



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

Nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten para incrementar las exportaciones de productos artesanales Lambayeque.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Negocios Internacionales

**AUTORA:**

Br. Kristhel Mariella Custodio Atencio (ORCID: 0000-0002-7137-8057)

**ASESORES:**

Dr. José Foción, Echeverría Jara (ORCID: 0000-0001-6750-0032)

Mg. Danna Johana, Jiménez Boggio (ORCID: 0000-0002-8034-211X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y comercio internacional

**Chiclayo – Perú**

2020

## **Dedicatoria**

El presente trabajo está dedicado a Dios que siempre me acompaña y me ha permitido culminar este proyecto, a mis padres José Ysidro Custodio Relúz y Rosa Estela Atencio Barrios quienes han luchado día a día para brindarme lo mejor y me formaron en valores como son la responsabilidad, el respeto, la consideración y la confianza.

Asimismo a todas las maravillosas personas que he conocido y conoceré, a mis hermanos y sobrinos a los que adoro y siempre me apoyan, ya sea con una frase de aliento o formando en mí una sonrisa.

A mis compañeros y docentes, pues han contribuido a mi formación académica.

*Kristhel Mariella*

## Agradecimiento

Agradezco principalmente a mi casa de estudios Universidad César Vallejo por brindarme una excelente plana de docentes que han contribuido en mi desarrollo académico y en la elaboración del presente trabajo de investigación.

A mi metodólogo Dr. José Foción, Echeverría Jara y a mi docente temática MBA. Danna Johana, Jiménez Boggio por ser guías permanentes en este proyecto, a los docentes Mg. Igor Manuel Ríos Incio, Mg. Mónica del Pilar Pintado Damián y Mg. Julio César Lozano Díaz por sus sugerencias en momentos de duda y validación de los instrumentos empleados.

A las instituciones CITE SIPÁN, PROMPERÚ y al especialista Sr. Carlos Ypanaque Estrada por compartir sus conocimientos adquiridos a lo largo de su trayectoria en temas de artesanía y exportación.

Y en especial a los artesanos del distrito de Eten por su colaboración constante y disposición de recibir ayuda para mejorar.

*Kristhel Mariella*

## **Página del jurado**

## Declaratoria de autenticidad

### DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Kristhel Mariella Custodio Atencio  
estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la  
Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 73262820, con el  
trabajo de investigación titulada,

Nivel de competitividad de las asociaciones del distrito  
de Eten para incrementar los exportaciones de productos artesanales  
Lambayeque.

**Declaro bajo juramento que:**

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

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

Chiclayo 17 de marzo, 2020

Nombres y apellidos Kristhel Mariella Custodio Atencio  
DNI 73262820  
Firma [Firma]

## Índice

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT .....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II.MÉTODO.....</b>	<b>20</b>
2.1.Tipo y Diseño de Investigación .....	20
2.2.Operacionalización de variables .....	20
2.3.Población y muestra.....	24
2.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	26
2.5.Procedimiento .....	28
2.6.Método de análisis de datos .....	29
2.7.Aspectos Éticos.....	29
<b>III.RESULTADOS.....</b>	<b>30</b>
<b>IV.DISCUSIÓN.....</b>	<b>55</b>
<b>V.CONCLUSIONES.....</b>	<b>57</b>
<b>VI.RECOMENDACIONES.....</b>	<b>58</b>
REFERENCIAS .....	59
ANEXOS.....	64
Acta de aprobación de originalidad de tesis .....	83
Reporte de Turnitin .....	84
Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV.....	85
Autorización de la versión final del trabajo de investigación.....	86

## RESUMEN

La presente tesis cuyo objetivo principal fue proponer acciones de mejora del nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten para incrementar las exportaciones de productos artesanales en Lambayeque, tiene como título “Nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten para incrementar las exportaciones de productos artesanales Lambayeque”, la hipótesis planteada fue “Si se mejora el nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten entonces se podrá incrementar las exportaciones de productos artesanales Lambayeque”.

El estudio fue dirigido a cuatro muestras: páginas web (PROMPERU STAT, SIICEX, etc.), 8 presidentes de asociaciones artesanales del distrito de Eten, 2 instituciones especializadas en temas de exportación de artesanía y un especialista en temas de exportación involucrado en el sector artesanal.

La recolección de datos se realizó mediante los instrumentos: cuestionario del mapa de competitividad del BID y evaluación de la capacidad exportadora que estuvieron integradas por preguntas en la escala tipo Likert, entrevista y fichas documentales, los cuales fueron validados por expertos y la confiabilidad se calculó a través el coeficiente de Cronbach, los datos recolectados fueron procesados y analizados por el programa estadístico Excel.

El diseño del presente trabajo fue no experimental, transversal, descriptivo, lo que permitió llegar a la conclusión que es importante incrementar el nivel de competitividad en las asociaciones del distrito de Eten para poder incrementar las exportaciones de productos artesanales en Lambayeque, por ello el aporte fundamental de este trabajo fue proponer acciones de mejora que permitirán incrementar la competitividad de éstas.

**Palabras calves:** competitividad, exportación, artesanía, capacidad exportadora.

## **ABSTRACT**

The present thesis whose main objective was to propose actions to improve the level of competition of the associations of the district of Eten to increase exports of artisanal products in Lambayeque, is entitled "Level of competitiveness of the associations of the district of Eten to increase exports of artisanal products Lambayeque", the hypothesis was "If the level of competitiveness of the Eten district associations is improved then exports of Lambayeque artisanal products can be increased".

The study was directed to four samples: web pages (PROMPERU STAT, SIICEX, etc.), 8 presidents of artisan associations of the district of Eten, 2 institutions specializing in export issues of crafts and a specialist in export issues involved in the sector artisanal.

The data collection was done through the instruments: questionnaire of the competitiveness map of the IDB and evaluation of the export capacity that were integrated by questions on the Likert type scale, interview and documentary records, which were validated by experts and the reliability was calculated through the Cronbach coefficient, the data collected were processed and analyzed by the Excel statistical program.

The design of the present work was non-experimental, transversal, descriptive, which allowed to reach the conclusion that it is important to improve the level of competitiveness of the Eten district associations to increase the exports of artisanal products in Lambayeque, for this reason the fundamental contribution of this work was to propose improvement actions that will increase their competitiveness.

**Keywords:** competitiveness, export, crafts, export capacity.

## I. INTRODUCCIÓN

La artesanía es una manifestación importante de la cultura pues es el reflejo del alma de los pueblos. Además, es una oportunidad para las diversas familias pues permite obtener una nueva fuente de ingresos, mejorando su estándar de vida.

Asimismo, el mercado actual ha sido afectado por la globalización y como consecuencia a esto ha generado diversas oportunidades de negocio y con ello una exigencia de competitividad entre las empresas. La definición de competitividad tiene dos dimensiones: la del ámbito interno donde la competencia se orienta a los servicios y bienes ofrecidos por las empresas, dependiendo de un excelente manejo de sus procesos productivos, los niveles de calidad, así como del precio. Por otro lado está la dimensión del entorno donde se desarrolla la empresa, y cuyo ente principal es el gobierno, pues influye tanto en las relaciones dentro del trabajo y la estructuración de un marco jurídico que admita o reprima el que las empresas inviertan, vendan y firmen contratos con otras empresas y velar por el cumplimiento de éstos, además de proveer una infraestructura adecuada (Rubio y Baz, 2005, p.13)

A nivel internacional según Sosa (2015) los problemas con mayor notoriedad que presenta la artesanía Otavaleña son: escasa asociatividad, la explotación laboral y rivalidad entre los mismos artesanos, ocasionando así una escasa competitividad lo que obliga la importación de artesanía de otros países para luego exportarlas como de origen local.

Por otro lado, la artesanía Colombiana no ha sido ajena a esta problemática pues el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia [MINCIT] (2018) presentó una propuesta sobre incrementar el grado de competitividad exportadora fomentando la promoción del sector artesanal, suscitar la asociatividad y la creación de redes empresariales, además de la capacitación para la innovación, manufactura y mercadeo de los bienes artesanales, y el desarrollo de nuevas tecnologías.

En el ámbito nacional según el diario “Crónica viva”, realizó una publicación el 11 de febrero del 2018 titulada “Artesanos peruanos buscan ser más competitivos para llegar a más mercados internacionales”, informando que la Asociación de Exportadores del Perú (ADEX) manifestó que el estado y el sector privado han orientado sus mecanismos en lograr que el artesano peruano pueda tecnificarse y profesionalizarse, a través de la asociatividad, la

innovación y calidad de sus productos, con el fin de proteger el valor cultural que tiene este sector, pues al Perú aún le falta mucho trabajo para aumentar su nivel de competitividad como proveedores de artesanía en el mercado internacional y éste pueda ser reconocido al igual que la gastronomía.

Asociación De Exportadores [ADEX] (2017) manifestó que las exportaciones artesanales peruanas han disminuido en comparación al año 2011, donde se exportaron cerca de 66 millones de dólares, el escenario de la artesanía peruana se ha ido debilitando, pues la competitividad del sector se ha deteriorado por la volatilidad del mercado, además no cuentan con tecnología para mejorar su productividad y no tienen un buen manejo en sus costos. En Cusco la artesanía está basada en el ámbito local, a causa de un desconocimiento de la demanda en el mercado internacional y una escasa participación en ferias internacionales, solo el 12 % de sus MYPES artesanales son altamente productivas capaces de crear ventajas competitivas.

A nivel local Ventura (2017) describe la realidad en el sector artesanal del distrito de Monsefú como poseedora de características espontáneas y tradicionales, con una baja tasa de inversión y escasa división de trabajo, desconocen los beneficios que tienen al formalizarse y registrarse como una MYPE y sus pocas exportaciones han sido indirectas a pesar de contar con ventajas competitivas pues sus diseños están enfocados en el cliente.

Según Guillermo (2017) los artesanos de la Ciudad de Eten presentan deficiencias que repercuten en el desarrollo de este sector, algunas de ellas son el desconocimiento de canales de venta, siendo el principal punto de venta el hogar de cada artesano; rivalidad entre los asociados y artesanos en general; escasa promoción del sector; asimismo, aunque el tejido de sombreros en base al uso de fibras vegetales, especialmente en paja palma macora, ha alcanzado un alto nivel de calidad, no es valorado económicamente. En cuanto a la oferta es limitada por una escasa inversión y falta de financiamiento, las exportaciones que se han realizado han sido para envíos de muestra o venta a través de intermediarios.

La artesanía etenana cuenta con diseños muy modernos pero que no pierden su tradicionalidad, por la capacitación constante que les brinda el organismo CITE SIPAN, han desarrollado nuevas técnicas en el tejido de sombreros brindándoles mejor calidad, sin embargo las pocas exportaciones que han realizado han sido a través de intermediarios, por

desconocimiento en temas de distribución internacional, ocasionando que sus ventas se centren en el mercado local, y que estas sean estacionarias. Es por ello que los artesanos han buscado otras oportunidades de trabajo, y son pocos especialmente mujeres quienes aún continúan fabricando productos artesanales, perdiéndose así un gran valor cultural transferido de generación en generación.

Es en este punto que el presente estudio se ha enfocado en descubrir en qué nivel de competitividad se encuentra la artesanía etenana y brindar acciones de mejora para lograr las exportaciones de los productos artesanales.

Los trabajos que sirven de soporte a la investigación a nivel de tesina y/o proyectos nacionales e internacionales son:

Saavedra, Milla y Tapia (2013) en su tesis denominada “Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México”, de México D. F., México. El objetivo de esta tesis es diagnosticar el grado de competitividad de la PYME a través del análisis de los factores internos como fabricación y abastecimiento, calidad, comercialización, nivel de capacitación del personal, sistemas de información, entre otros. El cual concluye que la PYME presenta mayor competitividad que las microempresas, deduciendo así que la competitividad depende del tamaño de la empresa, además también del sector y el nivel de estudios del empresario.

Se puede aprovechar este estudio pues aporta tres factores como la productividad, recursos humanos, y la información que influyen en la competitividad de una MYPE, además brinda un tipo de análisis para hallar el nivel de competitividad.

Marín (2015) en su tesis denominada “Propuesta de medición de competitividad de las PyMES ubicadas en la provincia de Córdoba”, de la ciudad de Córdoba, Argentina. El objetivo de esta tesis fue analizar el rol importante de la competitividad en el desarrollo de las PyMES. El cual concluye que los niveles internos, externos y meta de la empresa son competitivos, asimismo el mapa de competitividad del BID es una metodología útil para el diagnóstico, pues describe información importante que permiten crear alternativas de solución. Además, se demostró que la competitividad se relaciona con los factores micro y macro de la empresa.

De acuerdo a lo mencionado por los autores, esta investigación mide la competitividad sistémica de las MIPYME del sector de manufactura a través del modelo del BID, el cual no solo permite conocer cuál es el nivel de competitividad, si no también permite conocer los factores importantes que influyen en el resultado.

Hurtado, Romero y Jaime (2015) en su artículo denominado “La competitividad en la exportación de espárragos sonorenses hacia Estados Unidos en el marco del TLCAN”, de la ciudad de Torreón, México. Con objetivo de estudiar la competitividad a través de la aplicación del método del IVCR que consiste en la medición de la ventaja comparativa revelada a nivel de productos específicos, en este caso el de los espárragos mexicanos. El cual concluye que EEUU presenta mayor competitividad exportadora en comparación con México. Sin embargo, México presenta una mejor competitividad sobre Estados Unidos en cuanto a la producción y exportación de espárrago. El cálculo del IVCR además indicó una tendencia negativa en el nivel de competitividad de Estados Unidos con respecto a México. Pero México ha mostrado una actitud pasiva frente a la competitividad de otros países.

Según el autor la aplicación del Índice de Ventajas Comparativas Reveladas (IVCR), permite evaluar la productividad y poder de comercialización que tiene un país en un periodo específico, con el fin de buscar estrategias para aprovechar las oportunidades.

Buitrago (2015) en su estudio “Nivel de competitividad en micro empresas de Ibagué Colombia”, de la ciudad de Ibagué, Colombia. Cuyo objetivo fue fijar el nivel de competitividad de las empresas con el fin de proponer acciones que puedan fortalecerla y hallar los factores que impiden promover su desarrollo. Cuyo resultado obtenido fue que los factores que intervienen son la falta de organización empresarial y documentación de los procesos en las empresas y se recomienda una capacitación constante para estas empresas por parte de las instituciones educativas y de las agrupaciones que las representan dado que no cuentan con un alto conocimiento para enfrentarse a un mercado altamente competitivo.

Este estudio es importante pues muestra el valor de la capacitación del personal en las diversas áreas para una mejora en el nivel de competitividad, además brinda acciones que pueden usarse de referencia en otros escenarios.

A nivel nacional según Ríos (2017) en su tesis denominada “Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017”, de la ciudad de Lima, Perú. El objetivo de esta tesis fue Identificar el nivel de la competitividad del potencial exportador en el sector textil del centro poblado de Porcón Alto - Cajamarca, el cual concluyó que el nivel de competitividad del potencial exportador del sector textil es muy bajo a causa de factores como: bajo nivel de producción, poca capacitación del personal, escasa relación comercial y despreocupación por parte de las instituciones, por lo que recomienda capacitar en temas sobre precios y costos, nuevas técnicas e innovación en la asociatividad.

Respecto a lo mencionado por el autor esta investigación tiene mucha utilidad en cuanto al análisis y los factores influyentes que tienen en el nivel de competitividad pues considero que el escenario que se presenta, muestra el mismo panorama que el sector artesanal de la ciudad de Eten.

Romero (2016) en su tesis denominada “Competitividad y Cadena Productiva de las exportaciones de espárragos de las MYPE’s en Santa Dominguita – Ica, 2016”, Perú. Cuyo objetivo fue medir el tipo de relación en las variables cadena de producción y competitividad en dichas empresas, el cual concluyó que es importante analiza la cadena de producción en las MYPEs exportadoras pues a partir de esto se podrá mejorar su nivel de competitividad.

El estudio busca analizar un factor influyente para medir la competitividad y es la cadena productiva, pues permitirá conocer las debilidades y fortalezas de las MYPEs con el fin de buscar acciones de mejora e incrementar el nivel de competitividad en las exportaciones de espárrago.

Palomino (2016) en su tesis denominada “Perfil competitivo del sector textil exportador de lana de alpaca - Junín, 2005-2014”, del departamento de Huancayo – Perú. El objetivo fue analizar el perfil competitivo del sector textil exportador de lana de alpaca – Junín durante los años 2005-2014, cuya conclusión fue que este sector cuenta con pocos especialistas en la producción de textiles, lo que ocasiona una baja productividad, sin embargo el bajo costo en la mano de obra, uso de herramientas como el DRAWBACK y acceso a nuevas tecnologías han permitido el desarrollo de este sector.

Según el autor muestra que este sector ha sabido aprovechar las oportunidades del comercio exterior y con ello disminuir el impacto de uno de los factores que intervienen en la competitividad, para mantenerse en un mercado altamente competitivo.

Alvarado y Franco (2016) en su tesis denominada “Factores que limitan la competitividad en exportaciones de uvas iqueñas bajo el Tratado de Libre Comercio Perú – Corea. 2011 – 2014”, de la ciudad de Lima- Perú. Cuyo objetivo general fue identificar los factores limitantes de la competitividad en las exportaciones de uva iqueñas al mercado de Corea, la conclusión de este estudio muestra que la falta de especialización, ausencia de estrategias de posicionamiento en el mercado internacional, y bajo nivel tecnológico son los principales factores influyentes en el grado de competencia y eficiencia en la exportación de uvas.

El estudio será de utilidad pues nos permite reconocer los factores incidentes en el nivel de competitividad a través de un análisis a partir del diamante de Porter, el cual podría ser utilizado en el análisis del sector artesanal y medir su competitividad.

Atoche y Corzo (2015) en su tesis denominada “Factores de la competitividad que determinan en el potencial exportador de las micro empresas de la Asociación de fabricantes industriales textiles la Libertad”, de la ciudad de Trujillo – Perú. Su objetivo fue identificar los factores determinantes del potencial exportador en las MYPEs textiles, cuya conclusión es que los factores de gestión de calidad, gestión productiva, económica - financiera no determinan la capacidad exportadora, lo que significa que un buen producto no lo es todo en la exportación.

Los autores manifiestan que los factores de calidad, producción y económicos no influyen significativamente en el potencial exportador de una empresa, así mismo esta investigación será de mucha utilidad pues ofrece un instrumento para medir el potencial exportador que podrá ser usado para medir la competitividad en las exportaciones etenanas.

Castillo y Chafloque (2017) en su tesis denominada “Análisis de la competitividad en la comercialización del mate burilado, en el distrito de Mórrope, Lambayeque”, de la ciudad de Lambayeque - Perú. Su objetivo fue describir los índices competitivos para la distribución de artesanía, cuya conclusión fue que los artesanos en Mórrope son en su mayoría informales, no

cuentan con una cartera de clientes, así como con una marca y empaque, sin embargo es una actividad muy rentable por lo que se debe brindar ayuda en su desarrollo.

Según los autores los factores externos como el entorno del mercado, equilibra la competitividad del artesano de Mórrope, así mismo este estudio será de importancia pues el modelo de análisis del nivel de competitividad podría aplicarse en el diagnóstico de la situación artesanal de Eten.

Las teorías sobre las variables de este estudio, sin importantes como soporte de la presente tesis, respecto a la primera variable: competitividad se señala que:

La competitividad ha sido estudiada y conceptualizada en diversos enfoques, por lo que no tiene una definición específica, depende de la perspectiva y tipo de estudio, en un enfoque económico podría definirse como el potencial que tiene una empresa que lo hace diferente y le genera más oportunidades con respecto a otra.

Porter (1990) la conceptualiza como la capacidad de liderar en el mercado internacional, y ocupar espacios cada vez más grandes, para elevar el nivel de vida de la ciudadanía, siendo el camino más viable mejorar la productividad.

Michael Porter describe 4 etapas del desarrollo de la competitividad:

- Primera Fase: la competitividad es impulsada por factores de producción, específicamente en esta fase el desarrollo es a través del correcto aprovechamiento de los recursos con los que se cuentan para generar competitividad.
- Segunda Fase: impulsada por la inversión sectorial, la competitividad está basada en la eficiencia en la producción (economías de escala) y en la correcta intervención del entorno.
- Tercera fase: impulsada por la innovación, las empresas se encuentran en un mercado sólido, y la competitividad se basa en una reducción en los costos y en mejorar las cualidades del producto, no copiando sino creando.
- Cuarta fase: impulsada por la riqueza, todo lo anterior permite crear una barrera para los demás, y la disminución de la competitividad en las empresas dentro de un país permite la asociatividad de éstas, lo que desplaza la innovación por inversión financiera.

