



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

La asociatividad como oportunidad para la exportación de
Artesanía textil de Santiago de Chuco - 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORES:

Alva Salirrosas, Rosa Manuela Antuanne

Diestra García, Alicia Mercedes

ASESOR:

OLENKA ANA CATHERINE ESPINOZA RODRIGUEZ

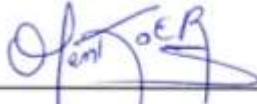
LINEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

TRUJILLO – PERU

2018

Página de Jurado



Dra. Olenka Ana Catherine, Espinoza Rodriguez



Mg. Gustavo Adolfo, Ugarriza Gross



Mg. Manuel Sevilla Angelaths

Dedicatoria

A Dios

Que me ha permitido llegar hasta aquí y me ha bendecido para culminar de manera exitosa mi carrera profesional en estos 5 años.

A nuestras madres

Que nos han apoyado en todo momento y acompañado todos los días en todas las dificultades para poder lograr nuestras metas.

A nuestras docentes

Por cada enseñanza brindada en sus cursos, por la paciencia, tolerancia y dedicación para con nosotras.

Agradecimiento

Agradezco DIOS y a mi familia por haberme brindado todo el apoyo para culminar esta etapa, también a la Universidad Cesar Vallejo por todos estos años de educación, a mis docentes, a cada uno de ellos por la dedicación y esfuerzo en cada uno de sus cursos.

Agradezco también a los tres asesores que tuve durante todo el proceso de desarrollo de tesis, Dr. Espinoza Rodríguez, Olenka y Mg. Ugarriza Gross, Gustavo por el asesoramiento constante de nuestro trabajo de tesis, y un agradecimiento especial a la Mg. Lozano Miranda, Lesvia quien fue la que nos motivó y apoyo desde el principio con nuestra investigación con su capacidad y conocimiento científico.

Declaratoria de autenticidad

Yo Rosa Manuela Antuanne Alva Salirrosas con DNI 73331192, a efecto a cumplir con las disposiciones vigentes considerados en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas de las académicas de la universidad Cesar Vallejo

Trujillo, 07 de diciembre del 2018.



73331192

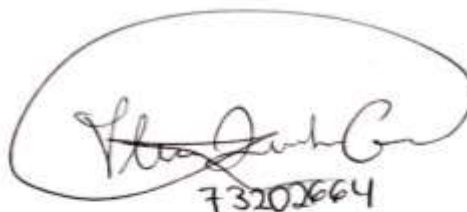
Declaratoria de autenticidad

Yo Alicia Mercedes Diestra García con DNI 73202664, a efecto a cumplir con las disposiciones vigentes considerados en el Reglamento de Grados y Titulos de la Universidad Cesar Vallejo Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas de las académicas de la universidad Cesar Vallejo

Trujillo, 07 de diciembre del 2018



73202664

Presentación

Señores miembros del jurado:

Cumpliendo con los requerimientos estipulados en el reglamento de Grados y Bachiller de la Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo – Trujillo, para obtener el Bachiller Profesional de Negocios Internacionales, se pone a vuestra disposición la tesis titulada: La asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil de Santiago de Chuco – 2018.

Finalmente espero cumplir con las exigencias formuladas en toda investigación, agradeciéndole por anticipado, las sugerencias y apreciaciones que se hicieran al respecto.

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Declaración de autenticidad	vii
Declaración de autenticidad	viii
Presentacion	ix
Resumen	x
Abstract	xi
I. Introducción	
1.1. Realidad Problemática	13
1.2. Trabajos Previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	16
1.4. Formulación del problema	28
1.5. Justificación del estudio	28
1.6. Hipótesis	29
1.7. Objetivos	29
II. Metodo	30
2.1. Tipo de investigación	30
2.2. Diseño de investigación	30
2.3. Variable, operacionalización	31
2.4. Población y muestra	33
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	33
2.6. Métodos de análisis de datos	34
2.7. Aspectos éticos	34
III. Resultados	35
IV. Discusión	45
V. Conclusiones	47

VI.	Recomendaciones	48
VII.	Referencias Biográficas	53
VIII.	Anexos	

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo general analizar las ventajas de la asociatividad. como oportunidad para la exportación de artesanía textil en Santiago de Chuco, para ello los instrumentos que fueron utilizados en el desarrollo de la investigación fueron apoyadas con las técnicas de encuestas y una guía de observación siendo aplicada la primera a los 10 integrantes de la asociación “Los Chucos” para analizar las ventajas con las cuales ya cuentan por ser una asociación, así como también identificar la capacidad de producción de los artesanos, su calidad forma en la cual ellos se desarrollan y el aspecto técnico productivo de dicha asociación; la segunda técnica de trabajo se realizó con el fin de analizar los requerimientos del mercado exterior para la oferta exportable y el conocimiento de costos, empaque, embalaje para el mercado internacional. Como conclusión final se obtuvo que la asociatividad si es una oportunidad para la exportación de artesanía textil, pero que faltaba reforzar algunos detalles como las capacitaciones, la falta de información, implementos en el producto, en la asociación “Los Chucos”, y que el proyecto de exportación sería un éxito.

Palabras clave: Asociatividad, exportación de artesanía textil, artesanos.

Abstract

The general objective of this study was to analyze the advantages of associativity. as an opportunity for the export of textile crafts in Santiago de Chuco, for this the instruments that were used in the development of the research were supported with the techniques of surveys and an observation guide being applied first to the 10 members of the association " Los Chucos "to analyze the advantages with which they already count as an association, as well as to identify the production capacity of the artisans, their quality, the way in which they are developed and the productive technical aspect of said association; The second work technique was carried out in order to analyze the requirements of the foreign market for the exportable supply and the knowledge of costs, packaging, packaging for the international market. As a final conclusion it was obtained that the associativity if it is an opportunity for the export of textile crafts, but that it was necessary to reinforce some details such as the trainings, the lack of information, implements in the product, in the association "Los Chucos", and that the Export project would be a success.

Keywords: Associativity, export of textile crafts, artisans.

Introducción

1.1. Realidad Problemática

En los últimos años el mercado mundial ha pasado por constantes cambios al cual llamamos “Globalización”, se define como un proceso de integración en los ámbitos políticos, sociales, económicos, tecnológicos y culturales que convierte al mundo en un lugar más interconectado, este proceso trae muchos beneficios ya que se reinventa de la mano de jóvenes artistas y diseñadores, así como de maestros artesanos, que, con su capacidad y experiencia, la convierten en un tema de tendencia actual. Añadir el sector artesano en las industrias culturales, expresa la importancia económica que tiene su desarrollo para una región.

El perfil del consumidor de artesanías son mayormente personas adultas, viajeros frecuentes, personas que gustan del arte y de los productos hechos a mano con grado alto de educación y con ingresos altos; los factores que influyen en la decisión de compra son las tendencias de moda, la diferenciación del producto, la calidad, el diseño y sobre todo la adaptación del producto a las diferentes culturas de sus clientes, a lo que llamamos globalización en artesanía textil, ya que esto ayuda a llegar a mas mercados internacionales, hablaremos acerca de este fenómeno como un tema más específico, la globalización del uso masivo e innovaciones de artesanías.

Hablando de este tema nacionalmente el Perú es conocido por ser un país mega diverso, cada lugar cuenta con culturas propias diferenciándose unas de otras particularmente, conservándose desde sus ancestros, en el tema de la globalización del uso de artesanía textil e innovación, ha obligado a que distintas personas, empresas u organizaciones decidan asociarse, ya que los mercados de ahora son más exigentes, donde se solicitan una serie de requisitos para integrarse a nuevos mercados internacionales.

En un trabajo realizado anteriormente en la ciudad de Puno en su estudio sobre los factores internos de oferta exportable de artesanía textil para los mercados internacionales se identificaron los factores internos siendo estos: capacidad física – productiva, capacidad económica – financiera, capacidad humana – de gestión y la capacidad de comercialización y según estos indicadores propone fortalecer las empresas con la “Asociatividad”, lo que permite el mayor nivel de producción y comercialización de sus productos, con esto tienen acceso al financiamiento con las

presentación de un proyecto viable, para la comercialización se propone usar las redes sociales para la promoción del producto. Identifica como principales países para exportar Canadá, Estados Unidos y Francia.

Es por esto que en esta investigación se analizará la provincia de Santiago de Chuco, que se encuentra en región La Libertad, Perú, se eligió este lugar porque es una de las provincias donde mayor producción de artesanía textil hay.

En Santiago de Chuco existen grupos de maestros artesanos textiles que se han dedicado desde sus ancestros a elaborar prendas características del lugar con la materia prima que ellos mismos poseen, pero con el paso de los años, la globalización, estos pequeños productores no se han podido desarrollar como lo hemos visto internacionalmente, decidimos utilizar la asociación para la exportación de artesanía textil por ello nuestra tesis investigara las ventajas de la asociatividad para la exportación artesanía textil y trabajamos con una pequeña asociación de 10 miembros llamada “Los Chucos” los cuales producen artesanía textil de alta calidad y tienen experiencia en el rubro produciendo por más de 6 años.

Por lo cual se formulará las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las ventajas de la asociatividad en las asociaciones de Santiago de Chuco?, ¿Cuáles son los requisitos técnicos para la exportación de artesanía textil en las asociaciones de Santiago de Chuco? y por ultimo ¿Cómo es el plan de fortalecimiento para las asociaciones de artesanía textil de Santiago de Chuco y motivar la exportación?

1.2. Trabajos Previos

En la tesis titulada, Estudio de viabilidad comercial de productos textiles artesanales de la asociación “awakuq makikuna” de la comunidad de Porcón alto, Cajamarca para la ciudad de Barcelona, España, investiga la viabilidad comercial para las exportación de textiles a España lo que concluye que la asociatividad viabiliza la exportación a España, pero sus productos deben tener mejor acabado para poder cumplir con sus requerimientos del mercado. (Vera 2015)

En la investigación, Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito de Kañaris – Ferreñafe, se coloca por objetivo; plantear un modelo de asociatividad a los productores cafeteros para mejorar el manejo integral de sus cultivos y su gestión empresarial; en su tipo de investigación descriptiva, concluye. “El mecanismo de la asociatividad muchas veces depende del nivel de capital social obtenido entre los posibles miembros, así como también de la cooperación, el compromiso, la confianza y reciprocidad de los mismos”.(Flores 2013)

En la investigación, Modelo de Asociatividad para la Exportación directa de tapices de la ciudad de Ayacucho-2014, propone determinar un modelo de asociación adecuado para la exportación donde se propuso un modelo asociativo para el mejoramiento del nivel competitivo de los productores de tapices ayacuchanos, adoptando la definición de asociatividad horizontal (Ore 2014)

La tesis titulada, Asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú para viabilizar su oferta exportable, 2017 propone en uno de sus objetivos analizar si la asociatividad de los pequeños productores de espárrago en Huaca Larga puede viabilizar su oferta exportable hacia los mercados internacionales determinando así que estas asociaciones pueden viabilizar su oferta

La investigación, Análisis de los factores internos de la oferta exportable de Artesanía textil para el ingreso de los Mercados Internacionales, Región Puno – periodo 2012 propone fortalecer las empresas con la Asociatividad y concluye que los factores internos para fortalecer son la capacidad física, económica, humana y de comercialización, en cuanto a los principales mercado internacionales destaco Estados Unidos como primer país de destino de la artesanía textil con un 40.9 %, seguido de otro países como Japón, Reino Unido, Alemania y Francia (Medina 2013)

En la tesis titulada, Asociatividad como estrategia para la exportación de calzado en los productores del distrito del Porvenir- Trujillo hacia el mercado de Bogotá Colombia en el año 2017, propone estudiar las estrategias sobre la asociatividad y concluye que el desarrollo de la asociatividad es fundamental para empresas del tamaño de los productores de calzado ya que genera un impacto económico social y tecnológico, y ofrece una oportunidad de progreso mediante la generación de diversas ventajas competitivas que solo pueden ser obtenidas a nivel colectivo y no individual. (Correa 2016)

1.3. Teorías relacionados al tema

1.3.1. Asociatividad

1.3.1.1. Definición

Según el Centro de Exportación e Importación Nicaragua (CEI) (2010) define que es un elemento de contribución entre pequeñas y medianas empresas, en el cual cada empresario mantiene su autonomía y soberanía, y decide participar junto con otros empresarios para llegar a un objetivo en común.

