



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**ASOCIATIVIDAD DE ARTESANOS Y
EXPORTACIÓN DE MATE BURILADO EN
COCHAS CHICO-HUANCAYO, 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

PEREZ URLICH, LORENA NATIVIDAD

ASESOR:

MGRT. LAURALINDA CAVERO EGUSQUIZAVARGAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) PEREZ URLICH, LORENA NATIVIDAD, cuyo título es: ASOCIATIVIDAD DE ARTESANOS Y EXPORTACIÓN DE MATE BURILADO EN COCHAS CHICO-HUANCAYO, 2018. Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14 (número) Catorce (letras).

Lima, 4 de Diciembre de 2018



.....
MARQUEZ CARO, FERNANDO
PRESIDENTE



.....
CAVERO EGUSQUIZA VARGAS, LAURALINDA
SECRETARIO



.....
BERTA HINOSTROZA, MIKE
VOCAL

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

Dedicatoria

Ustedes son la cabeza de la familia, los que me orientan y dan ánimos a seguir adelante, los que me han apoyado de forma económica, emocional, cognitiva e instrumental en todo este largo camino universitario, que está por culminar. A ti Kevin, que me ayudaste en estos últimos periodos que sin tu ayuda no hubiera podido terminar algunos detalles. Y a mí, por mi perseverancia en todos estos años a pesar de todas esas desveladas en las que sólo escuchaba mi respiración.

Agradecimiento

A mis padres, a mi bisabuela Natividad Vera que me guías desde arriba, y a los artesanos de Mate Burilado que me apoyaron y brindaron su tiempo para la recopilación de la información especialmente al señor Wilfredo Veli, una persona carismática y servicial.

Declaratoria de autenticidad

Yo Perez Urlich, Lorena Natividad con DNI N° 70572690, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias empresariales, Escuela de Negocios internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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 académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 11 de diciembre del 2018.



Lorena Natividad Perez Urlich

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Asociatividad de Artesanos y Exportación de Mate Burilado en Cochas Chico-Huancayo, 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado de Negocios Internacionales.

Este trabajo de investigación consta de seis capítulos, en el primer capítulo se presenta la aproximación problemática, marco teórico, formulación del problema, justificación del estudio y para finalizar se analiza los objetivos del trabajo. En el segundo capítulo desarrollamos la metodología de la investigación, en el tercer capítulo se presentan la descripción de resultados, en el cuarto capítulo realizamos la discusión, en el quinto capítulo se desarrolla las conclusiones, en el sexto capítulo se establece las recomendaciones, y por último se presenta la referencia bibliográfica y anexos.

El autor.

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo Describir cuál es la situación de los artesanos para la Asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochabamba, Huancayo, 2018.

La presente investigación se ha desarrollado dentro de un enfoque cualitativo, con un diseño etnográfico, en la cual se ha empleado para la recolección de datos la entrevista construida por diecisiete preguntas, por lo que se realizó a una población total de 6 artesanos de mate burilado ubicados en Cochabamba, considerando ciertos criterios de inclusión.

Llegando a la conclusión que los artesanos de mate burilado para la puesta en marcha de la Asociatividad siendo una solución factible a los obstáculos internos, tienen una serie de debilidades y fortalezas que deben de ser resueltas y fortalecidas, así de tal manera se podrá obtener ventajas competitivas.

Palabras clave: Asociatividad, exportación.

ABSTRACT

This research aims to describe the situation of the artisans for the associativity and exportation of Mate gourd in Cochabamba, Huancayo, 2018.

This research has been developed within a qualitative approach, with a Design Ethnographic, which has been used for data collection. The interview built by Seventeen Questions, So it was carried out to a total population of 6 Artisans of mate gourd located in Cochabamba, considering certain inclusion criteria.

Reaching the Conclusion That the artisans of mate gourd for the start-up of the associativity being a feasible solution to the internal obstacles, have a series of weaknesses and strengths that must be resolved and Strengthened Like this In such a way it will be possible to obtain competitive advantages

Key words: associativity, export.

ÍNDICE

DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	V
PRESENTACION	VI
I. INTRODUCCIÓN	- 10 -
1.1 Aproximación temática	- 10 -
1.2. Marco Teórico	- 15 -
1.2.1. Asociatividad	- 15 -
1.2.2. Exportación	- 20 -
1.3.1. Problema General	- 27 -
1.3.2. Problemas Específicos	- 27 -
1.4. Justificación del estudio	- 27 -
1.4.1. Objetivo de Trabajo	- 28 -
II. MÉTODO	- 30 -
2.1. Diseño de Investigación	- 30 -
2.2.1 Escenario de estudio	- 31 -
2.2.2 Caracterización de los sujetos	- 32 -
2.2.3 Plan de Análisis o trayectoria metodológica	- 32 -
2.4 Análisis Cualitativo de los datos	- 33 -
III. DESCRIPCION DE RESULTADOS	- 36 -
IV. DISCUSION	- 41 -
V. CONCLUSIONES	- 46 -
VI. RECOMENDACIONES	- 47 -
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	- 48 -
ANEXOS	- 54 -
ANEXO 1. MATRIZ DE CATEGORIZACION APRIORISTICA	- 54 -
ANEXO 2. GUIA DE ENTREVISTA	- 56 -
ANEXO 3. MAPA DE INFORMANTES CLAVE	- 58 -
ANEXO 4. CRONOGRAMA DE APLICACIÓN DE ENTREVISTAS	- 59 -
ANEXO 5. FORMATO DE LA GUIA DE ENTREVISTA	- 61 -
ANEXO 6. JUICIO DE EXPERTOS	- 65 -
ANEXO 7. GLOSARIO DE TERMINOS	- 71 -
ANEXO 8. RED DE LA CATEGORIA ASOCIATIVIDAD	- 70 -

ANEXO 9. RED DE LA CATEGORIA EXPORTACION	- 71 -
ANEXO 10. CUADRO DE COINCIDENCIAS	- 72 -
ANEXO 11. FICHA TECNICA	- 80 -
ANEXO 12. FOTOS DE LOS MATES BURILADOS	- 81 -
ANEXO 13. FOTOS DE LA JORNADA DE RECOLECCION DE DATOS	- 82 -

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Aproximación temática

Al ser partícipes del Comercio Internacional contribuimos a mejorar la situación económica nacional y posición para negociar con los clientes. Según Gini y Stumpo (2018) Las MiPymes en América Latina son el pilar primordial en totalidad de empresas, son el 99.5% de empresas de la región, siendo las Microempresas 88.4% del total y aportan una tasa alta de generación de empleo, pero en productividad es menor a las empresas grandes, por tanto, su aporte al PIB es una proporción mínima, y su intervención en el comercio exterior es relativamente bajo. Los artesanos en Latinoamérica comparten un problema en común, no están formalizadas, realizan diversas ocupaciones salariales como trabajar en el campo, y las mujeres se dedican al hogar y cuidado de los hijos, por consiguiente, se obtiene un valor inferior de la producción artesanal.

Las exportaciones de los artículos de mates burilados no tienen una partida arancelaria común, esta se comercializa en 4 partidas arancelarias distintas, Según Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) la partida que se exporta más es la 95.05.10.00.00 denominado artículos de navidad. Por otro lado, según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), las exportaciones no tradicionales de Junín ubican al sector de decoración de hogares y regalos uno de los sectores que menos exporta según estadísticas de PromPerú del año 2015, siendo el precio FOB \$16,183.96, pero los artículos de mates burilados se ubican dentro de su sector como el primer producto que más se exporta con \$8,737.29 teniendo en cuenta al resto de productos de dicho sector.

El departamento de Junín no tiene mucha participación en la exportación de mates burilados. Siendo Junín un departamento que tiene una diversidad de artesanías y que estas son atraídas tanto por turistas nacionales como turistas extranjeros.

Cochas Chico es un centro poblado ubicado en el distrito El Tambo en la provincia de Huancayo-Junín, en la que los habitantes a través del arte en sus manos realizan los famosos mates burilados.

Las artesanías son fuente de desarrollo y crecimiento, siendo el Mate Burilado una actividad de sustento para las familias. El mate burilado es valorado en el Mercado

Internacional, y ha estado presente a lo largo de la historia. La ventaja que tiene es que abarca alrededor del 85% de la Población que se dedica a la producción de mate burilado, esta técnica de hacer esta artesanía ha trascendido de familia en familia, en el que los abuelos, papás, hijo, etc. han aprendido a elaborarlo, a su vez es hecha a mano siendo una fortaleza característica. Según el INEI este centro poblado alberga alrededor de 3227 habitantes. El Estado peruano representado a través del Ministerio de Comercio y Turismo (Mincetur), ha desarrollado la guía del Plan Estratégico de desarrollo de la Artesanía (PENDAR), como herramienta de fomento del Comercio Internacional, la formación de Asociaciones Artesanales ,entre otros objetivos, como también para mejorar las ventajas competitivas del Sector Artesanal para que puedan ser partícipes a través de la Exportación, siendo un mecanismo muy utilizado en la Internacionalización, como también existe la Ley General del Artesano en el que se destaca el rol del apoyo del Estado e Instituciones y el reconocimiento de estos . El estado está brindado apoyo al Sector Artesanía, pero Cochas Chico no se está viendo favorecido con ese apoyo brindado para la fomentación de sus artesanías al Mercado Internacional.

Existen diversas asociaciones de Artesanías a nivel Nacional e Internacional, pero en la actualidad en Cochas Chico no hay alguna asociación conformada, puesto que anteriormente había Asociaciones, pero estas fracasaron, una de ellas, denominado Wank´art que estaba conformado por Artesanos individuales pero esa asociatividad fracasó debido a que uno de los participantes se robó el dinero de los asociados.

Cochas Chico tiene oportunidad de negocio en el exterior ubicado en el sector de decoración de hogar y regalos, siendo los mates burilados un producto artesanal, hecho a mano, estas artesanías son vendidas en diversas formas, tamaños, de diversas funciones como llavero, adorno navideño, servilletero, etc. Para ello los artesanos y exportadores deberán de innovar y acoplar su oferta exportable de acuerdo con las tendencias de su mercado objetivo.

La problemática que existe es que los Artesanos no realizan en magnitud actividades de Exportación como también un índice de participación, puesto que no pueden abastecer la oferta de producción ya que trabajan de manera individual y por lo que solo atienden algunos de ellos pedidos de proporciones mínimas, y lo comercializan tanto en sus talleres visitados por turistas extranjeros y nacionales, como también en Ferias Artesanales en Huancayo y Cochas Chico. Sin embargo, muchos de ellos, como la Familia Veliz tiene reconocimiento a nivel nacional e

internacional por sus magníficos mates burilados que incluso han sido expuestos en museos y uno de ellos se encuentra en el museo de la Nación.

El propósito de esta investigación es la descripción de la situación de los artesanos para la asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochas Chico-Huancayo, 2018, teniendo en cuenta que la Asociatividad es un mecanismo de resolución de problemas comunes que tengan en la cadena de valor. Así ante lo expuesto, la pregunta que guía esta investigación es ¿Cuál es la situación de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochas Chico-Huancayo, 2018? Por consiguiente, se tendrá que realizar una investigación cualitativa para poder identificar las distintas razones que permitirán conocer la realidad del problema general planteado.

A nivel nacional

Correa y Guerrero. (2016). En su tesis para la obtención del título en Administración y Negocios Internacionales titulado “*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*” de la Universidad Privada del Norte. Cajamarca-Lima. El autor desarrollo un enfoque cuantitativo y un diseño de investigación descriptiva. El objetivo principal es analizar las estrategias de una asociatividad en los productores de calzado en el distrito el Porvenir-Trujillo para la exportación hacia el mercado de Bogotá - Colombia en el año 2017. Finalmente concluye que la Asociatividad es fundamental, puesto que produce un impacto económico, social y tecnológico, permite la realización de ventajas competitivas que son obtenidas en conjunto mas no de manera individual. La asociatividad puede aumentar los ingresos, acceder a financiamiento, la producción puede incrementar y abastecer las necesidades de la demanda y los asociados al ser partícipes de ello pueden disminuir sus riesgos en abrirse a otros mercados.

Vásquez y Zapata. (2015) en su tesis para la obtención del título de Economista. Titulado” *Estudio de los Factores que Influyen en la Asociatividad de los Productores de Mango Del Valle Motupe – Olmos*” de la Universidad Santo Toribio de Mogrobejo. Chiclayo-Perú. El autor desarrollo una investigación descriptivo-exploratorio de corte transversal. Su objetivo general es identificar los factores que influyen en la Asociatividad de los productores de mango del Valle

Motupe-Olmos. Y concluye que las entidades bancarias no brindan financiamiento para que estos puedan exportar, siendo una dificultad para poder acceder a créditos, y este podría ser un factor que limite en su producción y exportación; y no cuentan tampoco con asistencia técnica.

Soriano y Carbajal. (2014) en su tesis para la obtención del título de Administración y Negocios Internacionales titulado “*Desarrollo de la asociatividad para la implementación de una empresa de producción y comercialización de Aguaymanto deshidratado al mercado de Canadá*” de la Universidad Privada del Norte. Cajamarca-Perú. El autor desarrollo una investigación de enfoque cuantitativo y cualitativo y un diseño de investigación transeccional o transversal, descriptiva. Su objetivo principal es identificar las condiciones de asociatividad en la ciudad de Magdalena, para la exportación de aguaymanto deshidratado al mercado Canadá. Finalmente concluyo que; la asociación se encuentra en buenas condiciones para poder exportar en la que los asociados no tienen dificultades en producción y muestran voluntad para exportar. En cuanto aquella condición que proporcionen mejoras en producción son disminución de costos, aplicación de tecnologías, realización de capacitaciones, acceso a información y a fuentes de financiamiento.

Canaza. (2014) en su tesis para la obtención del título en Administración de Empresas titulado “*La Asociatividad de Productores Rurales una Herramienta para la Oferta Exportable de Quinoa – Cabana 2014*” de la Universidad Católica Santa Ana. Arequipa-Perú. El autor desarrollo un enfoque cuantitativo y cualitativo y se basa en un modelo de investigación descriptiva. El objetivo principal es identificar si la asociatividad en los productores rurales es una herramienta de competitividad para la oferta exportable de Quinoa en Cabana. El autor concluye que, la asociatividad es un mecanismo en el cual los productores unen fuerzas para enfrentar sus problemas provenientes de la misma globalización, de tal modo los asociados puedan aumentar su producción de manera estandarizada, cubriendo los estándares de calidad, abasteciendo la demanda y a precios justos, siendo la asociatividad una herramienta que ayuda para la obtención de una oferta exportable. A su vez, los productores no asociados poseen una producción familiar de subsistencia, padecen de información técnica, acceso a certificados, a tecnología para el proceso de producción, realizando sus labores de manera tradicional, dando consigo a que el producto padezca de calidad. Y la asociatividad desarrolla la

competitividad, a través de indicadores como: confianza, capacidad de gestión, financiamiento, capacitación, acceso a tecnología, asistencia técnica.

Flores. (2013). En su tesis para la obtención del título de Administración de Empresas titulado “*Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito de Kañaris –Ferreñafe*” de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo-Perú. El autor desarrolló una investigación de tipo descriptivo-exploratorio. Tiene por objetivo general proponer un modelo de asociatividad que permita a los productores cafetaleros del distrito de Kañaris mejorar su gestión empresarial y el manejo integral de sus cultivos. Y concluye que, la asociatividad depende en gran magnitud del capital social que tenga entre los potenciales asociados, como: compromiso, cooperación, reciprocidad, confianza, entre otros.

A Nivel Internacional

Alemán y Zambrano. (2017). En su tesis para la obtención de título de Ingeniero Comercial titulado “*¿Cómo influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas?*” de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil: Ecuador. El autor desarrollo una investigación mixta y tipo de investigación exploratoria y descriptiva. Su objetivo principal es Determinar cómo influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas. Concluye que, las empresas que quieren participar en la Asociatividad están de acuerdo en aplicarlo pese a que estos no tienen conocimiento o saber acerca del significado de asociatividad de los negocios, podría ser una estrategia que los potenciales participantes lo estén pensando, sin embargo, por falta de conocimientos o por motivos de preparación de aplicar esta estrategia tienen desconfianza en asociarse con empresas de su sector industrial.

Orrala. (2013). En su tesis para la obtención del título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial titulado “*Plan de asociatividad para la asociación de agricultores Asodagri San marcos, de la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena, año 2013*”. En la Universidad Estatal Península santa Elena. La Libertad: Ecuador. El autor desarrollo una investigación de enfoque cualitativo y cuantitativo, con un diseño descriptiva-exploratorio. Su objetivo general es evaluar la incidencia de las

estrategias asociativas de marketing en los niveles de ventas de la Asociación de agricultores ASODAGRI "San Marcos", de la comuna San Marcos. Y concluye que, el plan de asociatividad de los agricultores de la comuna San Marcos es primordial para su desarrollo socio económico del sector y de los mismos agricultores.