El autor señala siete características importantes de la competitividad:

- No se nace siendo competitivo.

- Las ventajas competitivas se construyen.
- Lo difícil en mantener la competitividad.
- Implica un liderazgo internacional.
- Las empresas exportadoras buscan mayormente la competitividad.
- Implica la participación de un entorno competitivo.
- Supone un enfoque estratégico en busca de la mejor de productividad, eficiencia y calidad de una organización (Lee & Karpova, 2018).

Según Solano, Pérez y Uzcátegui (2017) los métodos de análisis y medición de la competitividad son:

- El índice del Institute for Management Development (IMD).

Está basado en medir la capacidad que tiene un país para mantener su valor agregado, como consecuencia conservar la competitividad en el mercado. La evaluación de los 4 factores que propone permite no solo medir el nivel de competitividad, sino también permite encaminar al gobierno en crear estrategias de mejora.

- Eficiencia del gobierno. Se refiere a la capacidad del gobierno para crear un ambiente estable, que genere valor a las empresas, por ejemplo estableciendo un buen marco jurídico.
  - Eficiencia empresarial. Manifiesta el aporte de las organizaciones en el desarrollo económico de una nación.
  - Desempeño económico. Describe la evolución económica de una nación, valiéndose por el estándar de vida de sus ciudadanos.
  - Infraestructura. Hace referencia a la capacidad de obtención de nuevas tecnologías.
- Mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Permite medir el nivel de competitividad de las MYPEs, a través de un cuestionario, dividido por áreas.

**Tabla N°01***Mapa de competitividad del BID*

Áreas de competitividad	Indicadores
Planeación estratégica. Capacidad de la MYPE para realizar planes que le permitan lograr sus objetivos.	Proceso de Planeación Estratégica.
	Implementación de la estrategia.
Producción y operaciones, aprovisionamiento, logística. Mide el nivel de productividad de la empresa.	Planificación y proceso de producción
	Capacidad de producción
	Mantenimiento Investigación y desarrollo
	Aprovisionamiento
	Manejo de inventarios
	Ubicación e infraestructura
Aseguramiento de la calidad	Aspectos generales de la calidad
	Sistema de calidad
Comercialización. Mide la proporción de mercado con la que cuenta la empresa en el mercado nacional y el mercado internacional.	Mercado Nacional: Mercadeo y Ventas, Servicios, Distribución Mercado
	Exportación: Plan exportador, Producto, Competencia y mercadeo, Distribución física internacional, Aspectos de negociación, Participación en misiones y ferias
Contabilidad y finanzas	Monitorización de Costos y Contabilidad
	Administración Financiera Normas Legales y Tributarias.
Recursos Humanos. Mide la capacidad de los trabajadores para generar valor agregado.	Aspectos Generales
	Capacitación y Promoción del Personal
	Cultura Organizacional Salud y seguridad industrial.
	Política Ambiental de la Empresa
	Estrategia para Proteger el Medio Ambiente

Gestión ambiental. Mide la responsabilidad social y el impacto ambiental de la MYPE.	Concientización y Capacitación del personal en Temas Ambientales
	Administración del Desperdicio
Sistema de información	Planeación del Sistema Entradas Procesos

Fuente: Solano, Pérez & Uzcátegui (2017), Elaboración propia.

- Evaluación de la capacidad exportadora de Minervini (1996).

Esta evaluación permitirá conocer el nivel de competitividad y potencial exportador de la organización u asociación, se encuentra dividida en 6 factores:

- Capacidad técnica industrial: Realiza la medición de la capacidad de producir de la organización, con la finalidad de brindar valor al producto exportado.
- Información: Realiza la medición de la organización, respecto a los conocimientos entorno al comercio exterior.
- Comunicación y promoción: Mide la cuota que abarca la organización en el mercado internacional.
- Merchadising. Realiza la medición de la capacidad de la organización de desenvolverse en el mercado internacional.
- Estructura interna de exportación: Realiza la medición de la capacidad de la organización en cuanto a la organización y especialización en el área de exportación.
- Ingeniería de precios: Realiza la medición de la capacidad de la organización en la estructuración de precios competitivos en el mercado (Listra, 2015).

Niveles de competitividad de acuerdo a los resultados:

- Entre 16% - 39% de "NO"= Bueno
- Entre 10% - 15% de "NO" = Muy bueno
- Entre 40% - 59% de "NO"= Suficiente
- El 60% de "NO"= Malo

Respecto a la artesanía, la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal N° 29073, conceptualiza artesanía a la actividad económica que se encarga de la fabricación de bienes que son realizados manualmente o ayudados de instrumentos, pero que el factor vital del

producto es la mano de obra, usando materia prima originaria del lugar y presentan un punto originario y distintivo.

Según el CITE -SIPAN (2011) clasifica la artesanía en:

Tipo de Artesanía.

- Indígena. Fabricación de un bien de utilidad, estéticos y culturales diseñados por el ambiente.
- Tradicional Popular. Fabricación de un bien resultado de la unión de dos costumbres, producidas por la población anónimamente, haciendo uso de materia prima oriunda de la región.
- Neo artesanía. Fabricación de un bien de utilidad y estéticos del sector, en cuya fabricación combinan técnicas originarias de diversos panoramas socioculturales, se caracteriza por su inclinación hacia la evolución tecnológica moderna. Además está influenciada por la tendencia del mercado.

Manquillo (2019) señala las categorías del artesano.

- Aprendiz.- Persona en principios de formación manual y técnica en un taller, bajo el control de un guía o un maestro acreditado.
- Oficial.- Aquel artesano con habilidad manual y técnica para la elaboración de objetos específicos, más no crea diseños artesanales.
- Instructor.- Artesano con mucha experiencia, capacitado y preparado manual y técnicamente, con nociones educativas que transmite conocimientos teóricos y prácticos a los aprendices sobre la producción artesanal o trabajo concreto.
- Maestro Artesano.- Aquel que tiene un conocimiento total sobre la artesanía en su especialidad; además, posee la habilidad de crear con originalidad e innovación, así como hacer uso de técnicas de fabricación y diseño artesanal.

Herrera (2018) clasifica las líneas artesanales.

- Línea artesanal de cerámica. La mayor cantidad de alfareros se ubican en el distrito de Mórrope, pero también los hay en el centro poblado de Sipán y Pícsi, su organización se basa en talleres formados por miembros de una misma familia, legalmente solo dos están

constituidas. En Mórrope su insumo principal es la arcilla mezclada con arena y agua, en Sipán es la arcilla obtenida en el Río Reque y en Picsi utilizan arcilla roja o blanca proveniente de Lima.

- Línea artesanal de tejidos en fibras vegetales. Los artesanos se encuentran concentrados en el distrito de Eten, pero también los hay en Monsefú y Santa Rosa, su organización se basa en la asociatividad, el insumo principal es el junco de agua, paja palma macora, paja toquilla y otras fibras vegetales importadas de Ecuador.
- Línea artesanal de tejidos en algodón nativos. Los artesanos se localizan en el distrito de Mórrope principalmente, también en Ferreñafe, Túcume y en la ciudad de San José, están organizados en talleres y asociaciones, su insumo principal es el algodón nativo proveniente de Perú y Ecuador.
- Línea artesanal de tejidos en lana de ovino. Los artesanos se ubican en la sierra de Lambayeque principalmente en la comunidad de Incahuasi, su materia prima es la lana de ovino Junín y Corriedale cuyo precio es mayor, y vellones de ovino criollo.
- Línea artesanal de cerámica de mates burilados. La mayoría de artesanos ubicados en el distrito de Mórrope y Túcume, su materia prima es el poro o calabazo de distintas formas.
- Línea artesanal de orfebrería. Los artesanos se ubican en los distintos distritos de Chiclayo, su materia prima principalmente es el oro, la plata y el cobre, pero también trabajan con otros metales.
- Línea artesanal de bordados. Los artesanos están ubicados en Monsefú, se organizan en asociaciones, su materia prima es el hilo matizado de colores, telar, tocuyo, popelina, etc.
- Línea artesanal de teñido en reserva. Los artesanos se ubican en el distrito de Zaña y Túcume, donde se desenvuelven 2 talleres de producción, su materia prima es la parafina para conservar el color.

Situación actual del sector artesanal en la Ciudad de Eten.

- El mercado artesanal.

Según el CITE – SIPAN el mercado artesanal en la ciudad de Eten caracteriza diversas restricciones, siendo aún su participación muy escasa en los mercados internacionales y el

mercado nacional. En relación al desarrollo del producto, se ha podido mejorar la calidad como resultado de las especializaciones constantes en la creación de nuevos diseños, acabados y control de calidad, sin embargo, a pesar de la mejora en los productos, existen dificultades en su desarrollo, debido a la insuficiente inversión para adaptarse, volumen y desviaciones de la demanda, así como la escasa competitividad en su cadena de suministros.

- Oferta

En la ciudad de Eten, los puntos de venta fundamentales son los mismos hogares de los artesanos, además de presentaciones en ferias regionales como la Feria del Divino Niño del Milagro, Feria de cultura Viva, etc., o a nivel nacional e internacional, como: Perú Moda, Perú Gift Show, EXHIBE PERÚ organizada por el Mincetur, etc. Los pocos envíos internacionales han sido por muestra o distribuciones mediante brókeres, pues son pocos los que están capacitados en la estructuración de precios.

- Demanda

La demanda artesanal se enfoca en el mercado regional, turístico y con baja escala en el mercado internacional. Atendidos esencialmente por artesanos tradicionales y productores de suvenires, cuyas organización es en asociación o independiente.

- Ubicación.

Los artesanos que fabrican productos en base a fibras vegetales están concentrados en la Ciudad de Eten ubicados en el distrito de Chiclayo, son un total de 80 artesanos.

- Organización.

Los artesanos de la ciudad de Eten se organizan en talleres pequeños, formados por integrantes de una familia, donde la constitución legal de éstas es escasa; en su mayoría están constituidos por mujeres y padres de familia, pues la nueva generación no ve rentable esta actividad.

Entre las asociaciones existentes encontramos:

- Asociación de Artesanas Divino Niño del Milagro de Ciudad Eten
- Taller Mujeres Emprendedoras de Inés Neciosup, de Ciudad Eten.

- Asociación de Artesanos de Ciudad Eten.
- Asociación de Artesanas NEISNAM de Ciudad Eten.
- Asociación Virgen de Guadalupe de Ciudad Eten.
- Taller Artesanía Caney de Ciudad Eten.
- Asociación de Artesanas Mujeres en Acción de Ciudad Eten.
- Parque Artesanal de Monsefú.

- Cadena de suministros:

- Materia Prima y Abastecimiento

La Palma Macora, es el principal insumo de producción, sustituida algunas veces por la paja toquilla u otras importadas indirectamente de la provincia de Manabí - Ecuador. La Paja Palma Macora es procesada y exportada al Perú. Los artesanos al adquirir la fibra vegetal realizan un proceso de preparación, con la finalidad que sea más resistente y flexible para la fabricación de los productos.

- Fabricación y calidad

La producción inicia en la compra por parte del artesano etenano de la paja palma macora en el mercado local, y el proceso de preparación de ésta.

- Fabricación de sombreros:

En esta etapa, se hace uso de diversos equipos, con el fin de brindarle una forma circular a la copa del sombrero, a continuación de esto se teje la falda, el cordón y el remate. Posteriormente, se inicia el proceso de chancado utilizando una piedra, recibiendo al final el proceso de azufrado, con el que termina la fabricación del sombrero. El transcurso tarda entre 15 - 30 días, todo depende del material, el tipo el punto y el diseño del sombrero.

- Fabricación de carteras, tapetes y otros:

Para la elaboración de los productos de mayor tamaño, como son carteras, tapetes, etc., las artesanas hacen uso del telar de cintura, a través de urdidores y telares de madera, también utilizan máquina de coser, empleado en el armado y detalles finales del producto. Lo sobrante de esta fibra es utilizada para suvenires más pequeños, con el objetivo de ser eficiente.

- Distribución

La venta de artesanía se realiza de manera directa, especialmente en ferias locales y desde sus hogares o negocios propios. Las exportaciones han sido indirectas por desconocimiento de temas de exportación.

De acuerdo a la segunda variable: exportación la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT] (2018) define la exportación como un régimen aduanero que permite la salida legal de mercancías, personas y servicios del territorio aduanero.

- Requisitos.

## Tabla N°02

### *Requisitos para la exportación*

PERSONA NATURAL	PERSONA JURÍDICA
<p>Con Ruc: Exporta fácil: cuya mercancía no exceda los 30 kilos y cuyo valor FOB sea <math>\leq</math> \$7500 por operación.</p>	<p>Contar con RUC habilitado para exportar. Tener domicilio fiscal como Habido. Adjuntar los documentos, formularios y requisitos para realizar la exportación.</p>
<p>Sin RUC: Cuando realicen exportaciones casualmente cuyo valor FOB sea <math>\leq</math> \$1000 americanos por cada operación y que hayan registrado como máximo 3 exportaciones anuales. O cuando realicen una exportación anual cuyo valor FOB <math>\leq</math> \$ 3 000 americanos.</p>	

Fuente: SUNAT (2018). Elaboración propia.

- Documentos.

Como exportador cumplir con los documentos será un parte principal en la exportación, pues permitirá cumplir con las normas y reglas aduaneras, además de hacer cumplir el pago de la exportación, mantener estadísticas de transacciones internacionales y brinda transparencia durante el proceso.

Si bien es cierto muchos países han establecido los documentos necesarios para el ingreso de mercancías a éstos, sin embargo los documentos esenciales para la SUNAT son:

#### Declaración de Exportación.

Permite registrar las exportaciones realizadas y el control cuando se realice la supervisión que lo declarado es lo que realmente se exportará.

- Declaración Aduanera de Mercancías (DAM): Formato exigido por la SUNAT en las exportaciones de mercancías cuyo importe sea  $> \text{US\$ } 5,000$ .
- Declaración Exporta Fácil (DEF): Formato utilizado en las exportaciones a través del sistema Exporta Fácil.

Declaración Simplificada de Exportación (DSE): Formato usado para la exportación definitiva de mercancías cuyo valor FOB sea  $\leq \text{US\$ } 5,000$ .

#### Factura comercial.

Es el documento donde se establecen los términos de venta y permite justificar la exportación, es un papel membretado que incluye el nombre y dirección del exportador, número, lugar y fecha de emisión, información del consignatario, Incoterm pactado, descripción de la mercancía, importe y moneda de transacción, datos del transportista, forma de envío.

#### Packing list.

Detalla la mercancía embalada, una copia se envía al consignatario para la verificación del embarque en destino.

#### Documentos de transporte.

Permite demostrar el contrato con el transportista y bajo qué condiciones se dieron, detalla que la mercancía ha sido entregada en buen estado y además muestra la titularidad de la mercancía.

- Carta porte.
- Guía aérea (airway bill).
- Conocimiento de embarque (bill of lading)

## Certificados.

Los certificados más comunes son:

- Certificado de origen
- Certificado sanitario
- Certificado fitosanitario y zoosanitario
- Certificado del Ministerio de Cultura
- Certificado CITES del Ministerio de Agricultura
- Otras certificaciones solicitadas por el importador

- Beneficios.

Los beneficios que tiene una empresa al exportar son incrementar ventas, posibilidad de una mayor rentabilidad, acceso a mercados más grandes, diversificar riesgos, beneficiarse las economías de escala y acuerdos comerciales vigentes, posicionamiento de marca, entre otros. Así mismo según SUNAT (2018) el estado brinda beneficios al exportador como:

## El DRAWBACK

Es un régimen aduanero que permite la restitución total o parcial de los aranceles gravados en la importación de insumos contenidos o consumidos en la fabricación, conservación o distribución del bien exportado (Calle, 2019).

Pueden acogerse organizaciones que producen – exportan, importen o compran en el mercado local insumos importados del exterior, siempre y cuando éstos no hayan ingresado bajo mecanismos de suspensión, u otro régimen que suspenda o exonere el pago de aranceles, además cuyo uso no supere los 36 meses desde la importación.

El porcentaje de restitución es el 4% del valor FOB, siempre y cuando éste sea  $\leq$  que el 50% de los costos de producción, el monto mínimo exigible es de \$500, en menores montos pueden acumularse hasta llegar a dicho monto.

## Crédito Fiscal

Las exportaciones no se encuentran gravadas de IGV, por lo que el exportador tiene el beneficio de pedir ante SUNAT la devolución del IGV pagados en la compra de materias primas en el mercado local, con el fin de que la empresa cuente con precios más competitivos (Belay, 2009).

- Modalidades.

Las modalidades se definen en función al monto de la mercancía exportada.

- Monto mayor a \$5000 FOB:
  - Exportación definitiva: Es el régimen que permite la salida legal de las mercancías, no está afecta a impuestos o gravámenes, es necesario la contratación de un agente de aduanas y la presentación de documentos se hace necesaria, no se puede exportar mercancías restringidas sin autorización del ente competente.
- Monto menor a \$5000 FOB:
  - Despacho simplificado de exportación: Tiene la finalidad de agilizar el despacho de la exportación, sin que intervenga un despachador aduanero, siempre y cuando las mercancías no sean con fines comerciales o que su valor FOB  $\leq$  \$5000, sean donaciones, obsequios menores a los \$1000, entre otras.
  - Exporta fácil: Es un mecanismo que promueve las exportaciones, diseñados principalmente para las MIPYMEs, la mercancía no debe exceder los 30 kg y cuyo valor FOB sea menor o igual a \$7 500.

Es así, como la formulación del problema se centra en ¿Cómo mejorar el nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten para incrementar las exportaciones de productos artesanales Lambayeque?, cuyos problemas específicos son: ¿Cuál es el diagnóstico actual de las exportaciones de productos artesanales? ¿Cuál es el nivel de competitividad de las asociaciones artesanales en el distrito de Eten – Lambayeque? ¿Cuáles son los factores influyentes en la competitividad de las exportaciones de productos artesanales en el distrito de Eten – Lambayeque? ¿Qué acciones de mejora implementar en la competitividad de las asociaciones para incrementar las exportaciones de productos artesanales?

La justificación teórica de este estudio es que una mejora en el nivel de competitividad de las asociaciones para la exportación de productos artesanales en el distrito de Eten no se ha realizado precedentemente, es por esto que existe dificultad en la obtención de información, por lo que este estudio beneficiará a investigaciones futuras, pues se busca dar a conocer los factores influyentes en el nivel de competitividad y a partir de éstos generar algunas estrategias que permitirán mejorar el sector exportador artesanal de dicho distrito.

Respecto a la justificación metodológica del estudio es que la metodología que se aplicará en la investigación permitirá al estudio plantear un modelo de análisis del nivel de competitividad que podrá ser usado en próximas investigaciones con el afán de desarrollar una propuesta metodológica encaminada a aclarar las fortalezas y debilidades del artesano etenano. Las entrevistas a expertos en el área también ayudarán para el fortalecimiento de la investigación por el aporte de gran importancia al conocimiento ganado en el transcurso de su vida profesional.

Asimismo, la justificación práctica de la investigación es que se realizará acotaciones reales, datos reales que permitirán conocer la verdadera situación que afrontan los artesanos del distrito de Eten, los cuales podrán ser utilizados por el estado y otras entidades privadas o públicas que busquen medir el nivel de competitividad en otros sectores económico.

La hipótesis planteada en la investigación fue si se mejora el nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten entonces se podrá incrementar las exportaciones de productos artesanales Lambayeque.

El objetivo principal de la investigación fue proponer acciones de mejora en el nivel de competitividad de las asociaciones para incrementar las exportaciones de productos artesanales. Teniendo como objetivos específicos: Diagnosticar el estado actual de las exportaciones de productos artesanales. Analizar el nivel de competitividad de las asociaciones artesanales en el distrito de Eten – Lambayeque. Identificar los factores influyentes en la competitividad de las exportaciones de productos artesanales en el distrito de Eten – Lambayeque.