MINCETUR (2013) afirma que es una unión voluntaria entre empresas y emprendedores con una finalidad de reducir costos y compartir peligros en los negocios y promover conjuntamente sus productos o servicios con sus

clientes, sin perder la independencia empresarial. Por otro lado, se define como habilidad para afrontar los mercados globalizados y la progresiva competitividad que existe entre empresas nacionales e internacionales.

La asociatividad puede ser entendida como decisiones estratégicas patrocinadas por dos o más empresas, entre las que no existe una relación de sumisión, que eligen por coordinar parte de sus acciones de cara al logro de un objetivo (García, citado por González, 2003).

1.3.1.1.1. Definición de Estrategia Asociativa

PROMPERU (2013) lo define como elemento de relación y acción unida organizada y con cierto nivel de persistencia entre distintas empresas, personas u organizaciones, interesados en unir libremente sus esfuerzos para llegar a sus objetivos comunes”.

Organización Internacional del trabajo (2007) sostiene que es un conjunto de colaboración, aunque podría acontecer que las empresas agrupadas compitan entre sí.

En este caso existe competencia: una actividad que permite competir asistiendo, o bien cooperar para poder competir.

CEI (2010) define como elemento de cooperación entre mypes y pymes donde tienen la misma necesidad manteniendo y autonomía participando voluntariamente en un esfuerzo común para un objetivo colectivo.

En otras palabras, la asociatividad se define como un método que se realiza voluntariamente que requiere compromiso y participación constante de los individuos para afrontar los mercados globalizados y la competencia nacional e internacional, llegando a un objetivo común que beneficia a todos.

Magnazo y Orchansky (2007) afirma:

Una estrategia asociativa es un proceso en el que se requiere de cierto grado de organización y permanencia, o relación conjunta entre

diferentes 14 interesados en articular sus esfuerzos de manera voluntaria para alcanzar su objetivo meta y de esa forma conseguir beneficios que no podrían obtener de manera individual (p.11).

1.3.1.2. Características de la Asociatividad

PROMPERÚ (2013) expresa que una estrategia asociativa presenta las siguientes características:

Necesita de un indispensable grado de organización, lo que significa, coordinar y distribuir tareas para alcanzar los objetivos trazados. Es especialmente un mecanismo de cooperación, por ejemplo, en una feria de productos iguales o similares, si bien es cierto que los productores asociados compiten entre sí, esto es equivalente, ya que a la hora de comercializar el solo hecho de cooperar les puede brindar a ellos una disminución de sus costos, o también alcanzar mayor volumen de venta u otros beneficios. Fija objetivos en común por los participantes, los que pueden ser desde resolver problemas en conjunto o el aprovechar oportunidades externas, manteniendo su autonomía y el poder sobre su negocio. Cuenta con cierto grado de permanencia, es decir, los participantes se proyectan a largo plazo para que su estrategia asociativa se pueda mantener. Se afirma decisión voluntaria a la hora de la asociatividad, ya que antes y durante la conformación de la asociación existe libertad tanto para ingresar como para salir, de acuerdo con las normas establecidas por los miembros de la organización (p.17).

La organización, también hace mención sobre los principios éticos que requiere una estrategia asociativa, los cuales son base fundamental para la asociatividad:

La confianza, la cual es necesaria para trabajar en conjunto y compartir recursos, vivencias e información con una perspectiva de largo plazo entre los asociados. Si ésta no se presenta en los

miembros, entonces se deberá promover acciones cuidadosas para generarla y solo se podrá crear a través de las adversidades cotidianas que ellos enfrentan.

Del mismo modo también se requiere de transparencia entre sus miembros, ya que es importante que todos los temas sean tratados de forma abierta, es decir es importante los canales de comunicación que se utilicen, para permitir accesibilidad y eficacia en la transmisión de la información.

Otro principio especial es el respeto, porque independientemente de las decisiones que se tomen, una estrategia asociativa requiere de una actitud tolerante con las opiniones confrontadas que puedan surgir entre los asociados; de esa forma se obtendrán mejores resultados.

Finalmente, la participación es de suma importancia, ya que se requiere de que todos los miembros colaboren para en la gestión de la estrategia asociativa. Por ejemplo, en las actividades que se desarrollen se necesita de la participación de todos para la distribución de las tareas y la toma de decisiones (p.18).

1.3.1.3. Ventajas de la Asociatividad

Entre las principales ventajas se consideran el aumento de producción y productividad, el mantenimiento de la autonomía de los miembros, comparten recursos que deseen y lo que no se quedan en confiabilidad, el poder de negociación el adelanto de tecnologías y acceso a financiamiento, el compartimiento de riesgos y costos, mejora del producto (calidad y diseño), la mejora de logística (cadena de valor), la mayor adopción de relaciones empresariales, mayor extensión de mercados, la creación de una mentalidad más abierta, mejor visión, confiabilidad, mayor integración y positivismo. (Centro de Exportaciones e Importaciones Nicaragua 2010)

Según MINCETUR (2014) considera 4 ventajas primordiales; la primera es ventajas empresariales y competitivas, aquí consideran la mejor imagen

empresarial, el mayor dominio de negociación, el incremento la cadena de valor, los accesos a nuevos mercados las nuevas formas de hacer negocio y el posicionamiento en el mercado; la segunda ventaja es disminución de costos, aquí consideran el diseño, los proveedores, la mano de obra, los insumos, los clientes e intermediarios, la tecnología y los costos de producción; la tercera ventaja es crear mayor y mejor oferta aquí se consideran mejores volúmenes de oferta exportable, mayor productividad y certificaciones de calidad y la última ventaja es acceso a mejor información, capacitación y capital aquí dentro están nuevos conocimientos, nuevas tecnologías, la mejora de conocimiento productivo y comercial, la capacitación de recursos humanos y financieros y la modernización.

1.3.1.4. Desventajas de la Asociatividad

Se consideran como desventajas primordiales la falta de financiamiento por no poseer una firma colateral y el precio bajo en el mercado local por no poseer una cantidad ilimitada de producto. (Centro de Exportaciones e Importaciones Nicaragua – 2010)

1.3.1.5. Objetivos de la Asociatividad

1.3.1.5.1. Objetivo de comercialización

Apertura de nuevos mercado, creación y presentación de nuevos productos a los clientes, permitiendo obtener mayor conocimiento comercial, realizar nuevas investigaciones de mercado, generar asociaciones comerciales, llegar a crear consorcios de exportación, realizar inversiones unidas. MINCETUR (2014)

1.3.1.5.2. Objetivo de financiamiento

Accesos a financiamientos, cuando las garantías no pueden ser cubiertas o presentadas de forma particular, pero sí de forma grupal,

equitativamente por cada uno de los partícipes, ahorro por las compras colectivas. MINCETUR (2014)

1.3.1.5.3. Objetivos Organizacionales

Mejora en los procesos productivos, creación de planes estratégicos, aprendizaje colectivo, investigación y desarrollo y acceso de economías de escala.

MINCETUR (2014)

1.3.1.6. ¿Por qué Asociarse?

Existen 3 razones fundamentales para escoger la asociatividad como estrategia.

1.3.1.6.1. Ámbito económico

Desafiar con mayor fuerza nuevos proyectos, optimizando la tecnología, diferenciando los productos o servicio creando una mejor ventaja competitiva entre otros. (MINCETUR 2014)

1.3.1.6.2. Ámbito político

Desarrolla mayor representatividad o apoyo ante entidades públicas o privadas, apoyo económico, legal o estatal, utilizando el lema: “La unión hace la fuerza”. (MINCETUR 2014)

1.3.1.6.3. Ámbito social cultural

Genera espacios para desarrollarse y compartir nuevos conocimientos, innovaciones y mejoras, también permite reaccionar inmediatamente a las reacciones del mercado y dinamizar el trabajo en grupo.

(MINCETUR 2014)

1.3.1.7. Formas asociativas más comunes

En el Perú los modelos asociativos más usados para sectores comerciales y no comerciales son:

1.3.1.7.1. Asociación

Se halla regularizado en el “Código Civil”, se compone por Escritura Pública (EP) y se inscribe en RRPP, no se pide un capital mínimo para formar la Asociación, se necesita al menos 3 constituyentes, a los participantes se les dice Asociados, la tributación es propia, las ganancias generadas no lograrán ser repartidas directa o indirectamente entre los asociados y la duración es ilimitada.

1.3.1.7.2. Cooperativa

Se halla codificado por una Ley exclusiva llamado “Ley General de Cooperativas” se forma por Escritura Pública (EP) y se registra en RRPP, la ley no implanta capital mínimo para formar una Cooperativa, se necesita aunque sea por lo menos 11 integrantes, a los participantes los llaman Socios, la tributación unida y propia, permite a sus socios conseguir materias al costo y/o obtener un excelente precio posible por sus mercancías, es decir no genera ganancias la Cooperativa y su duración es ilimitada.

1.3.1.7.3. Contratos Asociativos

Se halla reglado en la Ley 26887 designado “Ley Generales de Sociedades, se realiza un Contrato y se traslada a la SUNAT, la norma no instituye el capital mínimo para crear un Consorcio, se requiere por lo menos 2 integrantes, a los participantes se les designa Consorciados o partícipes, la tributación es individual y muy sencilla, las ganancias concebidas serán repartidas entre los participantes del Consorcio. (La forma de repartición debe constituirse claramente en el contrato) y por ultimo para efectos tributarios el contrato de consorcio sin contabilidad autónoma no debe superar los 3 años.

1.3.1.8. Tipos de Asociatividad Empresarial

Según lo explicado anteriormente la asociatividad también es un mecanismo de contribución entre empresas, donde cada participante decide voluntariamente participar en un esfuerzo junto con los otros participantes

para la búsqueda de un objetivo común. La asociatividad es un instrumento utilizado para enfrentar las oportunidades y amenazas del mercado. (MINCETUR 2014)

1.3.1.8.1. Subcontratación

Medianas o pequeñas empresas que orientan su producción a grandes clientes, relaciones verticales. (MINCETUR 2014)

1.3.1.8.2. Alianzas Estratégicas

Relaciones horizontales de empresas que compiten en el mercado, pero se favorecen unidas en distintas actividades. (MINCETUR 2014)

1.3.1.8.3. Distritos Industriales

Son masas regionales de un número de empresas de un rubro en particular que se ayudan intensivamente para fortificar la capacidad de la multitud. (MINCETUR 2014)

1.3.1.8.4. Núcleos Empresariales

Grupos de trabajo constituidos por empresarios rubros iguales o diferentes con dificultades comunes, que se acoplan para compartir experiencias y buscar soluciones. (MINCETUR 2014)

1.3.1.8.5. Redes de servicio

Conjuntos de personas o instituciones de una sola profesión, con especialidades distintas, que se organizan en equipos de trabajo interdisciplinarios para cubrir integralmente las necesidades de potenciales clientes. (MINCETUR 2014)

1.3.1.8.6. Pools de Compra

Grupos de empresas que necesitan productos o servicios similares reuniéndose con el objetivo de ampliar el poder de negociación frente a los proveedores. (MINCETUR 2014)

1.3.1.8.7. Grupos de Exportación

Empresas de un solo rubro se agrupan para enfrentar unidas un proyecto de exportación. Trabajan con un coordinador que guía trazando

estrategias que les permitan ubicar sus productos en el extranjero. (MINCETUR 2014)

1.3.1.8.8. Clúster

Equivalente a las cadenas de valor, pero concentrados geográficamente y conectados en una actividad productiva particular. Comprende empresas e instituciones que suministran servicios de soporte empresarial. (MINCETUR 2014)

1.3.1.8.9. Joint Venture

Constituida por dos o más sociedades con personalidad jurídica autónoma, sociedad nueva, que realiza una actividad empresarial sujeta a las habilidades competitivas de las empresas propietarias. Implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva o servicios. (MINCETUR 2014)

1.3.1.8.10. Consorcio

El contrato de consorcio es aquel por el cual dos o más personas se asocian para participar en un determinado negocio o empresa, para obtener un beneficio económico. Se logran formalizar legalmente sin que las empresas pierdan su personalidad jurídica más con una gerencia común. (MINCETUR 2014)

1.3.2. Exportación

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2009) afirma. Es la salida de productos o servicios nacionales al exterior, para ser vendido o consumido, llevando un proceso de requisitos legales y operativos, establecidos por diferentes instituciones u organismos involucrados en el proceso de exportación.