Trujillo. (2013). En su tesis para la obtención de título de Magister en Agronegocios y Alimentos titulado “*Acciones colectivas de pequeñas y medianas empresas para superar las barreras del comercio exterior: Consorcio de Exportación de Alimentos en Argentina*”. En la Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires: Argentina. El autor realizó la metodología de estudio de casos tipo exploratorio. El objetivo general es evaluar el impacto de los consorcios de exportación sobre las Pymes argentinas de alimentos para acceder de forma competitiva a mercados internacionales. Concluye que los problemas de las Pymes son las barreras internas, barreras externas a la exportación y la deficiencia para trabajar juntamente con las demás empresas. Las barreras de más alto choque son la falta de información, el marketing en mención a distribución, y así mismo la información es esencial para disminuir la incertidumbre y obstaculizar los riegos de mercado que minoricen los costos de exportar.

1.2. Marco Teórico

1.2.1. Asociatividad

a. Definición

La asociatividad es un instrumento que disminuye los efectos ocasionados por la globalización, este instrumento suministra mecanismos a empresas conjuntas con el fin de participar en el comercio internacional, tener precios competitivos, disminuir costos. (Alarcón, 2015). Puede definirse también, como una estrategia orientada a potenciar el logro de una ventaja competitiva por parte de una empresa mediante la cooperación o el establecimiento de acuerdos con otras empresas, para la realización de una serie de actividades dentro de la cadena de valor del producto o servicio que conduzcan a una mayor presencia de la empresa en uno o más mercados. (Gómez, 2011). Lo aplican con el fin de unir recursos, capacidades que trae consigo reducción de costos, recursos humanos calificados, tiene mayor facilidad de acceder y optimizar el capital financiero, generándose el aumento de la productividad y

competitividad. Al ser partícipes de una asociatividad es necesario el esfuerzo de todos los participantes y tendrán que establecer como alcanzarán a lograr la estrategia. (Fernández y Narváez, 2011). Formar parte de una asociatividad te permite poder de negociación con las demás pymes siempre y cuando trabajes en grupo, brinda la oportunidad de ingresar a mejores condiciones de calidad y costos. La forma de mejorar los costos es a través de la reducción y exclusión de los intermediarios participantes en los canales de distribución, a fin de acrecentar la cuantía de compra directamente con el mayorista (Alarcón, 2015).

Las empresas trabajan juntamente con el fin de tener mejores resultados en diversos ámbitos, como: el ámbito productivo, organizacional y comercial. A su vez, los asociados estrechan relaciones para ganar la preferencia de los consumidores, tener rentabilidad, perdurabilidad y obtener ingresos. (Henaó, Sánchez y Aristizábal, 2011). De igual manera, las medianas y pequeñas empresas pueden asociarse con empresas del mismo rubro es decir homogéneas o empresas complementarias. En la asociatividad, las empresas pueden desarrollar una fortaleza, que solas no lo tenían (Martínez y Lombaba, 2009).

Características, objetivos y razones

Características : Las asociaciones se caracterizan por tener objetivos claros, esto va a ser de acuerdo con el motivo del porque la formación de asociaciones, como también, de los intereses de los participantes, cooperan para combatir la competencia en el mercado, los miembros participantes emplean conjuntamente sus recursos, capacidades claves e incluso se juntan para tener acceso a otros recursos, deben estar bien constituidas y desarrolladas, puesto que su éxito dependerá de los factores mencionados. (Martínez, 2009). Para ser parte de una asociación tienen que juntarse aquellas empresas con necesidades de poder cooperar. Y en ella también, deberán participar y apoyar los agentes económicos que serían los entes locales siendo estas gubernamentales (ámbitos nacional, regional o local) como también las organizaciones empresariales, organismos financieros, instituciones del subsistema de educación universitaria; y bancos para el desarrollo. (Fernández, 2011).

Razones: Facilidad de líneas de crédito especializadas, mejora en el poder de negociación tanto de insumos y comercialización de sus productos, obtener y aplicar tecnologías de innovación o productivas, a su vez los miembros pueden realizar ventas de productos iguales con el fin de ser economías de escala e ingresar a

mercados de altos volúmenes, también permite ingresar a mercados internacionales, desarrollar y aplicar programas de capacitación y mejores prácticas sectoriales (Durán, 2011).

Objetivos: Los participantes de una asociación buscan objetivos o beneficios y estos pueden clasificarse en: objetivos financieros, organizacionales y comerciales. Los **objetivos financieros** son diversos, como: acceder a financiamiento ya sea para invertir, desarrollar productos, ampliaciones o realizar mejoras, como también, incrementar la capacidad de poder negociar con organismos públicos que disponen de financiamiento, la disminución de costos operativos, diversificación de oferta de servicios, compras e inversión conjunta, ingreso a otros mercados, entre otros. Los **objetivos organizacionales** hacen mención a las mejoras en procesos productivos, ampliación de otras formas de administrar o aplicar procesos de planeamiento estratégico, poder intercambiar información tecnológica, productiva, obtener capacitaciones conjuntas, acceder a recursos críticos, como también facilidad en tener tecnologías de procesos y de productos, incluso mayor poder de negociación tanto con proveedores y clientes. Y los **objetivos comerciales** son todos los beneficios que obtienen al llevar a cabo estudios de mercado. Otros objetivos son: ofrecer nuevos productos al mercado, ser partícipes de alianzas comerciales con el fin de vender y promocionar de manera conjunta, cambiar información comercial (Gómez, 2011).

Capacidades o elementos básicos

Para poder llevar a cabo la asociatividad es necesario conocer ciertos puntos ya sean elementos o capacidades básicas siendo en total seis sino será complicado. En lo técnico, tiene que poseer conocimientos previos del arte, oficio o especialidad que va a desempeñar en la asociatividad, es decir capacidad productiva específica. En lo personal, mostrar ser capaz de emprender en conjunto, mostrar iniciativa de hacer proyectos con demás personas interesadas. En lo cultural, tiene que ser capaz de manifestar su cultura y ser creativo. Tiende a incrementar esta capacidad con el tiempo. En lo social, tiene que mostrar o ser capaz de sociabilizar y relacionarse, puesto que, para ello, debe tener ciertas habilidades que le permitirá tener una escucha activa, dialogar y ser libre de expresar sus ideas. En lo político, ser capaz de la conducción democrática de las relaciones de poder ya sea con los miembros del grupo o personas externas, ser capaz de pactar (un convenio, acuerdo, etc.) de

lo que se quiera lograr, y tener conocimiento de respetar y aprobar reglas democráticas y normas de la asociación. En lo ético, capacidad de entender los derechos, dignidad humana y responsabilidades que todos tenemos como personas. (Fundación Española para la innovación de la Artesanía, s. f). Las empresas al ser partícipes de una asociatividad debe haber compromiso con los recursos financieros y al tiempo que le den depende de ello el éxito de su asociatividad. Deben poseer ciertas características, como: Poseer objetivos comunes, conocimiento y confianza, se juntan para hacer negocio, ser homogéneas (sea en nivel técnico, tamaño, capacidad económica), estar dispuestas al cambio, riesgos e innovación. Las empresas que quieran exportar deben tener oferta exportable, experiencia exportadora y capacidad de gestión (Mincetur, 2013).

Cadena de Valor

El proceso de producción está conformado por una serie de etapas que serán necesarios llevarlos a cabo ya que cada etapa al final constituye el desarrollo del producto. La propuesta de asociatividad permitirá mejorar aquellas actividades que conformar las etapas de producción, teniendo en cuenta las limitaciones presentes de los artesanos.

Se debe fijar que actividades los asociados participaran juntamente. La cadena de valor muestra todas las actividades que realiza una empresa, estas producen valor para los compradores, conformado por dos actividades, las actividades básicas, hacen referencia a todas las actividades de creación o distribución del servicio o producto, como :logística interna(recepción, almacenaje, y distribución de insumos del producto), operaciones(transformación de insumo en el servicio final o producto), logística externa(almacenamiento y distribución física del servicio o producto al cliente), marketing y ventas(relacionadas con las 4`ps tiene por objetivo de ser notados y comprados por sus consumidores o usuarios, servicios de postventa(como instalación, cambios o reparación), las actividades de apoyo, sirven para enriquecer la efectividad y eficiencia de las actividades básicas, como: Abastecimiento(compras de insumos requeridos en la cadena de valor), desarrollo tecnológico(capacidad innovadora en tecnologías para prosperar en los procesos productivos, en mejorar del producto o en otras actividades), gestión de recursos humanos(fuerza de trabajo) y infraestructura(relacionado con la administración, contables, legales, dirección, planificación, finanzas, etc. (Mincetur, 2013).

La unión de las Pymes en la cadena de valor con el fin de exportar puede favorecer en la transferencia de tecnología, acogimiento de prácticas administrativas modernas, e incrementar la productividad y los salarios (Morfin,2015) Asimismo en Latinoamérica hay una deficiencia en formación de articulaciones productivas sean el caso de redes y cadenas de proveedores en las MiPymes y poseen varias limitaciones, hay un bajo incentivo para trabajar en unión con otras empresas (Gini y Stumpo,2018).

Barreras internas

Se caracterizan por producirse por la misma empresa o por el manejo de la dirección empresarial. Las primordiales barreras de crecimiento son particularmente internas (Barbero,2006). Es decir, son ciertas dificultades internas que tienen las empresas para alcanzar su crecimiento y desarrollo, y se pueden manipular para solucionarlas.

Perfil Emprendedor

No hay una definición exacta de perfil emprendedor, por ello se ha definido perfil y emprendedor. El perfil viene a ser aquellas cualidades que representan a alguien o algo (Real Academia Españolas, s. f). El emprendedor viene a ser aquella persona que inicia la realización de un negocio, se encarga de organizarlo, averigua fuentes de financiamiento para obtener capital y a su vez, asume los riesgos que puede traer ese inicio. (Silva, 2013).

Entonces, el perfil emprendedor son un conjunto de características que permiten identificar a una persona emprendedora que es capaz de tomar la iniciativa de crear una empresa asumiendo los riesgos. Un emprendedor es transformarse en un líder para sí mismo y los demás. Es aquella persona que procrea y desarrolla un negocio, lo realizan porque descubren una oportunidad de mercado que es atractivo o por la necesidad de salir adelante, ambos tienen riesgos, pero el emprendedor se caracteriza por acondicionarse a afrontar los riesgos que se le presenten en el camino (Valls y et al.,2012).

Las asociaciones son una estrategia para cultivar el desarrollo de las habilidades propias de los emprendedores. Se da un ambiente de constante aprendizaje para afrontar las dificultades que tienen que combatir. Son proyectos emprendedores las asociaciones, es un emprendimiento social (Monsalve,2013).

b. Artesanos

En la Ley General del Artesano y del desarrollo de la creatividad artesanal y su reglamento en el artículo 4 dice que los artesanos son personas que elaboran objetos que poseen ciertas características descritas en el artículo 5. (Mincetur,2007).

Las características son, las artesanías son hechas a mano o empleando herramientas manuales, también pueden aplicar medios mecánicos, a su vez su valor agregado es la mano de obra directa siendo la esencial característica de las artesanías, tienen valor histórico, utilitario, cultural o estético, dependiendo del objetivo de creación, parte de las características propias del bien final, realizando una función social identificada, utilizan materias primas propias de las zonas de origen y se identifican con una zona de producción (Mincetur,2007).Es decir, el artesano elabora artesanías que poseen propiamente su valor agregado “hechas a mano” siendo una característica potencial a diferencia de otros productos.

1.2.2. Exportación

a. Definición

Es aquella actividad de salida de mercancías fuera del territorio aduanero y al realizarlo se obtiene una entrada de divisa. (Osorio, 2006). Asimismo, es cuando una empresa vende bienes o servicios a otra que se encuentra en otro punto del mundo. La venta de bienes son exportaciones tangibles (Daniels, Radebaugh y Sullivan,2010). Es decir, hace referencia a que una empresa no solo abastece al mercado nacional, sino que busca otra alternativa de vender sus productos hacia otros mercados internacionales. Hay dos puntos de vista, desde el punto de vista aduanero la exportación es aquella venta que traspasa el territorio aduanero, y desde el punto de vista de las empresas para considerarlo como exportación se tiene que diferenciar que son las ventas pasivas u ocasionales y las ventas estables y recurrentes en mercados exteriores. Siendo la exportación aquella estrategia para la búsqueda de clientes exteriores considerándose como tal las ventas estables y recurrentes. Una venta ocasional es cuando la empresa realiza por única vez una exportación por medio de una muestra o un envío, por tanto, este mecanismo no sería considerado un cliente y tampoco sería necesario aplicar estrategias (Martínez y Lombana, 2009).

Problemáticas de las Mipymes en la Exportación

Las razones del por qué las Pymes no exportan son: por carencia de una gestión administrativa, no cuentan con una visión desde el momento que nacen; insuficiente conocimiento y empleo de información de apoyo de los organismos disponibles, aplican tecnología de mínima actualización y falta de maquinaria y equipo moderno; carencia de sistemas de control de calidad; escasos de un adecuado diseño de productos asimismo de conciencia para adaptar el producto a las necesidades del mercado; no cuentan con personal calificado; indisposición a financiamiento; inconvenientes de infraestructura de comunicación y transporte; carencia de control fiscal y aduanal, por último, no tienen una visión estratégica de negocio. En Latinoamérica las MiPymes comparten en común “baja productividad” a diferencia de las grandes empresas (Gini y Stumpo, 2018).

Razones o motivos de Exportación

Existen diversos motivos por lo que uno debe exportar. Estando en un mundo sin fronteras, y el comercio internacional es una actividad que la mayor parte de empresas lo están aplicando tanto grandes como pequeñas y medianas empresas.

La entrada del internet, el uso del internet tanto por jóvenes como emprendedores, empresarios ya es un hecho, y al aplicarlo la red nos permite acceder a información, obtener un nivel de conectividad, y así acceder a múltiples mercados. El internet a juntado a personas distantes y es un medio facilitador para divulgar y propagar información, y, por consiguiente, permite a las empresas hacerse conocedoras en el mundo de una manera económica y eficaz. La conectividad, y la manera de comunicarnos es de aplicación fácil, de bajo costo y en tiempo real, siendo una herramienta de oportunidad para las Pymes. Incluso la red funcionada como un facilitador para dar iniciativas a la formación de nuevas empresas, alcanzando un estatus regional y aumentando sus operaciones en otros países.

Vocación, es una característica fundamental necesaria que tienen que mostrar los interesados en realizar la actividad exportadora, la vocación funciona como un combustible para que así, este prospere y se sostenga a lo largo del camino.

Ventajas Comparativa, al iniciar la actividad exportadora las empresas aplican el uso de la ventaja comparativa en relación con su entorno país, pero lo aplican de manera ocasional, siendo no competitivas. Por tanto, deben aplicar y desarrollar las estrategias competitivas, pero esto dependerá de acuerdo con el tiempo de duración

de las ventajas comparativas y los recursos generados por dichas operaciones, con el fin de mantener la iniciativa exportadora no estructural (siendo una exportación continua y no ocasional), considerada como una alternativa atractiva y significativa para desarrollar.

Búsqueda del crecimiento y desarrollo a largo plazo, las empresas apuestan por exportar, siendo este la principal razón por llevar a cabo la aventura internacional, pero la herramienta necesaria es la vocación de relevancia y duración en el tiempo de la organización. Exportar ya no es visto como un acto voluntario sino como un must, para así afrontar a sus competidores internacionales situados en el mercado, o porque ya competía con empresas multinacionales ubicadas en su entorno local, viéndose obligados a expandirse de manera internacional (Furnari y Carrera,2012).

La Internacionalización

Para estar presente en la internacionalización parte en principio en el pensamiento que, la idea de internacionalización es una alternativa estratégica para el desarrollo futuro de una empresa. Por consiguiente, se tiene que contar con una motivación clara y precisa, estar comprometidos y convencidos, todo ello permitirá poder llevarlo a cabo el desarrollo internacional sino realizamos ello, llegaremos al fracaso cuando surjan obstáculos y dificultades. El camino de la internacionalización se da inicio a través de actividades comerciales, como la exportación, siendo esta actividad de menor riesgo e inversión. Luego se da el pase a otras modalidades de actuar siendo estas más exigentes y vinculantes para las empresas, como por ejemplo la implantación productiva o acuerdos de cooperación. No se puede ir de frente a aplicar niveles de presencia internacional avanzados, se tiene que fortalecer una actividad exportadora eficiente, yendo paso por paso. (Otero, 2008)

La Concentración de dos a más empresas no es un fenómeno sino, es una estrategia nueva. Las motivaciones por las que diversas empresas aplican esta estrategia son por factores organizacionales, de economías de escala, integración industrial, razones tecnológicas o por las exigencias del país objetivo a ingresar o de la inversión necesaria para poder cubrir los requerimientos del importador, o por las condiciones de actuación con empresas locales para lograr su desarrollo nacional. En Latinoamérica las empresas medianas pueden optar por internacionalizarse a través de estrategias de concentración empresarial como alianzas estratégicas, grupos de interés, asociaciones empresariales o conglomerados económicos, las empresas lo pueden aplicar para poder acogerse a las exigencias del mercado, puesto

que les permitirá atender la demanda del mercado objetivo. Lo aplican también para superar las limitaciones financieras y organizativas, siendo la asociación, consorcios, Joint Venture o grupos de interés, un vehículo para la coordinación de las unidades operativas y la difusión de información, así de esta manera lograrán beneficios. (Martín y Gaspar, 2007)

Cultura Exportadora

Es el conjunto de capacidades generales para insertarse en el mercado global, y para enfocar la producción nacional hacia los mercados internacionales por esta razón es de vital importancia al empresario a que adquiera una Cultura Exportadora (Tabra y Lavanda, 2005). Las principales dificultades que tienen los propios exportadores son la falta de cultura exportadora y falta de estructura interna para la gerencia de internacionalización. (Minervini,2015). Por otro lado, las pequeñas y medianas empresas como emprendedores se caracterizan por tener deficiencia en materia de infraestructura, en materia de culturización como la globalización, abriendo la opción de ingresar de manera competitiva a los mercados externos (Torres,2010). Dado que las MiPymes presentan un déficit exportador y baja productividad, si no superan sus problemas puesto que, el déficit competitivo seguirá existiendo, trayendo consigo la reducción del crecimiento económico, pobreza bajo cambio estructural (Gini,2018).