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y Diseño de Investigación

El tipo de investigación es no experimental, transversal, descriptivo. Según Hernández Fernández, y Baptista, (2010) “el término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema” (p. 128), de acuerdo al autor esto hace noción a la creación de un plan por parte del investigador, con la finalidad de hallar las respuestas a nuestro problema y analizar la veracidad de la hipótesis de investigación, además permitirá recolectar información lo más exacta posible. Basándonos en Hernández *et al.*, (2010) el diseño para la presente investigación es **no experimental**, pues nos limitaremos a la observación de ambas variables en su contexto natural con el fin de analizarlas, sin manipular en forma intencional la variable independiente y ver su efecto en la otra variable; **transversal** puesto que el estudio hará la recolección de datos en un determinado momento, para describir el comportamiento de las variables en un momento único; **descriptivo** porque se describirá la incidencia de las modalidades o niveles de las variables de estudio en una población.



### 2.2. Operacionalización de variables

#### a) Y = Variable dependiente: Exportaciones de productos artesanales.

- Definición conceptual

Régimen aduanero por el cual, se permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero. (SUNAT, 2018, párr.2)

- Definición operacional

La exportación es un régimen aduanero que permite la salida legal de mercancías, personas y servicios del territorio aduanero, esta variable abarca las siguientes dimensiones requisitos, documentos, beneficios y modalidades de la exportación.

## **b) X= Variable Independiente: Competitividad**

- Definición conceptual

“La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad” (Porter, 1990, p.34).

- Definición operacional

La competitividad es la capacidad de liderar en el mercado internacional, y ocupar espacios cada vez más grandes, para incrementar el estándar de vida de los pobladores, siendo el camino más viable mejorar la productividad, las dimensiones que abarca esta variable son el Mapa de Competitividad del BID, Evaluación de capacidad exportadora y las etapas de la competitividad.

### Operacionalización de variables:

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Variable Independiente: Competitividad	“La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad” (Porter, 1990, p.34).	La competitividad es la capacidad de liderar en el mercado internacional, y ocupar espacios cada vez más grandes, para incrementar la calidad de vida de los ciudadanos, siendo el camino más viable mejorar la productividad, las dimensiones que abarca esta variable son el Mapa de Competitividad del BID, Evaluación de capacidad exportadora.	Mapa de competitividad del BID.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación estratégica.</li> <li>• Cadena de valor</li> <li>• Aseguramiento de la calidad.</li> <li>• Comercialización.</li> <li>• Contabilidad Y Finanzas</li> <li>• Talento humano</li> <li>• Gestión ambiental</li> <li>• Sistema de información.</li> </ul>	Cuestionarios, Encuesta, Ficha Documental.
			Evaluación de capacidad exportadora.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad técnica industrial.</li> <li>• Información</li> <li>• Comunicación y promoción.</li> <li>• Mercado</li> <li>• Estructura interna de exportación</li> <li>• Ingeniería de precios</li> </ul>	
			Etapas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primera fase</li> <li>• Segunda fase</li> </ul>	

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tercera fase</li> <li>• Cuarta fase</li> </ul>	
Variable dependiente: Exportaciones de productos artesanales.	Régimen aduanero por el cual, se permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero (SUNAT, 2018, párr.2)	La exportación es un régimen aduanero que permite la salida legal de mercancías, personas y servicios del territorio aduanero, esta variable abarca las siguientes dimensiones requisitos, documentos, beneficios y modalidades de la exportación.	Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona natural</li> <li>• Persona jurídica</li> </ul>	
			Documentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Declaración</li> <li>• Factura</li> <li>• Packing list</li> <li>• Certificados</li> <li>• Conocimiento de embarque</li> </ul>	
			Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DRAWBACK</li> <li>• Crédito fiscal</li> </ul>	
			Modalidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definitiva</li> <li>• Simplificada</li> <li>• Exporta fácil</li> </ul>	

Cuadro N°01. Operacionalización de variables.

Fuente y elaboración: propia (2018).

### 2.3. Población y muestra

En la presente investigación se utilizaron 04 poblaciones, con la finalidad de adquirir y recopilar información más específica, que favorezca en la verificación de la hipótesis planteada.

La población estuvo integrada por:

Primera población: Fuentes documentales o fuentes secundarias (ADEX, PROMPERU, SIICEX)

Segunda población: Asociaciones de artesanos del Distrito de Eten.

Tercera población: Instituciones relacionadas al sector artesanal.

Cuarta población: Especialistas en comercio exterior.

La **primera población** fueron fuentes documentales o fuentes secundarias a los que se les aplicó los siguientes criterios incluyentes y excluyentes.

- Fuentes documentales que muestren información de las exportaciones de productos artesanales.
- Fuente información confiable.
- Fuente de información actualizada.

Para esta población, la muestra estuvo integrada por páginas web ADEX, PROMPERUSTAT, SIICEX siendo el tipo de muestreo no probabilístico, pues la elección de la población fue por conveniencia.

La **segunda población** fueron los presidentes de las asociaciones de artesanos del Distrito de Eten, a los que se les aplicó los siguientes criterios incluyentes y excluyentes. Asociaciones de artesanos ubicados en el distrito de Eten.

- Asociaciones de artesanos ubicados en la línea artesanal de tejidos en fibras vegetales.
- Asociaciones de artesanos con más de 5 años de experiencia.
- Pertenecientes al comité de asociaciones de artesanos.

Para esta población, la muestra estuvo integrada por 8 presidentes de las asociaciones de artesanos del distrito de Eten, siendo el tipo de muestreo no probabilístico, pues la elección de la población fue por conveniencia.

La **tercera población** estuvo integrada por las Instituciones relacionadas al sector artesanal, las cuales aportaron información necesaria para el presente estudio a quienes se les aplicaron los siguientes criterios incluyentes y excluyentes.

- Instituciones relacionadas al sector artesanal del distrito de Eten.
- Instituciones relacionadas al sector artesanal ubicadas en la región de Lambayeque
- Instituciones relacionadas al sector artesanal con más de 5 años de creación.

Para esta población, la muestra estuvo integrada por dos instituciones relacionada al sector artesanal del distrito de Eten, la cuál será: CITE SIPAN y PROMPERU siendo el tipo de muestreo no probabilístico, ya que la elección de las instituciones fueron por conveniencia.

La **cuarta población** fueron los especialistas en comercio exterior, los cuales brindaron información necesaria para el presente estudio, a quienes se les aplicaron los siguientes criterios incluyentes y excluyentes.

- Expertos en la materia, ubicados en la región Lambayeque.
- Experiencia laboral más de dos años.
- Experiencia en Comercio Internacional.
- Experiencia en el sector artesanal.

Para esta población, la muestra estuvo integrada por el Sr. Carlos Ypanaque Estrada siendo el tipo de muestreo no probabilístico, ya que la elección del especialista fue por conveniencia.

Se debe señalar que para la presente investigación la muestra es de tipo censal, el cual indica que en este tipo de estudio la obtención de información abarca todas las unidades del universo acerca de las cuestiones, bloques, que constituyen el objeto de censo. Pues “los datos recogen una muestra que representa el total del universo, dado que la población es pequeña y finita” (Zarcovich, 2005).

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Según Hernández *et al.*, (2010) la recolección de datos “implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (p.198). Este plan detallado involucra hallar la manera ideal para la recolección de datos con relación al planteamiento del problema, y la operacionalización de variables, así mismo implica la elección de los instrumentos y métodos de medición que permitirán obtener información o datos reales, interpretables y exactos de las variables.

Las técnicas de recolección de datos que se usaron para el presente proyecto de investigación serán: el análisis de documentos, que es una técnica de recopilación de datos obtenidos a través de fuentes secundarias; la encuesta que es una técnica de recolección de datos que se emplea a través de un cuestionario establecido por el investigador; la entrevista, a través de una guía de entrevista.

Los instrumentos que se utilizaron en la investigación para poder recopilar y registrar los datos obtenidos serán:

- Fichas Documentales: Fue aplicada para recoger información necesaria de las exportaciones de productos artesanales, e información que mejorará el marco teórico de la investigación, obtenidos de libros, artículos de revistas y libros digitales.
- Guía de Entrevista: Fue aplicada a expertos en el sector artesanal y comercio exterior e instituciones vinculadas al sector artesanal del distrito de Eten, estuvo formada por 17 preguntas.
- Cuestionario: Fue aplicado a los representantes del comité de las 8 asociaciones de artesanos del distrito de Eten. Se usarán dos cuestionarios, el primer instrumento será utilizado para medir el nivel de competitividad de las asociaciones y el segundo instrumento ha sido usado para medir el nivel de competitividad del potencial exportador de las asociaciones.

Según Hernández *et al.*, (2010) la validez hace referencia al nivel real de medición de la variable que el instrumento busca medir (pág.243).

Es por ello que la investigación utilizó como instrumentos fichas documentales, cuestionarios y guía de entrevista las cuales pasaron por un proceso de validación de expertos quienes fueron seleccionados por sus años de experiencia y conocimientos en el área de comercio exterior para la evaluación en los aspectos de claridad, objetividad, actualidad, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia, metodología y pertinencia:

<b>Expertos</b>	<b>Especialidad</b>	<b>Opinión</b>
MBA. Igor Manuel Ríos Incio	Economía	Aplicable
Mg. Mónica del Pilar Pintado Damián	Comercio y Negocios Internacionales	Aplicable
MBA. Julio César Lozano Díaz	Comercio Internacional	Aplicable

- Cuestionario mapa de competitividad del BID: Este instrumento ha sido validado por el Mg. Igor Manuel Ríos Incio con un promedio de validación del 100%, Mg Mónica del Pilar Pintado Damián con un promedio de validación del 100%, así mismo el MBA. Julio César Lozano Díaz con un promedio de validación del 100%, este instrumento fue sometido al coeficiente del Alfa de Cronbach cuyo resultado fue =1, lo que significa que es excelente.
- Cuestionario evaluación de la capacidad exportadora: Este instrumento ha sido validado por el Mg. Igor Manuel Ríos Incio con un promedio de validación del 100%, Mg. Mónica del Pilar Pintado Damián con un promedio de validación del 100%, así mismo el MBA. Julio César Lozano Díaz con un promedio de validación del 100%, este instrumento fue sometido al coeficiente del Alfa de Cronbach cuyo resultado fue =1, lo que significa que es excelente.
- Entrevista: Este instrumento ha sido validado por el Mg. Igor Manuel Ríos Incio con un promedio de validación del 100%, Mg. Mónica del Pilar Pintado Damián con un promedio de validación del 100%, así mismo el MBA. Julio César Lozano Díaz con un promedio de validación del 100%, este instrumento fue sometido al coeficiente del Alfa de Cronbach cuyo resultado se encuentra en el rango de >0.9, lo que significa que es excelente.
- Fichas documentales: Este instrumento ha sido validado por el Mg. Igor Manuel Ríos Incio con un promedio de validación del 100%, Mg. Mónica del Pilar Pintado Damián con un promedio de validación del 100%, así mismo el MBA. Julio César Lozano Díaz con un promedio de validación del 100%, este instrumento fue sometido al coeficiente del Alfa de Cronbach cuyo resultado se encuentra en el rango de >0.9, lo que significa que es excelente.

## Confiabilidad

Hernández *et al.*, (2010) “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales”. (p. 200)

La confiabilidad del instrumento se realizó a través del coeficiente del Alfa de Cronbach, con el fin de medir la relación interna entre los ítems y los objetivos de la presente investigación.

$$a = \frac{k}{k - 1} \left[ 1 - \frac{\sum s_1^2}{s_t^2} \right]$$

Dónde:

- k es el número de preguntas o ítems.
- $s_1^2$  es la varianza del ítem i,
- $s_t^2$  es la varianza de la suma de todos los ítems

George & Mallery (2003), establece la siguiente escala de medición para calificar el coeficiente de Alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa > 0.9 es excelente
- Coeficiente alfa > 0.8 es bueno
- Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa > 0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa > 0.5 es pobre
- Coeficiente alfa < 0.5 es inaceptable (p.231).

Los instrumentos de la presente investigación han sido sometidos al coeficiente del Alfa de Cronbach para medir el nivel de confiabilidad de éstos cuyo resultado se encuentra entre el rango >0.9, es decir que los instrumentos son confiables y válidos.

## 2.5.Procedimiento

El procedimiento se realizó mediante el análisis de los datos en SPSS, mediante la asignación de puntuaciones, de acuerdo al formato del Mapa de Competitividad del BID y la capacidad exportadora de Minervini. Asimismo, los resultados de estos instrumentos serán analizados y a partir de ellos se formulará un cuadro estratégico que permita la mejora de la competitividad.

## **2.6. Método de análisis de datos**

Después de la codificación de los datos, trasladados a una matriz, guardado en un archivo y corregir los errores, el investigador empieza a analizarlo (Hernández et al., 2010).

Actualmente la tecnología ha permitido realizar con facilidad el análisis de los datos, a través del uso de una computadora, en softwares técnicos para realizar este proceso.

Los métodos de análisis de datos usados en el presente estudio fueron:

- Gráficos: Tortas, gráficos de barra, Smart art.
- Estadísticos: Para analizar el nivel de competitividad de las asociaciones en la ciudad de Eten se hará uso del programa EXCEL.

## **2.7. Aspectos Éticos.**

De acuerdo a las normas establecidas por la “Universidad César Vallejo” y a la naturaleza de esta investigación, los aspectos éticos a considerar fueron:

- Uso de fuentes confiables: se hizo uso de citas textuales y no textuales referenciadas en normas APA.
- Transparencia en los resultados: los datos plasmados se han descrito tal como sucedieron y no fueron modificados por conveniencia.
- Confidencialidad: Se respetó la autoría de las fuentes de información, así mismo Se interpretará la información sin modificar el significado del mismo.
- Profundidad: Se usaron diferentes puntos de vistas en los temas relacionados, con información clara y actualizada.
- Claridad en los objetivos de la investigación: se dará a conocer lo objetivos de manera entendible y precisa, tanto el general como los específicos, antes de iniciarse en el campo de investigación y no serán manipulados de por conveniencia personal.

### III. RESULTADOS

Con la finalidad de lograr los objetivos de la presente tesis, se realizó el análisis e interpretación de los datos obtenidos mediante los instrumentos análisis documental, entrevista y encuesta, asimismo se realizó gráficos para permitir la comprensión de los resultados.

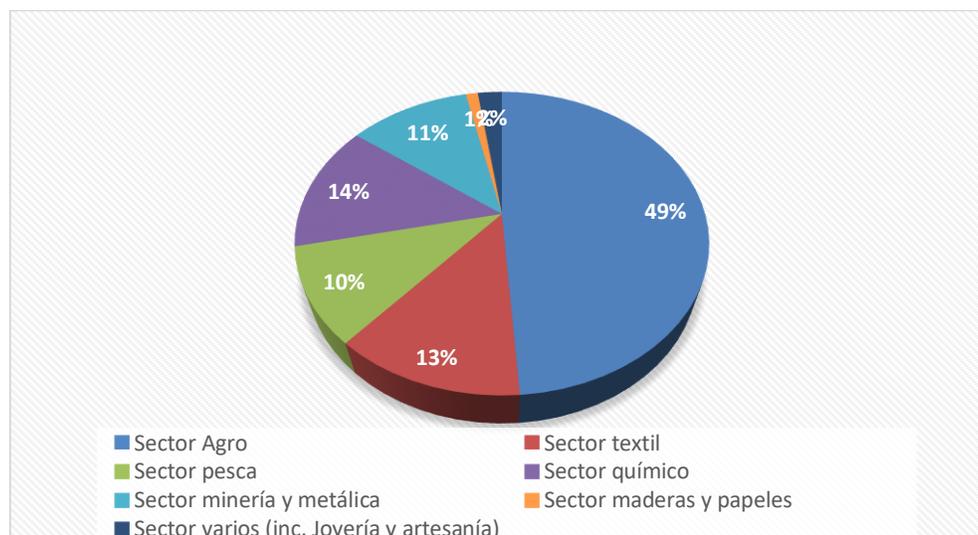
#### 3.1. Diagnosticar el estado actual de las exportaciones de productos artesanales.

Los resultados obtenidos para el cumplimiento de este objetivo, fueron recolectados mediante análisis documental, y permitió analizar el estado actual de las exportaciones de productos artesanales y la aportación de éstas en la economía peruana.

Según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior [SIICEX](2017) el Perú registró exportaciones valorizadas en \$44, 027 millones, de los cuales las exportaciones de productos no tradicionales representaron el 73% del total y la exportación de los productos no tradicionales representaron el 27% del total de las exportaciones.

**Figura N°01**

*Exportaciones no tradicionales 2017*



Fuente: SIICEX (2018).

Elaboración: Propia

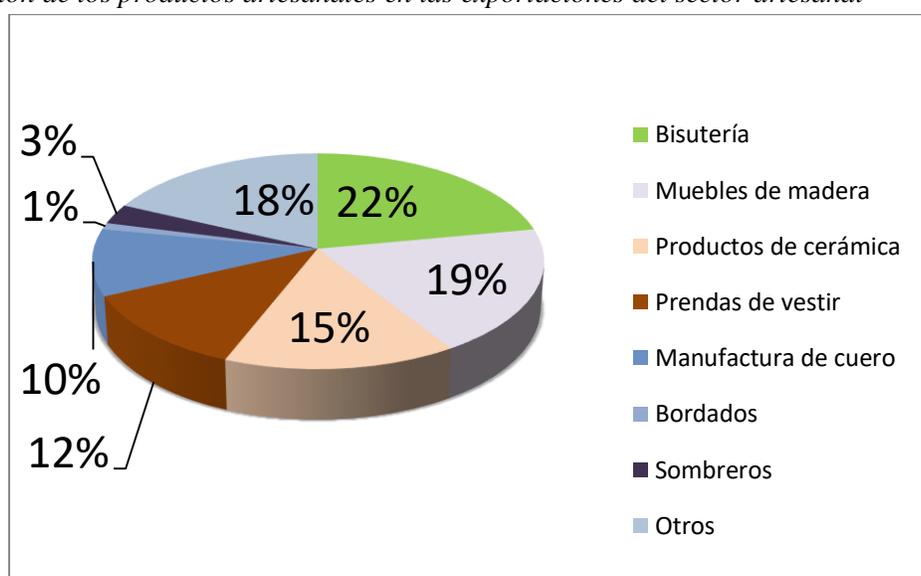
En la figura N°01 se muestran la participación de cada sector en las exportaciones no tradicionales durante el año 2017, el sector agro tiene un 49% de participación, seguido por el sector textil con un 13% de participación, igualmente el sector minero y metálico y el sector

químico tuvieron una participación del 11% y 14% respectivamente, por otro lado el sector varios que incluyen artesanía y joyería tuvo una participación del 2%.

Además según la Asociación de exportadores [ADEX](2018) el sector artesanal alcanzó los \$43, 625, 000 dólares en el año 2017, que comparados con el año 2016 ha tenido una variación del -5.4%, este sector ha tenido una tendencia negativa después de los años 2009, causado principalmente porque China es el principal exportador y con el nivel de tecnologías ha logrado acaparar muchos mercados con sus precio bajos.

**Figura N°02**

*Participación de los productos artesanales en las exportaciones del sector artesanal*



Fuente: ADEX (2018).

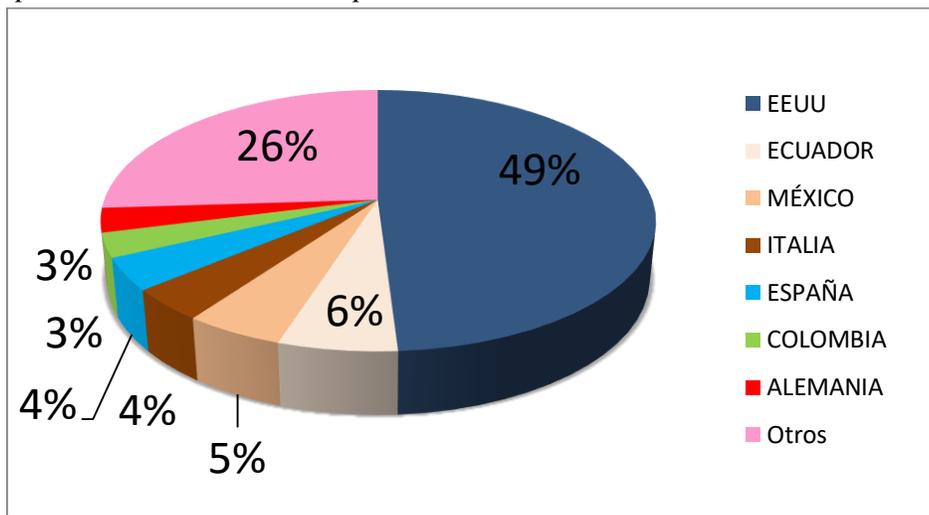
Elaboración: Propia

De acuerdo a la figura N°02 los productos artesanales que más se exportaron fue bisutería con una participación del 22%, seguido por muebles de madera con un 19%, productos de cerámica con un 19%, prendas de vestir 15%, manufactura de cuero 12%, de esta manera los sombreros tuvieron una participación del 3%.