La exportación es la etapa final de colocación de la mercancía nacional hacia un mercado internacional, pasando por unos previo pasos, los cuales son: Estudio de mercado, conocer bien su demanda externa, cumplir con todos sus requerimientos para el ingreso al extranjero, acuerdos para la comercialización al extranjero, financiamiento, manufactura en donde la exigencia de insumos adecuados constituye un elemento primordial, realizar una sub contratación de empresas de

servicios de producción, conocer el proceso de patrones apropiados de calidad, tener una buena calidad de embalaje del producto, según sus requerimientos del comprador , presentación y preparación para el transporte.

Para que la exportación sea exitosa continua, rentable y eficiente, tiene que tener presente las siguientes consideraciones: como contar con alta magnitud de producción y acatamiento de los plazos estipulados con el cliente, realizar un estudio al mercado destino con la propósito de ver las posibilidades comerciales en la actualidad y en el futuro, conocer los diferentes canales de comercialización, saber cuáles son los regímenes aduaneros e impuestos vigentes de cada país, conocer los idiomas del país destino para poder lograr una comunicación eficaz, tener un representante en el exterior que cuente con la capacidad de negociar con los compradores, tener en cuenta y cuidado al establecer el precio del producto a exportar, contar con revistas y volantes de impulso de venta de su mercadería en el exterior adecuándose a las características del mercado, el producto debe tener la mejor calidad y un precio accesible.

La exportación es frecuentemente diferente a comercialización que se da en el mercado nacional, ya que la exportación de mercancías tiene que pasar por diferentes obstáculos en el camino. El ingreso de un producto a un país distinto impone respeto legislaciones y reglamentos.

1.3.2.1. Modalidades de Exportación

1.3.2.1.1. Exportación Indirecta

Esta modalidad es a través de intermediarios independientes los cuales ya tienen el conocimiento de las gestiones aduaneras, la legislación, los hábitos del sector, de esta modalidad le favorecen al empresario ya que se evita una menor inversión y menor riesgo, pero también existe una desventaja la cual es depender totalmente de los intermediarios porque ellos tienen a su disposición los contactos de los clientes internacionales. Ministerio de comercio exterior y turismo (2009)

1.3.2.1.2. Exportación Directa

En esta modalidad la empresa crea un departamento de exportación y sus mismos colaboradores visitan a los compradores en el país destino, y se hacen cargo de todo, desde la elección del país destino hasta la recaudación de lo vendido. La ventaja de esta modalidad es que tienen una mayor inspección sobre todo el proceso de exportación, de esta forma tienen contacto directo con los clientes, pueden obtener más contactos comerciales y claramente mayores ganancias. También existe otra modalidad que pertenece a la exportación que viene a continuación. Ministerio de comercio exterior y turismo (2009)

1.3.2.2. Ventajas de la Exportación

Las empresas buscan obtener mayor capacidad de poder de negociación con profesionales para que de esta manera ayuden en el proceso de la ejecución de la negociación. Contando con un profesional asesorando así facilita el acceso a nuevos mercados ya que de esa manera el profesional siempre estará actualizado y poder contar con contactos nuevos. Al mismo tiempo, para tener acogida la empresa o asociación debe tener productos de buena calidad con precio competitivo, haciendo uso de lo último en tecnología. De esta manera lograr internacionalizarse. Por ultimo brindar solidaridad social a la población, ya que muchas familias son de bajo nivel. (Daniels, radabaugh, Sullivan, 2013)

1.3.2.3. Desventajas de la Exportación

El peor error de varias empresas o asociaciones nuevas es ingresar a los mercados internacionales sin hacer una previa investigación de mercado, de esta manera se arriesgan a exportar sin el ayuda de un especialista, o en varias ocasiones son mal asesoradas. Al principio de las exportaciones muchas empresas tienen el error de incumplimiento en tiempo y cantidades de entrega lo cual impacienta al exportador al no ver resultados inmediatos. Por otro lado

pueden tener grandes pérdidas de mercancía por un mal manejo en aduanas (Daniels, radebaugh y Sullivan, 2013).

1.3.2.4. Restricciones de la Exportación

Según Peruzzotti (2008) define que las barreras para la exportación, son de tipo arancelario y no arancelario que son: los aranceles, cupo de importación, autorización de importación, normas técnicas, exceso de reglamentaciones, almacenamiento monetarios para importar, sistemas cambiarios múltiples, subsidios locales del gobierno, embargos, favorecer compras locales, monedas no convertibles, elevados costos financieros de importación, carencia de transparencia en la mecánica de importación, legislación sanitaria y fitosanitaria, regulaciones ambientales, sistemas de defensa al consumidor, requisitos de empaques y etiquetado, regulaciones de toxicidad, leyes e impuestos antidumping y establecimientos de precios oficiales. Las restricciones atrasan a los países, restringen la eficiencia de todos los países, disminuye el nivel de vida. Puede encontrarse un arancel protector y una restricción a las importaciones, esto daría un alivio a la industria e empresa de lo cual los permitirá ganar apoyo financiero, político en la empresa y los sindicatos.

1.3.3. Artesanía

Pérez y Gardey (2014) dice que artesanía se le llama al trabajo realizado hecho a mano sin ayuda de máquinas industriales, son piezas únicas elaboradas por los artesanos (persona que realiza trabajos manuales), donde ellos plasman su creatividad según su cultura perteneciente, son obras artesanales, se define como un trabajo minucioso y cuidadoso en cada detalle final, el cual necesita una atención especial. Puede servir de forma utilitario o como adornos, estos productos son realizados con fines de ser comercializados o únicamente artísticos.

1.3.3.1. Artesanía Textil

Asociación Marsa (2013) define que la artesanía textil para Perú él es una forma de expresar logros técnicos y creativos, obras de artes trabajados a

mano o con ayuda de alguna herramienta manual plasmado en ellos las culturas ancestrales del Perú, en cuanto a la artesanía textil encontramos distintos productos como, ponchos, chalin, chal, boleros, mantas, frazadas, cojines, vestidos, polleras, etc. Para elaborar estos productos se usa distintos materiales como, lana, alpaca, ovino, seda, lino, algodón, y otras más. Según Promperú para que la artesanía textil sea exportable, será analizará mediante las características técnicas del producto, el volumen de producción, el precio ofertado, los canales de distribución utilizados, empaque, embalaje y etiquetados poseídos, para esto se tomó como técnica de recojo la información la ficha de observación que será aplicada a las asociaciones de artesanos textiles que estén registrados en el RNA (registro nacional de artesanos) provenientes de Santiago de Chuco.

1.4. Formulación del Problema

¿Cuáles son las ventajas de la asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil de Santiago de Chuco?

1.5. Justificación del Estudio

1.5.1. Conveniencia

Este trabajo tiene como finalidad promover la asociatividad para la exportación de artesanía textil de la provincia de Santiago de Chuco teniendo más conocimientos de los beneficios que les trae asociarse con artesanos de su mismo rubro, creando así una mejor visión de su negocio y recibiendo mejores oportunidades que obtendrán en su entorno.

1.5.2. Relevancia Social

En este proyecto busca beneficiar a los artesanos textiles de la provincia de Santiago de Chuco que trabajan independientemente y deseen mejoras su producción, ventas y oportunidad de negocio con la estrategia de la Asociatividad, para su mismo desarrollo.

1.5.3. Implicaciones Prácticas

Con este estudio se les dará a los artesanos una visión más amplia en cuanto a sus productos, tanto para exportar y buscar mercados internacionales como para innovar sus productos al menos por año.

1.6. Hipótesis

Hi: Las ventajas de la asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil en Santiago de Chuco son la comercialización, disminución de costos, capacitación y financiamiento.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Analizar las ventajas de la asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil en Santiago de Chuco – 2018.

1.7.2. Específicos

O1 Identificar las ventajas de la asociatividad para las artesanías textiles

O2 Identificar si la asociación cumple los requisitos para la exportación de artesanía textil en Santiago de Chuco a Estados Unidos.

O3 Proponer un plan de fortalecimiento para las asociaciones y motivar la exportación de artesanía textil.

II. Método

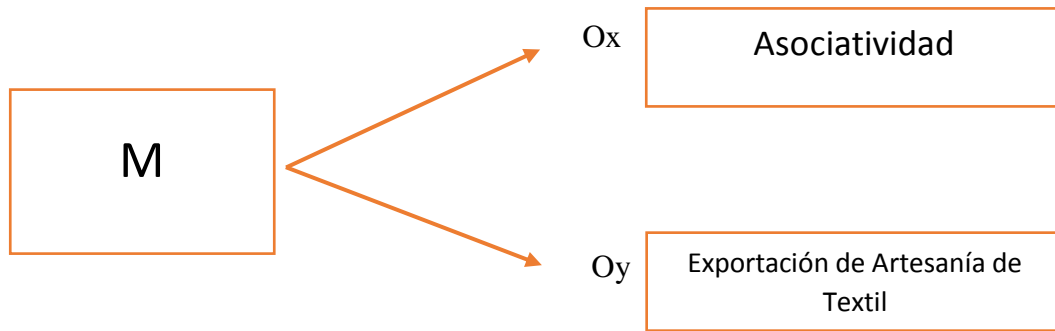
2.1. Diseño de Investigación

- 2.1.1. No experimental, porque ninguna de las variables será manipulada o sometida a un experimento.
- 2.1.2. De corte transversal descriptivo, ya que la investigación se desarrollará en un tiempo en específico o momento dado
- 2.1.3. Descriptiva ya que consiste en dar a conocer a los beneficios de la asociatividad para los artesanos de la provincia de Santiago de Chuco mediante la disposición de los artesanos, acciones, producción y ventas.

2.2. Variables, Operacionalización

Variables: La asociatividad, Exportación de artesanía textil.

2.2.1. Esquema de variables



2.2.2. Operacionalización de variables

Definiciones conceptuales	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	
Asociatividad	Magnazo y Orchansky (2007) definen a la estrategia asociativa como un proceso en el que se requiere de cierto grado de organización y permanencia, o relación conjunta entre diferentes interesados en articular sus esfuerzos de manera voluntaria para alcanzar su objetivo meta y de esa forma conseguir beneficios que no podrían obtener de manera individual.	La asociatividad genera en los pequeños artesanos según MINCETUR (2014) 4 ventajas competitivas primordiales, la primera es ventajas empresariales y competitivas abarcando, poder de negociación, nuevos mercados y posicionamiento en el mercado (comercialización); la segunda ventaja es disminución de costos, aquí se consideran proveedores, mano de obra, insumos; la tercera ventaja es crear mayor y mejor oferta, aquí están las certificaciones de calidad; y la última ventaja es acceso a mejor información, se refiere a capacitación y el acceso a capital; estos indicadores serán medidos con la técnica de recojo de información, llamada encuesta aplicada a las asociaciones de artesanos de Santiago de Chuco.	Capacitación	Nominal
		Costos		
		Certificaciones de calidad		
		Acceso a capital del Trabajo		
		Poder de negociación Nuevos mercados Posicionamiento de mercado Producción Promedio		

Exportación de Artesanía textil	El MINCETUR define el sector artesanal textil en su página web como “tejidos elaborados con técnicas diversas, utilizando elementos vegetales (algodón) y animales, en este último principalmente la de camélidos sudamericanos” (MINCETUR, 2011).	Según Promperú para que la artesanía textil sea exportable, será analizará mediante las características técnicas del producto, el volumen de producción, el precio ofertado, los canales de distribución utilizados, empaque, embalaje y etiquetados poseídos, para esto se tomó como técnica de recojo la información la ficha de observación que será aplicada a las asociaciones de artesanos textiles que estén registrados en el RNA (registro nacional de artesanos) provenientes de Santiago de Chuco.	<p>Características técnicas del producto</p> <hr/> <p>Empaque, embalaje y etiquetado</p> <hr/> <p>Volumen de producción</p> <hr/> <p>Precio ofertado</p> <hr/> <p>Canales de distribución</p>	Nominal
---------------------------------	--	---	---	---------

Nota: Dimensiones - Asociatividad según: Magnazo y Orchansky (2007) – Exportación de artesanía textil según: Mincetur (2011).

2.3.Población y Muestra

2.3.1. Población

La población que abarca esta investigación está conformada por la asociación de artesanía textil "Los Chucos" que está constituida por 10 artesanos registrados en el Registro Nacional del Artesano de Santiago de Chuco 2018 y documentos.

2.3.2. Muestra

La muestra serán la asociación "Los Chucos" de artesanía textil de Santiago de Chuco registrados en el RNA (Registro Nacional del Artesano), como son pocos trabajaré con su totalidad.

2.3.3. Unidad de Análisis

Asociación de Artesanía textil de Santiago de Chuco registrados en el RNA (Registro Nacional de Artesano).

2.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas: Encuesta, Observación sistemática.