Mecanismos de facilitación y promoción a la Exportación

En la Ley General del Artesano, en el artículo 15 hace mención de los actores involucrados en apoyar al sector artesanal, son el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, con organización de los gobiernos regionales, gobiernos locales por medio de sus órganos competentes, su objetivo es guiar a los artesanos en la formalización, constitución, organización y acceso a mercados tanto nacionales e internacionales, de igual modo trabajan con el otras organizaciones públicas y privadas relacionadas con la promoción del artesano y la actividad artesanal (Mincetur,2007) .Siendo ellos los actores involucrados en fomentar la Exportación en el Perú.

El principio mutuo de las organizaciones es apoyar e impulsar las exportaciones empleando diversas herramientas para lograr así el acceso a mercados y fomentar la exportación. Brindan asesoramiento, capacitaciones, y varias herramientas como

financieras, subsidios, becas, firmas de convenios, tratados, entre otros. Con el fin de generar conciencia exportadora, mejorar y tener mayores negocios. El fin de estos organismos, es establecer una conciencia exportadora (Furnari y Carrera,2012).

Los objetivos de los Organismos en promocionar la exportación: Otorgar información al potencial exportador o exportador, y beneficiar a las pequeñas empresas en que participen en la internacionalización. La información que se brinda es acerca de oportunidades de negocio, mercados específicos y maneras de operar de las redes de distribución (siendo fundamentales para exportar) (Brodmann, Mulder y Olmos,2018)

b. Mate Burilado

Esta artesanía de origen vegetal es realizada por algunas partes del país, siendo Cochabamba uno de los principales centros de producción en el que tanto turistas nacionales e internacionales pueden conocer este arte popular.

Los mates burilados están hechos de calabazas talladas, en ella se ilustran momentos de la vida campesina, como fiestas populares, matrimonios, se usan para fines decorativos y utilitarios (BCRP,2013).

La técnica que emplean es a través del uso del buril, que viene a ser finas incisiones con ese instrumento sobre el mate, así realizando dibujos que simbolizan escenas a modo de historietas. (Mincetur, 2008).

Acerca de la materia prima

La materia prima principal para la elaboración de esta artesanía es la calabaza o conocida como mate y su nombre científico es *lagenaria siceraria* (sin. *Lagenaria vulgaris*). La calabaza, forma parte de la familia de las cucurbitáceas, su fruto solo es comestible cuando esta tierno, y mayormente se emplea cuando está seco (Cite Sipán y Mincetur,2012). Tiene flores blancas, esta planta crece en climas cálidos y secos, que son la costa y valles calientes de la sierra y en algunas partes de la selva alta, se siembra en vísperas de lluvia y es cosechado meses después. La calabaza al estar seco y endurecido, lo aprovecha como utensilio de cocina (taza, plato, botella), para utilizarlo de esa manera lo abren y le extraen las semillas que tiene. Lo utilizan también, como sonaja, instrumento musical o flotador de pesca para ello lo dejando

como tal sin extraer las semillas. Y cuando esta verde, lo usan como olla para cocer su pulpa u otros diversos alimentos, solo lo usan por una sola vez. Este fruto no es propio del continente americano, se encuentra en África, Asia (sur este) y en Malasia. Donald Latharap (1993) dice que en África fue domesticada y de allí se propagó a otros lugares, llegando así hasta América. Sostuvo esto, por las características similares que tiene las calabazas vinateras de África con las de América. La calabaza o mate se emplea según la variedad de sus formas y dimensiones, esto es, por las prácticas inductivas aprendidas en tiempos prehispánicos, en la que ajustan con fajas o cintas tejidas el fruto verde, todavía estando en la planta con el objetivo de alterar su forma. Y en cuanto, a las calabazas grandes, esto se lleva a cabo, por la selección de semillas y los cuidados que los agricultores le dan (Unesco y Crespián, 2010).

Tradición familiar

La realización de los mates burilados es una tradición familiar que aún es practicado en Cochabamba y en otras regiones del país.

Se ha transmitido de padres e hijos. Se transmite en forma oral los conocimientos de los procesos de elaboración, los criterios estéticos, y el contenido de los mates se lleva a cabo de manera oral, manual y visual.

Los artesanos del valle del Mantaro llevan a cabo su aprendizaje en mención a un vínculo con su cultura y el orgullo de ser huanca (Unesco, 2010)

Por tanto, el arte de realizar esta artesanía se ha dado de generación en generación siendo un legado ancestral que hoy en la actualidad aún persiste.

c. Cochabamba Chico

Los pobladores de Cochabamba Chico se dedican primordialmente a la artesanía, algunos de ellos cuentan con microempresas que se dedican a la elaboración de mates burilados, otras actividades que realizan son la agricultura, ganadería, y una variedad de servicios, como, por ejemplo, servicios turísticos (Chávez,2014).

La artesanía en Latinoamérica beneficia al desarrollo local, produce fuentes de trabajo y obstaculiza las migraciones, de igual manera coopera a la regeneración de la economía, a la distribución más justa de la riqueza, a la moderación de la pobreza y la marginalidad y por último a la estabilidad social (Valiente,2015).

La historia de burilador los mates se dio en Huanta (zona ayacuchana), de allí provienen los mates huancas, que son resaltados por su vitalidad de trazos gruesos con imágenes retratados de la vida campesina. La tradición de este arte remonta

desde hace más de 3,500 años y fueron encontrados en Huaca Prieta (en el valle de Chicama ubicados en la costa norte del Perú. (Mincetur, 2008)

La capital del Burilado es Huancayo ubicado en Cochas Chico, Cochas Grande y en Paccha (siendo en este un anexo que poco se ha comunicado su arte). Se observa que los talleres artesanales funcionan de manera permanente y productiva. En la calle Huancayo se ubican los talleres de los famosos artesanos Cochasinós, en el que uno puede mirar el proceso productivo del mate y comprar estas artesanías (de manera directa), incluso se puede observar piezas antiguas correspondientes a las primeras generaciones de materos. En Cochas Chico se distinguen las innovaciones realizadas en la calabaza por el artesano Tito Medina, tallados de manera excepcional y tiene en su taller piezas de colección que pueden ser exhibidos en un museo familiar y mates de otras partes del mundo. (Cite Sipán, 2012).

Actualmente es en el valle del Mantaro y específicamente los distritos de Cochas Chico y Cochas Grande donde se produce la mayor cantidad de mates burilados. Estos son los distritos más ilustres del mate burilado, pero en las zonas costeras de Piura y Lambayeque hay artesanos que realizan esta belleza de artesanía, pero se caracterizan por baja calidad artística (Unesco,2010). Por consiguiente, el lugar donde se concentra la mayor parte de producción es en los Pueblos de Huancayo, siendo un punto geográfico potencial de esta artesanía que aún persiste en sus centros Poblados Cochas Grande y Cochas Chicos.

A su vez, otro punto es que, esta artesanía ha pasado por diversas etapas, atravesado cambios estilísticos, temáticos y técnicos, no solo ello, sino también sus usos, ha tenido un largo camino en la historia y es continuidad cultural. Esto, se puede apreciar hoy, puesto que los mates burilados se venden para diversos usos y en distintas formas, se pueden encontrar mates burilados como alcancillas, servilleteros, adornos decorativos de varios tamaños (en modelo de búhos, aves), espejos, adornos para el árbol navideño, porta lapiceros, llaveros, joyeros, etc. Y antiguamente el oficio de burilados de mates era despreciado y eran denominados *carchka mate* (el que muerde mates). Pero ahora no es así, puesto que es una actividad primordial de ingresos económico y de reconocimiento social (Unesco, 2010).

Por otra parte, Mincetur por medio de su organismo dependiente “Dirección Nacional de Artesanías”, y los gobiernos regionales como también locales están en

una activa cooperación en el sector artesano, con el fin de que los artesanos cedan a los programas de capacitación y asistencia técnica anual (Lombera,2009).

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General

¿Cuál es la situación de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochabamba-Huancayo, 2018?

1.3.2. Problemas Específicos

¿Cuáles son las barreras internas que tienen los Artesanos para la producción de Mates Burilados para la Asociatividad y Exportación en Cochabamba, Huancayo-2018?

¿Cuál es el Perfil Emprendedor de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochabamba, Huancayo, 2018?

¿Cuál es la cultura exportadora de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochabamba, Huancayo, 2018?

¿Cuáles son las herramientas de promoción y facilitación de Exportación que brindan a los Artesanos de Mate Burilado en Cochabamba, Huancayo-2018?

1.4. Justificación del estudio

El proyecto de investigación tiene una justificación Teórica, Práctica y Metodológica.

Justificación Teórica

Una estrategia por realizar para poder sumarse a la exportación es a través de la asociatividad en la que los participantes actúen de manera conjunta con objetivos comunes, trabajando de manera jurídica independiente, dejando de lado el trabajo individualista. Y así puedan resolver aquellas dificultades que presente, lo cual dificulta la actividad exportadora. Además, el desarrollo de la Asociatividad permitirá a los artesanos desarrollarse y crecer, resolver sus problemas que tienen

diseñando y aplicando objetivos comunes con objetivos de exportación. Esta investigación tiene como resultado concientizar a los Artesanos a resolver sus problemas internos e incentivar el emprendimiento de manera conjunta para así lograr beneficios para la comunidad, siendo la Artesanía de mate burilado su principal fuente de sustento económico.

Justificación Práctica

Esta investigación tiene una justificación práctica en el sentido que, en base a la información que se obtendrá, se podrá conocer la realidad de los Artesanos de Mate Burilado de Cochas Chico, para la formación de Asociaciones siendo una estrategia para impulsar las exportaciones, en la que ellos pueden llevar a cabo para obtener un crecimiento y desarrollo económico. Será útil para el Gobierno Regional de Junín, el Gobierno local, y las instituciones de fomento del Comercio Internacional e instituciones privadas, ONGs, entre otros, puesto que, no se cuenta con dicha información especializada. Así ellos podrán desarrollar iniciativas que resuelvan los problemas de los artesanos para impulsar la formación de Asociaciones.

Justificación Metodológica

Se aplicó el método científico y el instrumento que se utilizó en esta investigación de enfoque cualitativo podrá ser usado para otras investigaciones futuras que permitan ampliar este tema de interés o puede ser aplicado este instrumento para otras comunidades de artesanos que quieran conocer su situación para antes llevar a cabo las alianzas que quieran hacer con otros interesados.

1.4.1. Objetivo de Trabajo

Describir cuál es la situación de los artesanos para la Asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochas Chico, Huancayo, 2018.

Así mismo se ha trazado diversos objetivos que permitan precisar detalladamente el objetivo central de la investigación, objetivos asignados como sigue:

Identificar las barreras internas que tienen los Artesanos para la producción de Mates Burilados para la Asociatividad y Exportación en Cochas Chico-Huancayo,2018.

Conocer si el artesano tiene un Perfil Emprendedor para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochas Chico, Huancayo, 2018.

Conocer la cultura exportadora de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochas Chico, Huancayo, 2018.

Conocer cuáles son las herramientas de Promoción y facilitación a la Exportación que brindan a los Artesanos de Mate Burilado en Cochas Chico-Huancayo,2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

Enfoque

La presente investigación es de enfoque cualitativo. Es importante definir o tener en claro el significado del método que se llevara a cabo en la presente investigación.

Se caracteriza por entender los fenómenos, para lo cual explora desde el panorama de los participantes en su espacio y en relación con su entorno. Se opta por una investigación cualitativa cuando el investigador tiene por finalidad estudiar lo que los individuos observan y experimentan los fenómenos que están en su ambiente, indagando sus interpretaciones, significados y puntos de vista (Hernández, Fernández y Baptista,2014).

De tal manera al aplicar dicho enfoque cualitativo se podrá obtener información de manera específica y profunda del objeto de estudio que en este caso son los Artesanos de Mate Burilado.

Otras características son, las muestras son pequeñas y, en algunas ocasiones, varias variables de estudio; las técnicas cualitativas son humanistas; el instrumento de medición a menudo es el mismo investigador, utilizando de tal manera, entrevistas a profundidad, historia de vida, análisis de contenido y técnicas de observación participante (Vara,2015).

Teniendo en cuenta las características propias de una investigación cualitativa se procederá a elegir el diseño de investigación adecuado.

Propósito de la investigación

La presente investigación tiene un propósito exploratorio. Siendo exploratorio, pues que hay pocos estudios de asociatividad de artesanías para la exportación, hay una escasez de estudios sobre el objeto de investigación por lo que se realizará la recopilación de información para así poder describir la problemática general. Se les conoce como investigaciones exploratorias cuando no ha sido investigado o puede ser el caso que no se estudiado lo suficiente, se emplea para incrementar el conocimiento del investigador acerca del problema y posteriormente realizar un

estudio más estructurado, aplica análisis cualitativo (como codificación, tabulación, análisis de contenido) como también instrumentos cualitativos (Vara, 2015).

Diseño de Investigación

El diseño viene a ser aquella estrategia que el investigador emplea en la investigación a realizar. Teniendo en cuenta ello, el diseño que se aplicó en esta investigación fue el etnográfico, ya que se caracterizan por explorar, interpretar y analizar comunidades, culturas, sociedades y grupos para su posterior análisis e interpretación desde su punto de vista o perspectiva de los participantes. A su vez, describen, interpretan y analizan conocimientos, prácticas, creencias, significados que poseen y tiene cada uno de los participantes que se encuentran en las comunidades, etc. Este diseño se ha aplicado en varios estudios de corporaciones y mundo de los negocios (Hernandez,2014).

Siendo una estrategia adecuada para la recopilación de información de los conocimientos de los artesanos para la exportación, sus obstáculos en la producción de mates burilados, el perfil emprendedor y mecanismos de exportación que les brindan, realizando así un trabajo de campo para la recopilación de la información para su posterior análisis e interpretación.

2.2. Método de Muestreo

Se empleará un diseño No Probabilístico intencional, puesto que el investigador elegirá a que artesano aplicará los instrumentos de recolección. En el Muestreo No Probabilístico se emplean diversos criterios de selección, como según conocimientos del investigador, comodidad, economía, alcance, entre otros. Pretenden que la muestra sea representativa (Vara,2015).

2.2.1 Escenario de estudio

El escenario donde se aplicará la investigación es en el Centro Poblado Cochas Chico, en el distrito el Tambo en la ciudad de Huancayo donde se ubican todos los artesanos de Mate Burilado.

2.2.2 Caracterización de los sujetos

Y el muestreo no probabilístico intencional es aquel que se rige sobre el conocimiento y criterios del propio investigador, se asienta en la experiencia con la población (Vara,2015).

Los criterios de Inclusión de la población son: Aquellos artesanos que estén registrados en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Junín (Dircetur Junín) con la línea artesanal de Mate Burilado. Que no pertenezcan a alguna asociación. Aquellos artesanos que tengan su taller en el pueblo de Cochas Chico. Siendo en total 6 Artesanos que trabajan de manera independiente. Este tipo de muestreo se aplica siendo el más apropiado en las investigaciones Cualitativas.

2.2.3 Plan de Análisis o trayectoria metodológica

Entrevista

La técnica por emplear será la entrevista puesto que permitirá obtener la información necesaria para el análisis de la investigación.

La entrevista viene a ser una conversación directa entre el entrevistador y el entrevistado u otros entrevistados, se realizan preguntas para obtener la información necesaria que requiere el investigador con afinidad a un tema (Hernandez,2014). Para la presente investigación se utilizará el siguiente instrumento:

Guía de Entrevistas

Este instrumento se aplicará para responder a las preguntas planteadas y están formuladas de acuerdo con los objetivos específicos de manera subjetiva. Siendo la entrevista dirigida a los líderes de los talleres. Es semiestructura ya que se realiza una guía de entrevistas en el que, el entrevistador tiene la posibilidad de incluir preguntas adicionales ya sea para detallar o conseguir más información (Hernández,2014).

En el trabajo de campo se llevó impreso las guías de entrevista, estas contienen datos generales del entrevistado, la presentación y las preguntas siendo en total 17 preguntas, dirigidas a los artesanos de Mate Burilado en Cochas Chico (Ver anexo

03). Para tener una respuesta concreta y eficaz se empleó un glosario de términos dirigido a cada pregunta de investigación. (Ver anexo 06).

2.3 Rigor Científico

Basado en una matriz de categorización apriorística se dará la consistencia lógica hacia la investigación, partiendo de las definiciones e ideas halladas en las distintas fuentes que proveerán al estudio un mayor realce de credibilidad. Se recurrió al juicio de tres expertos profesionales en el área, para su revisión, evaluación y aprobación del instrumento de evaluación (Ver anexo 04).