Según el MINCETUR (2018) a pesar que las exportaciones de artesanía han disminuido, estados unidos sigue siendo el principal destino.

**Figura N°03**

*Principales países de destino de las exportaciones de artesanía del Perú 2017.*



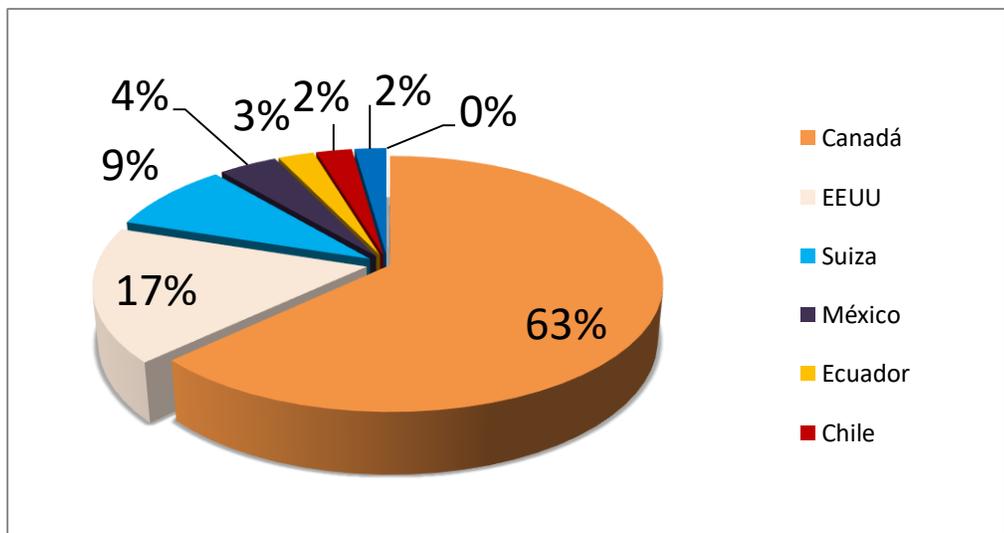
Fuente: MINCETUR (2018).

Elaboración: Propia

De acuerdo a la figura N°03 los principales países de destino de las exportaciones de artesanías del Perú fueron EEUU con una participación del 49%, Ecuador con una participación del 6%, seguido por México, Italia, España, Colombia con un 5%,4%,4% y 3% respectivamente.

**Figura N°04**

*Principales países de destino de las exportaciones de sombreros bajo la partida 65.04.00.00.00*



Fuente: PROMPERU STAT (2018).

Elaboración: Propia

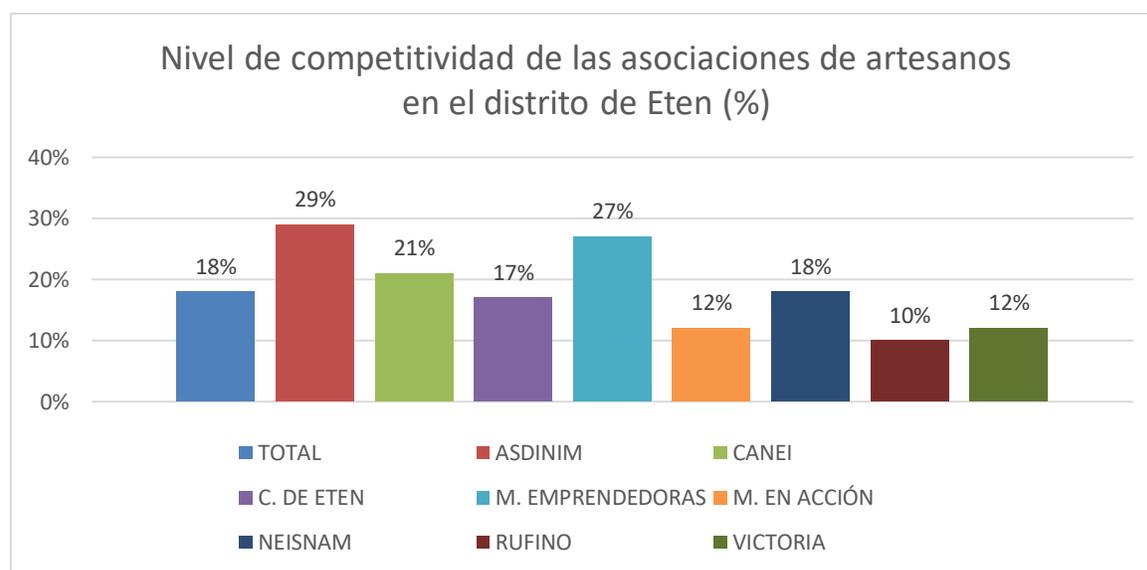
De acuerdo a la figura N°04 el principal mercado de destino del producto sombreros son Canadá con una participación del 63%, EEUU con un 17%, Suiza con una participación del 9%, seguido por México, Ecuador, Chile, Antigua y Barbuda y otros.

### 3.2. Analizar el nivel de competitividad de las asociaciones artesanales en el distrito de Eten – Lambayeque.

El nivel de competitividad de las asociaciones en la ciudad de Eten ha sido medido mediante el cuestionario del mapa del BID, el cual contiene 8 dimensiones: planeación estratégica, aseguramiento de la calidad, cadena de valor, merchandising, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistemas de información. Cuyos resultados estuvieron evaluados en 5 niveles: Muy alto <81-100>, alto <61-80>, mediano <41-60>, bajo <21-40>, Muy bajo <0-20>.

#### Figura N°05

*Nivel de competitividad de las asociaciones de artesanos en el distrito de Eten (%)*



Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018).

Elaboración: Propia

En la figura N°05 se presentan los resultados de la encuesta del mapa de competitividad del BID a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten. De acuerdo a los resultados el nivel de competitividad del total de las 8 asociaciones encuestadas es del 18%, lo que significa que el nivel de competitividad es muy bajo, se observa que las asociaciones ASDINIM, Mujeres emprendedoras y CANEI representan un nivel de competitividad de 29%, 27% y 21%

respectivamente cuyo nivel es más alto en comparación a las otras 6 asociaciones analizadas, sin embargo aún tienen un nivel bajo.

**Tabla N° 1:**

*Nivel de competitividad de las asociaciones de artesanos en el distrito de Eten.*

ÁREAS	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	Nota ponderada
<b>Planeamiento estratégico</b>	1.66	10	9%	0.15
<b>Cadena de valor</b>	0.51	28	26%	0.13
<b>Aseguramiento de calidad</b>	0.73	7	6%	0.05
<b>Merchandising</b>	0.70	16	15%	0.10
<b>Contabilidad y finanzas</b>	0.91	12	11%	0.10
<b>Talento humano</b>	1.51	17	16%	0.24
<b>Gestión Ambiental</b>	0.88	9	8%	0.07
<b>Sistemas de información</b>	0.46	9	8%	0.04
<b>Totales</b>		108	100%	18%

Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018). Elaboración: Propia

Según la información presentada en la tabla N°1 los factores que influyeron positivamente en el nivel de competitividad de las asociaciones de artesanos ubicados en el distrito de Eten son: planeamiento estratégico y talento humano, los factores con una influencia negativa fueron: sistemas de información, aseguramiento de la calidad y gestión ambiental, así mismo es cadena de valor el factor con mayor ponderación por ser muy influyente en la competitividad.

**Tabla N° 2:**

*Nivel de competitividad de la asociación ASDINIM*

ÁREA	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	Nota ponderada
<b>Planeamiento estratégico</b>	1.00	10	9%	0.09
<b>Cadena de valor</b>	0.82	28	26%	0.21
<b>Aseguramiento de calidad</b>	1.57	7	6%	0.10
<b>Merchandising</b>	1.00	16	15%	0.15
<b>Contabilidad y finanzas</b>	2.08	12	11%	0.23
<b>Talento humano</b>	3.29	17	16%	0.52
<b>Gestión Ambiental</b>	0.33	9	8%	0.03
<b>Sistemas de información</b>	1.33	9	8%	0.11
<b>Totales</b>		108	100%	29%

Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018). Elaboración: Propia

De acuerdo a los resultados de la tabla N°2 el nivel de competitividad de la asociación ASDINIM es del 29% lo que significa que el nivel es bajo, causado principalmente por factores como gestión ambiental (cuyos indicadores con una influencia negativa fueron: políticas y concientización y capacitación) y planeamiento estratégico (cuyos indicadores con una influencia negativa fueron: proceso e implementación. Por otro lado los factores más sobresalientes fueron talento humano (los indicadores con una influencia positiva fueron cultura organizacional y aspectos generales), contabilidad y finanzas (el indicador con una influencia positiva fue cumplimiento de normas legales y tributarias) y cadena de valor (los indicadores con una influencia positiva fueron: planificación, capacidad e investigación y desarrollo).

**Tabla N° 3:**

*Nivel de competitividad de la asociación CANEI*

ÁREA	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	Nota ponderada
Planeamiento estratégico	2.50	10	9%	0.23
Cadena de valor	0.64	28	26%	0.17
Aseguramiento de calidad	0.86	7	6%	0.06
Merchandising	0.81	16	15%	0.12
Contabilidad y finanzas	0.83	12	11%	0.09
Talento humano	1.65	17	16%	0.26
Gestión Ambiental	0.89	9	8%	0.07
Sistemas de información	0.44	9	8%	0.04
<b>Totales</b>		108	100%	21%

Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018). Elaboración: Propia

La tabla N°3 muestra los resultados del nivel de competitividad de la asociación CANEI, cuyo total es de 21% lo que significa que el nivel es bajo, entre los factores con menor competitividad fueron sistemas de información (cuyos indicadores con una influencia negativa fueron: sistema de información y salidas de información), y aseguramiento de calidad (el indicador con una influencia negativa fue aspectos generales). Asimismo los factores con una mejor competitividad fueron: Planeamiento estratégico (el indicador con una influencia positiva fue proceso), talento humano (el indicador con una influencia positiva fue capacitación y promoción del personal) y cadena de valor (los indicadores con una influencia positiva fueron: mantenimiento, ubicación e infraestructura y manejo de inventarios).

**Tabla N° 4:***Nivel de competitividad de la asociación Ciudad de Eten*

ÁREA	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	Nota ponderada
Planeamiento estratégico	1.70	10	9%	0.16
Cadena de valor	0.54	28	26%	0.14
Aseguramiento de calidad	0.71	7	6%	0.05
Merchandising	0.50	16	15%	0.07
Contabilidad y finanzas	1.50	12	11%	0.17
Talento humano	1.35	17	16%	0.21
Gestión Ambiental	0.56	9	8%	0.05
Sistemas de información	0.33	9	8%	0.03
<b>Totales</b>		108	100%	17%

Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018). Elaboración: Propia

Los resultados del nivel de competitividad de la asociación Ciudad de Eten que se presentan en la tabla N°4 indican que el total es 17% lo que significa que el nivel de competitividad es muy bajo, los factores en déficit fueron sistemas de información (los indicadores con una influencia negativa fueron: entradas y salidas de información), merchandising (los indicadores con una influencia negativa fueron: mercado nacional y servicios), y cadena de valor (los indicadores con una influencia negativa fueron: mantenimiento, planificación y manejo de inventarios). Además los factores relevantes fueron: talento humano (los indicadores con una influencia positiva fueron capacitación y promoción del personal y aspectos generales) y contabilidad y finanzas (el indicador con una influencia positiva fue normas legales y tributarias).

**Tabla N° 5:***Nivel de competitividad de la asociación Mujeres emprendedoras*

ÁREA	NOTA INICIAL	PREGUNTA S	PONDERACIÓ N	Nota ponderada
Planeamiento estratégico	2.10	10	9%	0.19
Cadena de valor	0.79	28	26%	0.20
Aseguramiento de calidad	0.71	7	6%	0.05
Merchandising	0.94	16	15%	0.14
Contabilidad y finanzas	1.58	12	11%	0.18
Talento humano	1.94	17	16%	0.31
Gestión Ambiental	2.56	9	8%	0.21
Sistemas de información	0.78	9	8%	0.06
<b>Totales</b>		108	100%	27%

Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018). Elaboración: Propia.

De acuerdo a lo señalado en la tabla N°5 el nivel de competitividad de la asociación Mujeres emprendedoras es del 27%, lo que significa que el nivel de competitividad es bajo, los factores menos desarrollados fueron: aseguramiento de calidad (el indicador con una influencia negativa fue sistemas) y sistemas de información (el indicador con una influencia negativa fue proceso). Los factores más desarrollados fueron: talento humano (los factores con una influencia positiva fueron: capacitación y promoción del personal y aspectos generales), gestión ambiental (los factores con una influencia positiva fueron: políticas y administración del desperdicio) y cadena de valor (el indicador con una influencia positiva fue planificación).

**Tabla N° 6:**

*Nivel de competitividad de la asociación Mujeres en acción.*

ÁREA	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	Nota ponderada
Planeamiento estratégico	1.60	10	9%	0.15
Cadena de valor	0.32	28	26%	0.08
Aseguramiento de calidad	0.86	7	6%	0.06
Merchandising	0.56	16	15%	0.08
Contabilidad y finanzas	0.25	12	11%	0.03
Talento humano	0.94	17	16%	0.15
Gestión Ambiental	0.56	9	8%	0.05
Sistemas de información	0.11	9	8%	0.01
<b>Totales</b>		108	100%	12%

Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018). Elaboración: Propia.

La tabla N°6 muestra los resultados del nivel de competitividad de la asociación Mujeres en acción, cuyo total es de 12% lo que significa que el nivel es muy bajo, entre los factores con menor competitividad fueron sistemas de información (cuyos indicadores con una influencia negativa fueron: entradas, proceso y salidas de información), contabilidad y finanzas (los indicadores con una influencia negativa fueron: normas legales y tributarias y administración financiera) y gestión ambiental (el indicador con una influencia negativa fue: concientización y capacitación). Asimismo los factores con una mejor competitividad fueron: cadena de valor (el indicador con una influencia positiva fue planificación y aprovisionamiento), talento humano (el indicador con una influencia positiva fue capacitación y promoción del personal) y merchandising (el indicador con una influencia positiva fue distribución).

**Tabla N° 7:*****Nivel de competitividad de la asociación NEISNAM.***

ÁREA NEISNAM	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	Nota ponderada
Planeamiento estratégico	2.10	10	9%	0.19
Cadena de valor	0.54	28	26%	0.14
Aseguramiento de calidad	0.86	7	6%	0.06
Merchandising	0.88	16	15%	0.13
Contabilidad y finanzas	0.50	12	11%	0.06
Talento humano	1.29	17	16%	0.20
Gestión Ambiental	1.00	9	8%	0.08
Sistemas de información	0.67	9	8%	0.06
<b>Totales</b>		108	100%	18%

Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018). Elaboración: Propia

Los resultados del nivel de competitividad de la asociación NEISNAM que se presentan en la tabla N°7 indican que el total es 18% lo que significa que el nivel de competitividad es muy bajo, los factores en déficit fueron sistemas de información (los indicadores con una influencia negativa fueron: proceso y entradas de información), aseguramiento de la calidad (los indicadores con una influencia negativa fueron: aspectos generales), y contabilidad y finanzas (el indicador con una influencia negativa fue: normas legales y tributarias). Además los factores relevantes fueron: talento humano (los indicadores con una influencia positiva fueron capacitación y promoción del personal y cultura organizacional) y planeamiento estratégico (el indicador con una influencia positiva fue proceso).

**Tabla N° 8:*****Nivel de competitividad de la asociación RUFINO.***

ÁREA RUFINO	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	Nota ponderada
Planeamiento estratégico	0.90	10	9%	0.08
Cadena de valor	0.29	28	26%	0.07
Aseguramiento de calidad	0.71	7	6%	0.05
Merchandising	0.50	16	15%	0.07
Contabilidad y finanzas	0.25	12	11%	0.03
Talento humano	0.82	17	16%	0.13
Gestión Ambiental	0.56	9	8%	0.05
Sistemas de información	0.00	9	8%	0.00
<b>Totales</b>		108	100%	10%

Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018). Elaboración: Propia

La tabla N°8 muestra los resultados del nivel de competitividad de la asociación RUFINO, cuyo total es de 10% lo que significa que el nivel es muy bajo, entre los factores con menor competitividad fueron sistemas de información (cuyos indicadores mostraron una influencia negativa en la competitividad) y contabilidad y finanzas (los indicadores con una influencia negativa fueron: normas legales y tributarias y administración tributaria). Asimismo los factores con una mejor competitividad fueron planeamiento estratégico (el indicador con una influencia positiva fue implementación) y talento humano (el indicador con una influencia positiva fue capacitación y promoción del personal).

**Tabla N° 9:**

***Nivel de competitividad de la asociación VICTORIA.***

ÁREA VICTORIA	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	Nota ponderada
Planeamiento estratégico	1.40	10	9%	0.13
Cadena de valor	0.51	28	26%	0.13
Aseguramiento de calidad	0.73	7	6%	0.05
Merchandising	0.70	16	15%	0.10
Contabilidad y finanzas	0.25	12	11%	0.03
Talento humano	0.82	17	16%	0.13
Gestión Ambiental	0.56	9	8%	0.05
Sistemas de información	0.00	9	8%	0.00
<b>Totales</b>		108	100%	12%

Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten(2018). Elaboración: Propia

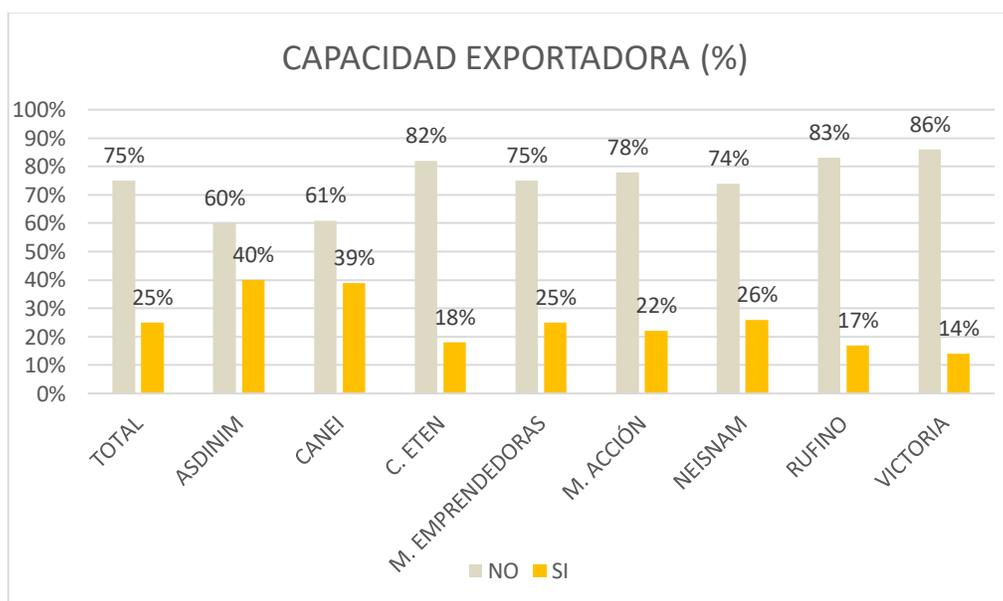
De acuerdo a lo señalado en la tabla N°9 muestra los resultados del nivel de competitividad de la asociación RUFINO, cuyo total es de 12% lo que significa que el nivel es muy bajo, entre los factores con menor competitividad fueron sistemas de información (cuyos indicadores mostraron una influencia negativa en la competitividad) y contabilidad y finanzas (los indicadores con una influencia negativa fueron: normas legales y tributarias y administración tributaria). Asimismo los factores con una mejor competitividad fueron planeamiento estratégico (el indicador con una influencia positiva fue proceso), talento humano (el indicador con una influencia positiva fue capacitación y promoción del personal) y cadena de valor (el indicador con una influencia positiva fue planificación).

### 3.3. Identificar los factores influyentes en la competitividad de las exportaciones de productos artesanales en el distrito de Eten – Lambayeque.

