaborar las flores de paja toquilla, el 75,0% sabe elaborar sombreros y el 98,3% refieren que elaboran cofres. Por otra parte, el 66,7% de las encuestadas producen porta botellas y el 73,3% elaboran vinchas y llaveros hechos a base de paja toquilla.

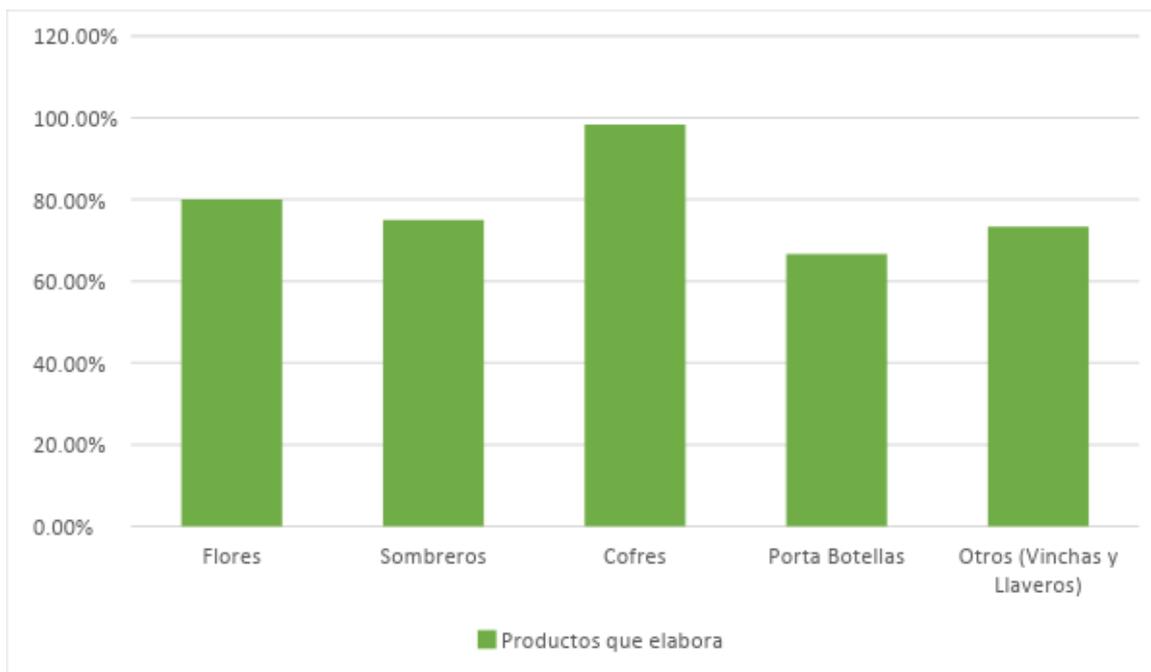


Figura N° 11: Productos elaborados a base de paja toquilla

Fuente: Elaboración propia.

¿Qué productos se les hace más fácil elaborar?

Tabla N° 14: Productos de fácil elaboración

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Flores	17	15,7%	28,3%
Sombreros	13	12,0%	21,7%
Cofres	37	34,3%	61,7%
Porta Botellas	11	10,2%	18,3%
Otros (Vinchas y Llaveros)	30	27,8%	50,0%
Total	108	100,0%	180,0%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.9, de acuerdo a la interrogante planteada se observa que el 28,3% de las artesanas encuestadas estableció que se les hace más fácil elaborar son las flores y el 21,7% los sombreros. Igualmente, un 61,7% manifestó que se les hace más fácil elaborar los cofres, siendo el producto más sencillo de elaborar; mientras un 18,3% contestaron que los porta botellas son fáciles de elaborar siendo el producto más dificultoso en elaborar de los 5 y, por último, el 50% de las artesanas se les hace fácil elaborar vinchas y llaveros.

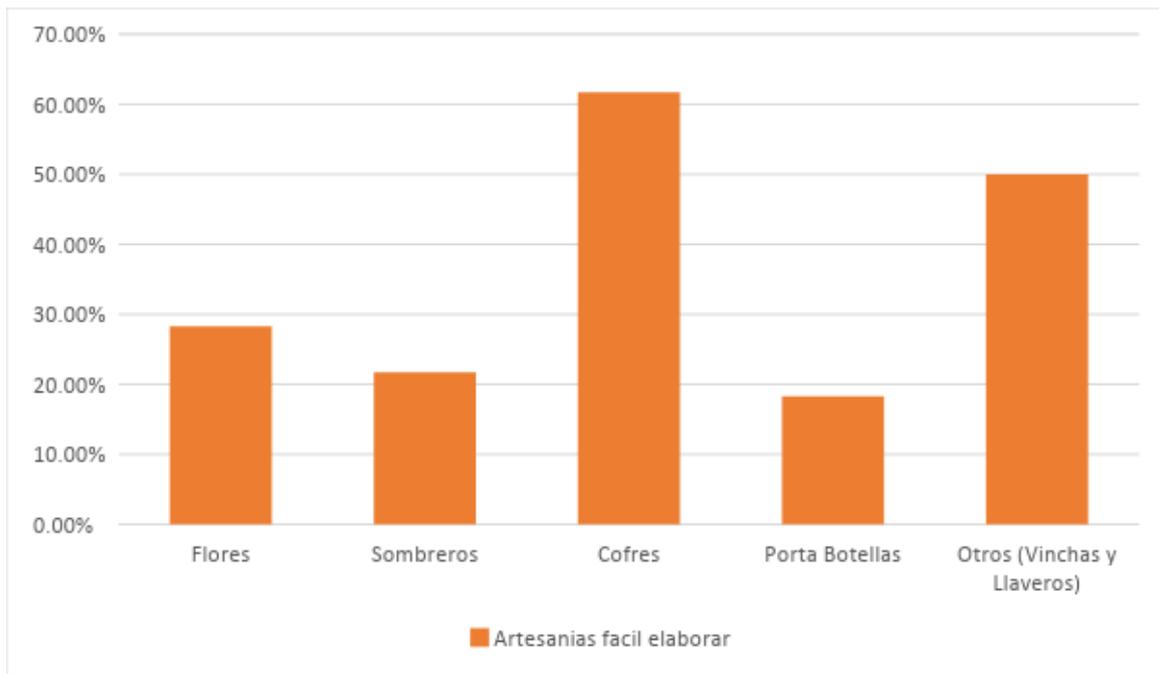


Figura N° 12: Productos de fácil elaboración

Fuente: Elaboración propia.

¿Cuál es la artesanía de mayor venta en el mercado nacional?

Tabla N° 15: Producto de mayor venta en el mercado nacional

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Flores	10	10,1%	16,7%
Sombreros	16	16,2%	26,7%
Cofres	41	41,4%	68,3%
Porta Botellas	11	11,1%	18,3%
Otros (Vinchas y Llaveros)	21	21,2%	35,0%
Total	99	100,0%	165,0%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.10, las artesanas manifestaron que el 16,7% de las encuestadas piensan que las flores tienen mayor venta en el mercado nacional, el 26,7% determinó que son los sombreros, mientras que un porcentaje elevado del 68,7% los cofres. Ahora bien, un porcentaje menor manifestó que los porta botellas tienen 18,3% de mayor venta en el mercado nacional, del mismo modo las vinchas y llaveros con un porcentaje del 35,0%.

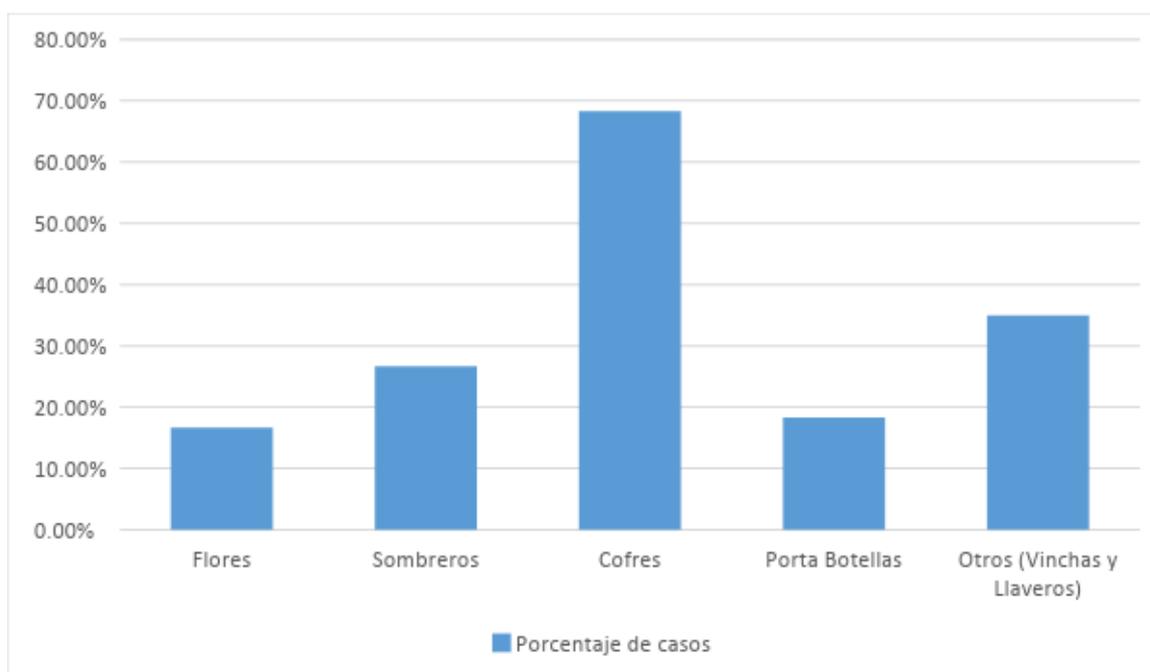


Figura N° 13: Producto de mayor venta en el mercado nacional

Fuente: Elaboración propia.

¿Cuántas artesanías puede elaborar semanalmente, de los siguientes productos?