2.4 Análisis Cualitativo de los datos

Para esta investigación cualitativa se realizó un análisis de datos con el software especializado en investigaciones cualitativas denominado Atlas. Ti versión 8, siendo el más óptimo y eficiente. En este programa el investigador añade los documentos primarios (textos, fotografías segmentos de audio o video), y con la ayuda del programa los codifica, construye teorías. La codificación se da en base a la matriz, esquema o diagrama que se haya preliminarmente trazado (Hernández,2014).

Previo a ello, se transcriben textualmente en Microsoft Word todas las 6 entrevistas realizadas, cada pregunta con su respuesta. En el Atlas. ti versión 8 se agregan las entrevistas, y se codificaron bajo las subcategorías siendo en total 17 y son agrupas en grupos de códigos según las dos categorías que son Asociatividad y Exportación. Y posterior a ello, se realizó el análisis de interpretación de textos con la ayuda de las redes de las categorías obtenidas del Atlas. Ti (Ver Anexo 08 y 09), como también se realizó un cuadro de coincidencias, en Excel para comparar y encontrar las similitudes, es decir las coincidencias. (Ver anexo 10).

2.5 Aspectos éticos

Los datos presentados son fidedignos, se ha respetado la propiedad intelectual de los autores, debidamente citados. Se trabajó con honestidad y objetividad, sin intento de plagio ni de copia.

III. DESCRIPCION DE RESULTADOS

En mención al objetivo general Describir cuál es la situación de los artesanos para la Asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochabamba, Huancayo, 2018. Los artesanos poseen una serie de barreras internas comunes como carecimiento de una cultura exportadora, que afectan la producción y exportación de mates burilados, pero para ello requieren de apoyo de entidades, puesto que son su ayuda ellos puedan resolver sus debilidades. Por otro lado, muestran ser emprendedores, ser capaces de salir adelante, vencer los obstáculos pero trabajando de manera individual no lo pueden lograr. Por último, las entidades que deberían apoyar, muestran un apoyo imparcial no viéndose beneficiados en su totalidad. Teniendo en cuenta el panorama situacional de los artesanos, se podrá dar pase al inicio de la realización de la Asociatividad puesto que todos los artesanos están dispuestos a unir fuerzas.

En lo que se refiere al objetivo 1 Identificar las barreras internas de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochabamba, Huancayo-2018.

Asimismo, las Barreras Internas se encuentran en el área Administrativa, puesto que no cuentan con un Plan Estratégico, no tienen una visión, misión objetivos, etc. a su vez no cuentan con un área administrativa.

En el área productiva los artesanos tienen varias dificultades, siendo el primordial referente a materia prima, los proveedores de las calabazas son informales, son de mala calidad, no hay una estrecha relación con los proveedores de calabaza y demás artesanos, no cuentan con stock es decir un almacén, referente a su taller de producción, no cuentan con un espacio adecuado, con respecto a herramientas y maquinarias , no tienen repuestos, ni herramientas nuevas para su producción, tampoco maquinarias para la producción en escala de mates burilados.

En el área comercial los artesanos poseen una serie de dificultades vinculadas a las 4p's del marketing, como el no utilizar medios de comunicación como el internet para crear y utilizar página web, redes sociales, correo electrónico, limitada plazas de venta, no aplican estrategias de venta, en cuanto al producto, no innovan en diseños, no cuentan con catálogos virtuales, desconocimiento de softwares editores de fotos, en relación a precio, tienen mínimos márgenes de venta que son por diversas causas, sea por mucha competencia, venta a intermediarios , no incluyen

mano de obra. Por último, en el ámbito financiero, los artesanos tienen una dificultad primordial que prima en la obtención de préstamos de los bancos para la compra de materia prima, herramientas sin ello, ellos no pueden abastecer pedidos grandes ni mucho menos mejorar sus talleres, solo reinvierten sus ganancias, aportes y capital que tienen, esto se debe a que no cuentan con historial crediticio en entidades bancarias.

En lo que se refiere al objetivo 2 Conocer si el artesano tiene un perfil emprendedor para la Asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochabamba Chico-Huancayo,2018.

La iniciativa es un comportamiento que permite identificar si los artesanos están interesados en ser parte de una asociación, y muestran interés ya que al ser parte de ello podrán obtener una serie de ventajas que al trabajar solos no lo conseguirían, pues podrán trabajar en equipo, obtener apoyo de entidades del sector privado y público, crecer, poder exportar, entre otras ventajas.

En cuanto a trabajo en equipo, es un componente del perfil emprendedor, los artesanos suelen dividirse las partes del proceso de elaboración de mates burilados lo cual permite trabajar en armonía, de manera unida, siendo el trabajo en equipo una forma de poder hacer las cosas más rápido y desempeñando en aquello que más destacan logrando así una eficiencia y productividad.

Con referente a voluntad para aprender, los artesanos están dispuestos a obtener mayores conocimientos, habilidades lo cual, les permitirá mejorar en el proceso de elaboración como en el ámbito comercial, financiero y en las demás áreas logrando así las mejoras de aquellas dificultades que tienen, además obtendrían un desarrollo social y crecimiento económico.

Con referente al componente de liderazgo es base fundamental en referente a perfil emprendedor, los artesanos si se muestran y consideran líderes frente a los demás puesto que, se caracterizan por trabajar en equipo, muestran una comunicación asertiva, motivan a sus demás familiares a progresar.

Y, por último, con referente vocación innovadora, es esencial a la hora de emprender, y los artesanos están dispuestos a innovar en la cadena de valor de los mates burilados, para así captar más clientes, mejorar el proceso productivo, obtener una ventaja competitiva, pero para ello solos no lo pueden lograr necesitan apoyo porque no cuentan con los conocimientos, habilidades para llevar a cabo, pero si con esas ganas de mejorar y crecer.

En lo que se refiere al objetivo 3 Conocer la cultura exportadora de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochabamba-Chico-Huancayo, 2018.

Los artesanos tienen iniciativa exportadora, como parte del proceso de internacionalización, exportar pero no muy a menudo, lo realizan por Courier, y en su mayor parte venden a intermediarios que vienen directamente a sus talleres y ellos se encargan de realizar el proceso de las exportaciones, a su vez realizan exportaciones indirectas, en la cual los turistas extranjeros visitan sus talleres como parte de turismo vivencial, compran mates burilados que están listos para venderse o solicitan mates personalizados, fuera este el caso, lo realizan los artesanos y ellos mismos lo envían por Courier, o visitan las tiendas de los artesanos que se encuentran en Huancayo, de otra manera, los mates son llevados en el equipaje de los artesanos como de uso personal, donde ellos mismos personalmente lo venden en el extranjero. Por otro lado, realizan exportaciones directas pero en menor cuantía.

La cultura exportadora con referente a Conocimiento de la documentación para exportar, los artesanos utilizan documentos básicos a la hora de exportar vía Courier siendo de manera práctica para ellos, otros de manera simplificada lo llevan como equipaje y en destino lo venden, no realizan ninguna presentación de documentación puesto que lo presentan como objetos personales, otros no saben cuáles son puesto que no exportan.

La cultura exportadora con respecto al conocimiento del proceso exportador, los artesanos realizan las exportaciones por medio de Serpost, a través de la modalidad Exporta Fácil siendo el más apropiado y de menor precio que los demás Courier, tienen que empaquetar y embalar bien los mates burilados, con las descripciones exactas del comprador, de Serpost pasa directamente a Aduanas, pero para que no sea detenido en Aduanas debe presentar toda la documentación requerida, por otro lado, han sido capacitados en mención al proceso exportar pero no exportan, puesto solo recibieron una capacitación.

En mención al Conocimiento de los Beneficios de Exportación, tienen conocimiento, pero solo de algunos beneficios de muchos que pueden obtener, los más resaltantes para ellos son referente al económico siendo la devolución de IGV y el Drawback son los que aplican, pero no todos exportan, desconocen de los

beneficios por falta de conocimiento, falta de accesibilidad o búsqueda de información, pero muestran interés por saberlo.

En lo que se refiere al objetivo 4 Conocer cuáles son las herramientas de Promoción y facilitación a la Exportación que brindan a los Artesanos de Mate Burilado en Cochabamba-Huancayo,2018.

Las herramientas de promoción y facilitación a la Exportación que brinda Mincetur a través de Promperú, los artesanos han recibido capacitaciones, charlas sobre temas de exportación de manera generalizada, sobre adecuado empaque y embalaje para exportación, como atender a los clientes, que hacer para captar clientes, estrategias de venta, eficiencia de producción de mates burilados, importancia de participar en ferias nacionales, pero no es equitativo para todos los artesanos puesto que no se están viendo beneficiados todos los artesanos de Cochabamba, algunos artesanos no han recibido apoyo en exportación, otros están obteniendo asesoría por parte de Promperú y están participando en el Programa Export Training 2018 , otros están recibiendo capacitaciones cada 10 a 20 días.

El Gobierno regional no ha brindado herramientas de promoción y facilitación a la exportación, tenía por objetivo realizarlo, pero el apoyo para resolver sus problemáticas fue por corto tiempo y no se han visto beneficiados ninguno de los artesanos, por otro lado, han sido engañados y perjudicados, inclusive los definen como inerte, corrupto y estafador.

El gobierno local con referente a las herramientas de promoción y facilitación, los artesanos lo califican como un ente que no fomenta la exportación, ni apoyo en mejorar sus debilidades, realizaron una rueda de negocios, pero fue solo teórico siendo el único mecanismo que brindaron. Están interesados en aprender.

Por último, el Sector Público y privado, con referente al sector Público no ha apoyado a los artesanos en ningún mecanismo de promoción y facilitación a la Exportación, en cambio el Sector Privado, como la Organización Caritas está ofreciendo asesorías gratuitas a los artesanos, porque los mismos artesanos fueron a pedir ayuda.

IV. DISCUSION

Se realizó la investigación titulada Asociatividad de Artesanos para la Exportación de Mate Burilado en Cochabamba- Huancayo, 2018, y de acuerdo con los objetivos planteados se realizó la discusión:

De acuerdo con las entrevistas realizadas, los artesanos están abiertos a unirse con los demás artesanos y asimismo con diversas entidades, puesto que de manera conjunta podrán lograr mejorar como desarrollar ventajas competitivas. Concordando así con Gómez (2011) sostiene que puede definirse también, como una estrategia orientada a potenciar el logro de una ventaja competitiva por parte de una empresa mediante la cooperación o el establecimiento de acuerdos con otras empresas, para la realización de una serie de actividades dentro de la cadena de valor del producto o servicio que conduzcan a una mayor presencia de la empresa en uno o más mercados.

Las barreras internas están presentes en el área administrativa, productivo, comercial y financiero. Con respecto al área administrativa. De acuerdo con las respuestas, 5 artesanos entrevistados concordaron que no cuentan con esta área, y tres entrevistados no tienen una visión, misión, plan estratégico y objetivos. En el área productiva, los 6 entrevistados concordaron tener problemas con el acceso a la materia prima, dado por proveedores informales, no hay los tamaños que requieren, 2 entrevistados dijeron que no cuentan con las herramientas ni repuestos necesarios para producir los mates burilados. En el área comercial, se ve reflejado las 4 p's del marketing. 4 entrevistados coincidieron que no cuentan con medios de comunicación como Facebook, página web, correo electrónico, no aplican estrategias de venta, no cuentan con diseños nuevos, con catálogo virtual con las específicas técnicas. En el área financiera, hay una similitud en las respuestas, siendo la escasez de capital su principal obstáculo. Es decir, cada uno de los artesanos tienen varios obstáculos que deberían de solucionarse, Barbero (2006) explica que las barreras internas se caracterizan por producirse por la misma empresa o por el manejo de la dirección empresarial. Siendo tales obstáculos generados por el manejo individual de los talleres de los artesanos como la falta de conocimiento y nivel educativo de los artesanos. Los resultados de la investigación muestran que los artesanos poseen similares problemáticas que pueden ser resueltas a través de la asociatividad. De

dicho modo corroborando con Henao, Sánchez y Aristizábal (2011) Las empresas trabajan juntamente con el fin de tener mejores resultados en diversos ámbitos, como: el ámbito productivo, organizacional y comercial. A su vez, los asociados estrechan relaciones para ganar la preferencia de los consumidores, tener rentabilidad, perdurabilidad y obtener ingresos. Asimismo, Fernández y Narváez (2011). Lo aplican con el fin de unir recursos, capacidades que trae consigo reducción de costos, recursos humanos calificados, tiene mayor facilidad de acceder y optimizar el capital financiero, generándose el aumento de la productividad y competitividad. De tal manera que así puedan unirse y resolver sus problemas comunes con el fin de mejorar y crecer.

Perfil emprendedor, los artesanos si poseen iniciativa, de acuerdo con las respuestas obtenidas de las entrevistas, Los 6 artesanos concertaron que están dispuestos a formar asociaciones con los demás artesanos les permitirá trabajar en equipo, crecer, capacitarse, obtener financiamiento, poder cubrir pedidos grandes y apoyo de entidades, de tal manera que si siguen trabajando de manera individual no podrán mejorar. Coincidiendo con la Fundación española para la innovación de la Artesanía (s. f), que para realizar una asociatividad es necesario mostrar iniciativa de hacer proyectos con demás personas interesadas. Concordando con las respuestas, Martín y Gaspar (2007) lo aplican para superar las limitaciones financieras y organizativas, siendo la asociación, consorcios, Joint Venture o grupos de interés, un vehículo para la coordinación de las unidades operativas y la difusión de información, así de esta manera lograrán beneficios. Por otro lado, deben de mostrar Voluntad para aprender, de misma manera los 6 entrevistados coincidieron en estar abiertos a captar mayores conocimientos, habilidades porque les permitirá producir más, mejorar sus talleres, posibilita a superarnos, sobresalir, tener más ventas, y desarrollar ventajas competitivas. Ya que al trabajar de manera individual no están recibiendo apoyo, puesto que, si formar parte de una Asociación obtendrá mayores conocimientos, concordando con Gómez (2011) acerca de los objetivos de administrativos de la Asociatividad son obtener capacitaciones conjuntas. Asimismo, con referente a Trabajo en Equipo los 6 entrevistados encajaron que suelen trabajar en los talleres con sus familiares y actúan cada uno en las distintas etapas de elaboración de los mates burilados, todos apoyan dependiendo de las cantidades de pedidos solicitados. Si fuera el caso, de abastecer pedidos grandes, llaman a más

artesanos, si fuera el caso de exportación deben cumplir con ciertos estándares de calidad. Marchando a la par con Fernández (2011) sostiene que para ser parte de una asociación tienen que juntarse aquellas empresas con necesidades de poder cooperar. Por tanto, no será difícil trabajar en equipo puesto que desde ya lo aplican cada artesano en sus propios talleres. Liderazgo, se consideran como líderes cada artesano en sus talleres, poseen habilidades como comunicación asertiva, motivación (motivamos a los demás a seguir adelante), iniciativa, incentivo de trabajo en equipo, crecer, tratar de mejorar y que los demás lo hagan. Contrarrestando con Vall et al. (2012) un emprendedor es transformarse en un líder para sí mismo y los demás, procrea y desarrolla un negocio, lo realizan porque descubren una oportunidad de mercado que es atractivo o por la necesidad de salir adelante, ambos tienen riesgos, pero el emprendedor se caracteriza por acondicionado a afrontar los riesgos que se le presenten en el camino. Asimismo, Monsalve (2013) expreso que las asociaciones son una estrategia para cultivar el desarrollo de las habilidades propias de los emprendedores. Vocación innovadora, Los artesanos quieren y muestran interés por innovar en la cadena de valor de los mates burilados, al realizar ello, obtendrá beneficios, pero necesitan de apoyo de entidades del sector público y privado. Otros ya están lográndolo, innovando los diseños y el proceso productivo a través de la ampliación de maquinarias, concordando así con lo expuesto por Mincetur (2013) estar dispuestas al cambio, riegos e innovación. Siendo un elemento básico para la Asociatividad la vocación innovadora.

La cultura exportadora, parte de la iniciativa exportadora, conocimientos de documentación para exportar, de los procesos de exportación y beneficios de exportar. La Iniciativa exportadora según las respuestas de los entrevistados 5 del total de entrevistados coincidieron que realizan con mayor frecuencia exportaciones indirectas, ventas a intermediarios que vienen desde Lima, o inclusive a turistas extranjeros, estos vienen a los talleres a comprar o solicitan mates personalizados y estos son enviados por Courier, y a su vez del total de entrevistados solo dos exportan, por medio de la modalidad Exporta fácil, otros viajan a los principales destino como Estados Unidos donde ellos los venden en las Ferias Internacionales. Por lo tanto, su principal modalidad de exportación es la indirecta. De los requerimientos en documentación para exportar son la factura comercial, guía de remisión y contrato de compra y venta, el mayor parte recalco no saber que documentos se utilizan. En lo

que refiere a Proceso Exportador, 3 entrevistados explicaron de manera generalizada el proceso exportador por medio de Exporta Fácil y 3 entrevistados no saben de ello. Hay un déficit en conocimiento de los beneficios de exportación, del total de los seis entrevistados solo uno conoce dos beneficios de aspecto económico. Los resultados obtenidos muestran que los artesanos no poseen una cultura exportadora, contrarrestaron con Minervini (2015) Las principales dificultades que tienen los propios exportadores son la falta de cultura exportadora.