Instrumentos: Cuestionario, ficha de observación.

Los métodos que se utilizará para la recolección de datos y de instrumentos son de ayuda para tener en claro quiénes serán los encuestados, está es una forma de ayuda para todas las investigaciones. La técnica que utilizaré para la investigación será la encuesta, de acuerdo a la naturaleza de la investigación el instrumento es: cuestionario.

2.4.1. Validación de datos

Los profesionales que validaron la encuesta son expertos en el tema, ya que vienen trabajando para la gerencia de Comercio Exterior y Turismo por 15 años con el tema de comercio exterior, realizando trabajos en asociaciones y grupos promoviendo las exportaciones, así como también brindando la capacitación y asistencia técnica adecuada en los grupos ya establecidos para lograr una buena estrategia para la exportación.

2.5.Métodos de análisis de datos

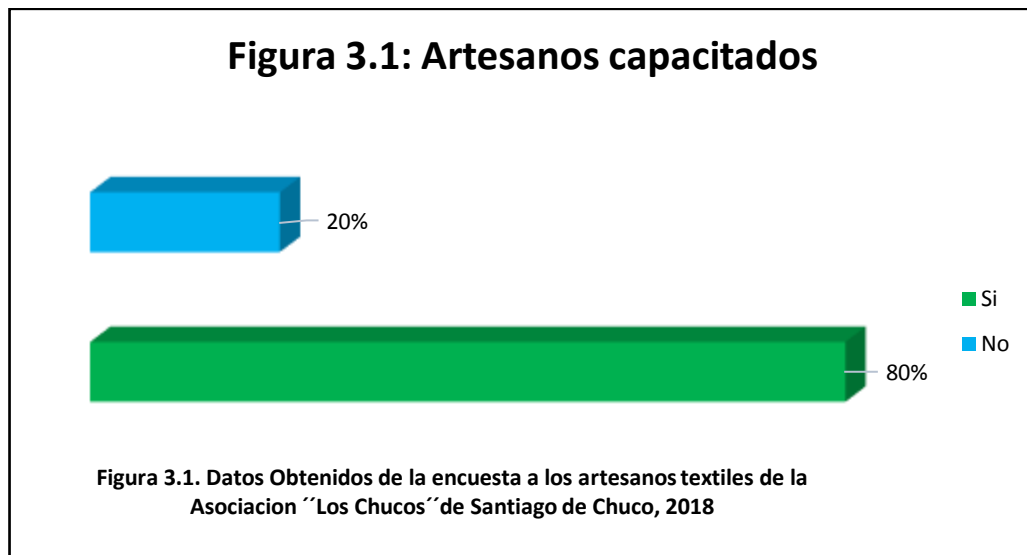
Para la presente investigación se utilizará el método estadístico descriptivo, ya que se utilizarán gráficos o tablas en los resultados de las variables de estudio, de tal forma que se pueda efectuar un correcto análisis.

2.6.Aspectos éticos

En la presente investigación toda la información será recolectada es gracias al apoyo de los pequeños artesanos de artesanía textil de la provincia de Santiago de Chuco, que han sido el pilar de la investigación, resaltando que se ha respetado su identidad de cada uno de los participantes, así como también toda información privada manifestada por ellos. Además, que se toman en cuenta las políticas de la universidad, los derechos de autor y las normas APA para el estudio realizado.

III. Resultados

Objetivo 1: Identificar las ventajas de la asociatividad para las artesanías textiles



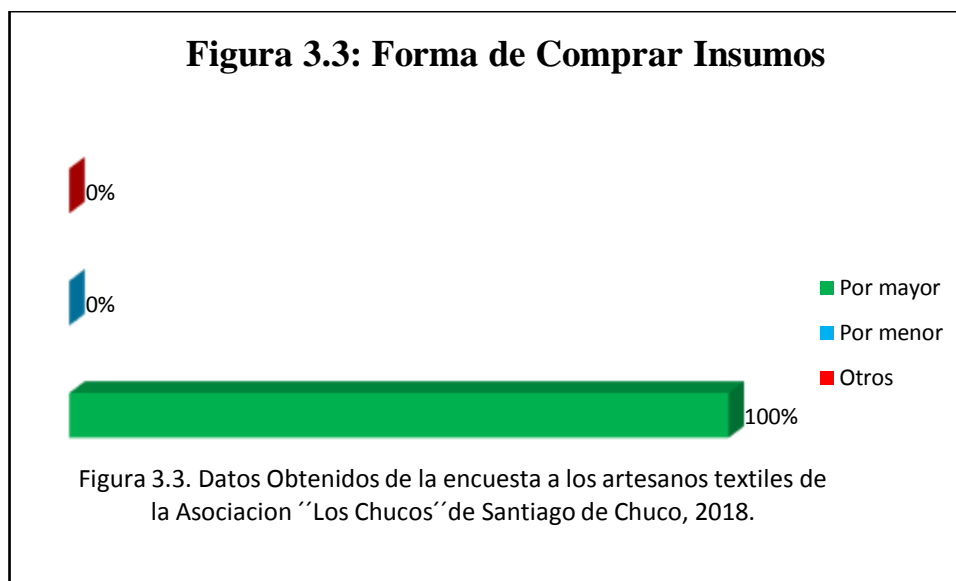
En la Figura 3.1. Señala que el 80 % de artesanos que pertenecen a la asociación “Los Chucos” están capacitados, en la encuesta realizada también obtuvimos que estas capacitaciones vienen de parte de empresas privadas con, un 80% y un 20% de parte del “Gobierno Regional La Libertad”, los temas en los cuales los capacitaron fueron en diseño, financiamiento, producción y tecnología; (ANEXO N° 8: Figura 3.1; 3.2)

Figura 3.2: Artesanos con Certificaciones

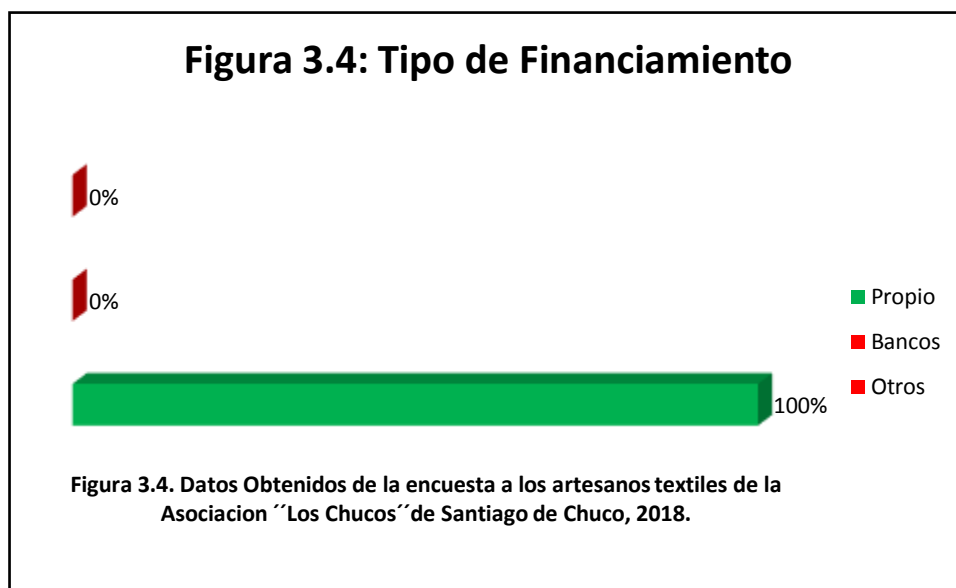


Figura 3.2. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociación "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

La Figura 3.2. señala que el 80% de artesanos textiles de la asociación "Los Chucos" cuentan con certificaciones y el 20% no tienen.



La Figura 3.3. Señala que el 100% de artesanos textiles de la asociación "Los Chucos" compran sus insumos al por mayor, por lo cual el 90% se encuentra muy satisfecho con sus proveedores y un 10% insatisfecho. Ver ANEXO N°8 Figura 3.3



La Figura 3.4. Manifiesta que el 100% de artesanos de la asociación "Los Chucos" tienen financiamiento propio, pero entidades bancarias si les ofrecen créditos sin problema.

Figura 3.5. Cuadro comparativo

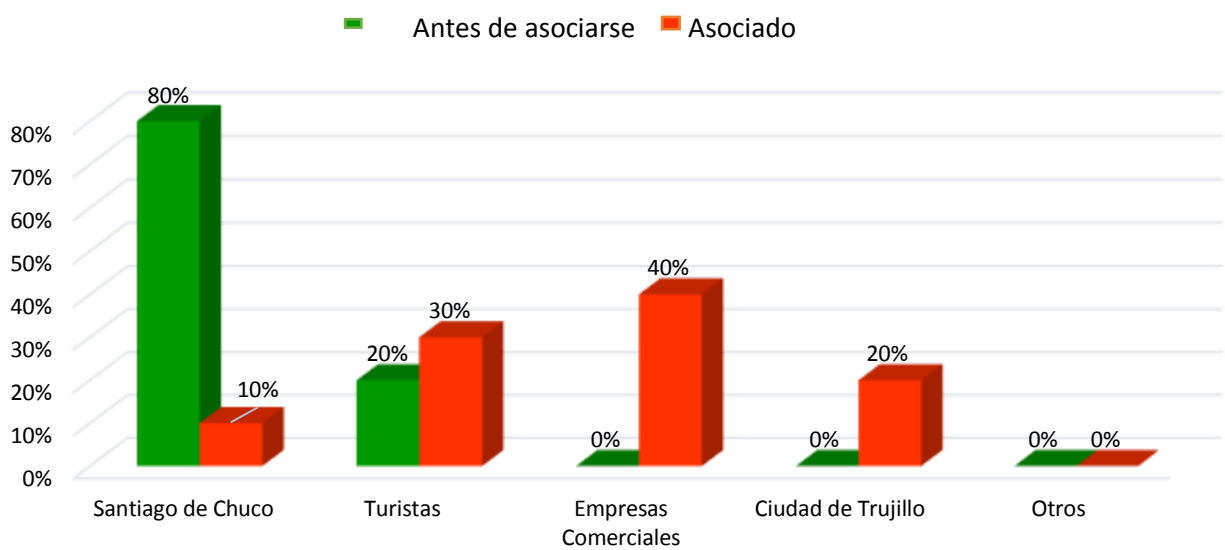


Figura 3.5. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociación "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

La Figura 3.5. compara los clientes que tenían antes y después de asociarse, el 80% de clientes de los artesanos antes de asociarse eran de Santiago de Chuco y el 20% turistas ahora ha cambiado radicalmente con la asociación, 40% son empresas comerciales, 30% turistas, 20% son de la ciudad de Trujillo y el 10% solamente son de Santiago de Chuco. Este año también ha tenido nuevos clientes, 50% empresas comerciales, 40% turistas y 10% en Trujillo. (ANEXO N°8 Figura 3.4)

Figura 3.6. Produccion mensual



Figura 3.6. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociacion "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

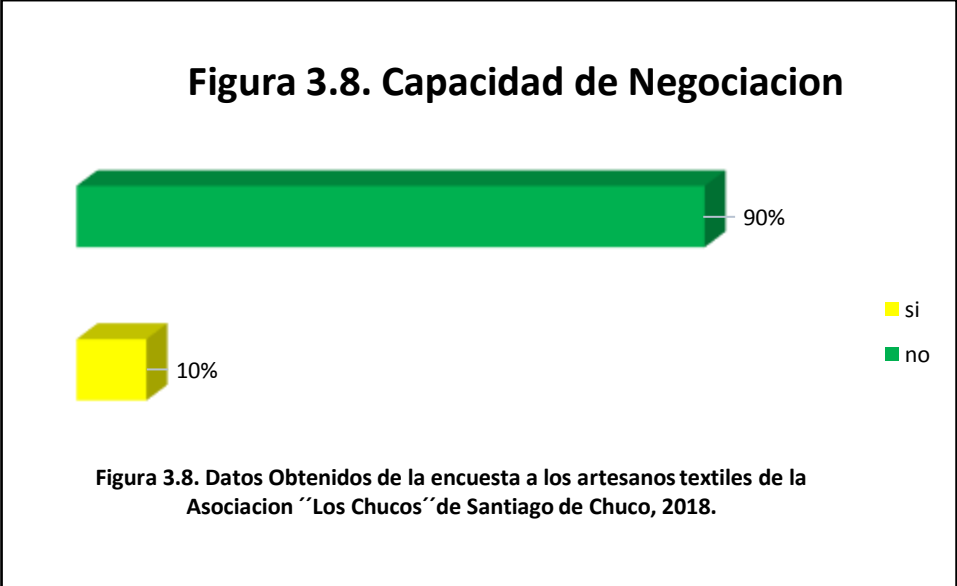
La Figura 3.6. Señala que el 70% de artesanos de la asociación "Los Chucos" producen de 60 – 80 prendas mensual, 20% de 100 a más y el 10% de 40 – 60, por otro lado el 100% de sus productos son vendidos como asociación. (ANEXO N°8 Figura 3.5)