Tabla N° 16: Capacidad productiva semanalmente por artesanía

	De 1 a 3 Unidades		De 4 a 6 Unidades		De 7 a 9 Unidades		De 10 a 12 Unidades	
	Recuento	% del N de tabla	Recuento	% del N de tabla	Recuento	% del N de tabla	Recuento	% del N de tabla
Flores	11	20,8%	9	17,0%	18	34,0%	15	28,3%
Sombreros	46	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Cofres	24	40,7%	22	37,3%	9	15,3%	4	6,8%
Porta botellas	15	36,6%	19	46,3%	5	12,2%	2	4,9%
Otros (Vinchas y Llaveros)	2	4,9%	4	9,8%	14	34,1%	21	51,2%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.11, de acuerdo a la interrogante planteada, se establece que el 20,8% de las artesanas que elaboran flores pueden tejer 1 a 3 flores semanalmente, el 17,0% de 4 a 6 unidades, el 34,0% de 7 a 9 unidades y el 28,3% pueden elaborar de 10 a 12 flores en una semana. Por otra parte, el 100% de artesanas que elaboran sombreros pueden elaborar de 1 a 3 unidades por semana; de igual manera 40,7% de las artesanas que elaboran los cofres de paja toquilla pueden elaborar de 1 a 3 unidades semanalmente, el 37,3% de 4 a 6 unidades, el 15,3% de 7 a 9 unidades y el 6,8% su capacidad de producción es de 10 a 12 unidades; En el caso de los porta botellas, el 36,6% de las artesanas que elaboran esa artesanía dieron conocer que elaboran de 1 a 3 unidades por semana, el 46,3% de 4 a 6 unidades semanalmente, siendo el porcentaje más alto, el 12,2%

de artesanas que elaboran porta botellas detallaron que su capacidad productiva es de 7 a 9 unidades por semana y un porcentaje menor del 4,9% manifestó que puede elaborar de 10 a 12 unidades en una semana;

En el caso de las vinchas y llaveros, se observa que el 4,9% de artesanas puede elaborar de 1 a 3 artesanías, el 9,8% de 4 a 6, un porcentaje más elevado del 34,1% pueden elaborar de 7 a 9 unidades, y el porcentaje mayor del 51,4% de las artesanas que elaboran vinchas y llaveros pueden tejer de 10 a 12 unidades siendo un producto de fácil y rápido de elaborar.

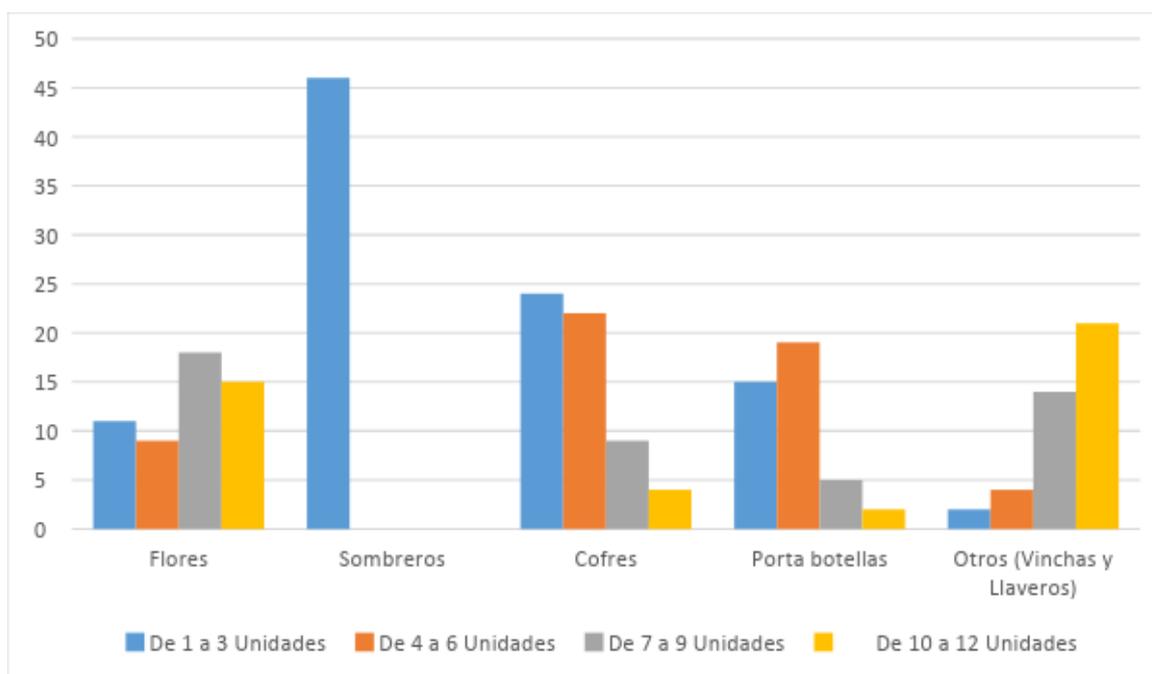


Figura N° 14: Capacidad productiva semanalmente por artesanía

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 17: Capacidad de eficiencia semanal de las artesanías de paja toquilla del distrito de La Arena - 2018

	Mínimo		Máximo	
	Unidades	Porcentaje	Unidades	Porcentaje
Flores	198	46.15%	429	100%
Sombreros	56	40.58%	138	100%
Cofres	189	56.76%	333	100%
Porta Botellas	138	60.53%	228	100%
Otros (Vinchas y Llaveros)	147	36.03%	408	100%
Total				100%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la tabla 3.12, se puede observar que de la tabla anterior se logró determinar las cifras máximas y mínimas de unidades que pueden elaborar las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena.

Con respecto a las artesanías de flores, son 198 las unidades mínimas que se pueden elaborar semanalmente, es decir el 46,15% del 100% de la capacidad de producción máxima que son 429 unidades. En el caso de los sombreros, las unidades mínimas que se puede elaborar son de 56 sombreros, esto representaría el 40,58% de las 138 unidades que son el número máximo de su capacidad de producción. En cuanto a los cofres, la cantidad mínima de elaboración semanal es de 189 unidades, que es el 40.58% frente a las 333 unidades máximas que representan el 100%.

Por su parte, en el caso de los porta botellas de paja toquilla son 138 las unidades mínimas de elaboración en una semana, comparados a los 228 unidades máximas de producción, ya que las unidades mínimas tienen un porcentaje del 60,53% del 100%; en otras artesanías que son las vinchas y llaveros, la capacidad mínima de producción semanal es de 147 unidades, es decir el 36,03% de la capacidad máxima que son 408 unidades.

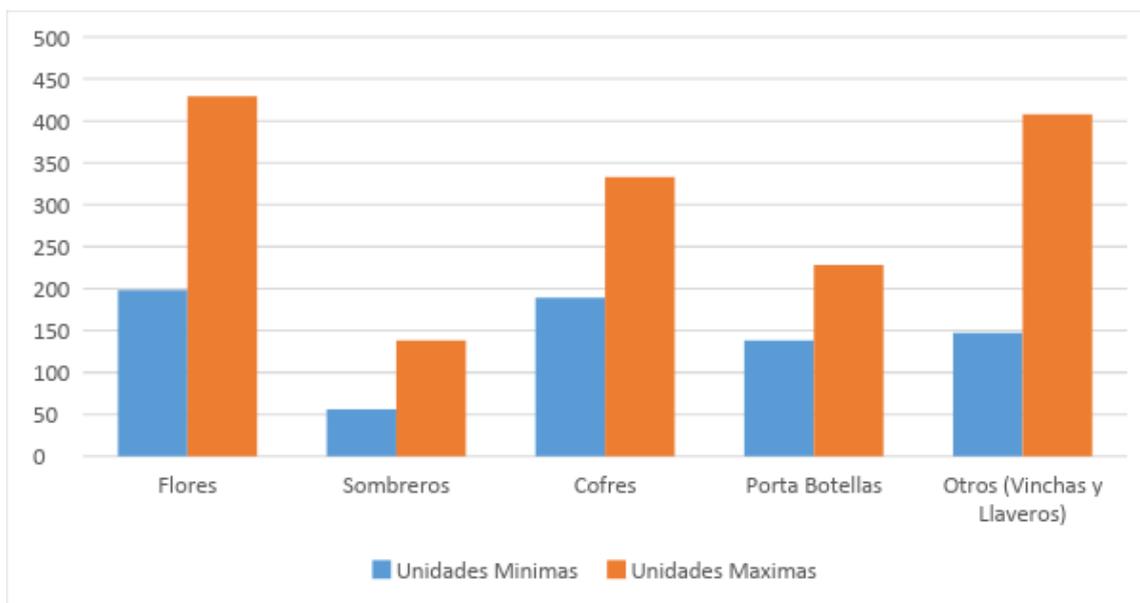


Figura N° 15: Capacidad de eficiencia semanal de las artesanías de paja toquilla del distrito de La Arena - 2018

Fuente: Elaboración propia.

Después de haber recopilado la información sobre la capacidad de productos de las artesanías de paja toquilla se realizó un listado de los productos a ofrecer.

Tabla N° 18: Listados de productos artesanales, precios y representación

PRODUCTO ARTESANAL	PRECIO POR UNIDAD EXW	PRECIO CON EXPORTA FÁCIL (US\$)	ARTESANÍA
FLORES	\$ 1.79	\$ 2.67	
SOMBREROS	\$ 15.04	\$ 15.92	
COFRES	\$ 3.29	\$ 4.17	
PORTA BOTELLAS	\$ 3.29	\$ 4.17	

VINCHAS	\$ 1.79	\$. 2.67	
LLAVEROS	\$ 1.04	\$1.92	

Fuente: Elaboración propia.

Objetivo general: Diseñar un plan de exportación que permita a las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla del distrito de La Arena, exportar sin inconvenientes al mercado canadiense.

Siguiendo la metodología propuesta por Llamazares (2014), el plan de exportación para las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla del distrito de La Arena contiene lo siguiente:

1. Diagnóstico de Exportación: El sector compuesto por estas asociaciones tiene como fortalezas que sus agremiadas están registradas en el Registro Nacional de Artesanos, sus artesanías son realizadas con base a paja toquilla y se han capacitado (véase Tabla 3.3). Como debilidades, se observan que muchas asociadas tienen poco conocimiento en los costos que representan la producción, no disponen de un registro de sus artesanías y no conocen el trabajo de sus competidores (véase Tabla 3.3). Ahora bien, la mayoría no tiene materia prima almacenada.