El nivel de competitividad de las asociaciones en la ciudad de Eten ha sido medido mediante el cuestionario de evaluación de la capacidad exportadora, el cual contiene 6 dimensiones: Capacidad técnica industrial, información, comunicación y promoción, mercado, estructura interna de exportación e ingeniería del precio. Cuyos resultados estuvieron evaluados en 4 niveles de acuerdo a la cantidad de “NO” respondidos por los encuestados: Muy bueno <10 – 15%>, bueno <15-39%>, suficiente <40-59%>, malo <60%>.

**Figura N°06**

*Capacidad exportadora de las asociaciones de artesanos en el distrito de Eten (%)*



Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018).

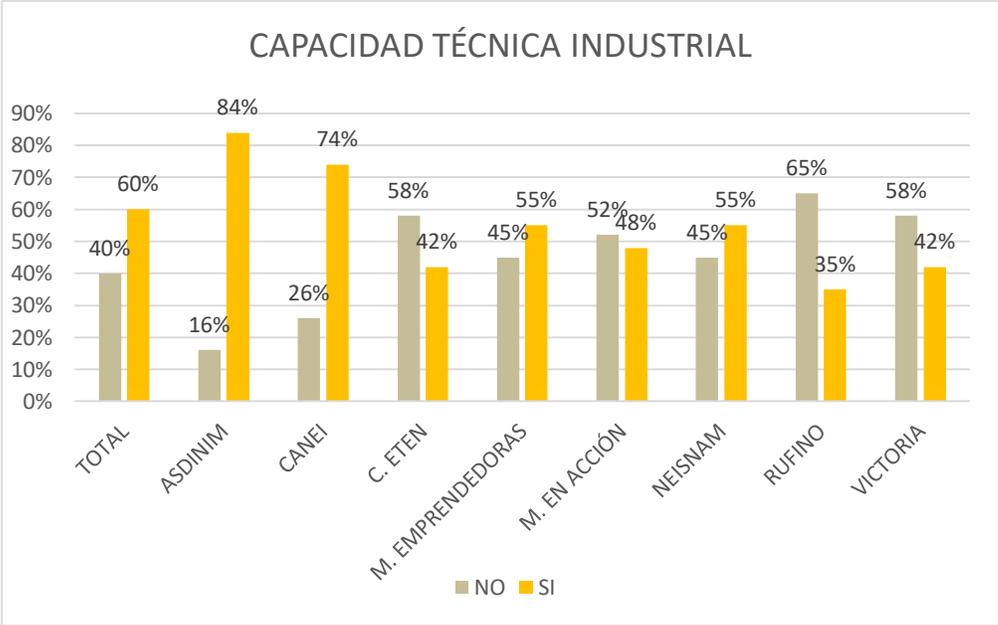
Elaboración: Propia

En la figura N°06 se presentan los resultados de la encuesta de evaluación de la capacidad exportadora de las asociaciones de artesanos del distrito de Eten. De acuerdo a los resultados el nivel de competitividad de las exportaciones del total de las 8 asociaciones encuestadas el porcentaje de “NO” respondidos son del 75%, lo que significa que el nivel de competitividad de las exportaciones es malo, esto debido a factores como comunicación y promoción, estructura interna de exportación, ingeniería de precios y mercado los cuales presentaron mayor deficiencia, por otro lado los factores que influyeron positivamente fueron

capacidad técnica industrial con un nivel de competitividad suficiente e información. Asimismo se puede observar que en las asociaciones ASDINIM y CANEI la cantidad de “NO” respondidos son menores en comparación con las demás asociaciones, sin embargo su nivel de capacidad exportadora aún es malo.

**Figura N°07**

*Nivel de competitividad del factor capacidad técnica industrial.*



Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018).  
Elaboración: Propia

Los resultados mostrados en la figura N°07 indican que el factor capacidad técnica industrial de las 8 asociaciones encuestadas tienen un porcentaje de 40% de cantidad de “NO” respondidos, es decir tiene un nivel de competitividad suficiente, aportando positivamente en la capacidad exportadora de éstas, los indicadores deficientes fueron: conocimiento de la ley del consumidor del país de destino y uso del certificado de origen, mientras que los indicadores mejor trabajados fueron los relacionados al abastecimiento, fabricación y calidad del producto. También se puede observar que las asociaciones ASDINIM y CANEI tienen un porcentaje de 16% y 26% de cantidad de “NO” respondidos, lo que muestra que su nivel de competitividad con respecto a este factor es bueno, obteniendo el mejor resultado comparada con el resto de las asociaciones encuestadas.

**Figura N°08**

*Nivel de competitividad del factor comunicación y promoción*



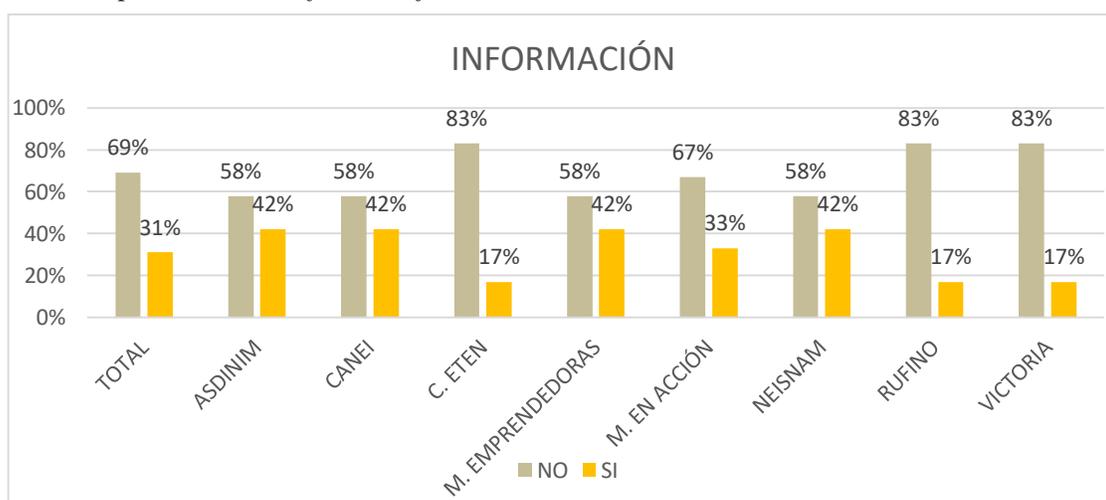
Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018).

Elaboración: Propia

De acuerdo a la figura N°08 el nivel de competitividad del factor comunicación y promoción el porcentaje de cantidad de “NO” respondidos es 94%, indicando que el nivel de competitividad es malo y comparado con los otros factores, es el principal que influye negativamente en la capacidad exportadora, los indicadores deficientes son participación de ferias internacionales, catálogos válidos en el mercado exterior, entre otros relacionados a la exportación.

**Figura N°09**

*Nivel de competitividad del factor información*



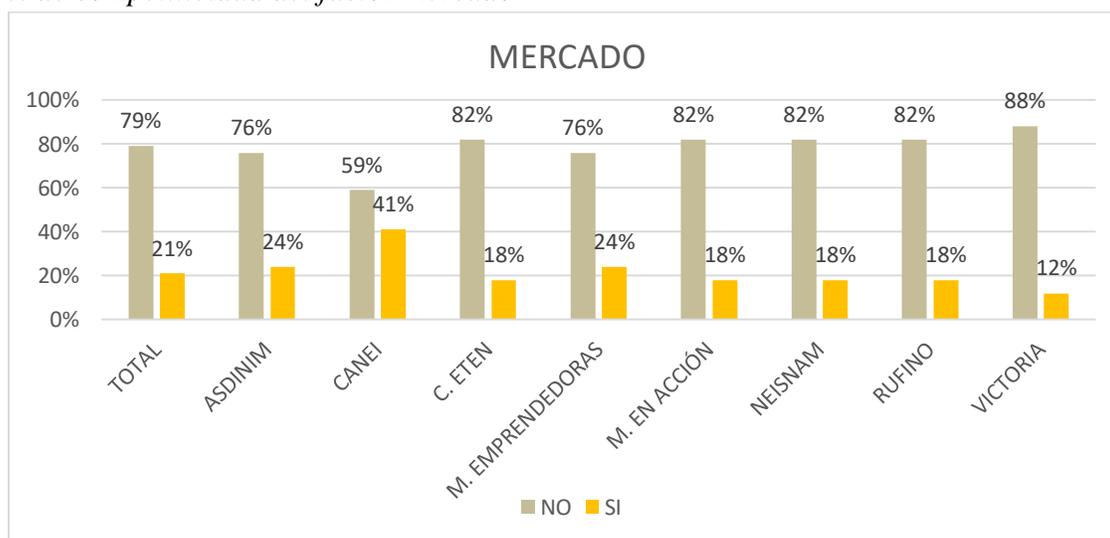
Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018).

Elaboración: Propia

La figura N°09 permite analizar los resultados del factor información de las asociaciones encuestadas, el cual tiene un porcentaje del 69% de cantidad de “NO” respondidos, mostrando un nivel de competitividad malo, los indicadores con una influencia negativa fueron los relacionados al conocimiento de la legislación, acuerdos comerciales, perfil del mercado y barreras de exportación, por otro lado los indicadores con influencia positiva estuvieron relacionados al conocimiento de las entidades que promueven y capacitan al sector artesanal en el país. Las asociaciones ASDINIM, CANEI, M. Emprendedoras y NEISNAM tienen un porcentaje del 58% de cantidad de “NO” respondidos, con un nivel de competitividad suficiente.

**Figura N°10**

*Nivel de competitividad del factor mercado*



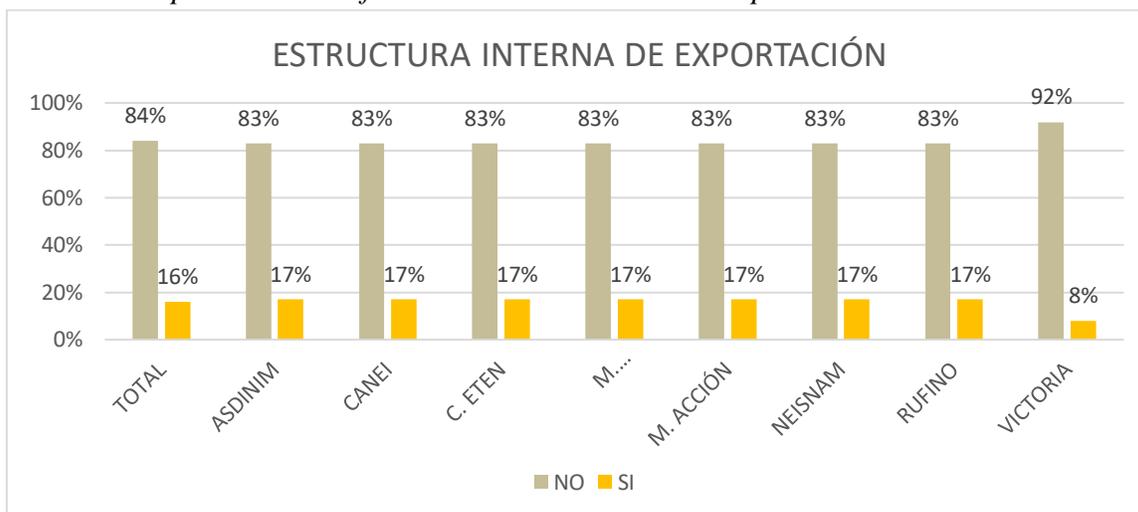
Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018).

Elaboración: Propia

Los resultados presentados en la figura N°10 indican que el porcentaje de cantidades de “NO” respondidos fue 79%, que es igual a un nivel de competitividad malo, los indicadores con una influencia negativa fueron los relacionados a la modalidad de exportación, canal de distribución del producto, documentos de exportación y la relación con los compradores por otro lado los indicadores con influencia positiva estuvieron relacionados al conocimiento de los competidores. Asimismo la asociación CANEI muestra un nivel de competitividad suficiente con respecto a este factor, con un porcentaje de 59% de cantidad de “NO”, mostrando un mejor nivel con respecto a las demás asociaciones encuestadas.

**Figura N°11**

*Nivel de competitividad del factor estructura interna de exportación*



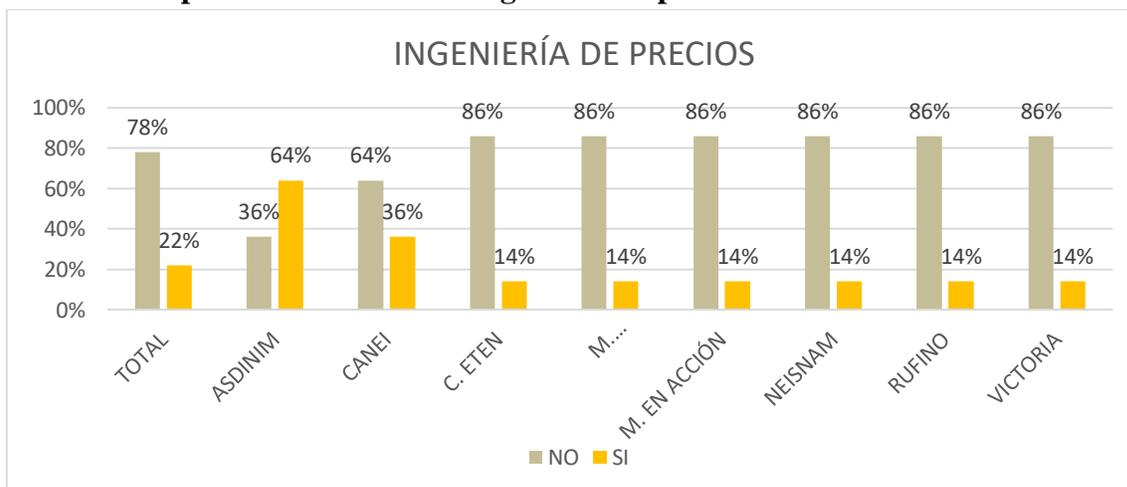
Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018).

Elaboración: Propia

La figura N°11 refleja los resultados del factor estructura interna de exportación de las asociaciones encuestadas, el cual tiene un porcentaje del 84% de cantidad de “NO” respondidos, mostrando un nivel de competitividad malo, los indicadores con una influencia negativa fueron los relacionados a la implementación de un área de exportación en la asociación, costos y a la existencia de un plan de exportación, por otro lado los indicadores con influencia positiva estuvieron relacionados a la capacitación en temas de exportación y la cultura exportadora.

**Figura N°12**

**Nivel de competitividad del factor ingeniería de precios.**



Fuente: Encuestas realizadas a las asociaciones de artesanos del distrito de Eten (2018).

Elaboración: Propia

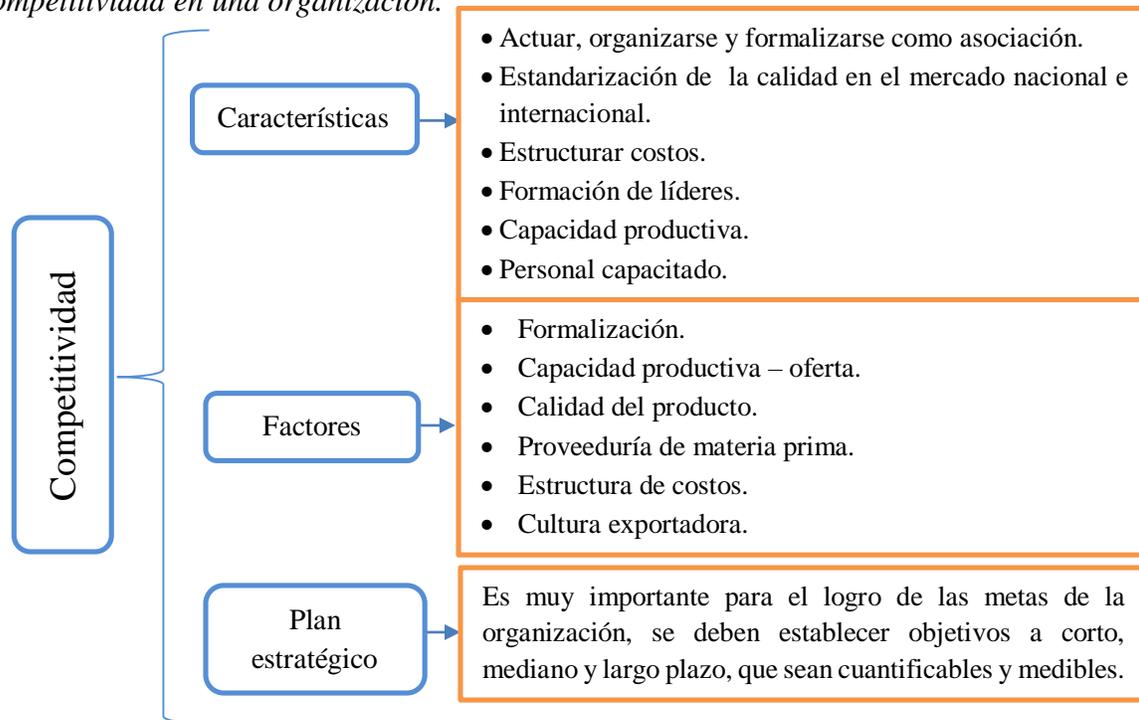
Los resultados mostrados en la figura N°12 indican que el factor ingeniería de precios de las 8 asociaciones encuestadas tienen un porcentaje de 78% de cantidad de “NO” respondidos, es decir tiene un nivel de competitividad malo, aportando negativamente en la capacidad exportadora de éstas, los indicadores deficientes fueron financiamiento para la exportación, INCOTERMS y temas logísticos, mientras que los indicadores mejor trabajados fueron los relacionados al análisis del valor del producto. También se puede observar que la asociación ASDINIM tiene un porcentaje de 36% de cantidad de “NO” respondidos, lo que muestra que su nivel de competitividad con respecto a este factor es bueno, obteniendo el mejor resultado comparada con el resto de las asociaciones encuestadas.

### 3.4. Proponer acciones de mejora en el nivel de competitividad de las asociaciones para incrementar las exportaciones de productos artesanales

Las acciones de mejora en el nivel de competitividad de las asociaciones han sido desarrolladas mediante la entrevista a instituciones relacionadas al sector artesanal (CITE SIPÁN y PROMPERÚ) y un experto en temas de exportación (Bach. Carlos Ypanaque Estrada) y el análisis de los factores que influyen negativamente en el nivel de competitividad.

**Figura N° 13**

*Competitividad en una organización.*



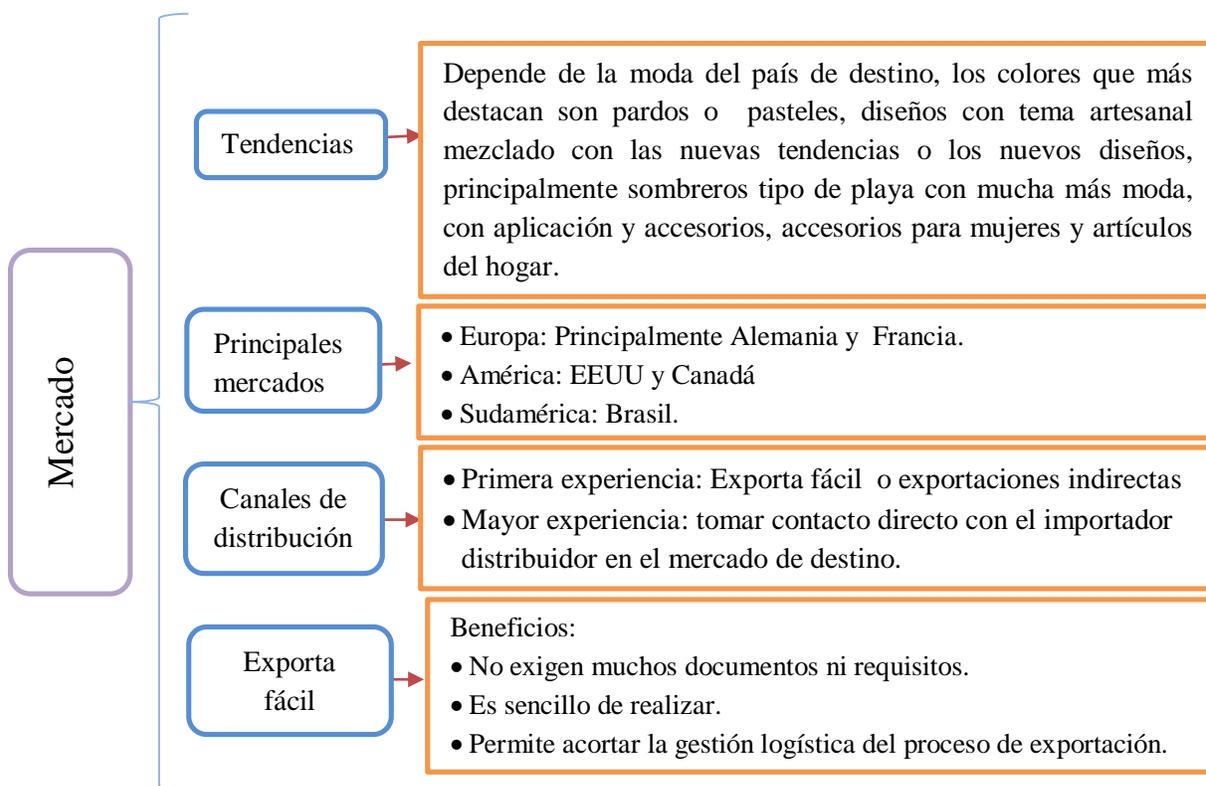
Fuente: Entrevistas realizadas a especialistas e instituciones relacionadas al sector artesanal (2018).