Figura 3.7. Venta de productos con su marca

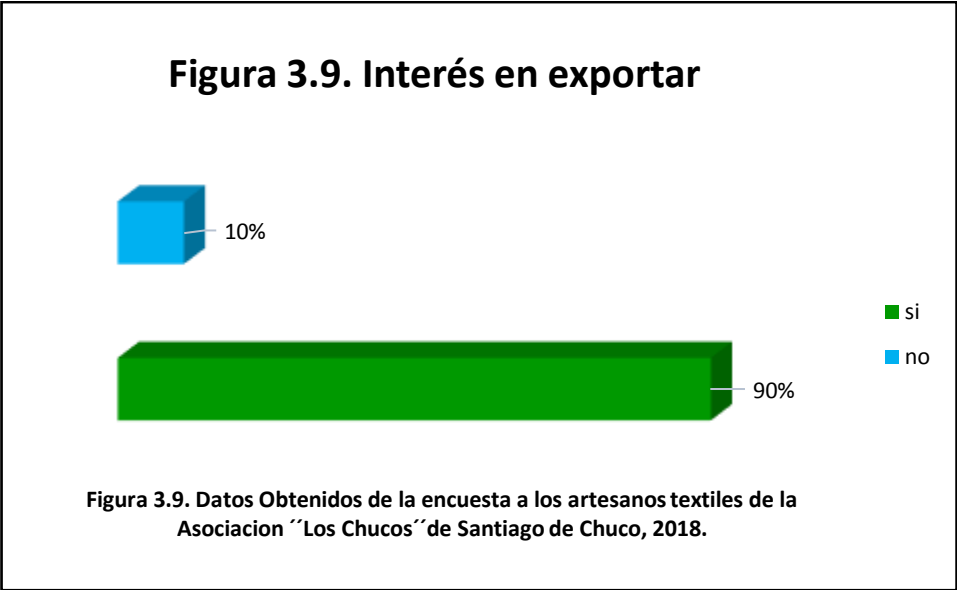


Figura 3.7. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociacion "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

La Figura 3.7. Señala que el 100% de artesanos de la asociación "Los Chucos" no venden productos con su marca.



La figura 3.8. Señala que el 90% de artesanos de la asociación "Los Chucos" tienen la capacidad de Negociación y el 10% no se cuentan aptos para realizarlo.



La Figura 3.9. Muestra que el 90% de artesanos textiles tienen interés por exportar y que el 10% no la tiene, por otro lado, el 100% nos dice que los factores beneficiosos de la asociatividad para la exportación son: la Facilidad de Financiamiento, Minimizar costos, Capacidad de producción y mayor apoyo en el personal capacitado. (ANEXO N°8 Figura: 8.5)

O2. Identificar si la asociación cumple los requisitos para la exportación de artesanía textil de Santiago de Chuco a Estados Unidos.

Tabla 3.1 Ficha observable

Perfil de Mercado	Producto Artesanal Exportable	Situación	
		Cumple	No Cumple
Barreras Arancelarias	Los productos de artesanía textil entran con arancel 0%	Si	
Exigencias de etiquetado	Los productos textiles y la ropa deben indicar el contenido de sus fibras y las instrucciones de cuidado de la tela.		No
Exigencias de empaque	Desconocimiento normativa para empaque pero existen empresas que ofertan el servicio.		No
Exigencias de embalaje	La protección que ofrece el embalaje contra la humedad, maltrato, radiación, tiene que ser fácil de transportar considerando las dimensiones que el ser humano pueda manipular; resistencia y duración es un factor que dependerá del material utilizado, el diseño todo lo necesario para que el producto sea resistente y seguro; costo depende tanto de su fabricación o adquisición y también del tiempo que demore el manejo de las mercancías ya sea por un inadecuado diseño, esto incrementará los costos en almacenaje. La seguridad contra el daño del producto es primordial para la aceptación por parte del cliente y así los productos no sufran ningún daño		No
Preferencias el diseño personalizados	Cuentan con diferentes diseños y pueden adaptarse a las exigencias que les pide el mercado.	Si	
Canales de comercialización	La mayoría de los artesanos utilizan intermediarios para exportar sus productos, otros no lo hacen.	Si	
Volumen de exportación	El mercado norteamericano tuvo un crecimiento en su demanda del 2% en el 2016, las artesanías textiles son piezas únicas por lo cual varían y no existe una cantidad mínima o máxima para exportar.	Si	
Precio	En EEUU los precios de artesanía textil promedian en: Bufandas \$ 29.00 (S/. 94.80) Ponchos \$ 90.00 (S/. 294.17) Chales \$ 54.00 (S/. 176.50)	Si	
Producto(Seguridad)	No contener los siguientes niveles de metales pesados que pudieran estar contenidos en los tejidos: plomo, pthalatos, cadmio, cromo, arsénico, entre otros.	Si	

Nota: Según la Tabla 3.1. El 66.67% de los perfiles de mercado para exportar a Estados Unidos se cumplen en la asociación “Los Chucos” mientras el 33.33% de los perfiles de mercado no.

Figura 3.10 Productos que llevan etiqueta con su marca



Figura 3.10. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociación “Los Chucos” de Santiago de Chuco, 2018.

La figura 3.10. Señala que los productos que vende la asociación “Los Chucos” no llevan la etiqueta con su marca.

Figura 3.11. Precio fijado

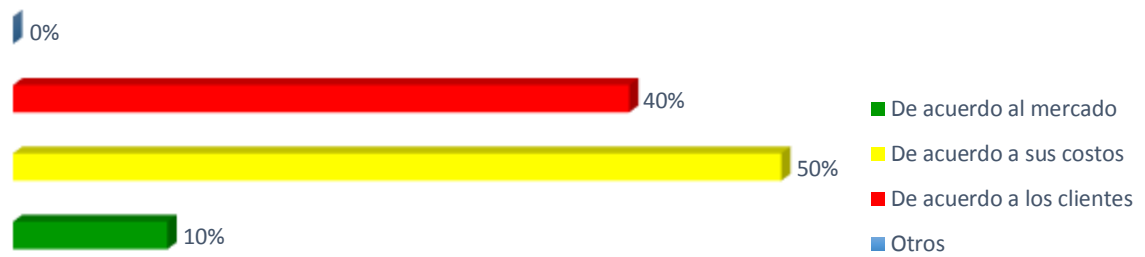


Figura 3.11. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociación "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

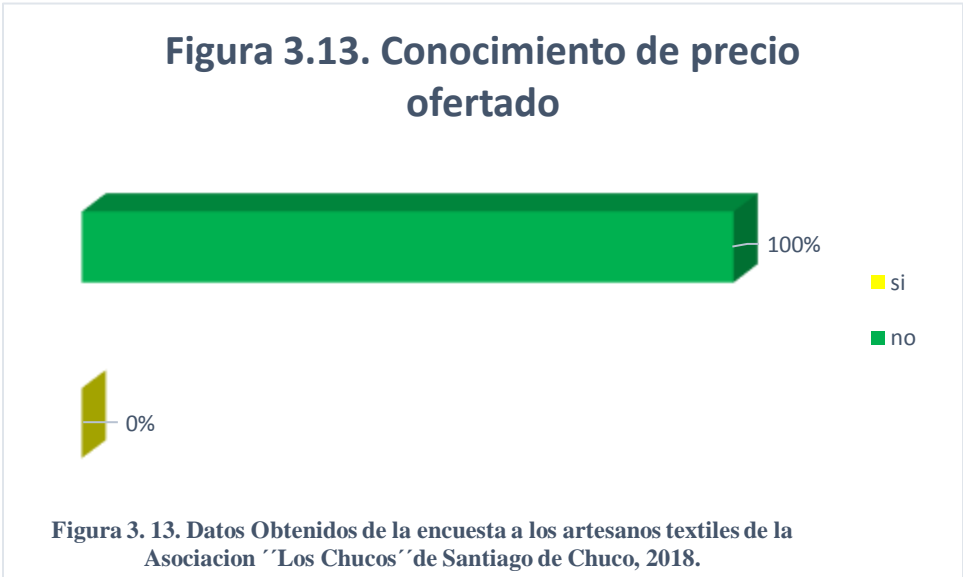
Según los datos obtenidos en el gráfico 3.11 señala que el 50% de artesanos establecen sus precios de acuerdo a sus costos mientras que el 40% los establece mediante sus clientes y el 10% de acuerdo a los mercados (competencia).

Figura 3.12. La asociación interviene para fijar los precios

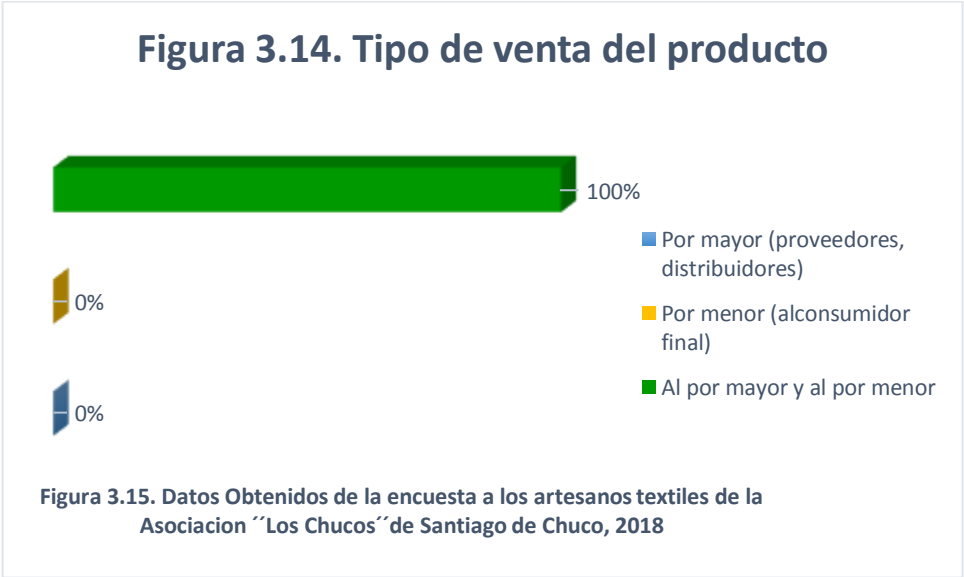


Figura 3.12. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociación "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

Según el gráfico 3.12. señala que el 100% de artesanos considera la asociación para fijar sus precios, esto incluye (costos, mano de obra, utilidad)