Como oportunidades, destaca el apoyo que han recibido de instituciones públicas y privadas y la calidad de exportación del producto que ofrece (véase Tabla 3.6). Pero como amenazas, se enumeran la poca participación en ferias internacionales y que en su mayoría no disponen de certificaciones (véase Tabla 3.7).

2. Selección de Mercados: Vista la capacidad importadora del país, en especial de artesanías y de productos de decoración, se abordará todo el mercado canadiense de las artesanías; lo cual con el apoyo de los distribuidores internos no implicará grandes dificultades.
3. Formas de Entrada: Considerando lo sugerido por TFO CANADÁ (2016), la forma de entrada al mercado se realizará por dos vías, mediante un organizador de ferias con el apoyo de instituciones públicas (MINCETUR) en el marco del Tratado de Libre Comercio firmado entre Canadá y Perú. Además, se utilizará un agente o distribuidor, eso permitirá disponer de una logística de distribución adecuada al tamaño de mercado de ese país (no sólo medido por la cantidad de habitantes, sino por la extensión de su territorio).
4. Oferta Internacional: Vista la diversidad cultural y étnica que presenta Canadá, resultaría imposible adaptarse a las necesidades de cada consumidor y, por otro lado, dado que no existen grandes adaptaciones legales para poder exportar hacia ese país, según lo señalado TFO CANADÁ (2010), entonces se optará por una política de estandarización, en la cual se ofertarán los siguientes productos: flores, sombreros, cofres, porta botellas, vinchas y llaveros elaborados de paja toquilla.
5. Política de Comunicación: Para la promoción de las artesanías, se optará por organizar ferias internacionales que serán promocionadas a través de redes sociales, principalmente. Esta actividad será tercerizada a través de instituciones públicas (MINCETUR), en el marco del Tratado de Comercio firmado entre Perú y Canadá, lo cual no generará costos adicionales.
6. Plan Económico:
 - a. Objetivos de la oferta:
 - i. Delimitación geográfica: mercado de artesanías de Canadá Central que alberga el 62% de la población de ese país.
 - ii. Tiempo: En un año, se estima penetrar el mercado de artesanías de Canadá con el 50% de la capacidad mínima productiva de las artesanas (la otra mitad, será destinada al mercado nacional). Luego, en los dos años siguientes, se estima un crecimiento de 10% interanual aritmético.

- iii. Precisión: Oferta de productos artesanales como lo son flores, sombreros, cofres, porta botellas, vinchas y llaveros elaborados de paja toquilla.
- b. Cuenta de explotación internacional
 - i. Ventas internacionales

Las ventas internacionales se describen en la tabla siguiente, conforme a los parámetros (50% de la capacidad mínima productiva de las artesanas, crecimiento de 10% interanual aritmético en dos años y precios de Exporta Fácil).

Tabla N° 19: Ventas en unidades

Partida	2019	2020	2021
<i>Ventas (en unidades)</i>	37,856	39,749.00	41,737.00
Flores	10,296	10,811	11,352
Sombreros	2,912	3,058	3,211
Cofres	9,828	10,319	10,835
Porta botellas	7,176	7,535	7,912
Otros (Vinchas y Llaveros)	7,644	8,026	8,427

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 20: Ventas en dólares

Partida	2019	2020	2021
<i>Ventas (en US\$)</i>	162,299.02	170,419.58	178,943.92
Flores	27,490.32	28,865.37	30,309.84
Sombreros	46,359.04	48,683.36	51,119.12
Cofres	40,982.76	43,030.23	45,181.95
Porta botellas	29,923.92	31,420.95	32,993.04
Otros (Vinchas y Llaveros)	17,542.98	18,419.67	19,339.97

Fuente: Elaboración propia.

ii. Saldo de explotación

El saldo de explotación se calculó basado en las siguientes premisas, visto que las artesanas desconocían el peso de los costos en las ventas, se considerarán un margen bruto comercial de 30% de las ventas, no hay gastos de estructura porque no se dispondrá de un departamento de comercio en Canadá y los gastos de ventas serán de 40% del margen bruto.

En la tabla siguiente, se observa que este saldo oscila entre 29,213.82 y 32,209.90 dólares.

Tabla N° 21: Saldo de explotación

Partida	2019	2020	2021
<i>Ventas (en US\$)</i>	<i>162,299.02</i>	<i>170,419.58</i>	<i>178,943.92</i>
Flores	27,490.32	28,865.37	30,309.84
Sombreros	46,359.04	48,683.36	51,119.12
Cofres	40,982.76	43,030.23	45,181.95
Porta botellas	29,923.92	31,420.95	32,993.04
Otros (Vinchas y Llaveros)	17,542.98	18,419.67	19,339.97
Margen bruto comercial (70%)	48,689.71	51,125.87	53,683.17
Gastos de estructura (en US\$)	-	-	-
Gastos de ventas (en US\$)	19,475.88	20,450.35	21,473.27
Saldo de explotación (en US\$)	29,213.82	30,675.52	32,209.90

Fuente: Elaboración propia.

IV. DISCUSIÓN

Esta información se obtuvo sobre la base de 2 encuestas que fueron aplicadas a las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena, durante el mes de octubre del año 2018, las encuestas fueron aplicadas de acuerdo a los objetivos; También se recopiló información mediante diferentes fuentes bibliográficas.

Objetivo específico 01: Desarrollar un análisis FODA al sector artesanal de Paja toquilla del distrito de la Arena.

Una vez determinada el proceso de recolección de información determinamos que el 90% de las encuestadas están registradas formalmente en el RNA, así también el 91,7% de artesanas elaboran sus artesanías a base de paja toquilla, el 91,7% ha recibido capacitaciones sobre la calidad y diseño de la artesanía.

También se puede apreciar que el 91,7% de encuestadas desconoce de los requisitos que exige el mercado internacional, del mismo modo el 100% de las encuestadas carece de participación alguna en ferias internacionales; por otro lado, el 100% manifestó que sus artesanías fomentan la identidad cultural, asimismo el 81,7% establece que sus artesanías son conocidas a nivel local o regional. Estos resultados son comparados con los de Franco y Herrera (2016) quien en su estudio de investigación “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la exportación de productos artesanales de Portoviejo y Montecristi” determinaron como fortalezas que: Ecuador es reconocido por la producción de sombreros de paja toquilla que cumplen los altos estándares y exigencias requeridas a nivel internacional. La materia prima es la *Carludovica palmata*, comúnmente conocida como “paja toquilla”. Este cultivo necesita de suelos húmedos, por ello la provincia de Manabí es propicia por su clima subtropical. Los artesanos de Montecristi poseen conocimientos y técnicas ancestrales para la elaboración del sombrero que se inicia desde la selectiva elección del calibre de la paja y en la técnica de tejido manual donde se expresa la cultura milenaria del Ecuador.

Los artesanos de Montecristi son afamados por ser grandes tejedores por sus excelentes sombreros hechos a mano. Este producto se ha posicionado en los mercados más exigentes como son Europa y América del Norte y Asia también en países como Francia, España, Estados Unidos y Japón, dado la respuesta de las artesanas y comparándolos con los resultados de la investigación citada, podemos deducir que algunas de las fortalezas coinciden, como es el caso que las artesanías tanto de La Arena como las de Ecuador utilizan

la paja toquilla que es un material para realizar artesanías de alta gama, así mismo se manifiesta que los artesanos poseen técnicas ancestrales y transmiten identidad cultural, del mismo modo coinciden en que sus artesanías son conocidas o afanados en su mercado nacional, por otro lado no se pudo coincidir en 2 ítems ya que a pesar que las artesanas están registradas en el RNA y han recibido capacitaciones sobre su diseño y calidad de sus productos, desconocen sobre los estándares y exigencias requeridas por el mercado internacional, del mismo modo no tienen participación en el extranjero por lo que todavía no participan en ferias internacionales constituyéndose; de esta manera, una debilidad y desperdicio de oportunidades de negocio a nivel internacional.

Se pudo determinar que el 95% de las artesanas sostienen que sus precios de venta son económicos, del mismo modo el 100% manifestó que sus artesanías fomentan identidad cultural, así también del instrumento de observación se pudo conocer que las artesanas no utilizan maquinarias industriales, si no con sus propias manos van dando forma a obras de arte que las personas llaman artesanías, por lo que se demoran entre un día a una semana como máximo en elaborar cualquier artesanía, esto va a depender del modelo, producto y colores que el cliente desea, por otro lado el 68,3% de las encuestadas desconoce las últimas novedades y tendencias del mercado.

Los resultados recogidos de nuestros instrumentos lo discutimos con el estudio de investigación antes citado, donde nos dice que: Debido a su confección artesanal, el precio de los sombreros de paja toquilla es variado, los precios oscilan desde el más económico de USD 15 hasta 2,000 USD. Esto depende de la hebra que se teje, entre más delgada que sea es más costoso (Revista Líderes, 2015).

La fabricación de sombreros de paja toquilla toma entre uno a seis meses de trabajo dependiendo del grado de perfección que se desea obtener (Ministerio de Turismo, 2014). La fabricación de paja toquilla no está tecnificada, los artesanos prefieren el trabajo manual lo cual afecta el volumen de producción (Revista Líderes, 2013).

Los artesanos no poseen acceso hacia las herramientas tecnológicas que permitirían una mayor comercialización de sus sombreros de paja toquilla, con lo cual se puede aseverar que es una desventaja entre las artesanías de La Arena y las de Montecristi en que no hacen uso de las herramientas electrónicas por lo que no conocen las últimas tendencias del mercado ni las utilizan para una mayor comercialización de sus productos, por el contrario no coincidimos en ideas cuando el autor antes citado ve como una debilidad la no tecnificación de la artesanía, ya que si entraría maquinaria industrial la artesanía perdería la esencia que la caracteriza, además se perderían las técnicas ancestrales que se transmiten de

generación en generación, del mismo modo en el tiempo de elaboración de artesanías, las de La Arena se pueden elaborar de un día a una semana como máximo dependiendo de la artesanías que se elaborara y de otros factores, mientras que las de Montecristi entre uno a 6 meses, igualmente en el precio existe una gran diferencia, mientras las artesanías de la Arena oscilan entre USD 2.5 a 200 USD, las artesanías Ecuatorianas entre USD 15 hasta 2,000 USD.