En cuanto a los Mecanismo de Promoción y facilitación a la exportación, el Mincetur, hubo una similitud en las respuestas de dos entrevistadas capacitaciones de estrategias de venta, atención a los clientes, en temas de exportación, pero de manera general, los pasos de proceso de exportación todo ello se llevó a cabo hace tiempo, aproximadamente 1 a 5 años, desde allí no han vuelto a recibir algunos artesanos capacitaciones, otros no han recibido ningún apoyo. En cambio 2 artesanos están recibiendo capacitaciones, asesorías en temas de empaque y embalaje para la exportación, como obtener pedidos, las ventajas de participar en ferias nacionales, innovación de diseños para exportar. Y capacitaciones por ser parte del programa Export training 2018, en temas de investigación de mercados, imagen corporativa, plan estratégico, vienen directamente a los talleres a capacitarlos. En cuanto a los Mecanismo de Promoción y facilitación a la exportación que brinda el Gobierno Regional, tres respuestas de los entrevistados concordaron que Recibieron pasantías a distintos destinos del País, como Chulucanas, Cuzco, Piura con el fin de ver y conocer el proceso productivo de elaboración de artesanías características de cada región, el Gobierno regional cubría todos los gastos como parte del proyecto FESA. Recibieron capacitaciones en temas de Exportación, pero fue hace 5 años. Charlas de formalización de empresa ero fue hace 1 año. Espacio para vender sus mates burilados en la Feria Huamancarca, pero desde enero no ha vuelto a vender allí. En cuanto al gobierno local, 6 entrevistados tuvieron una respuesta similar en coincidiendo que no han obtenido ningún apoyo para fomentar la exportación ni promoción, tanto Cochabamba como El Tambo. Solo en un tiempo atrás tuvieron una rueda de negocios que fue muy genérica. Y en cuanto al sector Público y privado, son pocos los artesanos que han obtenido el apoyo de ONGs en el que les brindaron asesorías gratuitas, pero para obtener dicho apoyo tuvieron que ir a solicitarlo, por otro parte los demás no tuvieron ni un apoyo por parte de estos dos sectores. Los

resultados de esta investigación dan cuenta que no están viéndose beneficiados de manera equitativa todos los artesanos con el apoyo en Herramientas de promoción y facilitación a la Exportación, por otro lado, los vinculados en realizarlo no muestran un seguimiento y continuidad en brindar los mecanismos, pese a que los artesanos están dispuestos a obtener mayores conocimientos. Asimismo, Furnari y Carrera (2012) hacen reconocimiento de las herramientas que deben brindar: como asesoramiento, capacitaciones, y varias herramientas como financieras, subsidios, becas, firmas de convenios, tratados, entre otros. Con el fin de generar conciencia exportadora. A pesar de que Mincetur (2007) en la ley General de Artesano, expresa que El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación con los gobiernos regionales y los gobiernos locales, a través de sus órganos competentes, orienta a los artesanos en los actos de formalización, constitución, organización y acceso al mercado nacional e internacional. Estas labores serán realizadas juntamente con las demás entidades públicas vinculadas a la promoción del artesano y de la actividad artesanal, así como con las entidades del sector privado.

V. CONCLUSIONES

Según los resultados obtenidos en la presente investigación se puede concluir que los artesanos de mate burilado para la puesta en marcha de la Asociatividad siendo una solución factible a los obstáculos internos, tienen una serie de debilidades y fortalezas que deben de ser resueltas y fortalecerlas así de tal manera se podrá obtener ventajas competitivas.

Para concluir con respecto a las barreras internas, en el área administrativa prima la falta de contar con dicha área y planeamiento estratégico, en lo productivo, escasez de materia prima y de herramientas, en lo comercial falta de plan de marketing (producto, precio, plaza, promoción) y en lo financiero, falta de capital para invertir en materia prima, herramientas, etc., como el limitado acceso de financiamiento de entidades bancarias.

Por otro lado, según los resultados obtenidos, los artesanos tienen un perfil emprendedor puesto que, son líderes en sus talleres, trabajan en equipo en todo el proceso de elaboración, están interesados en unirse con otros artesanos para crecer y mejorar, como también están dispuestos a innovar en la cadena de valor de los mates y están dispuestos a capacitarse, tomando en cuenta que la asociatividad es un emprendimiento social.

Respecto a la cultura exportadora, los artesanos, participan en la internacionalización, pero en una baja proporción ya que suelen vender a intermediarios, a su vez tienen un déficit en conocimientos de la documentación, como también en conocimiento del proceso exportador y de los beneficios de la exportación.

Por último, se puede concluir que los Mecanismos de promoción y facilitación a la exportación brindados por el Mincetur, Gobierno Regional, Local y del sector y privado y público son mínimos, puesto que no todos los artesanos se están viendo beneficiados, ya que algunos están recibiendo en la actualidad y otros no reciben apoyo, han brindado capacitaciones, asesorías en temas de exportación, investigación de mercado, estrategias de venta, maquinarias, entre otros.

VI. RECOMENDACIONES

Llevar a cabo una reunión con los líderes de cada taller artesanal, para realizar la Asociatividad, pero para poder empezar con ello, tendrán que identificar quien será el promotor que los oriente en todo el proceso.

Se debe de realizar un diagnóstico FODA y elaborar un plan estratégico en el cual intervengan los artesanos y entidades públicas o privadas que les orientan a su realización como capacitaciones de los beneficios de su aplicación, como también reunirse todos los líderes en una mesa de dialogo con el objetivo de resolver sus debilidades.

Buscar el apoyo de Organizaciones no Lucrativas como Caritas que se especializan en la promoción de cadenas productivas, dicha organización tiene una oficina en Huancayo.

Buscar capacitaciones, asesorías e investigación en la oficina principal de Promperú ubicada en Lima donde cuentan con módulos de servicio de atención al exportador, a su vez cuentan con programas y talleres especializados en Exportación como el ADOC-PERU, a su vez a asistir a cursos de especialización en la Cámara de Comercio, Adex para ello tendrán que invertir puesto que la educación es la mejor inversión.

Desarrollar planes de internacionalización, para ello puede solicitar a Universidades ubicadas en Huancayo, como la Universidad Continental, a su apoyo para la realización como también de otros tipos de Centros de formación. Juntarse todos los líderes y acercase a Dircetur Junín para su debido apoyo, juntos podrán unir fuerzas y lograr lo que se proponen.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alarcón, N. (enero/junio,2015). Asociatividad como estrategia de desarrollo competitivo para Pymes. Revista Pensamiento Republicano (2). Recuperado de <http://ojs.urepublicana.edu.co/index.php/pensamientorepublicano/article/view/306/278>
- Alemán, A. y Zambrano, H. (2017). ¿Cómo influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas? (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7996/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-382.pdf>
- Araujo, C. (abril-2009). Tipos de exportación dentro de proceso de internacionalización. Revista Actualidad Empresarial (180). Recuperado de http://aempresarial.com/servicios/revista/180_10_ZRGHGDLNPGJXA-EJECMQHWNHQCMWOXLVWCBDJFOWVVFTVKDAMPQ.pdf
- Arbaiza, F. (2014). Como elaborar tesis de grado. Lima, Perú: Esan
- Barbero, J. (2006). Factores de Crecimiento de las Pymes españolas. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=poHHq1gDV0cC&printsec=frontcover&dq=barreras+internas+de+una+empresa+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiqkef96_vXAhVFRyYKHf8jAHw4HhDoAQhcMAk#v=onepage&q&f=false
- BCRP. (2013). Encuentro Económico: Informe Económico y Social, Región Junín. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2013/junin/ies-junin-2013.pdf>
- Brodmann, A., Mulder, N. y Olmos, X. (2018). Promoción de la innovación exportadora, instrumentos de apoyo a las PYMES. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43363/S1701299_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabello, A. Gutiérrez, R., Grau, A. (2015). *Administración y gestión de las comunicaciones de la dirección*. España: Paraninfo.

- Canaza, M. (2014). La Asociatividad de Productores Rurales una Herramienta para la Oferta Exportable de Quinoa – Cabana 2014. (Tesis de Bachiller). Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4274/53.0779.AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chávez, C. (junio, 2012). Realidades en contraste: apuntes sobre el dinamismo y debilitamiento político-institucional de la organización comunal. Los casos de Cochas Chico y San Jerónimo de Tunán. Tensiones y transformaciones en comunidades campesinas. *Revista de Cisepa*. Recuperado de <http://cisepa.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/2014/04/00-primeras8.pdf>
- Cite Sipán y Mincetur. (2012). Línea artesanal de Mates Butilados: Tecnología e Innovación. Lambayeque: Mincetur
- Correa, M. y Torres, G. (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 Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10195/Correa%20Angulo%20Matsuo%20-%20Guerrero%20Torres%20Diego.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2010). *Negocios Internacionales Ambientes y operaciones*. (12.a ed.) México D.F.: Pearson Educación.
- Durán, W. (diciembre, 2011). Redes Empresariales: Experiencias y Estrategias para el desarrollo de la Competitividad en las regiones. *Revista MBA EAFIT* (2). Recuperado de http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/mba2011/MBA_2011.pdf
- Fernández y Narváez, M. (abril,2011). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico. *Revista Visión Gerencial* (2). Recuperado de <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/visiongerencial/article/view/3676>

- Fundación Española para la innovación de la Artesanía. (s.f).Guía de asociacionismo para artesanas y artesanos de América Latina. Recuperado de https://www.eoi.es/es/fundesarte/new/media/files/m1207_Guia_de_asociacionismo_para_artesanas_y_artesanos_de_America_Latina.pdf
- Furnari, P. y Carrera, A. (2012) *Primera Exportación*. Buenos Aire: Temas Grupo editorial.
- Flores, L. (2013). Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito de Kañaris-Ferreñafe (Tesis de licenciatura) Recuperada de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/150>
- García, E. *Dirección de la actividad empresarial de pequeños negocios o microempresas*. España: Paraninfo
- Gini y Stumpo (2018). Mipymes en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44148-mipymes-america-latina-un-fragil-desempeno-nuevos-desafios-politicas-fomento>
- Gómez, L. (enero/abril 2011). Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso. Revista Estudios agrarios 17(47). Recuperado de <http://biblat.unam.mx/es/revista/estudios-agrarios/articulo/asociatividad-empresarial-y-apropiacion-de-la-cadena-productiva-como-factores-que-impulsan-la-competitividad-de-las-micro-pequenas-y-medianas-empresas-tres-estudios-de-caso>
- Henao, D., Sánchez, L. y Aristizábal, P. (2011). *Educación Ambiental en el manejo de los residuos solidos a través de alternativas de cooperación interinstitucional en el municipio de Buenavista, Quindío*. Colombia: Fundación Escuela de Administración y Mercadotecnia de Quindío.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Métodos de la Investigación*. (6.ª Edición). México: Mc Graw Hill Inc.
- Lombera, H. (2009). La Crisis Global y el Sector Artesano: importancia de la capacitación de los artesanos como estrategia para enfrentar las amenazas de la crisis económico- financiera global. Dinámica de la artesanía

latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural. *Revista Cultura y Desarrollo* (6) Recuperado de <http://documentacion.cidap.gob.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=5865>

- Martínez, D. y Lombana, J. (2009). *Pyme: Estrategias para su internacionalización*. Colombia: Uninorte.
- Martin, I. y Gaspar, A. (2007). *Crecimiento e Internacionalización de Empresas*. España: Editorial Síntesis
- Mincetur. (2008). *Guía artesanal turística: Perú*. Lima. Perú: Mincetur
- Mincetur. (julio,2007). Ley General del Artesano y de Desarrollo de la Actividad Artesanal. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/24_Ley_d_el_artesano_y_desarrollo_actividad_artesanal_2012b.pdf
- Mincetur.(2013).*Guia Asociatividad para el Comercio Exterior*. Perú:Mincetur.
- Minervini, N. (2015). *Ingeniería de la Exportación. La ruta para internacionalizar su empresa*. España: Fc Editorial.
- Monsalve, J. (2013). Jóvenes, talento y perfil emprendedor. Recuperado de <http://www.injuve.es/conocenos/ediciones-injuve/guia-jovenes-talento-y-perfil-emprendedor>
- Morfin, A. (2015). Garantías y apoyo al comercio exterior de las Pymes en América Latina. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37848/S1421067_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Poncio, D. (2010). *Animarse a emprender*. Argentina: Eduvin.
- Olaya, M. y Olaya, J. (2012). *Teorías de crecimiento y desarrollo económico: Como alcanzar la prosperidad económica*. Lince: Universidad Agraria de La Molina
- Orrala, H. (2013). Plan de asociatividad para la asociación de agricultores Asodagri San Marcos, de la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena, año 2013. (Tesis de licenciatura) Recuperado de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1324/1/PLAN%20DE%20ASOCIATIVIDAD%20PARA%20LA%20ASOCIACION%20DE%20AGRICULTORES%20ASODAGRI%20SAN%20MARCOS>

%2C%20DE%20LA%20COMUNA%20SAN%20MARCOS%2C%20P
ROVINCIA%20DE.pdf

Osorio, C. (2006). *Diccionario del Comercio Internacional*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones (2. a ed.)

Otero, M. (2008). *Internacionalización: como iniciar la expansión de su empresa en el mercado internacional*. España: Netbilo.

Real Academia Española. (s.f). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=SagtYdL>

Ruiz, J., Martínez, M. (2015). *Comunicación y trabajo en equipo*. Colombia: Ediciones de la U.

Silva, J. (2013). *Emprendedor: Hacia un emprendimiento sostenible*. México: Alfaomega (2. a ed.).

Soriano, J. y Carbajal, G. (2014). *Desarrollo de la asociatividad para la implementación de una empresa de producción y comercialización de aguaymanto deshidratado al mercado de Canadá. (Tesis de Licenciatura)*. Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/4939/Soriano%20Chavarri%20Juan%20y%20Carbajal%20Cabrera%20Grace.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sunat. (2018). *Exportando e Importando*. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-exportar>

Tabra E. & Lavanda F. (2005). *Negocios Internacionales*. En *Cultura exportadora* (pág. 56). Lima - Perú.

Torres, A. (abril/2010). *La internacionalización de la empresa en un contexto global*. *Revista de la Universidad de Azuay* (51). Recuperado de <http://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/publicaciones/UV-51.pdf#page=81>

Trujillo, M. (2010). *Acciones colectivas de pequeñas y medianas empresas para superar las barreras del comercio exterior: Consorcios de Exportación de Alimentos en Argentina*. (Tesis de Magister). Recuperado de https://www.agro.uba.ar/sites/default/files/paa/AFP-EPG_Trujillo.pdf

UCV. (2016). *Manual para la Elaboración del Proyecto de Investigación*. Lima: UCV Oficina de Investigación

- Unesco y Crespial. (2010). Patrimonio Cultural inmaterial latinoamericano II: Artesanías. Recuperado de <http://documentacion.cidap.gob.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=5653>
- Valiente, A. (2009). La protección jurídica de la mola y de otros conocimientos indígenas de Panamá. Dinámica de la artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural. *Revista Cultura y Desarrollo* (6) Recuperado de <http://documentacion.cidap.gob.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=5865>
- Valls, J. y et al. (2012). Causas de fracaso de los emprendedores. Recuperado de https://www.redemprendia.org/sites/default/files/descargas/causas_de_fracaso_de_los_emprendedores.pdf
- Vara, A. (2015). 7 pasos para elaborar una tesis: Como elaborar y asesorar una tesis para Ciencias administrativas, Finanzas, Ciencias *Sociales* y *Humanidades*. Lima, Perú: Macro
- Vásquez, P. y Zapata, L. (2015). Estudio de los factores que influyen en la asociatividad de los productores de mango del Valle Motupe – Olmos (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/27>

ANEXOS

ANEXO 1. MATRIZ DE CATEGORIZACION APRIORISTICA

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACION	OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACION	PREGUNTAS ORIENTADORAS	OBJETIVOS ESPECIFICOS DE INVESTIGACION	CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	PREGUNTAS DE LA INVESTIGACION
Los artesanos de Mate Burilado de Cochabamba, Huancayo	¿Cuál es la situación de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochabamba, Huancayo, 2018?	Describir cuál es la situación de los artesanos para la Asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochabamba, Huancayo, 2018.	¿Cuáles son las barreras internas que tienen los Artesanos para la producción de Mates Burilados para la Asociatividad y Exportación en Cochabamba, Huancayo-2018?	Identificar las barreras internas que tienen los Artesanos para la producción de Mates Burilados para la Asociatividad y Exportación en Cochabamba, Huancayo, 2018	Barreras Internas	Administrativo	¿Qué obstáculos o dificultades en el área administrativa tiene usted para la producción de mates burilados?
						Productivo	¿Qué obstáculos o dificultades en el área productiva tiene usted para la producción de mates burilados?
						Comercial	¿Qué obstáculos o dificultades en el área ámbito comercial tiene usted para la producción de mates burilados?
						Financiero	¿Qué obstáculos o dificultades en el área financiera tiene usted para la producción de mates burilados?
			Perfil Emprendedor	Liderazgo	¿Usted se considera un líder frente a los demás artesanos en su taller de mates burilados?		
				Trabajo en Equipo	¿En su opinión usted trabaja en equipo con los demás artesanos en su taller de Mates Burilados?		
				Iniciativa	¿En su opinión usted muestra iniciativa para emprender y desarrollar alianzas con los demás artesanos de Mates Burilados y otros actores?		
				Vocación Innovadora	¿Usted está interesado en innovador en la cadena productiva de sus mates burilados?		
				Voluntad para aprender	¿En su opinión muestra interés por obtener mayores conocimientos, habilidades para la producción, comercialización, organización y financiamiento de sus mates Burilados?		
				¿Cuál es el Perfil Emprendedor de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochabamba, Huancayo, 2018?	Conocer si el artesano tiene un perfil emprendedor para la Asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochabamba, Huancayo, 2018		

			¿Cuál es la cultura exportadora de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochas Chico, Huancayo, 2018?	Conocer la cultura exportadora de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochas Chico-Huancayo,2018	Cultura Exportadora	Experiencia Exportadora	¿Tiene experiencia haciendo envíos al exterior de sus mates burilados de su taller? ¿Qué modalidad de exportación realiza?
						Conocimiento de la documentación para Exportar	¿Sabe usted acerca de los requerimientos de documentación que se necesitan para la exportación que sus mates burilados?
						Conocimiento del Proceso Exportador	¿Sabe usted acerca del proceso que se realiza para hacer una exportación?
						Conocimiento de los Beneficios de Exportar	¿Sabe usted cuales son los beneficios que se obtiene al exportar?
			¿Cuáles son las herramientas de promoción y facilitación a la Exportación que brindan a los Artesanos de Mate Burilado en Cochas Chico, Huancayo-2018?	Conocer cuáles son las herramientas de Promoción y facilitación a la Exportación que brindan a los Artesanos de Mate Burilado en Cochas Chico-Huancayo,2018	Herramientas de Promoción y facilitación a la Exportación	Mincetur	¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda Mincetur?
						Gobierno Regional	¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Gobierno Regional?
						Gobierno Local	¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Gobierno Local?
						Sector privado y publico	¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Sector Privado y Público?