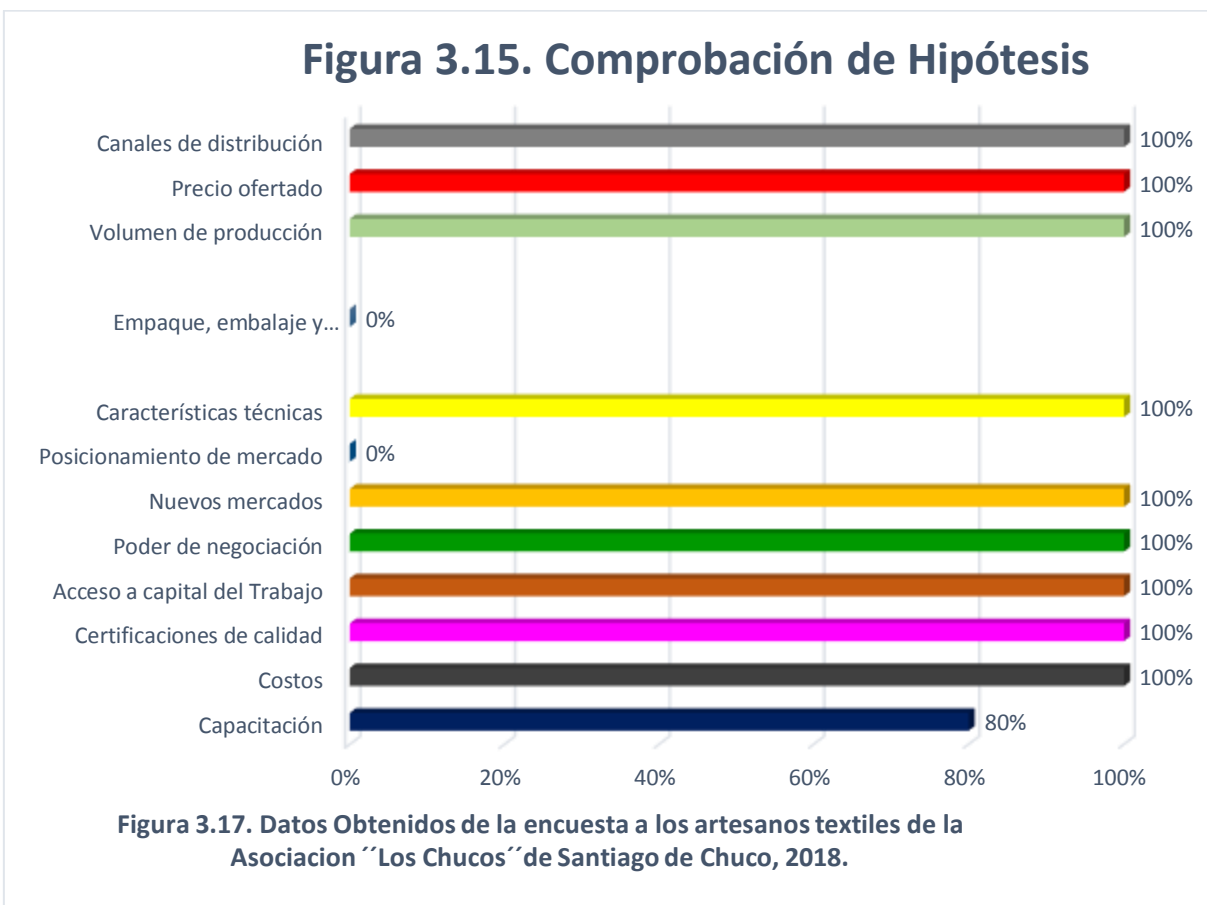


Según el grafico 3.13. señala que el 100% de artesanos no tiene información ni conocimiento sobre su producto en otros países (precio en Estados Unidos)



Según el grafico 3.14. señala que el 100% de artesanos vende sus productos por mayor y por menor de acuerdo a la ocasión.

Contrastación de Hipótesis



La hipótesis diseñada fue: Las ventajas de la asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil en Santiago de Chuco son la comercialización, disminución de costos, capacitación y financiamiento alcanzando así niveles altos para la exportación de su producto en mercados internacionales, para lo cual el estudio determinó que ellos logran cumplir un modelo de asociatividad debido a que cuentan con la mayoría de ventajas que esta brinda, sin embargo, les falta cumplir con las exigencias del mercado, ya que no cuentan con ninguna asesoría para exportar ni conocen los estándares internacionales.(incluye precio, etiquetado, embalaje); por otro lado no tienen posicionamiento de mercado.

IV. Discusión

Esta investigación se realizó debido a que los artesanos de la provincia de Santiago de Chuco no exportan directamente y no tienen conocimiento sobre cómo exportar y qué se requiere.

Para realizar esta investigación, contamos con la ayuda de la Subgerencia del Gobierno Regional ya que tuvimos algunas limitaciones en la ubicación de domicilios, la disponibilidad de los artesanos, las líneas artesanales, etc ya que los artesanos están inscritos en el Registro Nacional del Artesano que maneja dicha institución.

El primer objetivo específico fue analizar las ventajas de la asociatividad para las artesanías textiles, MINCETUR considera 4 ventajas primordiales, la primera son ventajas empresariales dentro de estas están el dominio de negociación, accesos a nuevos mercados y el posicionamiento en el mercado; la segunda ventaja es disminución de costos, aquí consideran el diseño, los proveedores, la mano de obra, los insumos, los clientes e intermediarios, la tecnología y los costos de producción; la tercera ventaja es crear mayor y mejor oferta aquí se consideran mejores volúmenes de oferta exportable, mayor productividad y certificaciones de calidad y la última ventaja es acceso a mejor información, capacitación y capital aquí dentro están nuevos conocimientos, nuevas tecnologías, la mejora de conocimiento productivo y comercial, la capacitación de recursos humanos y financieros y la modernización, esto se corrobora con los resultados de la encuesta realizada ya que cumplen la mayoría de ventajas definidas por MINCETUR lo cual es beneficioso porque significa que la asociación “Los Chucos” están en proceso de desarrollarse internacionalmente cubriendo las expectativas de la exportación de artesanía textil.

Vera (2015) en la tesis titulada, Estudio de viabilidad comercial de productos textiles artesanales de la asociación “awakuq makikuna” de la comunidad de Porcón alto, Cajamarca para la ciudad de Barcelona, España, investiga la viabilidad comercial para la exportación de textiles a España lo que concluye que la asociatividad viabiliza la exportación a España, pero sus productos deben tener mejor acabado para poder cumplir con sus requerimientos del mercado, esto coincide con la asociación “Los Chucos” ya que al encontrar las ventajas que poseen gracias a la asociatividad están más prontos a exportar, y al igual que Vera también tendrían que mejorar en algunos detalles con el producto.

Correa (2016) en la tesis Asociatividad como estrategia para la exportación de calzado en los productores del distrito del Porvenir- Trujillo hacia el mercado de Bogotá Colombia en el año 2017, propone estudiar las estrategias sobre la asociatividad y concluye que el desarrollo de la asociatividad es fundamental para empresas del tamaño de los productores de calzado ya que genera un impacto económico social y tecnológico, y ofrece una oportunidad de progreso mediante la generación de diversas ventajas competitivas que solo pueden ser obtenidas a nivel colectivo y no individual esto también coincide con los resultados de la asociación “Los Chucos” ya que al tener la mayoría de ventajas que propone MINCETUR desarrolla su pequeña comunidad llevándola cada vez a estándares más altos empresarialmente.

El segundo objetivo específico fue identificar si la asociación cumple los requisitos para la exportación de artesanías textiles de Santiago de Chuco a Estados Unidos, MINCETUR en un trabajo realizado sobre exportación de artesanías textiles brindo una serie de requisitos que se encuentran en el Anexo 02 de los 9 indicadores la asociación “Los Chucos” solo cumplen 6, que son las barreras arancelarias, los diseños personalizados, los canales de comercialización, los volúmenes de exportación, el precio ofertado y la seguridad del producto por lo cual proponemos un plan para los 3 indicadores que no se están cumpliendo los cuales son los requisitos para embalaje, empaque y etiquetado que se basa en brindar capacitaciones sobre los temas e informaciones que ellos desconocen.

Finalmente se corrobora los resultados obtenidos lo cual es que la asociatividad si es una oportunidad para la exportación de artesanía textil, ya que la asociatividad tiene las siguientes ventajas o beneficios que son: capacidad de producción, acceso a capital y capacidad de comercialización.

Lo cual se rectifica con la investigación de Medina (2013) ya que propone fortalecer las empresas con la asociatividad, porque favorece por sus ventajas para poder lograr una exportación es la capacidad física, económica, humana y de comercialización, no obstante la asociatividad trae variedad de beneficios ya que reciben capacitaciones gratuitas, a través del Gobierno Regional y de empresas privadas como es Adex por ser una asociación estable e innovadora, ya que de forma individual sería complicado de poder realizarlo, por los costos elevados.

V. Conclusiones

- 5.1. De acuerdo a la investigación realizada a la asociación de artesanos textiles “Los Chucos”, se llegó a identificar que las ventajas de la asociatividad que cumplen actualmente son canales de distribución, certificaciones de calidad, precio ofertado, volumen de producción, características técnicas, nuevos mercados, poder de negociación, acceso a capital, capacitación y minimizar costos, cumpliendo solo el 80% de todas las que el MINCETUR propone como primordiales, dando como resultado un beneficio para ellos ya que se están desarrollando como asociación. (Figura 3.15),
- 5.2. Se identificaron los requisitos para la exportación de artesanías textiles a Estados Unidos cumpliendo así los artesanos textiles “Los Chucos” con el 66.66% de requisitos, los cuales son: barreras arancelarias, diseños personalizados, canales de comercialización, volumen de exportación, precio ofertado y seguridad del producto, demostrando la capacidad que tienen, y con el 33.33% temas que no cumple son: etiquetado, embalaje y etiquetado por lo cual se propone un plan para mejorar en los indicadores donde tienen déficit para reforzarlos. (Tabla 3.1)
- 5.3. De acuerdo a las deficiencias que se encontraron, se preparó un plan para mejorar, desarrollar y fortalecer los temas que más necesitan capacitación como son, empaque embalaje y etiquetado, posicionamiento de marca y sobre todo motivar la exportación con una capacitación sobre como exportar sus productos, esto se realizaría con la ayuda de entidades grandes como el Gobierno Regional La Libertad para apoyar en las capacitaciones con profesionales para brindar las charlas y poder brindarles todo el conocimiento y ayuda a esta asociación.
- 5.4. Finalmente al analizar a la asociatividad de artesanos textiles “Los Chucos” se concluye que la asociatividad si es una oportunidad para la exportación, pero para poder lograr una exportación con éxito se requiere subsanar todas las deficiencias y contar con un especialista en el tema que facilite la información, o capacitarse completamente en el tema..

VI. Recomendaciones

- 6.1. Se le recomienda a los artesanos textiles de la asociación "Los Chucos" que se capaciten en los temas que necesitan los cuales son: posicionamiento de mercado, empaque embalaje y etiquetado de esta manera fortalecer y cumplir con todas las características de la asociatividad, para poder viabilizar completamente una exportación.
- 6.2. Para el indicador sobre el posicionamiento de marca se le recomienda a la asociación poder buscar la ayuda de un especialista en el tema y que puedan lograr obtener un posicionamiento en el mercado y de esta manera su artesanía textil sea reconocido nacionalmente e internacionalmente.
- 6.3. Se les recomienda también que los a los artesanos textiles de la asociación "Los Chucos" que participen de las capacitaciones que les brinda tanto el Gobierno Regional como las empresas privadas, ya que muchas de ellas son gratuitas, de lo contrario en el área de la sub gerencia de comercio exterior brindan todo tipo de información acerca de exportaciones y de esta manera poder lograr motivar la exportación de sus productos a distintos países del mundo.
- 6.4. Se recomienda desarrollar el plan propuesto en este trabajo para mejorar el desarrollo de esta asociación y a la vez motivar la exportación de sus productos ya que se concluyó que la asociatividad si es una oportunidad para la exportación.
- 6.5. A futuros investigadores se recomienda realizar investigaciones de diseño explicativa donde se contrasten cada variable.

VII. Propuesta

Después de haber realizado el análisis de resultados, la propuesta que se plantea para el presente trabajo es fortalecer la asociatividad cumpliendo con todos los requisitos que deben tener para poder realizar una exportación directa.

Fundamentación:

De acuerdo a la investigación para demostrar si la asociatividad es una oportunidad para la exportación de artesanía textil, aplicada a los artesanos textiles "los Chucos" de Santiago de Chuco, se diagnosticó que en gran parte si es ventajosa la asociatividad ya que se tiene mayor capacidad de producción, facilidad del financiamiento, ayuda a minimizar costos, beneficia en el tema de las capacitaciones y certificaciones, pero en el tema de posicionamiento de mercado y empaque de sus productos de acuerdo a los regímenes de exportación, no lo cumplen, por esta razón no podrían lograr una exportación. Por lo cual se planteará un plan de fortalecimiento para lograr que la asociatividad sea una exportación de artesanía

Objetivo General

Fortalecer la asociación y motivar la exportación de artesanía textil.

Objetivos Específicos

- Identificar los requisitos de empaque para la exportación.
- Desarrollar una capacitación sobre la importancia del posicionamiento de marca
- Desarrollar acciones para motivar a la exportación.

Tabla 7.3 Desarrollar acciones para motivar la exportación

META

La asociación de artesanos textiles “Los Chucos” obtenga toda la información sobre el empaque y puedan cumplir con todos los requisitos para poder lograr una exportación

ESTRATEGIA

Brindar capacitaciones gratuitas a través de la Sub Gerencia de Artesanía Gobierno Regional.