Siguiendo con la discusión del objetivo 1 recopilamos la siguiente información del Trade Facilitation Office Canadá TFO CANADÁ (2010) y (2016) de la cual da a conocer que: las importaciones canadienses, en cinco años, obtuvieron un alza de \$511 mil millones en 2014, lo que hace del mercado canadiense el décimo tercer mercado más grande de importaciones en el mundo. De igual manera, en el caso de las artesanías, los artículos hechos a mano poseen gran aceptabilidad en Canadá ya sea por su acabado fino, la atención al detalle o el tiempo y destreza de los artesanos que demandan un mayor precio en comparación a los artículos para decoración del hogar producidos en masa.

Asimismo, el MINCETUR, 2015 firmó el convenio de cooperación suscrito entre Perú y Canadá que tuvo por objetivo impulsar y conectar la artesanía de cuatro regiones del Perú con el mercado canadiense, la cual la artesanía de paja toquilla piurana fueron las beneficiadas.

Del mismo modo, Franco y Herrera (2016) recalca que el “Exporta fácil” es una iniciativa del gobierno ecuatoriano; es una herramienta que facilita las exportaciones ecuatorianas de productos no perecibles dirigida para las MIPYMES y artesanos con la finalidad promover el comercio internacional (Exporta Fácil: Promoción ecuatoriana al mundo, 2011). Igualmente en los países desarrollados, las personas obedecen las recomendaciones de los doctores de cuidarse de la radiación solar (Revista Líderes, 2015) por ello, existe una demanda potencial de sombreros. Ahora bien, de los diferentes aportes dadas, por los autores antes mencionados se deduce que existen grandes oportunidades para la exportación de artesanía de paja toquilla del distrito de La Arena hacia Canadá, y a un pago mejor que el nacional creando así nuevos puestos de trabajo y permitiendo que no desaparezcan las técnicas ancestrales que tienen mucho valor para nosotros.

También, Franco y Herrera (2016) afirman que el calentamiento global afecta el clima de nuestro país, esto puede representar una amenaza para la provincia de Manabí en caso de que se den sequías, lo cual podría afectar los cultivos de paja toquilla. Asimismo, los cultivos se ven afectados por los riesgos de contaminación ambiental (El Universo, 2012).

De igual manera, aunque el sombrero de paja toquilla no tiene competencia directa por ser único de Ecuador, existen otras presentaciones como el sombrero mexicano hechos de papel de arroz, palma, entre otros. Así, también, las nuevas generaciones de Manabí no quieren aprender la labor del tejido del sombrero de paja toquilla porque prefieren dedicarse a otras actividades y escogen distintas profesiones más atractivas.

Por otro lado, de la información recopilada por nuestros instrumentos de recolección de datos, se recalca que 78,3% de las artesanas cuentan con apoyo de instituciones públicas, asimismo, un 86,7% son apoyadas por instituciones privadas. Por lo tanto, se deduce que el cambio climático es un peligro inminente, lo que nos afecta demasiado y nos deja en desventaja ya que la paja toquilla proviene del Ecuador de la provincia de Manabí.

De igual manera, existen diferentes países que elaboran algunas artesanías similares a la nuestra, por lo que tendremos que tener en cuenta la calidad y el precio de los productos si queremos competir con ellos, por otra parte el estudio antes citado nos dice que las nuevas generaciones no tienen interés en la elaboración del sombrero de paja toquilla, en este punto es muy distinto a nuestra realidad ya que el gran apoyo de instituciones públicas como privadas han hecho que se repotencie el aprendizaje de las técnicas del tejido creando nuevos modelos y una fuente de ingreso para sus familias.

Objetivo específico 02: Determinar las características, condiciones y permisos del mercado canadiense.

Para el desarrollo de esta discusión hemos recopilado información sobre las características, condiciones y permisos del mercado canadiense, por lo que el MINCETUR (2016) en su estudio “Perfil de producto – Artesanía - Canadá” nos dice que el interés de los canadienses por la artesanía, en particular de la que proviene de los países exóticos, se ha incrementado considerablemente en los últimos años, con una demanda interna anual estimada entre CAD 750 millones y CAD 1 000 millones. Más del 60 % de este mercado es suministrado por importaciones provenientes de China, Estados Unidos, miembros de la Unión Europea, India, Filipinas e Indonesia. Las artesanías se venden usualmente en las tiendas minoristas de productos de decoración y accesorios del hogar, en donde se incluye a las tiendas de artesanía importada y tiendas de descuento. Según Industrias Canadá, existen alrededor de 4,937 minoristas, de los cuales 1,984 se encuentran en Ontario, 1,158 en Quebec, 767 en British Columbia y 542 en Alberta, ocupando en total el 90% del mercado canadiense.

Así también, en cuanto a los procedimientos regulares para el ingreso de artesanías al mercado canadiense, es la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá la entidad responsable de autorizar la comercialización en el país.

Es importante tomar en cuenta que la información contenida en los envases o cajas de transporte debe estar detallada minuciosamente para asegurar que el procedimiento no tenga demoras o rechazos. Un documento importante que debe ser llenado es el formulario de Certificado de origen siendo el caso de los productos peruanos el formulario correspondiente el BSF267, el cual facilitará los procedimientos de liberación arancelaria que correspondan.

La factura debe contener la información completa de la empresa que vende, así como la de la empresa canadiense que compra el mismo. La factura debe indicar el número de importación de la empresa, la dirección de destino, la descripción del producto, especificaciones y cantidad. La empresa canadiense debe contar con un código de empresa y otro como importador autorizado para realizar los trámites para el ingreso de los productos. La Agencia de Impuestos de Canadá es la encargada de elaborar éste código y debe ser emitido a una empresa registrada en el país.

Asimismo, PromPerú (2016) en su Cartilla de información postal – Canadá, nos da a conocer las características del mercado canadiense donde el empresario de Canadá es una persona conservadora y que prolonga sus decisiones por más tiempo, así también nos dice que tenemos que conocer bien el mercado y nuestra competencia, como también entender muy bien los canales de distribución, del mismo modo nos recomienda que es muy importante la formalidad y puntualidad ya que son elementos que de no satisfacerse podría estropear el proyecto de exportación.

Igualmente, de la información recolectada, podemos decir que si se puede exportar artesanía hacia Canadá sin problemas, ya que los canadienses tienen una tendencia a lo exótico y los productos elaborados de ese tipo son muy cotizados en el país del Norte del continente.

Además, poseen más de 4900 tiendas minoristas donde podemos comercializar nuestro producto, siendo elegida la región de Ontario porque ahí se encuentran 2 de las ciudades más grande e importantes de Canadá como Ottawa y Toronto; también, porque es la mayor región con tiendas minoristas óptimas para las exportaciones de artesanías de paja toquilla. Por otro lado, los documentos para la exportación que se necesitarán son: la factura comercial, la DUA y el certificado de Origen, los cual nos ayudarán a corroborar que son productos peruanos y el Packing List que es donde se detalla la mercancía, previo a eso se

debe contratar a un Agente de Aduanas para que este se encargue de los trámites correspondientes, si es necesario o se está exportando en grandes cantidades.

Objetivo específico 03: Definir la forma de entrada al mercado canadiense.

Para definir la forma de ingreso al mercado canadiense tenemos que ver cuáles son los canales de distribución de ese país y definir cuál de estos nos conviene mejor, es por ello que comparando al estudio del TFO Canadá (2016), donde refiere que la Asociación Canadiense del Regalo ha calculado que existen 63.000 tiendas en el mercado Canadiense que venden o tienen el potencial de vender obsequios. Aproximadamente 45.000 de estas tiendas en Canadá son minoristas independientes y 17.500 son cadenas de tiendas. Las artesanías a menudo se presentan en espacios especializadas para promover las ventas de muebles, artículos para el hogar y otros.

Esto ayuda a que el cliente seleccione con más facilidad de estilos, temas y colores, logrando así una compra satisfecha. Asimismo el MINCETUR (2016) en su estudio “Perfil de producto – Artesanía - Canadá” nos dice que en cuanto los canales de distribución para las artesanías que se exportan a Canadá es variada y no tiene una forma de presentación única, es por ello que los agentes con mayor importancia que intervienen son los minoristas especializados o las instituciones especializadas, como empresas con mercados cautivos. Así, también las ferias que realizan en Canadá y las exposiciones que hacen, pueden ser una vía de gran importancia para este tipo de productos. Por lo tanto, de la información recolectada, podemos deducir y respaldar la información citada anteriormente ya que las ferias internacionales son las puertas donde las artesanas van a poderse mostrar sus productos al mercado canadiense

Asimismo, es necesario empezar a relacionarse con nuevos compradores que desee sus artesanías, logrando así confianza, seguridad y fidelidad con sus nuevos clientes potenciales, así también podemos decir que las tiendas minoristas son un gran potencial para estas artesanías ya que su poder adquisitivo no es muy grande por lo que buscan productos exclusivos, exóticos, llamativos de las que puedan vender a buenos precios y sobre todo de una calidad excepcional.

Objetivo específico 04: Determinar las artesanías que se ofrecerán inicialmente al mercado canadiense.

De nuestro instrumento aplicado a las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena se pudo recopilar información de mucha importancia donde pude determinar su capacidad productiva de los productos que ella venden, en el caso de las flores de paja toquilla las artesanas pueden elaborar un mínimo de 198 flores en una semana y un máximo de 429 unidades, en el caso de los sombreros ya que por ser un producto más fino y con más cuidados las artesanas pueden elaborar 56 unidades como mínimo y un máximo de 138 semanalmente, del mismo modo en los cofres las unidades mínimas de producción son de 189 unidades y como máximo unos 333 cofres, en los porta botellas la capacidad mínima de las artesanas es de 138 semanalmente y la máxima de 228, y para finalizar en otras artesanías como vinchas y llaveros 147 son las artesanías mínimas que pueden elaborar y 408 las máximas.