ANEXO 2. GUIA DE ENTREVISTA

Técnica : Entrevista

Tipo de entrevista : Semiestructurada

Objetivos:

La entrevista tiene por objetivo recabar la opinión de los Artesanos de Mate Burilado. Las Personas por entrevistar son los líderes de los talleres que se encuentran ubicados en el Centro Poblado de Cochabamba.

OBJETIVO	PREGUNTAS
<p>Identificar las barreras internas que tienen los Artesanos para la producción de Mates Burilados para la Asociatividad y Exportación en Cochabamba-Huancayo,2018</p>	<p>¿Qué obstáculos o dificultades en el área administrativa tiene usted para la producción de mates burilados?</p> <p>¿Qué obstáculos o dificultades en el área productiva tiene usted para la producción de mates burilados?</p> <p>¿Qué obstáculos o dificultades en el área ámbito comercial tiene usted para la producción de mates burilados?</p> <p>¿Qué obstáculos o dificultades en el área financiera tiene usted para la producción de mates burilados?</p>
<p>Conocer si el artesano tiene un perfil emprendedor para la Asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochabamba-Huancayo,2018</p>	<p>¿En su opinión usted muestra iniciativa para emprender y desarrollar alianzas con los demás artesanos de Mates Burilados y otros actores?</p> <p>¿En su opinión muestra interés por obtener mayores conocimientos, habilidades para la producción, comercialización, organización y financiamiento de sus mates Burilados?</p> <p>¿En su opinión usted trabaja en equipo con los demás artesanos en su taller de Mates Burilados?</p> <p>¿Usted se considera un líder frente a los demás artesanos en su taller de mates burilados</p> <p>¿Usted está interesado en innovador en la cadena productiva de sus mates burilados?</p>

<p>Conocer la cultura exportadora de los Artesanos para la Asociatividad y Exportación de Mate Burilado en Cochabamba-Chico-Huancayo,2018</p>	<p>¿Tiene experiencia haciendo envíos al exterior de sus mates burilados de su taller?</p> <p>¿Sabe usted acerca de los requerimientos de documentación que se necesitan para la exportación que sus mates burilados?</p> <p>¿Sabe usted acerca del proceso que se realiza para hacer una exportación?</p> <p>¿Sabe usted cuales son los beneficios que se obtiene al exportar?</p>
<p>Conocer cuáles son las herramientas de Promoción y facilitación a la Exportación que brindan a los Artesanos de Mate Burilado en Cochabamba-Chico-Huancayo,2018</p>	<p>¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda Mincetur?</p> <p>¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Gobierno Regional?</p> <p>¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Gobierno Local?</p> <p>¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Sector Privado y Público?</p>

ANEXO 3. MAPA DE INFORMANTES CLAVE

SUJETO	UBICACIÓN	INFORMANTE CLAVE
Wilfredo Veli Velásquez	Cochas Chico	Artesano
Faustina Veliz Seguil	Cochas Chico	Artesana
Rosa Sanabria Osoreo	Cochas Chico	Artesana
Emilio Medina Cabrera	Cochas Chico	Artesano
Teodolinda Seguil Veli	Cochas Chico	Artesana
Sonia Santiago Hurtado	Cochas Chico	Artesana

ANEXO 4. CRONOGRAMA DE APLICACIÓN DE ENTREVISTAS

ÁMBITO	INFORMANTE CLAVE	SITUACIÓN / FECHA DE ENTREVISTA
Wilfredo Veli Velásquez	Cochas Chico	Realizada / Fecha de entrevista: 06 de Octubre
Faustina Veliz Seguil	Cochas Chico	Realizada / Fecha de entrevista: 05 de Octubre
Rosa Sanabria Osoreo	Cochas Chico	Realizada / Fecha de entrevista: 05 de Octubre
Emilio Medina Cabrera	Cochas Chico	Realizada / Fecha de entrevista: 06 de Octubre
Teodolinda Seguil Veli	Cochas Chico	Realizada / Fecha de entrevista: 05 de Octubre
Sonia Santiago Hurtado	Cochas Chico	Realizada / Fecha de entrevista: 06 de Octubre

ANEXO 5. FORMATO DE LA GUIA DE ENTREVISTA

Entrevistado: _____

Edad: _____ Sexo: _____

Cargo: _____ Fecha: _____

Lugar: _____

Características de la entrevista: Fines académicos.

Duración aproximada 30 minutos.

PRESENTACIÓN

Buenos días, soy estudiante de la universidad Cesar Vallejo de la carrera de Negocios Internacionales y en este momento me encuentro realizando un trabajo de investigación para obtener el título profesional. El tema de investigación es la Asociatividad de Artesanos como estrategia para la exportación de Mate Burilado. Por ello requerimos hacer entrevistas a los artesanos de Mate Burilado, a su vez mencionándole que la información obtenida solo tiene fines académicos y que su aporte será de gran ayuda para nuestra investigación. Para llevar a cabo la entrevista requerimos que sea grabada, solo para tener evidencia en caso nos la soliciten. Se realizara diversas entrevistas a todos los artesanos de Mate Burilado, si usted requiere de los resultados del mismo, nos comprometemos a proporcionárselo. Siéntase libre de realizar preguntas acerca de nuestra investigación, conversar de temas que no hemos tocado en el cuestionario y que usted considere relevante. No hay respuesta correcta ni incorrecta, el objetivo es conocer su punto de vista acerca del tema.

1. ¿Qué obstáculos o dificultades en el área administrativa tiene usted para la producción de mates burilados?

.....
.....
.....
.....
.....

2. ¿Qué obstáculos o dificultades en el área productiva tiene usted para la producción de mates burilados?

.....
.....
.....
.....
.....

3. ¿Qué obstáculos o dificultades en el área comercial tiene usted para la producción de mates burilados?

.....
.....

-
-
4. ¿Qué obstáculos o dificultades en el área financiera tiene usted para la producción de mates burilados?
-
-
-
-
-
5. ¿En su opinión usted muestra iniciativa para emprender y desarrollar alianzas con los demás artesanos de Mates Burilados y otros actores?
-
-
-
-
-
6. ¿En su opinión muestra interés por obtener mayores conocimientos, habilidades para la producción, comercialización, organización y financiamiento de sus mates Burilados?
-
-
-
-
-
7. ¿En su opinión usted trabaja en equipo con los demás artesanos en su taller de mate Burilado?
-
-
-
-
-
8. ¿Usted se considera un líder frente a los demás artesanos en su taller de mates burilados?
-
-
-
-
-
9. ¿Usted está interesado en innovador en la cadena productiva de sus mates burilados?
-
-
-
-
-

10. ¿Tiene experiencia haciendo envíos al exterior de sus mates burilados de su taller?
¿Qué modalidad de exportación realiza?

.....
.....
.....
.....
.....

11. ¿Sabe usted acerca de los requerimientos de documentación que se necesitan para la exportación que sus mates burilados?

.....
.....
.....
.....
.....

12. ¿Sabe usted acerca del proceso que se realiza para hacer una exportación?

.....
.....
.....
.....
.....

13. ¿Sabe usted cuales son los beneficios que se obtiene al exportar?

.....
.....
.....
.....
.....

14. ¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda Mincetur?

.....
.....
.....
.....
.....

15. ¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Gobierno Regional?

.....
.....
.....
.....
.....

16. ¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Gobierno Local?

.....
.....
.....
.....
.....

17. ¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Sector Privado y Público?

.....
.....
.....
.....

Sólo me queda agradecerle por su amabilidad y tiempo brindado. Le comento nuevamente que esta entrevista es con fines académicos.

ANEXO 6. JUICIO DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr. (Mg.) Romani Franco, Vivian
 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad César Vallejo
 1.3 Especialidad del validador: Administración
 1.4 Nombre del Instrumento: Guía de entrevista
 1.5 Título de la Investigación: "ASOCIATIVIDAD DE ARTESANOS Y EXPORTACION DE MATE BURILADO EN COCHAS CHICO-HUANCAYO, 2018"
 1.6 Autor del Instrumento: Lorena Natividad Perez Ulrich

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	SUBCATEGORIAS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				✓	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				✓	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				✓	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				✓	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				✓	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				✓	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				✓	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				✓	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					80	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 08144921 Teléfono N° 940242599



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. ~~Malvarosa~~ Cevalos Perry
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: DIC - Investigación
- 1.3 Especialidad del validador: Magister Comercio Internacional y Asesorías
- 1.4 Nombre del Instrumento: Guía de entrevista
- 1.5 Título de la Investigación: "ASOCIATIVIDAD DE ARTESANOS Y EXPORTACION DE MATE BURILADO EN COCHAS CHICO-HUANCAYO, 2018"
- 1.6 Autor del Instrumento: Lorena Natividad Perez Ulrich

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	SUBCATEGORIAS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico					/
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					/
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					/
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					/
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					/
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					/
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					/
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					/
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					/
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 41380193 Teléfono N° 986403280



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. Guerra Bendeza Carlos A
 1.2 Cargo e Institución donde labora: Doc. en la Univ. Cesar Vallejo
 1.3 Especialidad del validador: Lic en Administración
 1.4 Nombre del Instrumento: Guía de entrevista
 1.5 Título de la Investigación: "ASOCIATIVIDAD DE ARTESANOS Y EXPORTACION DE MATE BURILADO EN COCHAS CHICO-HUANCAYO, 2018"
 1.6 Autor del Instrumento: Lorena Natividad Perez Urlich

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	SUBCATEGORIAS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				/	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				/	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					80%	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:


Firma del Experto Informante.
DNI. N° 0972665 Teléfono N° 982332755

ANEXO 7. GLOSARIO DE TERMINOS

Administrativo Relacionada con el funcionamiento de la empresa. Es la operación de negocio en sentido general, desde contrataciones, pagos a personal. Por lo general es el emprendedor o empresario quien se encarga de esta área funcional (Cabello, Gutiérrez y Grau,2015).

Productiva Es el área que realiza el abastecimiento de materiales, del proceso productivo y finalización del producto o servicio a ofrecer (Cabello,2015).

Comercial Se encarga esta área de vender y distribuir los productos o servicios, dentro de esta área abarca también el marketing (4'ps) (Cabello,2015).

Financiero Se encarga esta área de elegir qué inversiones son rentables y cómo se obtendrá ya sea de fuentes internas o externas para así lograr las inversiones, pero con el objetivo de que estas sean de menor costo financiero. (Cabello,2015).

Liderazgo Capacidad que tiene el empresario en influenciar a sus trabajadores en alcanzar los objetivos y llevar a cabo las necesidades de la empresa. Un líder se caracteriza por no ser conformista (García,2015)

Trabajo en equipo Se define como un grupo de personas que trabajan de manera coordinada en la ejecución de un proyecto y todos los miembros responden conjuntamente al resultado final obtenido (Ruiz y Martínez,2015).

Iniciativa Es aquella habilidad que tienen las personas que quieren emprender, para así implicarse en nuevas acciones. Se caracterizan por ser personas que no tienen miedo al fracaso. Les motiva realizar nuevas tareas y empezar nuevos retos (Ruiz,2015).

Voluntad para aprender Esta actitud de aprender es una característica primordial en aquellos emprendedores exitosos. Son observadores, curiosos, están dispuestos a capacitarse, escuchan (Poncio, 2010).

Vocación Innovadora fuente esencial para desarrollar el espíritu emprendedor. Hace referencia que cada producto posee una oportunidad de mejorar así satisface la necesidad y deseos de los consumidores (Poncio, 2010)

Exportación Es aquella actividad de salida de mercancías fuera del territorio aduanero y al realizarlo se obtiene una entrada de divisa.

Modalidades de Exportación Existen diversas formas de exportar como: Obsequios o muestras (Exportación sin valor comercial), Exportación directa e Indirecta (Araujo,2009).

La documentación para Exportar. Existe una gran diversidad de documentos, cada uno de ellos tiene un uso y una aplicación que es evidencia de cada fase del proceso comercial y logístico. Son requeridos por los gobiernos (aduanas y organizaciones reguladoras), por la empresa (diversas áreas de la organización, los accionistas) y los proveedores. (SUNAT,2018).

Proceso Exportador Comprende una serie de pautas que el exportador debe realizar para poder así lograr a exportar a los mercados internacionales. (Minervini, 2015).

Beneficios de Exportar Incursionar en la expansión internacional otorga más beneficios que volcar la producción solo en el mercado doméstico. Permite diversificar la carpeta de clientes y tener menor exposición a la coyuntura comercial y riesgos económicos (Minervini, 2015).

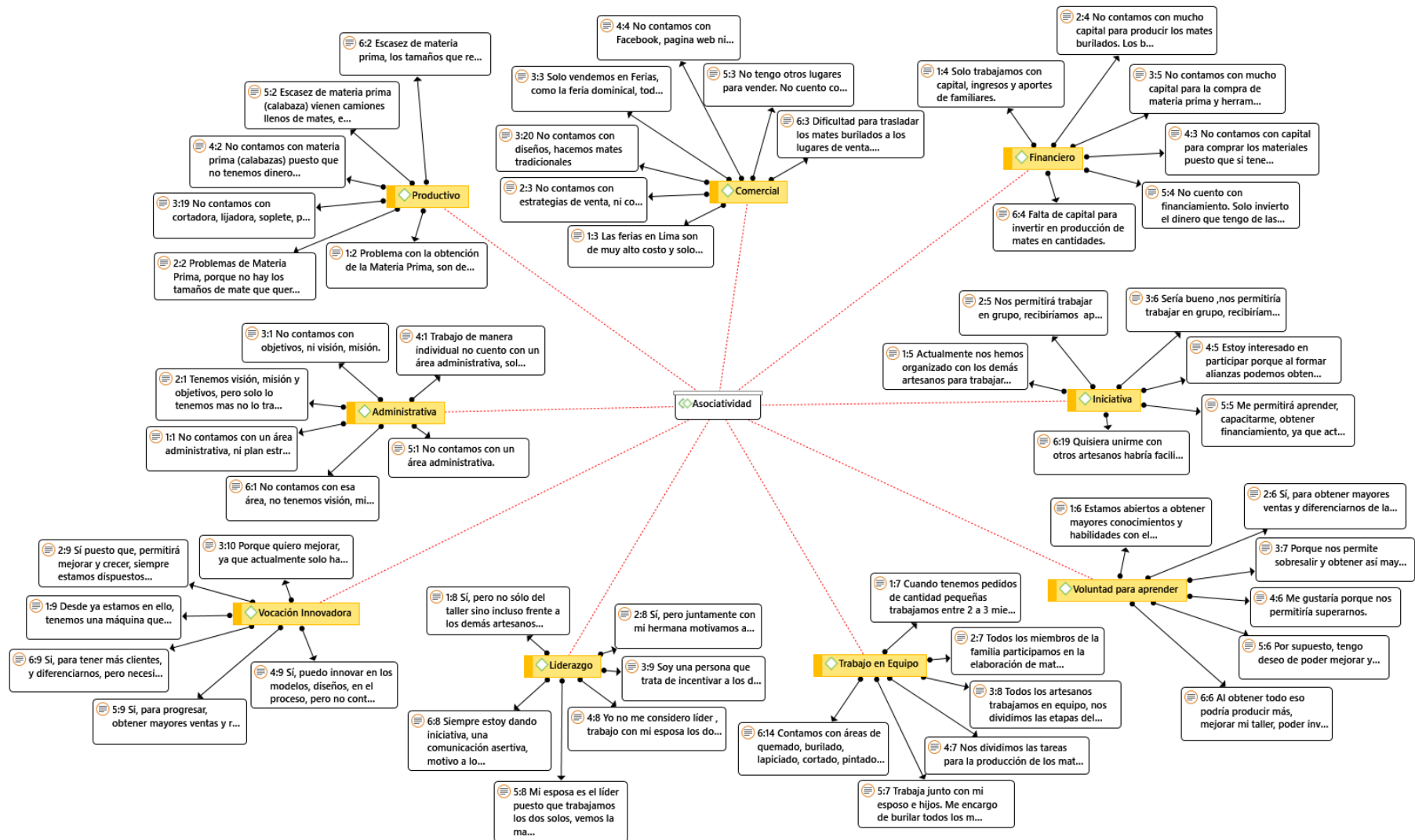
Mincetur Es la entidad competente para ejecutar la promoción, orientación y regulación de la artesanía (Mincetur,2007).