Elaboración: Propia

La figura N°13 presenta la competitividad de acuerdo a las respuestas de los entrevistados, las características de la competitividad en una asociación son actuar, organizarse y formalización tributaria, en cuanto a esta característica la organización jerárquica es la delegación de responsabilidad a los asociados en tres niveles del proceso productivo (representación comercial, articulación comercial y monitoreo), la estandarización de la calidad en el mercado nacional e internacional, estructurar costos directos e indirectos, formación de líderes en toda la asociación, tener una alta capacidad productiva y capacitar al personal en temas de calidad, exportación y promoción. Los factores que inciden en la competitividad son la formalización., la capacidad productiva, la calidad del producto, la proveeduría de materia prima, la estructura de costos y la cultura exportadora de una asociación. Asimismo el plan estratégico es fundamental para la competitividad, según los especialistas suena muy profesional esta palabra, pero no implica mayor trabajo que el de sentarse a conversar, y de entablar los objetivos que pretende el negocio, se deben establecer objetivos a corto, mediano y largo plazo, que sean cuantificables y medibles.

**Figura N°14**

*Mercado*



Fuente: Entrevistas realizadas a especialistas e instituciones relacionadas al sector artesanal (2018).

Elaboración: Propia

En la figura N°14 se describen los indicadores que influyen en el factor mercado según lo respondido por los entrevistados, las tendencias del mercado depende de la moda del país de destino, los colores que más destacan son pardos o pasteles, diseños con tema artesanal mezclado con las nuevas tendencias o los nuevos diseños, principalmente sombreros tipo de playa que salgan del modelo convencional (sombreros de marinera, tipo chalán, el modelo borsalino, el modelo jeans bond), con aplicación y accesorios, accesorios con aplicaciones en minutería, para mujeres y artículos del hogar (cestas, cestas para decorar la sala, una casa de playa, cojines con aplicaciones en fibras vegetal).

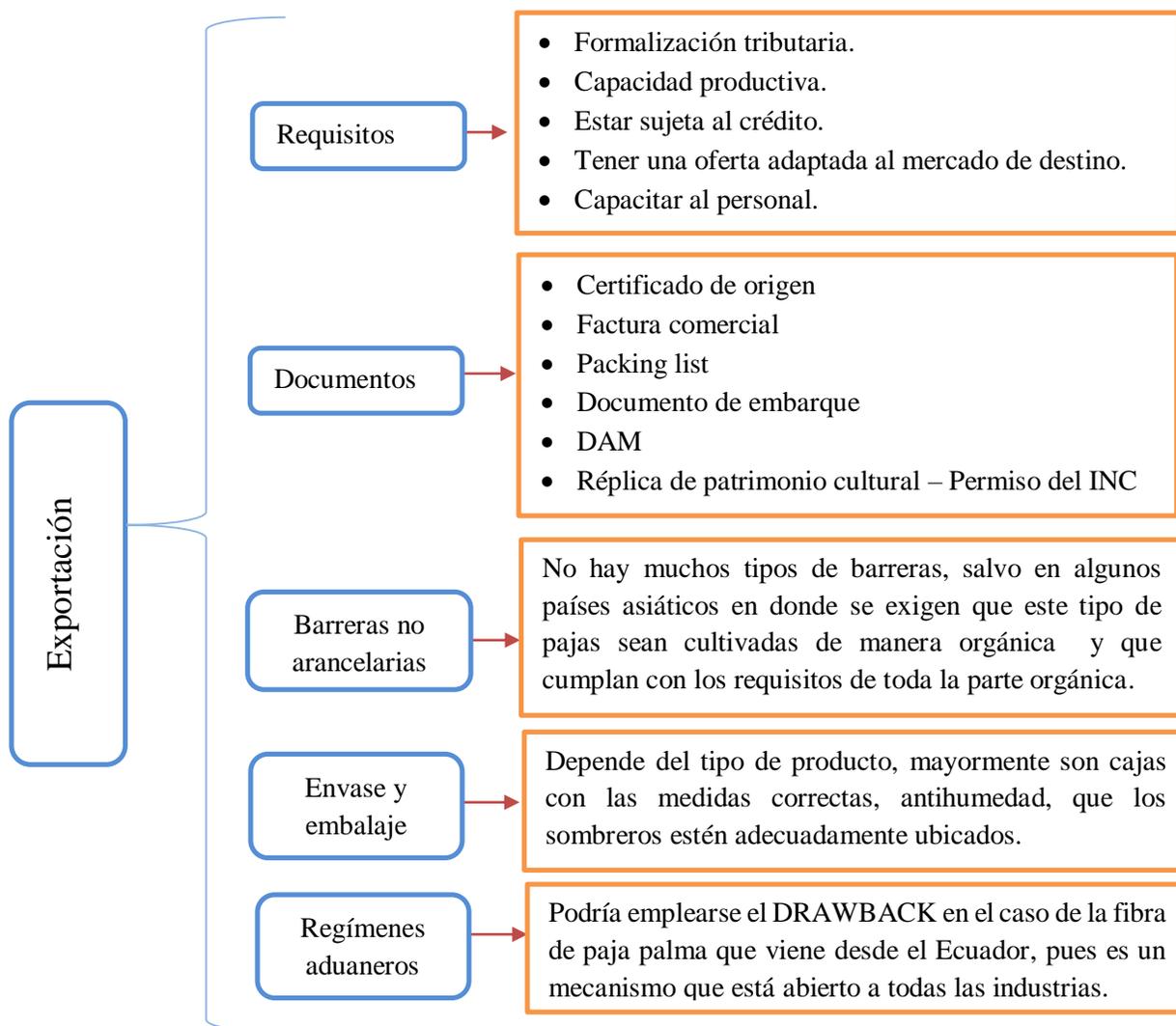
Los principales mercados son: los países europeos como Alemania y Francia, pues su poder adquisitivo es alto y este es un producto no de consumo masivo, sino de un segmento alto, además estos países tiene un gran apego por el tema artesanal y a la vez tema de modernidad, en América: EEUU, Canadá también son mercados que buscan este tipo de productos y en SUDAMÉRICA un mercado potencial a estudiar y atender es Brasil.

Los canales de distribución para estos productos en su primera experiencia deberán ser a través de Exporta fácil o exportaciones indirectas mientras incrementen los volúmenes, es decir recurrir a una tercera persona o empresa que se va a encargar de comprar la mercadería a precio de mercado nacional y él se va a encargar de todo el proceso de exportación y fijación de precios para exportación y cuando se obtenga mayor experiencia e incremente la capacidad productiva se deberá tomar contacto directo con el importador distribuidor en el mercado de destino que es el encargado ya de hacer la distribución del producto ya en el mercado de destino a tiendas especializadas.

En cuanto al uso del exporta fácil los beneficios son: no exigen muchos documentos ni requisitos, es sencillo de realizar, además permite acortar la gestión logística del proceso de exportación.

## Figura N°15

### Exportación



Fuente: Entrevistas realizadas a especialistas e instituciones relacionadas al sector artesanal (2018).

Elaboración: Propia

Con respecto a la exportación la figura N°15 muestra que los requisitos para poder lograr la exportación son tener una formalización tributaria, capacidad productiva, estar sujeta al crédito, tener una oferta adaptada al mercado de destino es decir estudiar y planificar en base a las tendencias del mercado y capacitar al personal.

Los documentos necesarios para la exportación son los comunes el certificado de origen, factura comercial, packing list, documento de transporte, DAM, si el producto de paja palma macora es idéntico a una réplica exacta de uno cultural, allí si se necesita sacar un permiso por

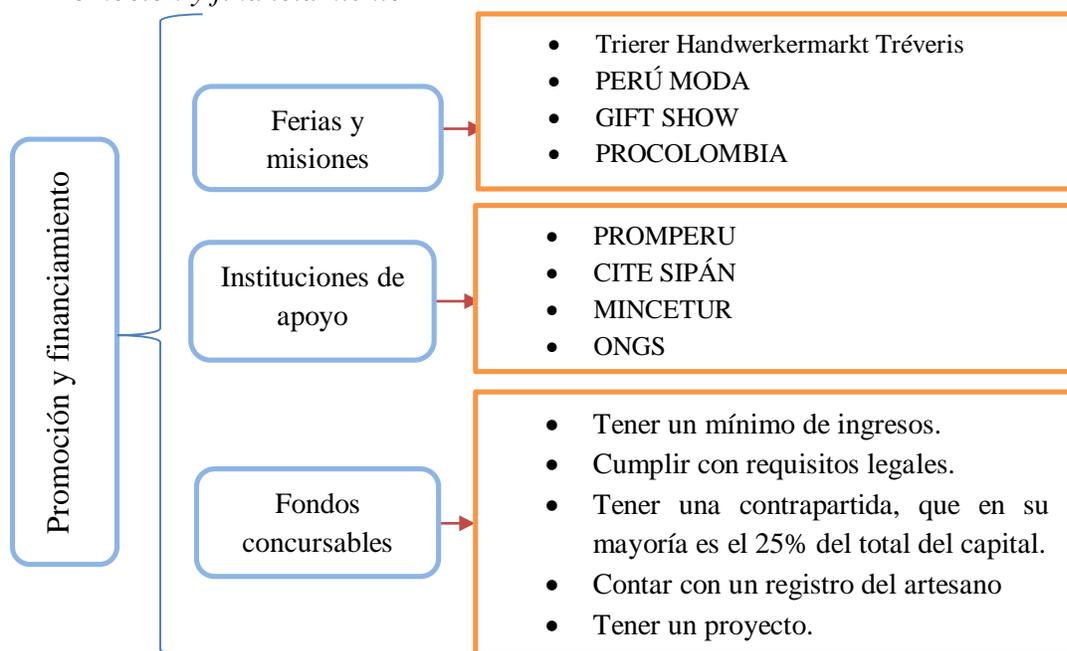
el INC. Las barreras arancelarias no son muchas, salvo en algunos países asiáticos en donde se exigen que este tipo de pajas sean cultivadas de manera orgánica y que se cumplan con los requisitos de toda la parte orgánica.

El envase y embalaje dependerá del tipo de producto que se exporte y los requisitos en el mercado de destino, en un producto como éste de material vegetal es muy delicado y se necesitan cajas con las medidas correctas, antihumedad, que los sombreros estén colocados adecuadamente porque es un producto muy sensible que se puede deformar con la humedad, con el calor, con el agua, por ello es importante adecuar de acuerdo a la naturaleza del producto y a la travesía que va a soportar.

El régimen aduanero que podría emplearse es el DRAWBACK en el caso de la fibra de paja palma importada de Ecuador, pues es un mecanismo que está abierto a todas las industrias, pero se debe evaluar el aspecto contable de una empresa porque de esto depende poder acogerse a este régimen.

**Figura N°16**

*Promoción y financiamiento*



Fuente: Entrevistas realizadas a especialistas e instituciones relacionadas al sector artesanal (2018).

Elaboración: Propia

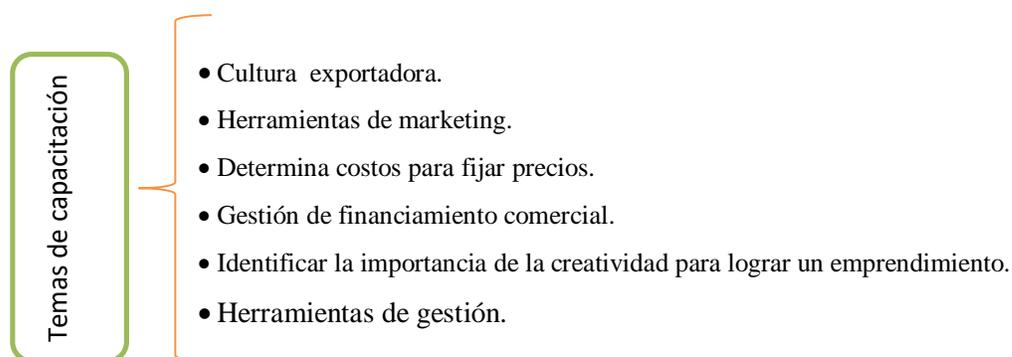
La figura N°16 indica que las ferias y misiones en el Perú relacionados a la artesanía son PERÚ MODA que es una feria con categoría internacional en donde se prioriza la asistencia de

empresas netamente importadoras de diferentes líneas, entre ellas se encuentran accesorios en fibra vegetal., GIFT SHOW que según PERUGIFT SHOW (2018) es una de las ferias donde se presentan la principal oferta peruana en artículos para el hogar y regalos, la feria en Frankfort Trierer Handwerkermarkt Tréveris que según TRADEFAIR (2018) es una feria muy importante en el sector artesanía, donde se reúnen artesanos de diversas líneas y compradores a nivel mundial, PROCOLOMBIA que se presenta como una vitrina al mundo. Las instituciones de apoyo son PROMPERU que es una entidad que tiene como finalidad que empresas locales lleguen en algún momento de su desarrollo empresarial a exportar, CITE SIPÁN realiza actividades para fomentar la cultura exportadora a través de la capacitación, SERPOST que se encarga de promover las bondades del exporta fácil y realiza capacitaciones periódicas en distintos sectores comerciales, MINCETUR y ONGS.

Los requisitos para participar en fondos concursables son tener un mínimo de ingresos, cumplir con requisitos legales en este caso la formalización, tener una contrapartida que en su mayoría es el 25% del total del capital, tener un registro del artesano porque le va a dar un plus y tener un proyecto ya sea de innovación, de mejora productiva, de misión comercial, de pasantía internacional pero que esté documentado, con objetivos, con plazos y costos.

### **Figura N°0 17**

*Temas de capacitación.*



Fuente: Entrevistas realizadas a especialistas e instituciones relacionadas al sector artesanal (2018).

Elaboración: Propia

Según la figura N°17 los especialistas consideran que los temas que deberían realizarse en una capacitación son sobre cultura exportadora, herramientas de marketing, estructura de costos para fijar precios, gestión de financiamiento comercial, identificar la importancia de la creatividad para lograr un emprendimiento, herramientas de gestión.

Debilidad o necesidad	Estrategia	Actividades	Encargado	Plazo	Costos
<b>Planeamiento estratégico</b>					
No se documenta ni analiza el sector artesanal los factores como nuevos proveedores, clientes, nuevos productos competidores, nuevos competidores, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones	Aplicar el diamante de Porter en el sector artesanal.	Realizar una base de información sobre proveedores, clientes y competidores.	-Presidente de la asociación. -Practicante universitario.	Corto	-----
<b>Cadena de valor</b>					
La asociación no tiene un seguro contra calamidades e incendios, y no cuenta con un programa de mantenimiento de los equipos y máquinas.	Implementar un programa de mantenimiento	Implementar un programa de mantenimiento y contratar un seguro.	-Operario.	Corto	S/. 252.00 anual.
Hace falta tener un control óptimo del inventario, y existe una mala rotación de los productos.	Implementación del KARDEX.	Utilizar diariamente el inventario KARDEX.	-Área logística.	Corto	-----
<b>Aseguramiento de la calidad</b>					
No se aplican los controles necesarios para verificar la calidad y retroalimentar el proceso de selección y compra.	Implementar políticas de control de calidad en la selección y compra.	-Establecer especificaciones técnicas de la materia prima. -Supervisar la selección de materia prima.	-Presidente de la asociación.	Inmediato	-----
<b>Merchandising</b>					
La asociación no elabora un plan de mercado, ni dispone de catálogos adecuados al mercado de destino.	Implementar un plan de mercado de acuerdo a los pronósticos de ventas.	-Realizar un plan de mercado.	-Asociados y operarios.	Mediano	-----
		- Elaborar catálogos con los productos e información técnica de éstos.	-Presidente de la asociación.	Mediano	S/. 950.00
<b>Contabilidad y finanzas</b>					

La asociación no cuenta con un planeamiento financiero formal.	Implementación de un plan financiero.	Realizar un plan financiero.	-Área contable.	Corto	-----
No se analizan los resultados financieros mensualmente, ni se comparan con el presupuesto.		Comparar los resultados y retroalimentar a la asociación.			
<b>Talento humano</b>					
La asociación no cuenta con un programa de salud ocupacional.	Implementar un programa de salud ocupacional.	-Identificar los riesgos en el taller.	-Presidente de la asociación.	Mediano	-----
		-Elaborar un programa de salud ocupacional.			
<b>Gestión ambiental</b>					
La asociación no conoce las normas ambientales.	Articulación con instituciones públicas y privadas.	-Capacitar a los artesanos en temas ambientales.	-Asociados y operarios.	Corto	-----
<b>Sistemas de información</b>					
La asociación no cuenta con documentos de soporte de las diversas áreas.	Implementar políticas en la asociación para mejorar el sistema de información.	Documentar las actividades de las áreas.	-Presidente y asociados.	Inmediato	-----
La asociación no realiza copias de respaldo de los archivos importantes y los almacena en sitios seguros		Realizar copias de respaldo de archivos importantes.			

Cuadro N°02. *Acciones de mejora del nivel de competitividad de las asociaciones ubicadas en el distrito de Eten (2018).*

Fuente: Inter-American Development Bank (IBD). Elaboración: Propia.

Debilidad o necesidad	Estrategia	Actividades	Encargado	Plazo	Costos
<b>Capacidad técnica industrial</b>					
Desconocimiento en la importancia del certificado de origen y la ley del consumidor en el país de destino.	Articulación con instituciones públicas y privadas.	-Capacitación en temas de certificado de origen y la ley del consumidor.	Presidente de la asociación	Corto	-----
<b>Información</b>					
Desconocimiento el los beneficios de los TLC, financiamiento, barreras no arancelarias y en la elaboración del perfil del mercado de destino.	Articulación con instituciones públicas y privadas.	-Capacitación en temas de TLC, financiamiento, barreras arancelarias, elaboración de un perfil de mercado.	Presidente de la asociación	Corto	-----
<b>Comunicación y promoción</b>					
Escasa o nula participación en ferias y misiones internacionales.	Participación en ferias y misiones internacional.	-Participación en la feria PERU MODA -Participación en la feria Gift Show.	Presidente de la asociación	Mediano	
Escaso manejo del inglés.	Articulación con instituciones públicas y privadas.	-Curso de inglés técnico.	Presidente de la asociación	Mediano	-----
<b>Mercado</b>					
Desconocimiento de las modalidades de exportación y de distribución internacional.	Articulación con instituciones públicas y privadas.	-Casos prácticos de exportación. -Simulación de exportación.	Presidente de la asociación	Corto	-----
<b>Estructura interna de exportación</b>					

No cuentan con un departamento de exportación, ni con profesionales especializados.	Outsourcing del área de exportación.	-Contratar un operador logístico.	Presidente de la asociación	Corto	Depende del mercado de destino, medio de transporte, etc.
<b>Ingeniería del precio</b>					
Desconocimientos de los INCOTERMS.	Articulación con instituciones públicas y privadas.	-Capacitación y casos prácticos de INCOTERMS.	Presidente de la asociación	Corto	-----
Desconocimiento es estructuración de precios.	Outsourcing del área contable.	-Consultoría del tema contable.	Presidente de la asociación	Corto	S/. 250.00
	Articulación con instituciones públicas y privadas.	-Capacitación en la estructuración de precios de exportación.	Presidente de la asociación	Corto	-----

Cuadro N°03. Acciones de mejora del nivel de competitividad del potencial exportador de las asociaciones ubicadas en el distrito de Eten.