Así, también el MINCETUR (2016) en su estudio “Perfil de producto – Artesanía - Canadá”, nos dice que de acuerdo la Oficina de Estadísticas Canadá, los canadienses buscan artículos de cerámica que sean atractivos, que tengan durabilidad y que sean funcionales. En las exposiciones o ferias donde se presentan estos artículos, destacan los productos coloridos que puedan ser utilizados en la cocina, la sala de estar o de baño. Los modelos variados y originales son los más solicitados y el factor humano (productos hechos a mano) incrementa su valor de compra.

Por lo que discutimos y compartimos la misma idea con el estudio citado anteriormente ya que las artesanías que elaboran en La Arena son duraderas en el tiempo, gracias a sus componentes naturales y por los colores con los que los pintan logran obtener artesanías ecológicas, hechas por manos artesanas, exclusivas y con una calidad ancestral, así también el consumidor o cliente puede pedir el color que más le guste en el producto que mayor le allá agrado, es por ello que conociendo la capacidad productiva de las artesanas del distrito de La Arena se pueden manejar los pedidos con más cuidado y con mayor capacidad de negociación.

Objetivo general: Diseñar un plan de exportación que permita a las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla del distrito de La Arena, exportar sin inconvenientes al mercado canadiense.

El diseño del plan de exportación que permitirá a las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla del distrito de La Arena, exportar sin inconvenientes al mercado canadiense, se basa en primer lugar, aprovechar la capacidad instalada de estas productoras; sin que ello altere su dinámica actual, pero con una visión lo suficiente agresiva que permita lograr posicionarse en dicho mercado en el corto plazo. Se utilizarán los medios existentes, como el Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Perú, las alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas por parte de las asociadas y el uso de organizadores de ferias para la comunicación y de agentes minoritarios para la distribución de los productos.

Todo lo anterior, está enmarcado en los resultados de los estudios descritos en esta investigación, esto ha permitido estimar que el saldo de explotación de este plan es positivo, lo cual, en un contexto altamente favorable, dada la disposición de los consumidores canadienses a este tipo de producto.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación se concluye que:

1. El análisis efectuado del sector artesanal de paja toquilla del distrito de La Arena nos permite establecer el FODA siguiente:

Fortalezas:

- El 90% de artesanas del distrito de La Arena están registradas en el Registro Nacional de Artesanos.
- El 91,7% de artesanos elabora sus artesanías a base de paja toquilla.
- El 91,7% a recibido capacitaciones sobre diseño y calidad
- El 100% de artesanas de artesanas elaboran sus artesanías fomentando identidad cultural, destacando sus técnicas ancestrales.
- El tiempo máximo en elaborar una artesanía es de una semana.
- La elaboración de artesanía de paja toquilla son con participación integra de las mujeres.
- El 95% cree que sus artesanías pueden mejorar.
- El 95% de artesanas cumplen con el 100% de los pedidos que le realizan.
- Tienen apoyo de instituciones públicas y privadas.

Oportunidades:

- Canadá es el 13er mercado más grande de importaciones en el mundo.
- Los artículos hechos a mano poseen gran aceptabilidad en Canadá.
- Las artesanías demandan un mayor precio en comparación con los artículos hechos en masa.
- Exporta fácil se ha convertido en una opción importante para la exportación a las pequeñas empresas que están incursionando al mercado internacional.
- En los países desarrollados la población obedecen las recomendaciones de los doctores de protegerse de la radiación solar.

Debilidades:

- El 95% de las artesanas no conocen otros proveedores de paja toquilla.
- El 91,7% de artesanas desconoce de los requisitos que exige el mercado internacional.
- El 100% de artesanas carece de participación en ferias internacionales.
- El 95% de artesanas venden sus productos a precios económicos.

- No hacen uso de herramientas electrónicas ni virtuales.
- El 78,3% no cuenta con una marca representativa para sus artesanías.
- El 95% de artesanas no poseen alguna certificación nacional o internacional.

Amenazas:

- El calentamiento global afecta los cultivos de paja toquilla.
- La existencia de los sombreros del Ecuador o las artesanías mexicanas o chinos a bajos precios.

2. Las Características, condiciones y permisos del mercado canadiense son:

Características:

- El mercado canadiense posee gustos exóticos por las artesanías.
- Las artesanías demandan un mayor precio en comparación con los artículos hechos en masa.
- Tienen una demanda anual de CAD 750 millones y CAD 1000 millones por las artesanías.
- El 60% del mercado canadiense es suministrado por China, Estados Unidos, miembros de la Unión Europea, India, Filipinas e Indonesia.
- Las artesanías mayormente se venden en tiendas minoristas de decoración y accesorios del hogar.
- El empresario Canadiense es una persona conservadora y tiende a prolongar sus decisiones.
- La formalidad y la puntualidad son elementos importantes en la hora de negociar.

Condiciones:

- Existen alrededor de 4,937 minoristas de los cuales 1,984 se encuentran en Ontario, 1,158 en Quebec, 767 en British Columbia y 542 en Alberta, ocupando el 90% del mercado Canadiense.
- Canadá es el 13er mercado más grande de importaciones en el mundo.
- Las artesanías demandan un mayor precio en comparación con los artículos hechos en masa.
- 1 de cada 5 canadienses nacieron fuera del país.

Permisos del mercado canadiense:

Al no ser una mercancía restringida no necesita algún permiso específico para el ingreso a ese país, asimismo los documentos para su exportación son:

- Factura comercial.
 - Certificado de Origen.
 - Packing List
3. La forma de entrada al mercado canadiense se establece mediante las ferias internacionales y las tiendas especializadas o minoristas en la región de Ontario – Canadá.
 4. Las artesanías que se ofrecerán inicialmente al mercado canadiense son:
 - Flores
 - Sombreros
 - Cofres
 - Porta Botellas
 - Vinchas
 - Llaveros
 5. El diseño del plan de exportación se orienta en el uso de medios y canales existentes para permitir que las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla del distrito de La Arena, exporten sin inconvenientes al mercado canadiense. Se observa que el marco legal y la economía basada en la exportación del Perú y en las importaciones del Canadá, hacen perfectamente factible esta propuesta.

VI. RECOMENDACIONES

Después de haber terminado el siguiente trabajo de investigación y habiendo concluido con los objetivos, se puede recomendar que:

Las artesanas de La Arena deberían de empezar a sembrar la paja toquilla en el distrito y buscar asesoramiento con respecto a ese cultivo.

Es recomendable que se capacite e informe sobre la calidad, los colores, las últimas tendencias en moda y los requisitos que demanda el mercado canadiense.

Se debe incentivar y promover las artesanías de paja toquilla en ferias internacionales.

Determinar los precios según su tiempo de elaboración, calidad, tamaño de la hebra e insumos que se utiliza.

Se recomienda enseñar e incentivar la utilización de herramientas virtuales y electrónicas con el fin de dar a conocer sus productos logrando una mayor demanda

Crear una marca colectiva y de identidad para las artesanas.

Obtener las certificaciones nacionales e internacionales para una mayor exclusividad de nuestros productos.

Adquirir el servicio de una persona especializada en los diseños y colores de las artesanías, dependiendo del sector y la temporada que estará dirigida.

Finalmente, se recomienda el desarrollo a nivel desagregado del plan de exportación, a los fines de su implementación.

REFERENCIAS

- EPC Company (2009). *Ecuador*. Recuperado de http://www.epcecuador.com/export/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=8&lang=es
- Franco, M. y Herrera, M. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6652/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-270.pdf>
- Gonzales, J. (2010). *Estudio De pre-factibilidad de exportación de productos de mate burilado a la provincia de Ontario en Canadá*. Lima: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/532/GONZALEZ_PALOMINO_JORGE_EXPORTACION_MATE_BURILADO_CANADÁ.pdf?sequence=1
- Kluwer, W. (2010). *Diccionario empresarial*. Recuperado de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMjU0NztbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAJzJqdTUAAAA=WKE
- Llamazares, O. (2014). *Global Negotiator Blog*. Recuperado de ¿Qué Es Un Plan De Exportación?: <https://www.globalnegotiator.com/blog/que-es-un-plan-de-exportacion/>
- MINCETUR. (2015). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/mincetur-conecta-artesania-de-cuatro-regiones-del-peru-con-mercado-de-toronto-en-Canadá/>
- Montesdeoca, K. P. y Zambrano Mera, Y. I. (2012). *Diseño de un plan exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano dirigido a la Asociación Mujeres Agro-Artesanales de la provincia del Oro*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1894/14/UPS-GT000286.pdf>

- Morales, C. (2000). *"Plan exportador" lleve sus productos a todo el mundo*. Ciudad de Mexico: Pearson Educación. Recuperado el 25 de Mayo de 2018
- Ponce, L. (2010). *Blogger.com*. Recuperado de ¿Qué es el plan de exportación?: <http://plandeexportacion.blogspot.com/2010/06/que-es-el-plan-de-exportacion.html>
- PromPerú. (2016). Cartilla de Información Postal: Canadá. *Servicios al Exportador*, 25-26. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/912278117rad9959E.pdf>
- SIICEX. (2017). Recuperado de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfi chaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%206504000000%20&pnompro ducto=%20SOMBREROS%20Y%20DEMÁS%20TOCADOS,%20TRENZADOS %20%20FABRICADOS%20POR%20UNIÓN%20DE%20TIRAS%20DE%20C U
- TRADE MAP. (2017). Recuperado de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||6504||4|1|1|2|1|2|1|1
- TFO CANADÁ (2013). *Trade Facilitation Office Canadá*. Recuperado de https://embamex.sre.gob.mx/Canadá/images/2014/manual_exportacion_a_Canadá.pdf
- TFO CANADÁ (2015). *Bienvenido al Mercado Canadiense: Un Manual para Exportar a Canadá*. Recuperado de https://embamex.sre.gob.mx/Canadá/images/2014/manual_exportacion_a_Canadá.pdf
- TFO CANADÁ (2016). *Decoración del Hogar*. Trade Facilitation Office Canadá. Recuperado de https://www.tfoCanadá.ca/mip.php#2_4_20
- UNESCO. (2011). *SCBRID*. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/63425569/UNESCO-Definicion-de-Artesania>
- Velez, A. S. y Zambrano, R. D. (2015). *Plan de negocio para la exportacion de sombreros finos de paja Toquilla Hacia El Mercado De Toronto - Canadá*. Manabí: Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí. Recuperado de