Gobierno Regional Son competentes los gobiernos regionales, ejerciendo las funciones establecidas (Mincetur,2007).

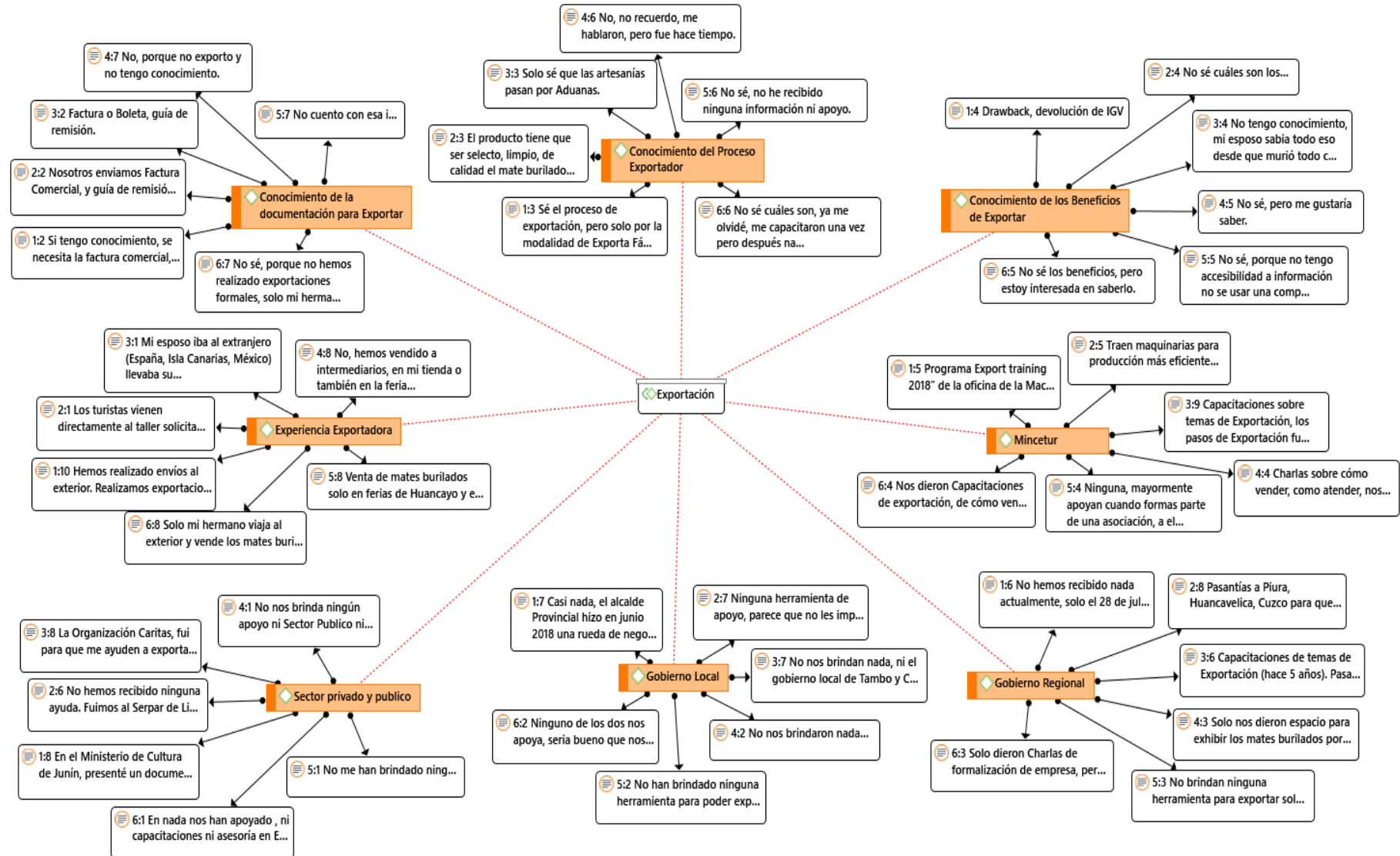
Gobierno Local Los entes competentes son las municipalidades, provinciales y distritales. (Mincetur,2007).

Empresas del Sector Privado y Público, Las empresas del sector público Se caracterizan por tener el capital aportado y el control en la toma de decisiones el Estado. Su objetivo principal es buscar el interés general, cubriendo así las necesidades básicas de la población. **Las empresas del sector privado** A diferencia de las públicas, el control y propiedad le pertenece a personas jurídicas o físicas. Su objetivo principal es maximizar el valor de la empresa para todos los propietarios (Cabello,2015)

ANEXO 8. RED DE LA CATEGORIA ASOCIATIVIDAD



ANEXO 9. RED DE LA CATEGORIA EXPORTACION



ANEXO 10. CUADRO DE COINCIDENCIAS

PREGUNTAS	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3	ENTREVISTADO 4	ENTREVISTADO 5	ENTREVISTADO 6	COINCIDENCIA
¿Qué obstáculos o dificultades en el área administrativa tiene usted para la producción de mates burilados?	No cuento con un área administrativa	Tenemos visión, misión y objetivos, pero solo lo tenemos mas no lo trasmitimos y damos a conocer a los demás. No contamos con un área administrativa (físicamente).	No contamos con objetivos, ni visión, misión.	Trabajo de manera individual no cuento con un área administrativa, solo trabajo con mi esposa.	No contamos con un área administrativa.	No contamos con esa área, no tenemos visión, misión, plan estratégico.	No tienen un área administrativa ya que en su mayor parte trabajan de manera individual (E1-E6) A su vez no cuenta con una visión, misión cada uno de los talleres o tienen y no lo transmiten a los demás artesanos (E2, E3, E6).
¿Qué obstáculos o dificultades en el área productiva tiene usted para la producción de mates burilados?	Problema con la obtención de la Materia Prima, son de mala calidad y los proveedores son todos informales. No contamos con un taller adecuado para la producción a mayor escala.	Problemas de Materia Prima, porque no hay los tamaños de mate que queremos. No contamos con stocks de mates. No tenemos un espacio adecuado para hacer los mates, trabajamos al aire libre.	No contamos con cortadora, lijadora, soplete, pirograbado, nuestras herramientas están viejas. Escasez de materia prima, esta es traída del norte (Chiclayo, Trujillo, Chincha), muchas veces es comprado por los grandes artesanos y para nosotros no alcanza. No contamos con diseños, hacemos mates tradicionales.	No contamos con materia prima (calabazas) puesto que no tenemos dinero para comprarla. No contamos con las herramientas para el quemado, pirograbado, tenemos, pero están viejas, tampoco contamos con repuestos.	Escasez de materia prima (calabaza) vienen camiones llenos de mates, esto es comprado por los grandes artesanos que hay en Cochabamba, y a nosotros nos dejan lo último. No tengo un espacio adecuado para hacer mis mates burilados.	Escasez de materia prima, los tamaños que requerimos no llegan.	Escasez de materia prima (E1-E6), herramientas para la elaboración de mates burilados (E3, E4), no tienen un taller adecuado, trabajan al aire libre (E1, E5)
¿Qué obstáculos o dificultades en el área comercial tiene usted para la producción de mates burilados?	Las ferias en Lima son de muy alto costo y solo participan los mismos artesanos. No contamos con manejo de redes sociales, fan page, web. No tenemos catalogo virtual con todas las especificaciones	No contamos con estrategias de venta, ni con Facebook ni página web.	Solo vendemos en Ferias, como la feria dominical, todos los domingos, y en el parque de mates burilados (trabajo cada dos semanas) son los únicos lugares donde	No contamos con Facebook, pagina web ni correo electrónico. Solo vendemos en la feria dominical de Huancayo (todos los domingos), en un local que le dicen	Solo vendo en el parque de los Mates Burilados (cada 2 Semanas) y los domingos en la feria de Huancayo, y vendo a Artesanos que están en Lima. No tengo otros	Dificultad para trasladar los mates burilados a los lugares de venta. Solo vendemos en la Casa del Artesano y en el mismo taller. No contamos con correo, con página web y	Los artesanos no tienen página web, fan page, redes sociales (Facebook) ni correo electrónico (E1, E2, E3, E4), no aplican estrategias de venta (E2, E5) No cuentan con muchos lugares de venta. Solo venden todos los

	técnicas de producto. Falta de conocimiento en diseño gráfico, corel		vendemos. No hay mucho margen de ganancia, estamos acostumbrados, hay mucha competencia que venden sus mates sin incluir mano de obra. No cuento con Facebook, ni correo electrónico.	Hueco solo se vende por mayor a compradores de Lima, los domingos, y en la tienda que tengo en mi casa. Tenemos pocos márgenes de ganancia, porque vendemos a intermediarios y hay mucha competencia	lugares para vender. No cuento con estrategia de venta. No se usar mi correo electrónico que me crearon.	redes sociales. El margen de ganancia es mínimo.	domingos en la Feria Dominical ubicada en Huancayo (E3, E4, E5) en el parque de Mates Burilados ubicado en Cochabamba cada 2 semanas, porque se turnan los artesanos. (E3, E5). Obtienen bajos márgenes de ganancia porque no incluyen mano de obra, venden a intermediarios, mucha competencia (E3, E4, E6).
¿Qué obstáculos o dificultades en el área financiera tiene usted para la producción de mates burilados?	Solo trabajamos con capital, ingresos y aportes de familiares.	No contamos con mucho capital para producir los mates burilados. Los bancos no nos brindan mucho crédito para invertir, lo máximo que nos han dado ha sido 2000 soles.	No contamos con mucho capital para la compra de materia prima y herramienta, solo compramos pocas cantidades,	No contamos con capital para comprar los materiales puesto que si tenemos un pedido grande no lo podemos hacer por este problema que tenemos. No contamos con acceso a financiamiento.	No cuento con financiamiento. Solo invierto el dinero que tengo de las ventas de los mates burilados.	Falta de capital para invertir en producción de mates en cantidades.	Falta de capital para invertir para la compra de materia prima y herramientas, invierten lo que tienen, de los aportes de los familiares, lo máximo que les otorgan los Bancos es 2000 soles. Si tienen pedidos grandes no lo pueden abastecer por dicho problema (E1 -E6).
¿En su opinión usted muestra iniciativa para emprender y desarrollar alianzas con los demás artesanos de Mates Burilados y otros actores?	Actualmente nos hemos organizado con los demás artesanos para trabajar juntos, también estamos trabajando con una universidad local para que nos apoyen en la formalización.	Nos permitirá trabajar en grupo, recibiríamos apoyo porque de manera individual no lo podemos lograr.	Sería bueno, nos permitiría trabajar en grupo, recibiríamos apoyo porque de manera individual no lo podemos lograr	Estoy interesado en participar porque al formar alianzas podemos obtener varios beneficios que nos van a permitir mejorar, crecer y obtener apoyo de diversas entidades.	Me permitirá aprender, capacitarme, obtener financiamiento, ya que actualmente solo cubro un mercado reducido	Habría facilidad de poder hacer envíos al exterior, apoyo de organizaciones y cubrir pedidos grandes	Los artesanos están dispuestos a formar asociaciones con los demás artesanos les permitirá trabajar en equipo, crecer, capacitarse, obtener financiamiento, poder cubrir pedidos grandes y apoyo de entidades, de tal manera que si siguen trabajando de manera individual no podrán mejorar (E2-E6).

<p>¿En su opinión muestra interés por obtener mayores conocimientos, habilidades para la producción, comercialización, organización y financiamiento de sus mates Burilados?</p>	<p>Estamos abiertos a obtener mayores conocimientos y habilidades con el fin de mejorar en todo el proceso de elaboración de los mates burilados.</p>	<p>Sí, para obtener mayores ventas y diferenciarnos de la competencia.</p>	<p>Porque nos permite sobresalir y obtener así mayores conocimientos y habilidades para mejorar la producción de los mates burilados, estoy dispuesta a mejorar y crecer.</p>	<p>Me gustaría porque nos permitiría superarnos.</p>	<p>Por supuesto, tengo deseo de poder mejorar y crecer, porque vendemos a intermediarios y hay mucha competencia.</p>	<p>Al obtener todo eso podría producir más, mejorar mi taller, poder invertir y así crecería económica y socialmente.</p>	<p>Los artesanos están abiertos a captar mayores conocimientos, habilidades porque les permitirá producir más, mejorar sus talleres, nos permitirá superarnos, sobresalir, tener más ventas, y desarrollar ventajas competitivas (E1-E6).</p>
<p>¿En su opinión usted trabaja en equipo con los demás artesanos en su taller de mate Burilado?</p>	<p>Cuando tenemos pedidos de cantidad pequeñas trabajamos entre 2 a 3 miembros de la familia cada uno se encarga de las distintas etapas de la elaboración de los mates burilados, depende del pedido que tenemos podemos trabajar toda la familia o sino también con otros talleres, tercerizamos por partes o toda la producción de los mates burilados si es para exportación exigimos algunos estándares de calidad.</p>	<p>Todos los miembros de la familia participamos en la elaboración de mates burilados, cada uno interviene en la etapa del proceso de elaboración, trabajando así de manera conjunta.</p>	<p>Todos los artesanos trabajamos en equipo, nos dividimos las etapas del proceso de los mates burilados. Unos se encargan de lavar los mates, otros el diseño, otros burilan, otros queman, hacen los acabados, logrando trabajar de manera unida.</p>	<p>Nos dividimos las tareas para la producción de los mates, así logramos trabajar de manera conjunta. Mi esposa y yo nos dividimos las tareas.</p>	<p>Trabaja junto con mi esposo e hijos. Me encargo de burilar todos los mates burilados, mis hijos se encargan de poner las semillas dentro de los mates (maracas y widos), también moldean las figuras, pintan los nacimientos de los retablos, también hacen las partes externas de las alcancías, mi esposo realiza el acabado de los mates (por ejemplo, el quemado).</p>	<p>Contamos con áreas de quemado, burilado, lapiciado, cortado, pintado, y en cada área participan los artesanos (familiares).</p>	<p>Los artesanos en cada taller trabajan con sus familiares y actúan cada uno en las distintas etapas de elaboración de los mates burilados, todos apoyan dependiendo de las cantidades de pedidos solicitados. Si fuera el caso, de abastecer pedidos grandes, llaman a más artesanos, si fuera el caso de exportación deben cumplir con ciertos estándares de calidad. (E1-E6).</p>