Fuente: Nicolas Minervini (2018). Elaboración: Propia.

#### IV. DISCUSIÓN

A partir de los resultados hallados en la presente investigación, se acepta que si se mejora el nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten entonces se podrá incrementar las exportaciones de productos artesanales en Lambayeque, coincidiendo con lo mencionado por MINCIT (2018) donde señala que la artesanía es una actividad importante en la economía colombiana, pues es fuente de empleo y divisas en el país, por ello se ha propuesto incrementar el nivel de competitividad de los artesanos colombianos, porque la apertura económica ha obligado que el sector tradicional necesite desarrollarse en condiciones competitivas con el fin de mantener o expandir su participación en el mercado internacional. Asimismo guarda relación con la definición de la competitividad de Porter (1990) donde indica que la competitividad es la capacidad de liderar en el mercado internacional para mejorar el nivel de vida de la población.

En cuanto al diagnóstico del estado actual de las exportaciones de productos artesanales los resultados mostraron que el sector artesanal tiene una participación del 2% en las exportaciones no tradicionales del Perú, los principales mercados de destino de artesanía peruana son EEUU y Ecuador, sin embargo para la exportación de sombreros bajo la partida 65.04.00.00 el principal mercado de destino es Canadá con una participación del 63% y éstas representan el 3% del total de las exportaciones artesanales, esto concuerda con Castillo y Chafloque (2017) quien menciona que el principal mercado de artesanía peruana es EEUU a pesar de la excesiva competencia de México y Ecuador, además la participación del sector artesanal es de 43,6 millones que en comparación al año 2016 disminuyó en un 5.4% .

Por otro lado el nivel de competitividad de las asociaciones artesanales en el distrito de Eten es muy bajo, mediante al mapa de competitividad del BID se hallaron los factores que influyeron negativamente los cuáles son aseguramiento de la calidad, sistema de información y gestión ambiental, además se rescata la participación de tres asociaciones con un nivel superior en comparación con las otras debido a un mejor desempeño del factor cadena de valor. Estos resultados guardan relación con Saavedra, Milla y Tapia (2013) quienes hacen mención a los factores que influyeron en el nivel de competitividad de las MYPEs como sistema de información y gestión de calidad, asimismo señala que el mapa de competitividad es capaz de

identificar los factores incidentes en la competitividad a nivel micro. Sin embargo en lo que no concuerda es que el autor sostiene que el nivel de competitividad depende del tamaño de la empresa y las PYMES son más competitivas que las micro, pues en el presente estudio el nivel de competitividad no estuvo influenciada por el tamaño de la asociación, sino por la buena gestión en la cadena de valor y el talento humano. Ejemplo de ello son la asociación CANEI que es una micro empresa y presenta un nivel superior a la asociación Artesanos Ciudad de Eten que es una PYME.

Respecto a los factores deficientes en la competitividad de las exportaciones de productos artesanales en el distrito de Eten fueron la comunicación y promoción y estructura interna de exportación y los factores que influyeron positivamente fueron capacidad técnica industrial e información, estos factores dieron como resultado que la capacidad exportadora de las asociaciones sea malo. Se relaciona a lo indicado por Atoche y Corzo (2015) donde señala que los factores capacidad productiva, gestión de calidad y gestión económica hacen un excelente producto pero por factores como el desconocimiento del mercado internacional, la tecnología y la información no pueden exportar, es decir tener un buen producto no es suficiente, al igual que las asociaciones del distrito de Eten el factor capacidad técnica industrial está bien desarrollado pero aun así su nivel de competitividad es bajo.

Las acciones de mejora en el nivel de competitividad de las asociaciones para incrementar las exportaciones de productos artesanales este estudio ha planteado acciones relacionadas a los factores deficientes hallados en el análisis del nivel de competitividad interna y de exportación de las asociaciones del distrito de Eten, entre ellas están las capacitaciones en temas de exportación, DRAWBACK, gestión ambiental e ingeniería de precios, además de la implementación de herramientas que permitan mejorar la gestión logística y otros. Concordando con lo establecido por Buitrago (2015) que recomienda una capacitación constante para las empresas con la finalidad de adquirir conocimientos que les permitan enfrentarse a un mercado altamente competitivo, asimismo se relaciona a lo mencionado por Palomino (2016) quien indica que las empresas textiles muestran un bajo nivel de competitividad pero el bajo costo de mano de obras y el uso del DRAWBACK han permitido que el sector se desarrolle.

## V. CONCLUSIONES

1. Este estudio, determinó que es importante mejorar el nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten para incrementar las exportaciones de productos artesanales en Lambayeque, es por ello que el aporte fundamental de este trabajo fue proponer acciones de mejora para incrementar la competitividad de éstas. Sin embargo no se pudo aceptar o negar la hipótesis porque el diseño de la investigación es no experimental y no permite ver el efecto de la mejora del nivel de la competitividad de las asociaciones en la incrementación de la exportación de artesanía.

2. Las exportaciones de productos artesanales, tienen una escasa participación del 2% en el total de las exportaciones peruanas, con una tendencia negativa respecto a los años anteriores, debido a la alta competencia de países como China, quien cuenta con precios competitivos, mayor productividad y bajo costo en la mano de obra, asimismo de acuerdo a las estadísticas la exportación de sombreros solo tienen una participación del 3% del total de las exportaciones de artesanía peruana, siendo Canadá un mercado atractivo para este tipo de artesanía.

3. Se analizó el nivel de competitividad de las asociaciones artesanales en el distrito de Eten determinando que es del 18% lo que significa que es muy bajo; el método de análisis del mapa de competitividad del BID permitió identificar los factores deficientes de las asociaciones entre las cuales encontramos sistema de información, aseguramiento de la calidad y gestión ambiental; asimismo, el nivel de competitividad interna de las asociaciones está influenciada por la gestión en la cadena de valor y el talento humano. En el análisis de la capacidad exportadora se permitió identificar que los factores influyentes en la competitividad de las exportaciones son: comunicación y promoción y estructura interna de exportación, ambos factores influyen negativamente, sin embargo también se identificó un factor con mayor competitividad que es la capacidad industrial relacionado a la calidad y diseño. Concluyendo que a pesar del buen desarrollo del producto, el desconocimiento en temas de exportación impide la mejora de su capacidad exportadora, pues su nivel es malo.

4. Las acciones de mejora implementadas surgieron de los factores influyentes en el nivel de competitividad interna de las asociaciones y en su capacidad exportadora, acciones de implementación de herramientas como el KARDEX, DRAWBACK, y otros, así como capacitaciones en temas de exportación y cultura exportadora, la articulación con instituciones públicas y privadas con el fin de recibir capacitaciones, asesorías, estudios.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- En base a los resultados hallados en el primer objetivo se recomienda la formulación de planes y estudios de mercado, principalmente hacia Canadá que es un mercado atractivo para este tipo de productos, además de la activa participación de las organizaciones nacionales y privadas en el crecimiento de las asociaciones artesanales, con la finalidad de brindar un entorno competitivo en este sector.
- Tomando de referencia el resultado hallado en el segundo objetivo se recomienda fortalecer la relación entre asociados y el trabajo conjunto para mejorar la competitividad del factor cadena de valor, realizar planes estratégicos que permitan establecer objetivos medibles, capacitarse en las nuevas tendencias del mercado, actualizar su proceso productivo, asesorarse en temas financieros para que puedan manejar precios competitivos y formalizarse con el fin de acceder a beneficios brindados por el gobierno como el financiamiento, participación de fondos concursables y pertenecer a la lista de proveedores del estado.
- De acuerdo a los resultados hallados en el tercer objetivo se recomienda fomentar la cultura exportadora entre los miembros de la asociación, adaptar su oferta al mercado internacional, hacer uso de herramientas como Exporta fácil, mientras se consoliden y puedan incrementar su capacidad productiva, solicitar apoyo a las instituciones para participar en ferias y misiones internacionales, priorizar el estudio del idioma inglés por lo menos en uno de los asociados y aprovechar los beneficios tributarios que ofrece el estado al exportar como el DRAWBACK y crédito fiscal.
- Respecto a los resultados del objetivo general se recomienda integrar recursos, personas, procesos y habilidades de la asociación para la implementación de las acciones propuestas, así como el control y la retroalimentación constante de éstas para incrementar el nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten.

## REFERENCIAS

Nº 29073, Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal. Diario oficial El Peruano de Perú, Lima, Perú, 25 de Julio de 2007.

Alvarado, G., y Franco, G. (2016). *Factores que limitan la competitividad en exportaciones de uvas iqueñas bajo el Tratado de Libre Comercio Perú – Corea. 2011 – 2014* (Tesis de pregrado). Recuperado el 12 de mayo de 2018, de <http://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/handle/20.500.11955/147>

Artesanos peruanos buscan ser más competitivos para llegar a más mercados internacionales. (11 de febrero del 2018). *Crónica Viva*. Recuperado el 02 de mayo de 2018, de <http://www.cronicaviva.com.pe/artesanos-peruanos-buscan-ser-mas-competitivos-para-mercados-internacionales/-llegar-a-mas->

Asociación de exportadores. (2017). *Comportamiento de las exportaciones del sector artesanías*. Recuperado el 16 de Octubre de 2018, de <http://prueba.adexdatatrade.com/Members/Boletines.aspx?g=8&a=2017>

Asociación De Exportadores. (2017). ADEX: Perú exportará US\$200 millones en artesanías al 2021. *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/adex-peru-exportara-us-200-millones-artesantias-2021-437949-noticia/?ref=ecr>

Atoche, J., y Corzo, M. (2015). *Factores de la competitividad que determinan en el potencial exportador de las micro empresas de la Asociación de Fabricantes Industriales Textiles la Libertad – 2015* (Tesis de pregrado). Recuperado el 12 de mayo de 2018, de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/7941/Atoche%20Castro%2c%20Jos%2c%20Luis%20Corzo%20Melendez%2c%20Mar%2c%20Fernanda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Belay, S. (2009). *Export - Import Theory, Practices and procedures*. New York: Taylor & Francis.

Buitrago, A. (2015). Nivel de competitividad micro empresas de Ibagué Colombia. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 2(1), 1-10. Recuperado el 02 de mayo de 2018, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/15/ibague.html>

- Calle, G. (2019). Determinantes de la rentabilidad de la joyería de plata: El caso de Catacaos (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura). Recuperado de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1721/ECO-CAL-PAS-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo, K., y Chafloque, M. (2014). *Análisis de la competitividad en la comercialización del mate burilado, en el distrito de Mórrope, Lambayeque* (Tesis pregrado). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque, Perú.
- Centro de Innovación Tecnológica Turístico Artesanal Sipán (2011). *Diagnóstico de la Actividad Artesanal en la Región Lambayeque*. Recuperado el 02 de mayo de 2018, de <https://issuu.com/cite-sipan/docs/diagnosticoartesia>
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference 11.0 update* (cuarta ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (quinta ed.). McGRAW-HILL Education.
- Herrera, P. C. (2018). Artisans and Digital Craft in Latin America: The contribution of architects to their creativity and production. *Revista Sao Paulo*. <https://doi.org/10.5151/sigradi.2018-1885>
- Inter-American Development Bank (2018). *Competitiveness Map*. Recuperado el 01 de Noviembre de 2018, de <https://www.iadb.org/es>
- Jaime, R., Hurtado, B., y Romero, N. (2015). La competitividad en la exportación de espárragos sonorenses hacia Estados Unidos en el marco del TLCAN. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 36(3), 1265-1274. Recuperado el 29 de abril de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14132408012>
- Lee, J., & Karpova, E. (2018). Revisiting the competitiveness theory in the new global environment: review and analysis of the competitiveness definition. *Int. J. Competitiveness*. <https://doi.org/10.1504/IJC.2018.10012626>
- Listra, E. (2015). The Concept of Competition and the Objectives of Competitors. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.398>

- Manquillo, N. A. (2019). La vulnerabilidad del sector artesanal colombiano en el ámbito nacional e internacional como ‘negocio de conocimiento tradicional’. Estudio de caso: la denominación de origen artesanal ‘Guacamayas’ en el Acuerdo Comercial entre Colombia, Perú y la Unión E. *Revista la propiedad inmaterial*, pp. 167-209.  
<https://doi.org/10.18601/16571959.n28.06>
- Marín, L. (2015). *Propuesta de Medición de la Competitividad de las PyMES radicadas en la provincia de Córdoba*. (Tesis pregrado), Universidad de Córdoba, Argentina. Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2689/Marin%2C%20Laura.%20Propuesta%20de%20medici%C3%B3n%20de%20la%20competitividad%20de%20las%20PYME%20radicadas%20en%20la%20provinc%20ia%20de%20C%C3%B3rdoba.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Minervini, N. (1996). *Manual del exportador*. Recuperado el 15 de mayo de 2018, de <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/Manual-del-Exportador.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2011). *Ayuda para el Comercio: Experiencias concretas PERÚ*. Recuperado el 2 de mayo de 2018, de <https://www.oecd.org/aidfortrade/47765065.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). *Comportamiento del sector artesanal - 2017*. Recuperado el 17 de Octubre de 2018, de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/institucional/comportamiento\\_sector\\_artesanal.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/institucional/comportamiento_sector_artesanal.pdf)
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (2018). *Informe ejecutivo de Apoyo y Fortalecimiento del sector artesanal en Colombia*. Recuperado el 29 de abril de 2018, de [https://spi.dnp.gov.co/App\\_Themes/SeguimientoProyectos/ResumenEjecutivo/1191000270000.pdf](https://spi.dnp.gov.co/App_Themes/SeguimientoProyectos/ResumenEjecutivo/1191000270000.pdf)
- Palomino, L. (2016). *Perfil competitivo del sector textil exportador de lana de Alpaca - Junín, 2005-2014* (Tesis de pregrado). Universidad Continental, Huancayo, Perú.
- PERUGIFT SHOW. (2018). *GIFT SHOW*. Recuperado el 01 de Noviembre de 2018, de <https://www.perugiftshow.com.pe/en/expositores/int-beneficios.html?ubi=expositores>
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. London, Inglaterra: Macmillan
- PROMPERUSTAT. (2018). *Ranking por partida arancelaria*. Recuperado el 16 de Octubre de 2018, de <http://www.siicex.gob.pe/promperustat/>

- Rios, I. (2018). *Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017* (Tesis de pregrado). Recuperado el 12 de mayo de 2018, de [http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN\\_1dbd0082dddbbfbee88568d79f3c1362](http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_1dbd0082dddbbfbee88568d79f3c1362)
- Romero, F. (2016). *Competitividad y Cadena Productiva de las exportaciones de espárragos de las MYPE's en Santa Dominguita – Ica, 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Rubio, L., y Baz, V. (2005). *El poder de la competitividad*. México, D.F., México: Fondo de Cultura Económica/CIDAC. Recuperado el 02 de mayo de 2018, de [http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad\\_FINAL-Agosto\\_2004.pdf](http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad_FINAL-Agosto_2004.pdf)
- Saavedra, M., Milla, S., y Tapia, B. (2013). *Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F., México.
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2017). *Informe anual de Exportaciones 2017*. Recuperado el 16 de Octubre de 2018, de [www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/104506851rad6B52F](http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/104506851rad6B52F)
- Solano, J., Pérez, E., y Uzcátegui, C. (Febrero de 2017). *Metodologías de Medición de la Competitividad*. Simposio llevado a cabo en el II Congreso Internacional Virtual sobre Desafíos de las Empresas del Siglo XXI, Machala, Colombia.
- Sosa, E. (2015). *La incidencia de la artesanía importada en la ciudad de Otavalo y su impacto en la economía local* (Tesis de pregrado). Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2018). *Orientación Aduanera - Exportación*. Perú: SUNAT. Recuperado el 15 de mayo de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2018). *Crédito fiscal*. Perú: SUNAT. Recuperado el 15 de mayo de 2018, de

<http://sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-general-a-las-ventas-igv-empresas/3111-06-credito-fiscal>

TRADE FAIR. (2018). *Trierer Handwerkermarkt Trier*. Recuperado el 01 de Noviembre de 2018, de <https://www.tradefairdates.com/Trierer-Handwerkermarkt-M6940/Trier.html>

Ventura, F. (2017). *Caracterización de la formalización y competitividad de las Mypes del rubro artesanales del distrito de Monsefú, 2016* (Tesis de pregrado). Recuperado el 12 de mayo de 2018, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2485>

Zarcovich, P. (2005). *Metodología para la investigación*. México, D.F., México: McGraw-Hill International.



## ANEXO N°02: INSTRUMENTOS



### ENCUESTA N°01. MAPA DE COMPETITIVIDAD DEL BID

Presentación.

Califique del 1 al 5:

0. No Existe

1.Existe

2.En proceso de documentación

3.Documentado

4.Documentado y difundido

5. Documentado, difundido y

Señor(a), el presente cuestionario es de carácter anónimo, tiene como finalidad obtener información acerca del tema de Nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten para incrementar las exportaciones de productos artesanales Lambayeque. Los datos que nos proporcione serán de mucha importancia porque nos permitirá detectar los problemas que surgen alrededor del tema tratado.

Gracias por su colaboración.

I. DATOS GENERALES

Por favor, coloque en los espacios respectivos los datos que se les solicita:

#### 1. Planeamiento estratégico:

##### 1.1. Proceso

- ¿La asociación ha realizado un proceso de planeamiento estratégico en los dos últimos años?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación está dando espacios para que todos se involucren con la planeación estratégica?

1  2  3  4  5  6

- ¿El planeamiento estratégico es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento?

1  2  3  4  5  6

- ¿Se definen objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución por parte de las personas responsables del área involucrada?

1  2  3  4  5  6

- ¿Al planear se desarrolla un análisis FODA para la asociación considerando entre otros factores: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos competidores, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones?

1  2  3  4  5  6

- ¿Al formular las estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la asociación con mejores prácticas?

1  2  3  4  5  6

## 1.2. Implementación

- ¿El artesano está activamente involucrado en el logro de los objetivos de la asociación, así como en los cambios que demanda la implementación de la estrategia?

1  2  3  4  5  6

- ¿El planeamiento estratégico da las pautas para la asignación general de recursos en cada área de la asociación con un seguimiento efectivo?

1  2  3  4  5  6

## 2. Cadena de valor:

### 2.1. Planificación.

- ¿El proceso de producción de la asociación es adecuado para fabricar productos con calidad y costos competitivos?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación tiene un programa escrito y detallado de adquisición de maquinaria y tecnología para ser ejecutada en el futuro?

1  2  3  4  5  6

- ¿El proceso de producción es suficientemente flexible para permitir cambios en los productos a ser fabricados en función de satisfacer las necesidades de los clientes?

1  2  3  4  5  6

- ¿El planeamiento de producción está basado en pronósticos de ventas?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación tiene medidas de control para el flujo de producción, para conocer el estado y avance de las órdenes de producción?

1  2  3  4  5  6

- ¿La maquinaria y la tecnología de la empresa le permiten fabricar productos competitivos, a nivel nacional en calidad y precio?

1  2  3  4  5  6

### 2.2. Capacidad.

- ¿La asociación conoce la capacidad de producción de su maquinaria y equipo por cada línea de producción y de su recurso humano y define el rango deseado de su utilización?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación tiene planes de contingencia para ampliar su capacidad de producción más allá de su potencial actual para responder a una demanda superior a su capacidad de producción?

1  2  3  4  5  6

### 2.3. Mantenimiento.

- ¿Se realiza un programa de mantenimiento preventivo a todos los equipos y maquinaria, los resultados son debidamente documentados?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación mantiene un inventario de partes y repuesto claves para equipos críticos?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿Los operarios de los equipos participan de su mantenimiento?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación establece su programa de mantenimiento bajo el concepto de mantenimiento predictivo?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación establece su programa de mantenimiento bajo el concepto de mantenimiento productivo?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación tiene seguro contra incendio y otras calamidades devastadoras, así como lucro cesante adecuado?  
 1  2  3  4  5  6

### 2.4. Investigación y desarrollo.

- ¿La innovación es incorporada en los diferentes procesos de la asociación y se considera de vital importancia para su supervivencia?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿Existe un proceso formal de investigación de nuevas materias primas y procesos de producción?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación dispone de un programa de investigación y seguimiento a las tecnologías claves para su negocio?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación tiene un programa escrito y detallado de adquisición de equipo y tecnología y modernización de su proceso de producción?  
 1  2  3  4  5  6

### 2.5. Aprovisionamiento.

- ¿Existen criterios formales para la planificación de compra de materias primas, materiales y repuestos?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿Existe un sistema de abastecimiento flexible y eficiente que satisfaga las necesidades de la planta?  
 1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación tiene un plan de contingencia de materias primas críticas, tecnologías críticas y personal crítico que garanticen el normal cumplimiento de sus compromisos comerciales?