ACTIVIDADES QUE NOS ASEGURA EL ÁREA	UNIDAD MEDIDA	METAS QUE LOGAMOS	RESPONSABLES DE LA ACCIÓN	FECHA DE CUMPLIMIENTO	PRESUPUESTO ESTIMADO
Área de la sub gerencia de artesanía	Se realizará en una sesión	Son 10 artesanos textiles de la asociación “Los Chucos”	Sub Gerencia de artesanía del Gobierno Regional La Libertad	7/01/2019	Aproximadamente S/. 300.00

META

Que la asociación de artesanos textiles “los Chucos” sea una marca reconocida y logre tener un puesto ganado en el mercado de la artesanía textil a nivel nacional.

ESTRATEGIA

Brindar capacitaciones gratuitas de cómo lograr este tipo de posicionamiento.

ACTIVIDADES QUE NOS ASEGURA EL ÁREA	UNIDAD MEDIDA	METAS QUE LOGRAMOS	RESPONSABLES DE LA ACCIÓN	FECHA DE CUMPLIMIENTO	PRESUPUESTO ESTIMADO
Área del Gobierno Regional	Se realizará en dos sesiones por una semana.	Son 10 artesanos textiles de la asociación “Los Chucos” de Santiago de Chuco	La Sub Gerencia de Artesanía	14/01/2019 18/01/2019	Aproximadamente S/. 300.00

META

Que la asociación de artesanía textil “Los Chucos” de Santiago de Chuco exporte directamente, de esta manera conseguir nuevos mercados.

ESTRATEGIA

Brindando capacitaciones gratuitas a través de la sub Gerencia de Comercio Exterior.

ACTIVIDADES QUE NOS ASEGURA EL ÁREA	UNIDAD MEDIDA	METAS QUE LOGRAMOS	RESPONSABLES DE LA ACCIÓN	FECHA DE CUMPLIMIENTO	PRESUPUESTO ESTIMADO
Área de la Sub Gerencia de Comercio Exterior	Serán 4 sesiones durante un mes	Capacitar a 10 artesanos de la asociación “Los Chucos”	La Sub Gerencia de Comercio Exterior	28/01/2019 4/02/2019 11/02/2019 18/02/2019	Aproximadamente S/. 300.00

Referencias

- Algalobo y Pusse (2017). *Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos*. Lambayeque. Tesis de pregrado. Universidad nacional pedro ruíz gallo, Perú.
- Asociación Marsa (martes 28 de mayo del 2013). Marsa presenta libro dedicado a la gastronomía y artesanía de La Libertad. Marsa al día. Recuperado de <http://www.marsa.com.pe/Documents/Publicaciones/Notas%20de%20Prensa/NOTA%20DE%20PRENSA%20%20MARSA%20PRESENTA%20LIBRO%20DEDICADO%20A%20LA%20GASTRONOMIA%20Y%20ARTESANIA%20DE%20LA%20LIBERTAD.pdf>
- Cabello M. & Cabello J. (2012). *Las aduanas y el comercio internacional*. (3ra Ed.) España. ESIC EDITORIAL.
- Cáceres Rodríguez, W. (2013). Las exportaciones y el crecimiento económico en Colombia 1994-2010. *Apuntes del Cenes*, 32 (56), 53-80.
- Cervilla de Olivieri, M. (2007). Estrategias para el desarrollo empresarial: Asociatividad en el sector plástico venezolano. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XIII (2), 230-248.
- CEI (2010). *Asociatividad*. Recuperado de http://www.cei.org.ni/images/file/manual_asociativ.pdf.
- Correa García, L., & González Acolt, R. (2017). Efecto de los factores de innovación en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas. *Investigación y Ciencia*, 25 (70), 63-68.
- Daniels J., Radebaugh L. & Sullivan D. (2013). *Negocios Internacionales*. (14aEd.) México. PEARSON EDUCACIÓN.
- Del Carpio Ovando, P. (2012). Entre el textil y el ámbar: las funciones psicosociales del trabajo artesanal en artesanos tsotsiles de la ilusión, Chiapas, México. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 12 (2), 185-198.

- Fernández, G., & Narváez, M. (2011). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico. *Visión Gerencial*, (2), 295-308.
- Flores L. (2013). *Propuesta para el desarrollo económico y social de los productores de café del Distrito de Kañaris – Ferreñafe*. Tesis de pregrado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú.
- Hernández Girón, J., & Yesca León, M., & Domínguez Hernández, M. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Estudios Gerenciales*, 23 (104), 77-99.
- Jiménez Castañeda, J., & Domínguez Hernández, M., & Martínez Castro, C. (2009). Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México. *Pensamiento & Gestión*, (26), 165-190.
- Loje (2017) *Asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú para viabilizar su oferta exportable, 2017*. Tesis de pregrado. Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Lozano Monroy, F. (2010). La Asociatividad como Modelo de Gestión para promover las exportaciones en las Pequeñas Y Medianas Empresas en Colombia. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 5 (2), 161-191.
- Lugo-Morin, D., & Ramírez-Juárez, J., & Navarro-Garza, H., & Estrella-Chulim, N. (2008). Etnocompetitividad del sistema artesanal textil Mitla, el papel del territorio y la innovación. *Economía, Sociedad y Territorio*, VIII (28), 981-1006.
- Magnazo C. & Orchansky C. (2007). *Estrategias Asociativas para Micro y Pequeñas Empresas*. (1era Ed.). Argentina.
- Medina (2013) *Análisis de los factores internos de la oferta exportable de artesanía textil para el ingreso a los mercados internacionales, región puno - periodo 2012*. Tesis de pregrado. Universidad Nacional del Altiplano, Perú.
- MINCETUR (2014). Texto educativo de Comercio Exterior. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pcex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf.

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2009). El ABC del Comercio Exterior: Guía de Capacidades Gerenciales de Comercio Exterior. Volumen 1. Lima – Perú.
- Nájera Ochoa, J. (2015). Modelo de competitividad para la industria textil del vestido en México. *Universidad & Empresa*, 17 (28), 37-68.
- Ortíz Rojas, W., & Pérez Uribe, R. (2010). Efectos de la gestión organizacional en la rentabilidad en PYMES: evidencias empíricas y algunas consideraciones teóricas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (69), 88-109.
- Orrala H. (2013). Plan de asociatividad para la Asociación de agricultores ASODAGRI San Marcos, de la Comuna San Marcos, Provincia Santa Elena, año 2013. Ecuador. Universidad Estatal Península Santa Elena.
- Pérez y Gardey (2014) Artesanía Recuperado de <https://definicion.de/artesania/>
ProChile (Abril 2010). Estudio de Mercado de Artesanía Textil – Estados Unidos. Información Comercial, Recuperado de <https://www.amchamchile.cl/sites/default/files/Artesania%20textil.pdf>
- PROMPERÚ (2013) Guía N°12 Asociatividad para el Comercio Exterior. Recuperado de http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Asociatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Rosas R. (2009). Manual de importación y exportación – TLCs. (1era Ed.). Perú. Entrelíneas S.R. Ltda.
- Ramos Maza, T. (2004). Artesanas y artesanías: indígenas y mestizas de Chiapas construyendo espacios de cambio. *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, II (1), 50-71.
- Rojano Alvarado, Y., & Contreras Cuentas, M., & Mendoza Fernández, D. (2016). Prácticas del mercado artesanal de la etnia wayú en Riohacha (La Guajira, Colombia): estudio etnográfico. *Pensamiento & Gestión*, (41), 262-288.

- Rodríguez Benavides, D., & Venegas-Martínez, F. (2011). Efectos de las exportaciones en el crecimiento económico de México: Un análisis de cointegración, 1929-2009. *EconoQuantum*, 7 (2), 55-71.
- Santiago Ibáñez, D., & Cruz Cabrera, B., & Acevedo Martínez, J., & Ruíz Martínez, A., & Maldonado, J. (2015). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México.. *Revista Mexicana de Agro negocios*, 36 , 1167-1177.
- Simancas González, E., & García García, M., & Silva Robles, C., & Balhadj, S., & Ferhane, D. (2015). Artesanía y comunicación: retos para el sector artesanal de Tánger. *Opción*, 31 (2), 1041-1059.
- Velasco (2016) *Asociatividad como estrategia para la exportación de calzado en los productores del distrito del Porvenir – Trujillo hacia el mercado de Bogotá – Colombia en el año 2017*. Tesis de pregrado. Universidad Privada del Norte, Perú.
- Vera, K. L. (2015). *Estudio de viabilidad comercial de productos textiles artesanales de la Asociación Awakuq Makikuna de la comunidad de Porcón Alto, Cajamarca para la ciudad de Barcelona, España* (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú). Recuperada de [URI:http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/118](http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/118)

ANEXOS

Anexo nº 01: Formato de encuesta a artesanos registrados en el registro nacional de artesanos
Encuesta para estudiar las condiciones de los artesanos textiles de la provincia de Santiago de Chuco

¿Qué es lo que usted esperó conseguir al ingresar a la asociación?

- a) Mejorar su producto
- b) Capacitaciones constantes y asesorías técnicas
- c) Fácil acceso a nuevos mercados
- d) Mayores ingresos
- e) Todas
- f) Otras.....

Capacitación

1. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

SI

NO

2. ¿De qué entidad?

- a) Universidades
- b) Municipalidad
- c) Gobierno Regional La Libertad
- d) Empresas privadas
- e) Otros

3. ¿En qué temas se capacito?

- a) Producción
- b) Tecnología
- c) Financiamiento
- d) Diseño
- e) Otros

Certificaciones

4. ¿Tiene algún tipo de certificación? Si su respuesta es Sí, indique que tipo de certificado es, de lo contrario sustente el porqué.

SI

NO

Rpta:.....

Costos

Proveedores, Mano de obra e Insumos.

5. ¿De qué manera hacen la compra de los insumos que utiliza?

a) Por mayor

b) Por menor

c)Otros.....

6. ¿Se siente satisfecho con sus proveedores? ¿Porque?

a) Muy satisfecho

b) Satisfecho

c) Insatisfecho

.....

Acceso a capital

7. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza?

a) Propio

b) Bancos (prestamos)

c) Otros

8. ¿La asociación facilito el financiamiento? ¿Porque cree que se debe?

SI

NO

Comercialización

Nuevos mercados

9. Antes de asociarse ¿Quiénes eran sus clientes?

- a) Santiago de Chuco (vecinos, familiares, etc.)
- b) Ciudad de Trujillo
- c) Empresas comerciales
- d) Turistas
- f) otros

10. ¿A quiénes vende su producto?

- a) Santiago de Chuco (vecinos, familiares, etc.)
- b) Ciudad de Trujillo
- c) Empresas comerciales
- d) Merados internacionales
- e) Otros

11. ¿En este año ha tenido nuevos clientes? ¿Dónde?

- a) Santiago de Chuco (vecinos, familiares, etc.)
- b) Ciudad de Trujillo
- c) Empresas comerciales
- d) Turistas
- e) otros

Producción promedio

12. ¿Cuál es el volumen de su producción mensual?

- a) 100 a más prendas
- b) 60-80 prendas
- c) 40-60 prendas
- d) 20-40 prendas
- e) otros

Posicionamiento de mercado

13. ¿Vende su producto con su marca? Explique

SI

NO

.....
.....

Poder de negociación

14. ¿Considera usted que está en la capacidad de poder concretar un contrato de compra venta con clientes internacionales? ¿Por qué?

SI

NO

.....
.....

Exportación

15. ¿Estaría dispuesto a destinar parte de su producción a un mercado internacional o ya lo hace?

SI

NO

.....
.....

16. ¿De qué manera le ayuda la asociación para la exportación?

.....
.....

Empaque, embalaje y etiquetado

17. ¿En qué tipo de presentación distribuye y vende su producción?

a) Bolsas especiales

b) Cajas

c) Sin empaque

d) Otros _____

18. ¿Sus productos llevan la etiqueta de su marca? ¿Porque?

SI

NO

Precio ofertado

19. ¿Cómo define su precio de venta?

a) De acuerdo al mercado

b) De acuerdo a los costos

c) De acuerdo a los clientes

d) Otros _____

20. ¿La asociación interviene para fijar sus precios?

SI

NO

21. ¿Conoce los estándares de precios internacionales?