¿Usted se considera un líder frente a los demás artesanos en su taller de mates burilados?	Sí, pero no sólo del taller sino incluso frente a los demás artesanos porque quiero convocar a diferentes instituciones a fin de lograr la denominación de origen de los mates burilados.	Sí, pero juntamente con mi hermana motivamos a los demás artesanos a crecer, Nos encargamos de organizar todo en el taller.	Soy una persona que trata de incentivar a los demás a salir adelante, incentivo el trabajo en equipo, trato de mejorar y que los demás también lo hagan.	Yo no me considero líder, trabajo con mi esposa los dos solos, vemos la manera de seguir adelante.	Mi esposa es el líder puesto que trabajamos los dos solos, vemos la manera de seguir adelante.	Siempre estoy dando iniciativa, una comunicación asertiva, motivo a los demás familiares en el taller.	Se Consideran como líderes cada artesano en sus talleres, poseen habilidades como comunicación asertiva, motivación (motivamos a los demás a seguir adelante), iniciativa, incentivo de trabajo en equipo, crecer, tras de mejorar y que los demás lo hagan. (E1-E6).
¿Usted está interesado en innovador en la cadena productiva de sus mates burilados?	Desde ya estamos en ello, tenemos una máquina que estamos patentando (Indecopi) fue realizado junto con estudiantes de Ingeniería Industrial de la Universidad Continental. Tratamos de equipar con maquinarias el taller. Queremos industrializar partes del proceso productivo. Estamos innovando en diseños.	Sí puesto que, permitirá mejorar y crecer, siempre estamos dispuestos a recibir capacitaciones para lograr mejorar nuestros conocimientos y mejorar en diseños de mates burilados, de cómo vender.	Porque quiero mejorar, ya que actualmente solo hago mates burilados tradicionales, así me permitirá ser más competitivo en el mercado.	Sí, puedo innovar en los modelos, diseños, en el proceso, pero no contamos con capacitaciones que nos permita hacer eso.	Si, para progresar, obtener mayores ventas y reconocimiento.	Si, para tener más clientes, y diferenciarnos, pero necesitamos apoyo de entidades porque solos no podemos, no estamos actualizados.	Los artesanos quieren y muestran interés por innovar en la cadena de valor de los mates burilados, al realizar ello, obtendrá beneficios, pero necesitan de apoyo de entidades del sector público y privado. (E2-E5). Otros ya están lográndolo, innovando los deseos y el proceso productivo a través de la implementación de maquinarias. (E1)
¿Tiene experiencia haciendo envíos al exterior de sus mates burilados de su taller? ¿Qué modalidad de exportación realiza?	Hemos realizado envíos al exterior. Realizamos exportaciones directas aproximadamente 6 veces al año, contamos con algunos clientes en el exterior, hacemos también exportaciones indirectas, a través de compras de turistas que vienen a nuestro taller, y vendemos también a intermediarios, que ellos mismos exportan,	Los turistas vienen directamente al taller solicitando que plasmen la historia de su matrimonio, su carrera profesional, y nosotros lo enviamos por Courier "Correo Central". Tenemos clientes en Chile, se comunican por WhatsApp o vía telefónica y lo enviamos. También vendemos a	Mi esposo iba al extranjero (España, Isla Canarias, México) llevaba sus mates burilados y los vendía en las ferias. Vendo a intermediarios y ellos exportan, ellos vienen desde Lima y se lo llevan.	No, hemos vendido a intermediarios, en mi tienda o también en la feria Hueco que está en Huancayo, lo compran más que todo para llevar a Lima. Los turistas no llegan mucho a mi taller	No he vendido a ningún turista extranjero ni exportado, no sé cómo hacerlo.	Solo mi hermano viaja al exterior y vende los mates burilados (Estados Unidos), también vendemos a turistas extranjeros que vienen a la Casa del Artesano.	Realizan con mayor frecuencia exportaciones indirectas, ventas a intermediarios que vienen desde Lima, o inclusive a turistas extranjeros, estos vienen a los talleres a comprar o solicitan mates personalizados y estos son enviados por Courier (E1-E4,E6) del total de entrevistados solo dos exportan, envían por Exporta fácil a Chile, otros

	vienen al taller.	intermediarios(mayormente), ellos vienen a los talleres y ellos mismos lo exportan.					viajan a los principales destino como Estados Unidos son vendidos en Ferias Internacionales (E1,E2 y E6).
¿Sabe usted acerca de los requerimientos de documentación que se necesitan para la exportación que sus mates burilados?	Se necesita la factura comercial, el contrato tiene cláusulas como las de pago, los precios según el Incoterms, utilizamos habitualmente el Exw y Fob.	Enviamos Factura Comercial, y guía de remisión por la agencia Courier.	Factura o Boleta, guía de remisión.	No, porque no exporto y no tengo conocimiento.	No cuento con esa información.	No sé, porque no hemos realizado exportaciones formales, solo mi hermano lo llevo dentro de su equipaje.	De los requerimientos en documentación para exportar son la factura comercial, guía de remisión y contrato de compra y venta (E1-E3) la mayor parte recalca que no saber que documentos son (E4-E6)
¿Sabe usted acerca del proceso que se realiza para hacer una exportación?	Sé el proceso de exportación, pero solo por la modalidad de Exporta Fácil.	El producto tiene que ser selecto, limpio, de calidad el mate burilado. Se detalla los datos del comprador en la caja, tiene que estar bien embalado la caja, tiene que estar bien seguro los mates burilados para que así llegue en buenas condiciones a destino.	Solo sé que las artesanías pasan por Aduanas.	No, no recuerdo, me hablaban, pero fue hace tiempo.	No sé, no he recibido ninguna información ni apoyo.	No sé cuáles son, ya me olvidé, me capacitaron una vez, pero después nada más.	Antes de enviar a destino, se tiene que entregar embalado y empaquetado correctamente los mates burilados, para que estos sean entregados a la agencia Serpost, pueda después ser enviada a Aduanas (E1,E2,E3) Otros no tienen conocimiento puesto que recibieron capacitaciones y no lograron exportar (E4-E6).
¿Sabe usted cuales son los beneficios que se obtiene al exportar?	Drawback, devolución de IGV	No sé cuáles son los beneficios.	No tengo conocimiento, mi esposo sabía todo eso desde que murió todo cambio.	No sé, pero me gustaría saber.	No sé, porque no tengo accesibilidad a información no se usar una computadora.	No sé los beneficios, pero estoy interesada en saberlo.	Hay un déficit en conocimiento de los beneficios de exportación, del total de los seis entrevistados (E2 -E5). Drawback, devolución de IGV (E1)
	Hemos logrado acceder al "Programa Export	Traen maquinarias para producción más	Capacitaciones sobre temas de	Charlas sobre cómo vender, como	Ninguna, mayormente apoyan	Nos dieron Capacitaciones de	Mecanismo de promoción y facilitación a la exportación

<p>¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda Mincetur?</p>	<p>training 2018” de la oficina de la Macro regional de Exportación Centro, a raíz que nosotros estamos exportando en pequeñas cantidades y vamos a recibir asesoramiento y capacitación en imagen corporativa, investigación de mercado internacional, etc. En esa parte nos están apoyando, en la visión, misión, valores, hacer un plan estratégico, que para los artesanos es difícil hacerlo, podemos hacerlo, pero hay que dejar nuestros talleres, dejar de producir para dedicarnos a eso.</p>	<p>eficiente de los mates burilados. Dan charlas de como enviar, que se puede hacer para tener pedidos, de hacer nuevos diseños para exportar, sobre los beneficios de estar en ferias nacionales, lo realizan cada 20 a 10 días vienen a los talleres a capacitarnos.</p>	<p>Exportación, los pasos de Exportación fueron hace cinco años, desde allí no he recibido nada más.</p>	<p>atender, nos hablaron del tema de exportación, pero manera general (hace 3 o 4 años).</p>	<p>cuando formas parte de una asociación, a ellos les hacen caso.</p>	<p>exportación, de cómo vender, pero eso fue hace un año.</p>	<p>de Mincetur, capacitaciones de estrategias de venta, atención a los clientes, en temas de exportación, pero de manera general, los pasos de proceso de exportación todo ello se llevó a cabo hace tiempo, aproximadamente 1 a 5 años, desde allí no han vuelto a recibir capacitaciones (E4, E6) otros no han recibido ningún apoyo. En cambio 2 artesanos están recibiendo capacitaciones, asesorías en temas de empaque y embalaje para la exportación, como obtener pedidos, las ventajas de participar en ferias nacionales, innovación de diseños para exportar. Y capacitaciones por ser parte del programa Export training 2018, en temas de investigación de mercados, imagen corporativa, plan estratégico, visión, misión, etc. vienen directamente a los talleres a capacitarlos. (E1 Y E2)</p>
---	--	--	--	--	---	---	---

<p>¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Gobierno Regional?</p>	<p>El 28 de julio del 2018 mi papá fue reconocido como embajador de la Marca Junín para el gobierno regional, tenemos la licenciatura de uso de marca y nada más. El Dircetur Junín es un ente inerte y no apoya en nada. Hemos participado en el proyecto FESA (Fortalecimiento a las exportaciones de las artesanías) en la gestión anterior participé los primeros 6 meses, pero luego vi que andaba mal. Nos dieron pasantías a Cuzco, Chulucanas para que vieran las técnicas, para ver los procesos productivos y las técnicas. Uno de los objetivos era solucionar la materia prima, estos del proyecto FESA, se fueron a sembrar mates en algunos lugares, algunos agricultores les dieron las semillas y a las finales no produjeron, no hay buenos resultados y nunca lo solucionaron, dijeron que iban a ir a una feria internacional, Estados Unidos, Europa. Algunos artesanos para que puedan participar, y a las finales en Lima se</p>	<p>Pasantías a Piura, Huancavelica, Cuzco para que puedan ver los procesos de producción de otros tipos de Artesanías. Me fui a Huancavelica, Arequipa y Piura, la pasantía duro alrededor de 8-10 días, me explicaron en Huancavelica el proceso de hacer tejidos, los gastos lo cubrían el gobierno, fui dos veces por dos años.</p>	<p>Capacitaciones de temas de Exportación (hace 5 años). Pasantías a Cuzco, Ayacucho para intercambiar el conocimiento de los procesos de elaboración de artesanías, nos mostraban sus artesanías, duro una semana, también vinieron a mi taller artesanos de Puno (tejidos de chompa) hace 5 años</p>	<p>Solo nos dieron espacio para exhibir los mates burilados por el Gobierno Regional de Junín, fuimos el 28 de julio, pero fuimos en grupo de artesanos porque de manera individual ni caso hacen.</p>	<p>No brindan ninguna herramienta para exportar solo nos brindaron un espacio en el parque Huamancarca, pero por tiempo ilimitado. Desde enero no he vuelto a vender allí.</p>	<p>Solo dieron Charlas de formalización de empresa, pero hace un año.</p>	<p>Recibieron pasantías a distintos destinos del País, como Chulucanas, Cuzco, Piura con el fin de ver y conocer el proceso productivo de elaboración de artesanías características de cada región, el Gobierno regional cubría todos los partes del proyecto FESA(E1-E3). Solo uno recibió capacitaciones en temas de Exportación, pero fue hace 5 años (E3).</p>
---	--	--	--	--	--	---	--

	realiza cada año la Peruvian Hit Shop, prepararon a varios artesanos y les dijeron esta es la feria internacional, se dejaron engañar los artesanos.						
¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Gobierno Local?	Casi nada, el alcalde Provincial hizo en junio 2018 una rueda de negocios muy teórico, pero no hay seguimiento y continuidad con el trabajo. El alcalde distrital ni lo conocemos.	Ninguna herramienta de apoyo, parece que no les importara lo que hacemos.	No nos brindan nada, ni el gobierno local de Tambo y Cochas Chico.	No nos brindaron nada ni Cochas Chico ni el Tambo.	No han brindado ninguna herramienta para poder exportar.	Ninguno de los dos nos apoya, sería bueno que nos apoyen a exportar, a mejorar en la producción, en los diseños, en temas de marketing.	Los artesanos coincidieron en que no han obtenido ningún apoyo para fomentar la exportación ni promoción, tanto Cochas Chico como El Tambo (E2-E6).
¿Qué herramientas de facilitación o promoción a la exportación le brinda el Sector Privado y Público?	En el Ministerio de Cultura de Junín, presenté un documento para poner en valor nuestras piezas antiguas y registrarlas y no pueden, están ocupados y no les importa trabajar con nuestros familiares.	No hemos recibido ninguna ayuda. Fuimos al Serpar de Lima no nos ayudó en nada, queríamos vender nuestros mates.	A Caritas, fui para que me ayuden a exportar, a mejorar los procesos, actualmente, el día de ayer nos juntamos todos los artesanos y hicimos una demostración del proceso productivo, nos tomamos fotos, y lo subiremos a la página de Facebook (esta iniciativa nos planteó la ONG).	No nos brinda ningún apoyo ni Sector Público ni Privado.	No me han brindado ningún apoyo.	En nada nos han apoyado, ni capacitaciones ni asesoría en Exportación.	Soy pocos los artesanos que han obtenido el apoyo de ONG en el que les brindaron asesorías gratuitas, pero para obtener dicho apoyo tuvieron que ir a solicitarlo (E1 y E3) por otro parte los demás no tuvieron ni un apoyo por parte de estos dos sectores. (E2, E4, E5 y E6)

ANEXO 11. FICHA TECNICA

Mate Burilado

NOMBRE COMERCIAL

Adornos de navidad de mate burilado.



Partida	Descripción
9505100000	ARTICULOS PARA FIESTAS DE NAVIDAD
4504909000	DEMAS MANUFACTURAS DE CORCHO AGLOMERADO
9206000000	INSTRUMENTOS MUSICALES DE PERCUSION (POR EJEMPLO: TAMBORES, CAJAS, XILOFONOS, PLATILL
9602009000	LAS DEMAS MATERIAS VEGETALES O MINERALES PARA TALLAR, TRABAJADAS Y MANUFACTURAS DE EST

DESCRIPCION

Es un producto labrado y/o coloreado de la superficie externa de la calabaza. Diseño moderno o contemporáneo.

PRESENTACION

Papel craft, bolsas de plástico y cajas de cartón.

ESPECIES Y VARIEDADES

Diversas formas, tamaños y colores.

ZONAS DE PRODUCCIÓN

Huancayo, Trujillo, Lima.

USOS Y APLICACIONES

Adornos para el árbol de navidad. Figuras de animales. Cofres.

Ejemplos

- Medidas: 10.7 x 6 cm.
- Material: calabaza silvestre seca.
- Mantenerlo en zonas secas (evitar la humedad).

Fuente: SIICEX

ANEXO 12. FOTOS DE LOS MATES BURILADOS



Fuente: Propia de autor



Fuente: Propia de autor



Fuente: Propia de autor

ANEXO 13. FOTOS DE LA JORNADA DE RECOLECCION DE DATOS



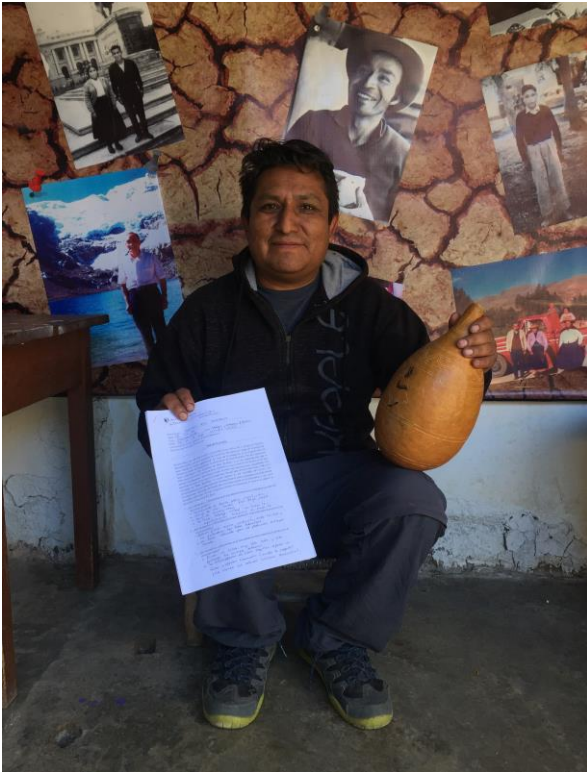
Fuente: Propia de autor



Fuente: Propia de autor



Fuente: Propia de autor



Fuente: Propia de autor



Fuente: Propia de autor

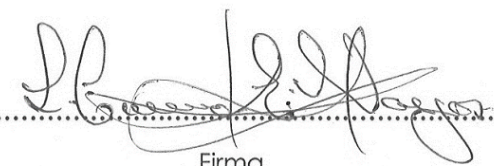


Fuente: Propia de autor

Yo, CAVERO-EGUSQUIZA VARGAS, LAURALINDA, docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo SEDE NORTE (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada "ASOCIATIVIDAD DE ARTESANOS Y EXPORTACIÓN DE MATE BURILADO EN COCHAS CHICO-HUANCAYO, 2018", del (de la) estudiante PEREZ URLICH, LORENA NATIVIDAD, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13% 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: Lima, 4 de Diciembre de 2018



.....

Firma

CAVERO-EGUSQUIZA VARGAS, LAURALINDA

DNI 08879583

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



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

ASOCIATIVIDAD DE ARTESANOS Y
EXPORTACIÓN DE MATE BURLADO EN
COCHAS CHICO-HUANCAYO, 2018
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:

PEREZ URLECH LORENA NATIVIDAD

ASESOR:

MORT LAURALINDA CANTERO EGONQUIZAVARDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERC

2018



Resumen de coincidencias	
13 %	
1	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 4 %
2	administracion.uantem... Fuente de Internet 1 %
3	repositorio.uclm.edu.pe Fuente de Internet 1 %
4	tesis.uclm.edu.pe Fuente de Internet 1 %
5	www.fabioamorales... Fuente de Internet 1 %
6	repositorio.uclm.edu.pe Fuente de Internet <1 %
7	issuu.com Fuente de Internet <1 %
8	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante <1 %
9	repositorio.us.edu.pe Fuente de Internet <1 %
10	www.agra.uba.ar Fuente de Internet <1 %
11	unimil.unnanta.edu.co Fuente de Internet <1 %
12	www.madonype.com Fuente de Internet <1 %
13	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante <1 %
14	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet <1 %



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

PEREZ URLICH, LORENA NATIVIDAD

D.N.I. : 70572690

Domicilio : Jr. Carlos Egusquiza 209 Urb. San German -S.M. P

Teléfono : Fijo : 5386291 Móvil : 961449920

E-mail : perezurlichlorena@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias empresariales

Escuela : Negocios Internacionales

Carrera : Negocios Internacionales

Título : Licenciada en Negocios Internacionales

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

PEREZ URLICH, LORENA NATIVIDAD

Título de la tesis:

ASOCIATIVIDAD DE ARTESANOS Y EXPORTACIÓN DE MATE
BURILADO EN COCHAS CHICO-HUANCAYO, 2018

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : 

Fecha: 4/12/18



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 de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

PEREZ URLICH, LORENA NATIVIDAD

INFORME TÍTULADO:

ASOCIATIVIDAD DE ARTESANOS Y EXPORTACIÓN DE MATE BURILADO
EN COCHAS CHICO-HUANCAYO, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SUSTENTADO EN FECHA: 04/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 14