<http://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/350/1/ULEAM-COM-0024.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Tabla 1 de Datos sobre posibles importadores

Empresa	Ubicación	Telefono	Web/ E-mail
Michaels Make creativity happen	30 Weston Rd, Unit 201 Toronto ON M6N 5A8 - Canadá	Telf: 1- 647- 795-7870	https://Canada.michaels.com/on/demandware.store/Sites-MichaelsCanada-Site/en_CA/Home-Show
Artemano	4238 Blvd. St-Laurent, Montréal, QC H2W 1Z3	Telf: 1-877-662-2778	artemanoexperience@artemano.ca a www.artemano.ca
Attitudes import	3025 boulevard Le Corbusier Laval, Québec, H7L 4C3, Canadá	Telf: 1-450-681-4147 Telf: 1-450-681-5646	sales@attitudesimport.com www.attitudesimport. Com
Gift craft ltd.	8550 Airport Road, Brampton, Ontario, L6T 5A3, Canadá	Telf: 1-905-790-2000 Telf: 1-800-387-1777	www.giftcraft.com
Linen chest	4455 Autoroute des Laurentides, Laval, H7L 5X8, Canadá	Telf: 1-800-363-3832	webcustomerservice@linenchest.com www.linenchest.com
Pier1 imports	3135 Highway 37, Markham, Ontario, L3R 0T9, Canadá	Telf: 1-905-475-9843	customer_service@pier1.com www.pier1.ca
Ten Thousand Villages,	Ten Thousand Villages, Home Office 704 Main St, PO Box 307, Akron, PA 17501-0307	Telf: 1-877-289-3247	press@tenthousandvillages.com https://www.tenthousandvillages.com/
Urban barn ltd.	4085 Marine Way, Burnaby, British-Columbia, V5J 5E2, Canadá	Telf: 1-604-456-2200	headoffice@urbanbarn.com www.urbanbarn.com

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2: Ferias Comerciales

Canadian Furniture Show:



El Canadian Furniture Show se celebra desde 1972 y es producido por la Asociación de fabricantes de muebles de Quebec. Una de las 5 ferias comerciales más importantes de Canadá, reúne a profesionales de la industria, fabricantes, importadores, minoristas, diseñadores y otros, de Canadá, Estados Unidos y todo el mundo, para descubrir las últimas colecciones y realizar negocios.

Día del evento: del 16 de enero – 18 de enero del 2019

Mayor información: <http://www.canadianfurnitureshow.com/>

Toronto Gift Fair



Como la principal feria nacional de regalos y la feria comercial más grande de Canadá, la Feria de Regalos de Toronto es donde comienzan las tendencias de consumo. Durante más de 25 años, ha atraído a una audiencia internacional de compradores que vienen a la red, hacen negocios, ven nuevas tendencias, celebran la innovación y participan en nuevas oportunidades de negocios con los fabricantes, importadores, exportadores, mayoristas, distribuidores y proveedores canadienses que exhiben aquí.

Día del evento: del 27 de enero – 31 de enero del 2019

Mayor información: <https://www.cangift.org/toronto-gift-fair/en/home/>

Mode Accessories Spring/Summer Show



Mode Accessories es la única feria comercial de Canadá dedicada a los accesorios de moda para mujeres, ropa informal y artículos de moda. Es el mercado definitivo para que los minoristas adquieran accesorios de moda de mayoristas e importadores. Los productos que se exhiben van desde bolsos, joyas, sombreros, bufandas, accesorios para el cabello, gafas de sol, cinturones, relojes, medias, prendas de vestir, productos de belleza, modas corporales, paraguas, zapatos y otros accesorios.

Establecido desde 1987, Mode Accessories se lleva a cabo semestralmente en enero y agosto. ¡Con más de 60 shows a lo largo de los años, Mode Accessories cumplió 30 años en 2017!

La sede actual del espectáculo es el Delta Hotel by Marriott Toronto Airport & Conference Center (anteriormente International Plaza Hotel), ubicado en 655 Dixon Road en Toronto, Ontario.

Día del evento: 27 de enero – 29 de enero del 2019.

Mayor información: <http://www.mode-accessories.com/spring-summer-show>

Anexo 3: Costos Logísticos

Al ser las artesanías de paja toquilla productos nuevos y no muy demandado actualmente, se optara por enviar a Canadá en pequeñas cantidades, por lo que se utilizara el servicio de exporta fácil a través de la empresa SerPost.

Por lo que se calculó el monto a pagar si exportamos a un peso de 15.00Kg.

Seleccione Destino: CANADA

Ingrese el Peso: 15000.00 gms.

Todo Envío que en uno de sus lados mida 1m hasta 1.5m se tarificará por PESO VOLUMETRICO

El resultado del cálculo para una entrega a CANADA que pesa 15000.00 gms es:

SELECCIONE SU FILTRO

TIPO DE SERVICIO: -SELECCIONE- [SERVICIO:TRADICIONAL](#)

TIPO DE ENVIO: -SELECCIONE-

TIPO SERVICIO	TIPO ENVIO	TIPO CERTIFICADO	CLASE	DESTINO	IMPORTE	RANGO PESO
TRADICIONAL	ENCOMENDAS	CERTIFICADO	ECONOMICO	CANADA	500.00	De 14501 a 15000 Grs.
TRADICIONAL	ENCOMENDAS	CERTIFICADO	PRIORITARIO	CANADA	760.90	De 14501 a 15000 Grs.

Copyright 2013 © Derechos Reservados Av. Tomas Valle 51N - Los Olivos - Lima - Código Postal 15302 - Perú E-mail: webmaster@serpost.com.pe
Central Telefónica: 511-5000 Consultas y Reclamos: Lima: 511-5119

Fuente: Pagina web de SerPost.

Teniendo como resultado el monto de s/. 500.00 para la clase económica y s/. 760.90 para la clase prioritario.

Anexo 4: Tabla de costos de envío de las artesanías de paja toquilla

Tabla de costos de envío de las artesanías de paja toquilla:

Productos	FLORES	SOMBREROS	COFRES	PORTA BOTELLAS	VINCHAS	LLAVEROS	CANASTAS	TOTAL
Precio por Unidad	\$ 1.75	\$15.00	\$3.25	\$3.25	\$1.75	\$1.00	\$3.75	
Embalaje (\$6.8)	\$ 0.04	\$. 0.04	\$. 0.04	\$. 0.04	\$. 0.04	\$. 0.04	\$. 0.04	
Cantidades a Exportar	20 Ud.	10 Ud.	15 Ud.	10 Ud.	50 Ud.	50 Ud.	15 Ud.	170 Ud.
Precio por Unidad EXW	\$ 1.79	\$ 15.04	\$ 3.29	\$ 3.29	\$ 1.79	\$ 1.04	\$3.79	
Precio Exw Por Productos	\$ 35.80	\$ 150.40	\$ 49.35	\$ 32.29	\$ 89.50	\$ 52.00	\$ 56.85	\$ 466.19
Flete Internacional								\$149.30
Flete Internacional X Unidad	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	\$ 0.88	
Precio por unidad incluido F.I	\$ 2.67	\$. 15.92	\$ 4.17	\$ 4.17	\$ 2.67	\$ 1.92	\$ 4.67	
Precio con F.I por producto	\$ 53.40	\$ 159.20	\$ 62.55	\$ 41.70	\$133.50	\$ 96.00	\$ 70.05	\$ 616.4

Anexo 5: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	MARCO METODOLOGICO
<p>Problema General</p> <p>¿Cómo el plan de exportación influirá en la comercialización de artesanías elaboradas de paja toquilla en la exportación al mercado canadiense?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Elaborar un plan de exportación que permita a las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla del distrito de La Arena, exportar sin problemas al mercado Canadiense.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Con la implementación del plan de exportación, permite a las asociaciones de artesanas de productos hechos a base de paja toquilla del distrito de La Arena, exportar sin ningún problema al mercado Canadiense.</p>	<p>Variable dependiente</p> <p>Asociación de Artesanas del Distrito de la Arena</p>	<p>Enfoque: cualitativo - cuantitativo</p> <p>Tipo de Investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño de Investigación: No Experimental – transversal.</p> <p>Población: Estará constituida por las 77 socias de las Asociaciones de Artesanas del Distrito de la Arena.</p> <p>Muestra: Estará constituida por 60 socias artesanas del distrito de La Arena que nos ayudaran en nuestro estudio.</p>

Problemas Específicos:	Objetivos Específicos:	Hipótesis Específicos:	Variable	Técnicas:
<p>¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector artesanal de Paja toquilla de La Arena?</p> <p>¿Cuáles son las Características, condiciones y permisos del mercado Canadiense?</p> <p>¿Cómo sería la forma de entrada al mercado Canadiense?</p> <p>¿Qué artesanías se ofrecerán inicialmente al mercado Canadiense?</p>	<p>Desarrollar un análisis FODA al sector artesanal de Paja toquilla del distrito de la Arena.</p> <p>Determinar las características, condiciones y permisos del mercado Canadiense.</p> <p>Definir la forma de entrada al mercado canadiense.</p> <p>Determinar las artesanías que se ofrecerán inicialmente al mercado Canadiense.</p>	<p>El Análisis de la Matriz FODA permite conocer el potencial exportador del sector artesanal de paja toquilla.</p> <p>Las características, condiciones, y permisos del mercado Canadiense constituyen una barrera para las exportaciones de artesanías de paja toquilla.</p> <p>La forma de entrada al mercado Canadiense permite facilitar el comercio de exportación de las artesanías de paja toquilla.</p> <p>Las artesanías que se ofrecen inicialmente al mercado Canadiense son diversas.</p>	<p>independent</p> <p>e Plan de Exportación.</p>	<p>Cuestionarios</p> <p>Observación</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Guía de cuestionario</p> <p>Revistas, manuales, estudios de mercado, informes.</p>