SI

NO

Canales de distribución utilizados

22. ¿Cómo distribuye su producto?

a) Por mayor (proveedores, distribuidores)

b) Por menor (al consumidor final)

c) Al por mayor y por menor

Anexo nº 02: Ficha de Observación

Perfil de Mercado	Producto Artesanal Exportable	Situación	
		Cumple	No Cumple
Barreras Arancelarias	Los productos de artesanía textil entran con arancel 0%		
Exigencias de etiquetado	Los productos textiles y la ropa deben indicar el contenido de sus fibras y las instrucciones de cuidado de la tela.		
Exigencias de empaque	Desconocimiento normativa para empaque pero existen empresas que ofertan el servicio.		
Exigencias de embalaje	La protección que ofrece el embalaje contra la humedad, maltrato, radiación, tiene que ser fácil de transportar considerando las dimensiones que el ser humano pueda manipular; resistencia y duración es un factor que dependerá del material utilizado, el diseño todo lo necesario para que el producto sea resistente y seguro; costo depende tanto de su fabricación o adquisición y también del tiempo que demore el manejo de las mercancías ya sea por un inadecuado diseño, esto incrementará los costos en almacenaje. La seguridad contra el daño del producto es primordial para la aceptación por parte del cliente y así los productos no sufran ningún daño		
Preferencias el diseño personalizados	Cuentan con diferentes diseños y pueden adaptarse a las exigencias que les pide el mercado.		
Canales de comercialización	La mayoría de los artesanos utilizan intermediarios para exportar sus productos, otros no lo hacen.		
Volumen de exportación	El mercado norteamericano tuvo un crecimiento en su demanda del 2% en el 2016, las artesanías textiles son piezas únicas por lo cual varían y no existe una cantidad mínima o máxima para exportar.		
Precio	En EEUU los precios de artesanía textil promedian en: Bufandas \$ 29.00 (S/. 94.80) Ponchos \$ 90.00 (S/. 294.17) Chales \$ 54.00 (S/. 176.50) Guaantes \$ 10.00 (S/. 32.70)		
Producto(Seguridad)	No contener los siguientes niveles de metales pesados que pudieran estar contenidos en los tejidos: plomo, pthalatos, cadmio, cromo, arsénico, entre otros.		

Anexo nº 03: Matriz de consistencia lógica

Titulo	Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición
La asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil de Santiago de Chuco - 2018	¿Cuáles son las ventajas de la asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil de Santiago de Chuco?	<p>Objetivo general: Analizar las ventajas de la asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil en Santiago de Chuco – 2018.</p> <p>O1: Identificar las ventajas de la asociatividad para las artesanías textiles</p> <p>O2: Identificar los requisitos técnicos para la exportación de artesanía textil en las</p>	<p>Hi: Las ventajas de la asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil en Santiago de Chuco son la comercialización, disminución de costos, capacitación y financiamiento</p>	Asociatividad	<p>Magnazo y Orchansky (2007) definen a la estrategia asociativa como un proceso en el que se requiere de cierto grado de organización y permanencia, o relación conjunta entre diferentes interesados en articular sus esfuerzos de manera voluntaria para alcanzar su objetivo meta y de esa forma conseguir beneficios que no podrían obtener de manera individual.</p>	<p>La asociatividad genera en los pequeños artesanos según MINCETUR (2014) 4 ventajas competitivas primordiales, la primera es ventajas empresariales y competitivas abarcando, poder de negociación, nuevos mercados y posicionamiento en el mercado (comercialización); la segunda ventaja es disminución de costos, aquí se consideran proveedores, mano de obra, insumos; la tercera ventaja es crear mayor y mejor oferta, aquí están las certificaciones de calidad; y la última ventaja es acceso a mejor información, se refiere a capacitación y el acceso a capital; estos indicadores serán medidos con la técnica de recojo de</p>	<p>Capacitación Certificaciones de calidad Costos Acceso de Capital</p> <p>Poder de negociación Nuevos mercados Posicionamiento de mercado Producción Promedio</p>	<p>1, 2, 3 4 5, 6, 7, 8 9, 10, 11, 12, 13, 14,</p>	Nominal

asociaciones de Santiago de Chuco.
 O3: Proponer un plan de fortalecimiento para las asociaciones y motivar la exportación de artesanía textil.

información, llamada encuesta aplicada a las asociaciones de artesanos de Santiago de Chuco..

Exportación de artesanía textil	El MINCETUR define el sector artesanal textil en su página web como “tejidos elaborados con técnicas diversas, utilizando elementos vegetales (algodón) y animales, en este último principalmente la de camélidos sudamericanos” (MINCETUR, 2011);	Según Promperú para que la artesanía textil sea exportable, será analizará mediante las características técnicas del producto, el volumen de producción, el precio ofertado, los canales de distribución utilizados, empaque, embalaje y etiquetados poseídos, para esto se tomó como técnica de recojo la información de la encuesta a las asociaciones de artesanos textiles que estén registrados en el RNA (registro nacional de artesanos) provenientes de Santiago de Chuco.	Características técnicas del producto	Ficha observable	Nominal
		Volumen de producción	Ficha observable		
		Empaque, embalaje y etiquetado poseídos	15, 16		
			Precio ofertado	17,18 19, 20 21,22	

ANEXO N° 04: Validación de Instrumentos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Antonio Rodriguez Abraham, titular del DNL N° 1808437F, de profesión Economista, ejerciendo actualmente como Docente, en la Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en Santiago de Churo.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 07 días del mes de junio del 2018


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Olenka Espinoza Rodríguez, titular del DNI. N° 18092486, de profesión Economista, ejerciendo actualmente como Docente de Investigación, en la Institución Universidad Cesar Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en Santiago de Chuco.

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 07 días del mes de junio del 2018


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Lesvia Zenaida Lozano Miranda, titular del DNI. N° 17932960, de profesión Ingeniera Industrial, ejerciendo actualmente como Directora Administrativa, en la Institución Gobierno Regional La Libertad

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en Santiago de Chuco

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

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 5 días del mes de Junio del 2018


Firma

Anexo n° 05: Ficha técnica del cuestionario

NOMBRE	: Encuesta para estudiar las condiciones de los artesanos textiles de la provincia de Santiago de Chuco
AUTORES	: Alva Salirrosas Rosa Manuela Antuanne Diestra García Alicia Mercedes
PROCEDENCIA	: Universidad Cesar Vallejo – Trujillo, Perú
ADMINISTRACION	: Grupal
DURACION	: 20 minutos (aproximadamente)
APLICACIÓN	: Integrantes de la asociación “Los Chucos” de artesanía textil en Santiago de Chuco.
MUESTRA	: 10
PUNTUACION	: Calificación computarizada
SIGNIFICACION	: 13 indicadores
MATERIALES	: Encuesta con 22 preguntas.

ANEXO N° 06: Ficha de observación

NOMBRE	: Ficha de observación para identificar las condiciones de sus productos para la exportación.
AUTORES	: Alva Salirrosas Rosa Manuela Antuanne Diestra García Alicia Mercedes
PROCEDENCIA	: Universidad Cesar Vallejo – Trujillo, Perú
ADMINISTRACION	: Grupal
DURACION	: 20 minutos (aproximadamente)
APLICACIÓN	: Integrantes de la asociación “Los Chucos” de artesanía textil en Santiago de Chuco.
MUESTRA	: 10
PUNTUACION	: Calificación computarizada
SIGNIFICACION	: 9 indicadores
MATERIALES	: Ficha

ANEXO N° 07: Matriz de Inteligencia de mercados

Fuente: Elaboración Propia

N°	Crerios	Nivel de Importancia	USA	Ponderado	ECUADOR	Ponderado	NUEVA ZELANDA	Ponderado
1	Demanda	13%	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input checked="" type="radio"/> 3	0,39	<input type="radio"/> 1 <input checked="" type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,26	<input checked="" type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,13
2	Riesgo Pais	10%	<input type="radio"/> 1 <input checked="" type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,20	<input checked="" type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,10	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input checked="" type="radio"/> 3	0,30
3	Precio Promedio	10%	<input type="radio"/> 1 <input checked="" type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,2	<input checked="" type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,1	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input checked="" type="radio"/> 3	0,3
4	Barreras Arancelarias	12%	<input checked="" type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,12	<input type="radio"/> 1 <input checked="" type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,24	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input checked="" type="radio"/> 3	0,36
5	Barreras No Arancelarias	8%	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input checked="" type="radio"/> 3	0,24	<input type="radio"/> 1 <input checked="" type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,16	<input checked="" type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,08
6	Competencia	10%	<input checked="" type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,1	<input type="radio"/> 1 <input checked="" type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,2	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input checked="" type="radio"/> 3	0,3
7	Logística	10%	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input checked="" type="radio"/> 3	0,3	<input checked="" type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,1	<input type="radio"/> 1 <input checked="" type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,2
8	Población	11%	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input checked="" type="radio"/> 3	0,33	<input checked="" type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,11	<input type="radio"/> 1 <input checked="" type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,22
9	PBI Percápita	8%	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input checked="" type="radio"/> 3	0,24	<input checked="" type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,08	<input type="radio"/> 1 <input checked="" type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,16
10	Tendencia consumo	8%	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input checked="" type="radio"/> 3	0,24	<input type="radio"/> 1 <input checked="" type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,16	<input checked="" type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3	0,08
		100%		0,81		0,35		0,46

ANEXO N° 08: Resultados

Figura 8.1: Entidades que los Capacitaron



Figura 8.1. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociacion "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

Figura 8.2: Temas Capacitados

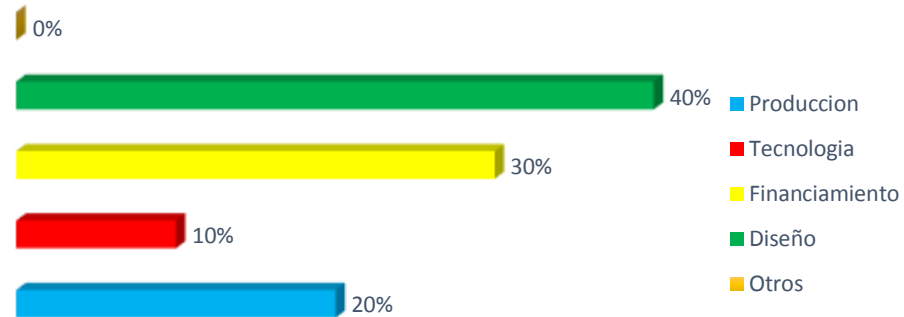


Figura 8.2. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociacion "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

Figura 8.3: Satisfacción con sus Proveedores



Figura 8.3. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociación "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

Figura 8.4. Clientes nuevos en este año

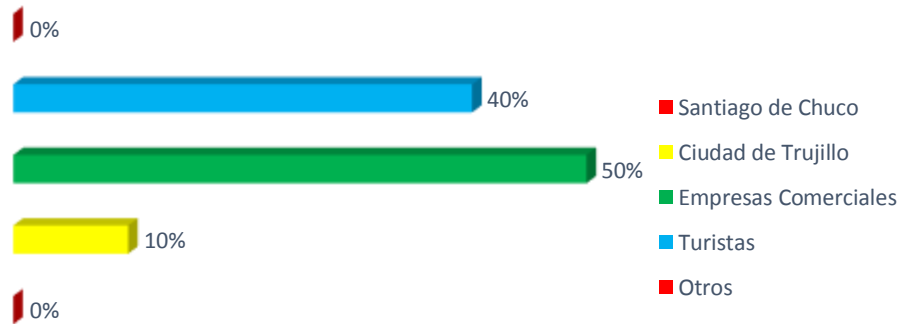


Figura 8.4. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociación "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

Figura 8.5. Beneficios de la asociatividad

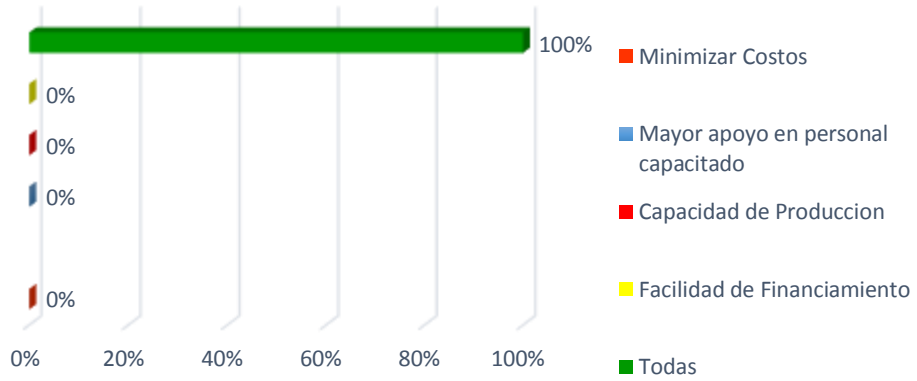


Figura 8.10. Datos Obtenidos de la encuesta a los artesanos textiles de la Asociacion "Los Chucos" de Santiago de Chuco, 2018.

Anexo 09: Evidencia de la encuesta