Anexo 6: Recursos Y Presupuesto

Mano de Obra				
Actividad	Unidad	N° Unidades	Costo unitario S/.	Costo Total
Encuesta	Encuestador	1.00	40.00	S/.40.00
Tipeo ejecución del proyecto	Digitadora	1.00	20.00	S/.20.00
Empaste de proyecto	Asistentista	1.00	40.00	S/.40.00
Total de Servicio de Mano de Obra				S/.100.00
Insumos				
Cámara fotográfica	Cámara	1.00	550.00	S/.550.00
Laptop	Laptop	1.00	1600.00	S/.1600.00
Papel	Millar	1.00	10.00	S/.10.00
USB	Unidad	1.00	45.00	S/.45.00
Lapiceros	Docena	1.00	5.00	S/.5.00
Total de insumos				S/.2210.00
Servicios				
Fotocopias	Unidades	60.00	0.10	S/.6.00
Internet	Visitas	100.00	0.50	S/.50.00
Impresiones	Ciento	100.00	0.10	S/.10.00
Energía Eléctrica				S/.50.00
Pasajes	Visitas	2	20.00	S/.40.00
Total de Servicios				S/.156.00
Total				S/.2466.00
Imprevistos (10%)				S/.246.60
Costo Total				S/.2712.60

Fuente: Elaboración propia.

Financiamiento:

El presente proyecto de investigación será con recursos propios del responsable.

Anexo 7: Cronograma de Ejecución

Actividades	Se m 1	Se m 2	Se m 3	Se m 4	Se m 5	Se m 6	Se m 7	Se m 8	Se m 9	Se m 10	Se m 11	Se m 12	Se m 13	Se m 14	Se m 15	Se m 16
1. Reunión de coordinación	■															
2. Presentación del Esquema de Desarrollo de proyecto de investigación.	■															
3. Validez y Confiabilidad del Instrumento de recolección de datos		■														
4. Recolección de Datos.			■	■	■											
5. Procesamiento y tratamiento Estadístico de datos.						■	■									
6. Jornada de investigación n° 1. Presentación de avance.							■	■								
7. Descripción de resultados.								■								
8. Discusión de los resultados y redacción de la tesis.									■							
9. Conclusiones y recomendaciones.										■						
10. Entrega preliminar de la tesis para su revisión.											■					
11. Presenta la tesis completa con las observaciones levantadas.												■				
12. Revisión y observación de informe de tesis por los jurados.													■			
13. JORNADA DE INVESTIGACIÓN N° 2: Sustentación del informe de Tesis														■	■	■

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 8: Instrumento de evaluación

CUESTIONARIO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Estimada artesana, el presente instrumento tiene como finalidad recabar información sobre las fortalezas y debilidades del sector artesanal de productos elaborados a base de paja toquilla del distrito de La Arena – Piura, año 2018. La información que usted brinde será utilizada exclusivamente, para fines académicos.

A continuación Ud. Como parte indispensable de este sector responderá de manera objetiva y transparente las siguientes preguntas, que han sido planteadas para evaluarlo. Agradezco de antemano su participación y tiempo dedicado en este cuestionario.

DATOS GENERALES:

Estado Civil:

1. Soltera 2. Casada 3. Viuda 4. Divorciada

Grado de instrucción:

1. Ninguno 2. Primaria 3. Secundaria 4. Técnico 5. Superior

MARQUE CON UNA (X) SEGÚN CREA CONVENIENTE

N°	ÍTEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	
		SI	NO
01	¿Ud. esta registrada en el Registro Nacional de Artesanos?		
02	¿Todas las artesanías que Ud. produce son a base de paja toquilla?		
03	¿Ha recibido capacitaciones sobre la calidad y diseño de su artesanía?		

04	¿Sus artesanías tienen precios de mercado?		
05	¿Sus artesanías transmiten identidad cultural?		
06	¿Sabe usted cuanto se gasta en elaborar sus artesanías?		
07	¿Tiene conocimiento de otros vendedores de paja toquilla (como materia prima)?		
08	¿Lleva algún registro de las artesanías que elabora?		
09	¿Piensa Ud. que sus artesanías podrían mejorar?		
10	¿Conoce las últimas novedades del Mercado?		
11	¿Necesita Ud. algún préstamo de algún banco para comprar maquinaria, herramientas, o materia prima?		
12	¿Siempre cumple con el 100% de la entrega de sus pedidos?		
13	¿Depende de otras personas para comercializar sus artesanías?		
14	¿Sus artesanías son conocidas a nivel local o regional?		
15	¿Cuentan con alguna Marca que las representa?		
16	¿Tiene apoyo de Instituciones Públicas?		
17	¿Tiene apoyo de Instituciones Privadas?		
18	¿Considera usted que sus artesanías tienen calidad para exportarse?		
19	¿Tiene algún conocimiento sobre exportaciones?		
20	¿Sabe Ud. los requisitos que exige el Mercado Internacional?		
21	¿Cree que su producto podría comercializarlo en el Mercado Internacional?		
22	¿Cuenta con alguna certificación nacional o internacional?		
23	¿Ha asistido a ferias internacionales?		
24	¿Le gustaría participar en ferias internacionales?		

**Anexo 9: Instrumento de evaluación
CUESTIONARIO**



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

Estimada artesana, el presente instrumento tiene como finalidad recabar información sobre las características de su producto y capacidad productiva, del sector artesanal de productos elaborados a base de paja toquilla del distrito de La Arena – Piura, año 2018. La información que usted brinde será utilizada exclusivamente, para fines académicos.

A continuación Ud. Como parte indispensable de este sector responderá de manera objetiva y transparente las siguientes preguntas, que han sido planteadas para evaluarlo. Agradezco de antemano su participación y tiempo dedicado en este cuestionario.

1. EDAD: _____

2. Grado de instrucción:

a. Primaria b. Secundaria c. Técnico d. Superior Universitaria

4. ¿De dónde consigue usted la paja toquilla?

a. Recolección de la naturaleza b. Siembra, cosecha o similares

c. Realiza un pago por ellos

5. ¿Cuántos miembros de su familia trabajan elaborando artesanía de paja toquilla?

a. 1 a 2 familiares

b. 2 a 4 familiares

c. 4 a 6 familiares

6. ¿Hace cuánto tiempo se dedica a la elaboración de artesanías?

a. hace 1 a 2 años

b. hace 3 a 6 años

c. hace 7 a mas

7. ¿Cuánto invierte para producir las artesanías de paja toquilla durante un mes?

a. s./ 0 a 200

b. s./ 201 a 400

c. s./ 401 a 600

d. s./ 601 a 800

e. s./801 a 1000

16. ¿Cuántas artesanías puede elaborar semanalmente, de los siguientes productos?

- a) flores _____ d) porta botellas _____
b) sombreros _____ e) otros _____
c) cofres _____

17. ¿Dónde aprendió a elaborar las artesanías de paja toquilla?

- a. Por tradición familiar b. Con otras artesanas c. Otros: _____

18. ¿Qué instituciones las están apoyando actualmente?

- a) _____ c) _____
b) _____ d) _____

19. ¿Cuál es el tipo de apoyo que recibe de estas instituciones?

- a. Financiero b. Equipamiento de taller c. Capacitación en gestión técnica
d. Capacitación en gestión empresarial

20. ¿Que otro apoyo le gustaría recibir?

- a. _____
b. _____

21. ¿Cuál es su fuente de financiamiento?

- a. Capital propio b. Préstamo de financieras c. Préstamo de socias d. P. de familiares

22. ¿Cuáles son sus tipos de clientes?

- a. Locales b. Nacionales c. Internacional

23. ¿Ha exportado alguna vez sus productos? () Si () No

- a. Directamente b. Intermediarios
c. Mediante el apoyo de Instituciones. Cual: _____

24. ¿Qué dificultades tiene en la comercialización de sus productos?

- a. Falta de capital de trabajo b. Falta de mercado para productos
- c. Baja calidad de sus productos d. Falta de innovación en los diseños
- e. Incumplimiento de los pedidos f. Otros _____

25. ¿Quiénes son sus principales competidores?

a. _____

b. _____

26. ¿Qué acciones se deben implementar para superar los problemas que afectan la producción y comercialización de las artesanías de paja toquilla?

a. _____

b. _____

Anexo 10: Fotos



Foto N° 001: Katherine Ceferino (encuestadora) encuestando a una artesana de La Arena.
[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Encuesta 2018. Caserío de Pampa Chica,
La Arena, Piura.



Foto N° 002: Tomando nota de las respuestas de la artesana.
[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Encuesta 2018. Caserío de Pampa Chica,
La Arena, Piura.



Foto N° 003: Encuestando a la presidenta de la asociación Mujeres emprendedoras.
[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Encuesta 2018. Caserío de Pampa Chica,
La Arena, Piura.



Foto N° 004: Leyendo la introducción de la encuesta.
[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Encuesta 2018. Caserío de Pampa Chica,
La Arena, Piura.



Foto N° 005: Visitando Pampa Chica para la aplicación de la encuesta.

[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Encuesta 2018. Caserío de Pampa Chica, La Arena, Piura.



Foto N° 006: Una artesana desarrollando la encuesta.

[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Encuesta 2018. A.A.H.H. 13 de Abril, La Arena, Piura.



Foto N° 007: La hija de una artesana ayudando a su madre a desarrollar una encuesta.
[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Encuesta 2018. A.A.H.H. 13 de Abril, La Arena, Piura.



Foto N° 008: La representante de la cooperativa Jesús es Amor leyendo las preguntas.
[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Encuesta 2018. Caserío Pampa de los Silvas, La Arena, Piura.

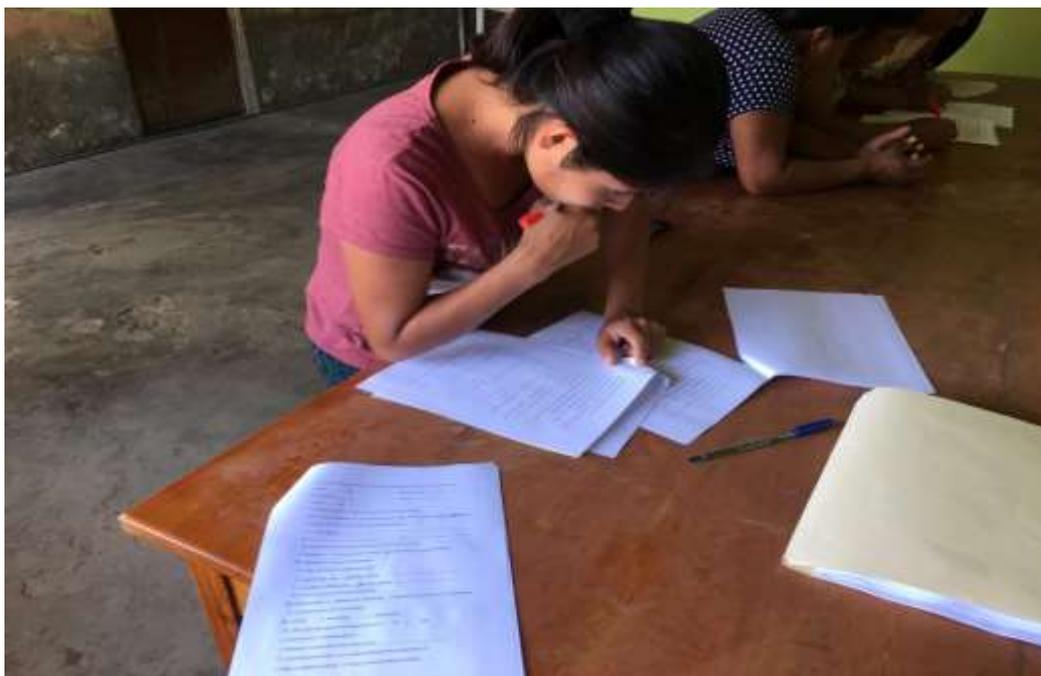


Foto N° 009: Artesanas leyendo detenidamente las encuestas.

[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Encuesta 2018. Caserío Pampa de los Silvas, La Arena, Piura.



Foto N° 010: Encuestando a una artesana de La Arena.

[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Encuesta 2018. Caserío Pampa de los Silvas, La Arena, Piura.



Foto N° 011: Sombreros exhibidos en una feria artesanal de La Arena.

[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Feria de Aniversario – La Arena- 2018.
Plaza de armas, La Arena, Piura.



Foto N° 012: Artesanías elaboradas a base de paja toquilla.

[Fotografía de Carlos Acosta] (La Arena. 2018). Feria de Aniversario – La Arena- 2018.
Plaza de armas, La Arena, Piura.

“PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LAS ASOCIACIONES DE ARTESANAS DE PAJA TOQUILLA DEL DISTRITO DE LA ARENA AL MERCADO CANADIENSE – PIURA 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				/	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				/	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				/	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				/	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				/	



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Vicente Raúl Tellechea Rodríguez con DNI N° 02881696 Magister en Gerencia Empresarial N° ANR/COP....., de profesión Docente desempeñándome actualmente como Docente en la Escuela Profesional de Gestión Empresarial de la Asociación Interamericana

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para las artesanías de paja toquilla del distrito de La Arena - Piura - 2018	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					/
2. Objetividad					/
3. Actualidad					/
4. Organización					/
5. Suficiencia					/
6. Intencionalidad					/
7. Consistencia					/
8. Coherencia					/
9. Metodología					/

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de septiembre del 2018.



Mgr. : Victor Raúl Villate Espinoza
DNI : 02788696
Especialidad : Negocios Internacionales
E-mail : victorvillate@hotmail.com



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Nicolás Raúl Tilloso Capuñay con DNI N° 02788696 Magister en Organización Empresarial N° ANR/COP..... de profesión Ing. Asociado desempeñándome actualmente como Docente en Escuela Superior de Organiz. Empresarial

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para las artesanías de paja toquilla del distrito de La Arena – Piura - 2018	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					/
2. Objetividad					/
3. Actualidad					/
4. Organización					/
5. Suficiencia					/
6. Intencionalidad					/
7. Consistencia					/
8. Coherencia					/
9. Metodología					/

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de septiembre del 2018.


Mgtr. : Víctor Raúl Tellez Apaza
DNI : 82788696
Especialidad : Asesoría Informática
E-mail : victorull@netmail.com

“PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LAS ASOCIACIONES DE ARTESANAS DE PAJA TOQUILLA DEL DISTRITO DE LA ARENA AL MERCADO CANADIENSE – PIURA 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES							
		0	5	10	15	16	20	25	30	31	35	40	45	46	50	55	60	61	65	70	75		76	80	85	90	91	95	100
ASPECTOS DE VALIDACION		0	5	10	15	16	20	25	30	31	35	40	45	46	50	55	60	61	65	70	75	76	80	85	90	91	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																X	X											
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables															X													
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación															X													
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems															X													
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.															X													

“PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LAS ASOCIACIONES DE ARTESANAS DE PAJA TOQUILLA DEL DISTRITO DE LA ARENA AL MERCADO CANADIENSE – PIURA 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado													X								
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables											X										
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación											X										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems											X										
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.											X										



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Blanca Carolina Quiroga Ruiz con DNI N° 02783009 Magister en Docencia Universitaria y Gestión Educativa N° ANR/COP..... de profesión Economista desempeñándome actualmente como Docente en Negocios Internacionales

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para las artesanías de paja toquilla del distrito de La Arena – Piura - 2018	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				x	
2. Objetividad			x		
3. Actualidad			x		
4. Organización			x		
5. Suficiencia			x		
6. Intencionalidad			x		
7. Consistencia			x		
8. Coherencia			x		
9. Metodología			x		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de septiembre del 2018.



Mgtr. : Blanca Carolina Quiroga Ríos
DNI : 02783090
Especialidad : Economista
E-mail : bquiroga@uev.edu.pe



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Blanca Condina Quiroz Ríos con DNI N° 02853092 Magister en Docencia Universitaria y Gestión Educativa N° ANR/COP..... de profesión Economista desempeñándome actualmente como..... en Asocios Internacionales

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para las artesanías de paja toquilla del distrito de La Arena – Piura - 2018	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				x	
2. Objetividad			x		
3. Actualidad			x		
4. Organización			x		
5. Suficiencia			x		
6. Intencionalidad			x		
7. Consistencia			x		
8. Coherencia			x		
9. Metodología			x		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de septiembre del 2018.



Mgr. : Blanca Consuelo Quiroga Ríos
DNI : 02753090
Especialidad : Economista
E-mail : bquiroga@uev.edu.pe

“PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LAS ASOCIACIONES DE ARTESANAS DE PAJA TOQUILLA DEL DISTRITO DE LA ARENA AL MERCADO CANADIENSE – PIURA 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					✓
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																					✓
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																					✓
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																					✓
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					✓

“PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LAS ASOCIACIONES DE ARTESANAS DE PAJA TOQUILLA DEL DISTRITO DE LA ARENA AL MERCADO CANADIENSE – PIURA 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jose Luis Martínez Pérez, con DNI N° 92141140 Magister en MBA N° ANR/COP....., de profesión Ing Ind. y Sist. desempeñándome actualmente como Docente en UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para las artesanías de paja toquilla del distrito de La Arena – Piura - 2018	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			/		
2. Objetividad			/		
3. Actualidad			/		
4. Organización			/		
5. Suficiencia			/		
6. Intencionalidad				/	
7. Consistencia				/	
8. Coherencia				/	
9. Metodología				/	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de septiembre del 2018.



Mgtr. : Jorge Luis Martínez Pérez
DNI : 92141142
Especialidad : MBA
E-mail : Jorge.luis.martinez.p@gmail.com



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jorge Luis Mantuano Pérez, con DNI N° 42141140 Magister en MBA N° ANR/COP..... de profesión Ing. Ind. y Sist. desempeñándome actualmente como Docente en UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Questionario para las artesanas de paja toquilla del distrito de La Arena - Piura - 2018	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				/	
2. Objetividad				/	
3. Actualidad				/	
4. Organización				/	
5. Suficiencia				/	
6. Intencionalidad				/	
7. Consistencia				/	
8. Coherencia				/	
9. Metodología				/	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de septiembre del 2018.



Mgtr. : Jorge Luis Martínez Ríos
DNI : 42141140
Especialidad : MBA
E-mail : Jorge.Luis.MartinezR@gmail.com.

Anexo 12: Acta de aprobación de originalidad

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, Victor Raúl Túllume Capuñay

..... docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo - Pura (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

"Diseño de Plan de explotación para los recursos de hidrocarburos de la zona del distrito de La Arena el periodo 2018-2025"

del (de la) estudiante Carlo William Acosta Chero

..... constato que la investigación tiene un índice de similitud de 26 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha 20 de Noviembre del 2019



.....

Firma

Mg. Víctor Raúl Túllume Capuñay

DNI: 02288696



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Anexo 13: Pantallazo de Turnitin

PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LAS ASOCIACIONES DE
ARTESANAS DE PAJA TOQUILLA DEL DISTRITO DE LA
ARENA AL MERCADO CANADIENSE – PIURA 2018

INFORME DE ORIGINALIDAD

26%	25%	0%	9%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

10%
★ docplayer.es
Fuente de Internet

Excluir citas	Apagado	Excluir coincidencias	Apagado
Excluir bibliografía	Apagado		

Anexo 15: Versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
La Escuela Profesional de Negocios Internacionales, Mg. Lorena Ramírez Briones

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Acosta Chero, Carlos William

INFORME TITULADO:

"Diseño de Plan de Exportación para las asociaciones de artesanas de paja toquilla del distrito de la arena
del mercado canadiense – Piura 2018"

PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: Piura, 20 de noviembre de 2019

NOTA O MENCIÓN: 14 (Catorce)



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN
MG. LORENA RAMÍREZ BRIONES