- 1  2  3  4  5  6 materia prima y materiales es en su orden  
1. Calidad, 2. Servicio, 3. Precio, 4. Condiciones de pago?

1  2  3  4  5  6

## 2.6. Manejo de inventarios.

- ¿Cómo resultado de negociaciones con los proveedores se han programado las entregas de materias primas para mantener el inventario en un nivel óptimo según las necesidades?

1  2  3  4  5  6

- ¿Hay un nivel óptimo de inventarios de materias primas, producto en proceso y producto terminado para reducir las pérdidas originadas por el mal manejo?

1  2  3  4  5  6

- ¿El sistema de almacenamiento y administración de inventarios garantiza adecuados niveles de rotación uso y control de estos?

1  2  3  4  5  6

- ¿Con periodicidad programada se compara inventario físico de materia prima, materiales y producto terminado con el inventario llevado en el kardex?

1  2  3  4  5  6

## 2.7. Ubicación de infraestructura.

- ¿La ubicación del taller es ideal para el abastecimiento de materias primas, mano de obra y para la distribución del producto terminado?

1  2  3  4  5  6

- ¿La infraestructura e instalaciones del taller son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras?

1  2  3  4  5  6

## 3. Aseguramiento de la calidad:

### 3.1. Aspectos generales.

- ¿La gerencia general tiene como filosofía impulsar programas de calidad en la asociación y para ello capacita adecuadamente a sus empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo?

1  2  3  4  5  6

- ¿Las normas de calidad para todos los productos de la asociación están debidamente documentadas y son conocidas por las personas responsables de su cumplimiento?

1  2  3  4  5  6

### 3.2. Sistema.

- ¿Los productos de la asociación cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector?

1  2  3  4  5  6

- ¿El sistema de calidad identifica las necesidades de cliente y lo compara con el producto ofrecido por la empresa para proponer mejoras o rediseños?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿El sistema de calidad involucra los controles necesarios para identificar y medir defectos y sus causas en los procesos de producción, los retroalimenta para implementar acciones correctivas y les hace seguimiento?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿En el proceso de selección de materias primas existen especificaciones técnicas y se aplican los controles necesarios para verificar la calidad y retroalimentar el proceso de selección y compra?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿Las especificaciones técnicas están claramente documentados a través del proceso, desde la recepción de la materia prima hasta que los productos estén listos para su entrega?  
 1  2  3  4  5  6

#### 4. Merchandising:

##### 4.1. Mercado nacional.

- ¿El proceso de planeamiento genera un plan de mercado anual, estricto y detallado, con responsables e índices de gestión claramente definidos?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación conoce los segmentos del mercado en que compete, su participación, crecimiento y rentabilidad y desarrolla estrategias comerciales para cada uno de ellos?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación establece objetivos o cuotas de venta, de recaudo y de consecución de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores y controla su cumplimiento?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios)  
 1  2  3  4  5  6
- ¿Las estrategias, objetivos y precios de la asociación están determinados con base en el conocimiento de sus costos, la oferta, la demanda y la situación competitiva?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿Los productos nuevos han generado un porcentaje importante de las ventas y de las utilidades totales en la asociación?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿Los productos nuevos (menores de 3 años) han generado un porcentaje importante de las ventas y de las utilidades totales de la asociación?  
 1  2  3  4  5  6

1  2  3  4  5  6

- ¿Los recursos asignados al mercadeo son adecuados y se usan de manera eficiente?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación dispone de un sistema de información y análisis que le permite obtener información actualizada?

1  2  3  4  5  6

- ¿Sobre sus clientes, sobre sus necesidades, y los factores que guían sus decisiones de compra la empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción, sistemas de información de mercados y seguimiento de tendencias?

1  2  3  4  5  6

#### 4.2. Servicios.

- ¿El personal que tiene contacto con el cliente es consciente de sus responsabilidades y tiene suficiente autonomía para atender adecuadamente sus necesidades?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación tiene un sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente lo documenta y toma de acciones con base en sus análisis?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos?

1  2  3  4  5  6

#### 4.3. Distribución.

- ¿La asociación posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente que apoya el cumplimiento de los objetivos de la empresa?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación ha desarrollado un sistema eficiente de distribución que permite llevar sus productos a sus clientes cuándo y dónde ellos lo necesitan

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación prefiere contratar vendedores con vínculo laboral en lugar de independientes sin vínculos laboral?

1  2  3  4  5  6

### 5. CONTABILIDAD Y FINANZAS:

#### 5.1. Monitoreo de costos y contabilidad:

- ¿El sistema de contabilidad y costos prevé información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones?

1  2  3  4  5  6

- ¿La gerencia general recibe los informes de los resultados contables en los diez primeros días del mes siguiente periódicamente se preparan reportes de cuentas por cubrir organizados por antigüedad?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación tiene un sistema establecido para contabilizar y rotar sus inventarios?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿Existe un sistema claro para definir los costos de la asociación, dependiendo de las características de los productos y de los procesos?  
 1  2  3  4  5  6

### 5.2. Administración financiera.

- ¿La asociación tiene una planeación financiera formal?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación conoce la rentabilidad de cada producto o línea de productos?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman acciones correctivas?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación evalúa la utilidad de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones?  
 1  2  3  4  5  6

### 5.3. Normas legales y tributarias.

- ¿Se evalúa la inscripción de la asociación ante la superintendencia de industria y comercio, cámara de comercio a la luz de su objeto social?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿Se tienen claramente definido el calendario tributario de la asociación, con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación aplica los respectivos indicadores a sus declaraciones tributarias y se monitorean los resultados?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación tiene una planificación tributaria definida, conoce los montos aproximados por pagar el período gravado de los diferentes impuestos, tasas y contribuciones?  
 1  2  3  4  5  6

## 6. Talento humano

### 6.1. Aspectos generales.

- ¿La asociación tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas?  
 1  2  3  4  5  6
- ¿La asociación tiene unas políticas y manuales de procedimientos escritos, conocidos y acatados por todo el personal?  
 1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación cumple con todos los requisitos legales vigentes?

1  2  3  4  5  6

## 6.2. Capacitación y promoción del personal.

¿La asociación tiene manejo del idioma inglés, o parte del personal?

1  2  3  4  5  6

- ¿Todo el personal o parte de éste cuenta con estudios de nivel primario?

1  2  3  4  5  6

- ¿Todo el personal o parte de éste cuenta con estudios de nivel secundario?

1  2  3  4  5  6

- ¿Todo el personal o parte de éste cuenta con estudios técnicos o universitarios?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción a la asociación?

1  2  3  4  5  6

- ¿Las habilidades personales, las calificaciones, el deseo de superación, la creatividad y la productividad son criterios claves para la remuneración y promoción del personal así como para la definición de la escala salarial?

1  2  3  4  5  6

## 6.3. Cultura Organizacional.

- ¿Existe una buena comunicación oral o escrita a través de los diferentes niveles de la asociación?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia?

1  2  3  4  5  6

- ¿El trabajo en equipo es estimulado a través de todos los niveles de la asociación?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral?

1  2  3  4  5  6

## 6.4. Salud y seguridad industrial.

- ¿La asociación tiene un programa de salud ocupacional implementado?

1  2  3  4  5  6

- ¿La planta, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el artesano?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación tiene un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo los documenta cuando ocurren y toma las acciones preventivas y/o correctivas?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas?

1  2  3  4  5  6

## 7. Gestión ambiental

### 7.1. Políticas.

- ¿En el diseño del taller, la asociación tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas?

1  2  3  4  5  6

- ¿La cultura y la estrategia de la compañía involucra aspectos, impactos y riesgos ambientales?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares pre acordado?

1  2  3  4  5  6

### 7.2. Estrategias para proteger al medio ambiente.

- ¿La asociación considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en su infraestructura física?

1  2  3  4  5  6

- ¿Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones?

1  2  3  4  5  6

### 7.3. Concientización y capacitación:

- ¿Se definen y documentan las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos específicos que aseguren el cumplimiento de las normas ambientales, tanto internas como externas?

1  2  3  4  5  6

### 7.4. Administración del desperdicio.

- ¿La asociación trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminantes mediante la mejora de sus procesos productivos, el reciclaje, la sustitución de insumos, el mantenimiento preventivo y el uso de otras tecnologías?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación ha medido la cuantía de desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo?

1  2  3  4  5  6

## 8. Cadena de valor:

### 8.1. Sistema de información.

- ¿El sistema de información de la asociación está diseñado para satisfacer los requerimientos funcionales de información de la gerencia y de todas las áreas en forma oportuna y confiable?

1  2  3  4  5  6

- ¿La asociación está actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlos?

1  2  3  4  5  6

- ¿El diseño técnico y funcional del sistema responde a las necesidades de información de la asociación y es óptimo con relación al tiempo de proceso y seguridad?

1  2  3  4  5  6

#### 8.2. Entradas.

- ¿Se generan, archivan adecuadamente los documentos soportes en las diferentes áreas de la asociación?

1  2  3  4  5  6

- ¿La captura de información genera operaciones simultáneas en las diferentes áreas de la asociación evitando la doble digitación de las transacciones en los diferentes sistemas?

1  2  3  4  5  6

#### 8.3. Proceso.

- ¿Cómo política, la asociación realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros?

1  2  3  4  5  6

- ¿Existen procedimientos de contingencia, manuales o automatizados, en caso de pérdidas de flujo eléctrico, fallas en el equipo de proceso?

1  2  3  4  5  6

#### 8.4. Salidas:

- La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es usada para la toma de decisiones.

1  2  3  4  5  6

- La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de la toma de decisiones.

1  2  3  4  5  6

Presentación.

Señor(a), el presente cuestionario es de carácter anónimo, tiene como finalidad obtener información acerca del tema del Nivel de competitividad de las asociaciones del distrito de Eten para incrementar las exportaciones de productos artesanales Lambayeque. Los datos que nos proporcione serán de mucha importancia porque nos permitirá detectar los problemas que surgen alrededor del tema tratado.

Gracias por su colaboración.

#### I. DATOS GENERALES

Por favor, coloque en los espacios respectivos los datos que se les solicita:

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_

<b>Capacidad técnica industrial</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>1</b>	¿Hay problemas con la materia prima o insumos como: regularidad en la entrega, conformidad con las muestras, calidad constante, relación precio/rendimiento?		
<b>2</b>	¿Sus proveedores están preparados para suministrar insumos con calidad internacional?		
<b>3</b>	¿Cambiando las dimensiones de su producto puede reducir los costos de transporte?		
<b>4</b>	¿El nivel de calidad cumple con los estándares internacionales?		
<b>5</b>	¿Hay un manual de procedimientos de calidad en su empresa?		
<b>6</b>	¿Cuenta con una hoja de costos revisada trimestralmente?		
<b>7</b>	¿Hay una política de capacitación de la mano de obra?		
<b>8</b>	¿Hay un sistema periódico de evaluación de los proveedores?		
<b>9</b>	¿Existen instrucciones escritas para la inspección del producto acabado?		
<b>10</b>	¿El control de calidad se hace al final de la línea o en cada etapa del proceso de producción?		
<b>11</b>	¿Es fácil distinguir el material inspeccionado del no inspeccionado?		
<b>12</b>	¿Su diseño/presentaciones sigue tendencias internacionales?		
<b>13</b>	¿Tienen en su empresa un especialista en diseño?		
<b>14</b>	¿Sabe si cambiando el origen de la materia prima e insumos, podría reducir los costos de importación para su contraparte extranjera?		
<b>15</b>	¿Realiza el análisis de quejas y devoluciones?		
<b>16</b>	¿Conoce el costo de desperdicio de su empresa?		
<b>17</b>	¿El envase y empaquetado respetan las normas del país importador?		
<b>18</b>	¿Emplean el envase para promocionar sus productos?		

19	¿Está enviando junto con el material instrucciones claras sobre instalación y mantenimiento (si se aplica a su caso)?		
20	¿Conoce la ley del consumidor del país al que exporta?		
21	¿Está seguro que su producto no está en contra de las normas del consumidor?		
22	¿Está seguro que su importador está utilizando la clave arancelaria correcta para que pague el impuesto de importador justo?		
23	¿Su producto está protegido con relación a la marca y patente?		
24	¿Conoce bien el ciclo de vida de su producto?		
25	¿Su proceso productivo es de lo más actualizado?		
26	¿Conoce los costos de almacenaje de sus materias primas y productos acabados?		
27	¿Hay algo que mejorar en el almacenaje?		
28	¿Existe un control de existencia del material?		
29	¿Tiene buenos supervisores?		
30	¿Tiene un alto índice de abastecimiento?		
31	¿Su producto se vende por la imagen que proyecta su empresa?		
<b>Información</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
1	¿Conoce cómo aprovechar los mecanismos de acuerdos internacionales? (SGP, Mercosur, TLC, Unión Europea)		
2	¿Conoce las iniciativas de promoción que entidades gubernamentales están llevando a cabo en este momento en su sector industrial?		
3	¿Conoce formas seguras de evaluar la capacidad de pago de su importador?		
4	¿Conoce las diferentes formas para localizar un posible importador?		
5	¿Está al tanto de las entidades de apoyo a la exportación de su país y los programas que desarrollan?		
6	¿Sabe cómo puede conocer la legislación de importación del país de interés?		
7	¿Conoce cuáles son las entidades que promueven capacitación en su país?		
8	¿Sabe si hay financiamiento para operaciones de exportación como la suya en el Perú?		
9	¿Mantiene contacto con fuentes de información para estudios de mercado?		
10	¿Está seguro de que podría utilizar su marca en el exterior, sin provocar riesgos o problemas de oposición?		
11	¿Elaboró el perfil de mercado para los principales 5 mercados donde está operando?		
12	¿Conoce las barreras que enfrentará en el mercado de su interés, y cómo superarlas?		
<b>Comunicación y promoción</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
1	¿Tiene un listado de argumentos de ventas para cada país donde exporta?		
2	¿Su comunicación está adaptada a los mercados?		
3	¿Participa en ferias internacionales?		
4	¿Desarrolla un trabajo agresivo de promoción antes de la realización de la feria?		
5	¿Tiene un catálogo válido para el mercado exterior?		

6	¿Elaboró una investigación preliminar sobre la marca antes de hacer los primeros contactos con un nuevo mercado?		
7	¿Después de cada viaje internacional elabora un plan de acción?		
8	¿Tiene un plan de comunicación/promoción para sus principales mercados?		
9	¿Se ha informado antes de viajar un nuevo mercado del acercamiento cultural y negociar típico de la región?		
10	¿Mantiene constante comunicación con sus clientes en el exterior?		
<b>Mercado</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
1	¿Seleccionó el mercado al que está exportando con base en una investigación?		
2	¿Los clientes a quien le exporta, fueron seleccionados con base en una investigación y plan de trabajo?		
3	¿Evaluó varias alternativas de forma de ingreso?		
4	¿Está utilizando condiciones generales de venta y contratos de agencia?		
5	¿Está empleando una lista de precios basada en una investigación de mercado?		
6	¿Averiguó la posibilidad de utilizar consorcios, empresas de comercio exterior, consultores, para acelerar y profesionalizar su entrada al mercado?		
7	¿Está seguro de estar vendiendo al mercado y cliente más rentable para su empresa?		
8	¿Conoce cómo venden sus competidores?		
9	¿Tiene otras fuentes de información del mercado además de su comprador?		
10	¿Está seguro que su empresa tiene la imagen en el mercado, que a usted le gustaría poseer?		
11	¿Averigua periódicamente la eficacia de su fuerza de ventas?		
12	¿Tiene planes de acción para los principales mercados?		
13	¿Su contraparte le asegura la mejor cobertura geográfica del mercado?		
14	¿Firmó un contrato de licencia del uso de marca?		
15	¿Está seguro que usted es propietaria de la marca en el país donde exporta? (¿o es su importador?)		
16	¿Tiene registrado en un dossier toda la información de la contraparte?		
17	¿Ofrece apoyo válido promocional a su socio?		
<b>Estructura interna de exportación</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
1	¿Tiene un departamento de exportación gerenciado por un especialista en el tema?		
2	¿Ha participado en los últimos 6 meses en cursos de capacitación de exportación?		
3	¿Existe un plan anual de exportación revisado trimestralmente?		
4	¿Existe un plan de medio y largo plazo para capacitación de los ejecutivos y obreros?		
5	¿Es bastante difundida en la empresa la cultura de exportación?		
6	¿Está repartidas muy claramente las funciones dentro del departamento de exportación?		
7	¿Hay suficiente sistematización de las operaciones de exportación a través de tabulados, formatos e informático?		

8	¿Conoce cuál es el costo real de cada exportación?		
9	¿Hay un catálogo semestral de la rentabilidad del mercado, distribuidor, cliente y producto?		
10	¿Existe un manual de procedimientos del departamento de exportación?		
11	¿Intentó montar un grupo de trabajo de exportación en su empresa?		
12	¿Su departamento de exportación gerencia concretamente la internacionalización de su empresa o suministra pedidos?		
<b>Ingeniería del precio</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>
1	¿Tiene un control trimestral de costos fijos y variables?		
2	¿Controla periódicamente índices económicos de su balance?		
3	¿Averiguó si puede reducir atrasos administrativos?		
4	¿Utiliza los financiamientos específicos para la exportación?		
5	¿Insiste lo suficiente a sus clientes para programar las compras?		
6	¿Sabe si colocando valor agregado puede lograr un mejor precio?		
7	¿Averiguó si responsabilizándose de llevar su producto a la bodega del cliente (y no venderlo exworks) puede mejorar su competitividad?		
8	¿Es costumbre en su empresa hacer por lo menos cada seis meses un análisis de valor?		
9	¿Consulta periódicamente algún especialista en programación fiscal, marketing y logística?		
10	¿Ya implantó un programa de productividad en su empresa fijando metas involucrando a todos?		
11	¿Su responsable de compras realiza una ingeniería de compras o emite pedidos?		
12	¿Redujo todas las tasas al mínimo (dentro de la legalidad)?		
13	¿Conoce todas las técnicas de reducir costos financieros?		
14	¿Sabe que una parte importante del costo de su producto puede depender de la logística? ¿Ha contratado algún especialista?		

**Entrevista N°1**      **GUÍA DE ENTREVISTA A LOS EXPERTOS EN LA MATERIA**

**TÍTULO** Nivel De Competitividad de las Asociaciones del distrito de Eten para incrementar las exportaciones de productos artesanales Lambayeque.

**Objetivo general:** Proponer acciones de mejora en el nivel de competitividad de las asociaciones para incrementar las exportaciones de productos artesanales.

Preguntas:

¿Cuáles son las tendencias de mercado para los productos artesanales tejidos en paja palma macora?

¿Cuáles serían los principales mercados de destino para los productos artesanales tejidos en paja palma macora?

¿Qué factores influyen en la competitividad de las asociaciones para la exportación de productos artesanales tejidos en paja palma macora?

¿Qué características debe cumplir la asociación para ser competitiva?

¿Considera usted que es importante que las asociaciones realicen planes estratégicos?

¿Qué canales de distribución considera usted correcto para la exportación?

¿Cuáles son los documentos que necesita la asociación para exportar artesanía en tejidos de paja palma macora?

¿Qué barreras no arancelarias están fijadas para la exportación de productos artesanales tejidos en paja palma macora?

¿Qué requisitos debe cumplir la asociación para lograr la exportación?

¿En qué ferias y misiones comerciales pueden participar los artesanos de tejido en paja palma macora?

¿Qué requisitos necesitan las asociaciones de artesanos para participar en fondos concursables?

¿Cómo beneficiaría el mecanismo de Exporta fácil en las exportaciones directas de las asociaciones artesanales del distrito de Eten?

¿Qué recomendaría con respecto al envase de productos artesanales tejidos en paja palma macora?

¿Conoce qué tipo de apoyo brindan las instituciones para mejorar las exportaciones de los productos artesanales tejidos en paja palma macora? ¿Cuáles son estas instituciones?

¿Considera que las asociaciones podrían beneficiarse de los regímenes aduaneros que ofrece el estado (DRAWBACK, admisión temporal..., reposición de franquicias)?

¿Qué temas considera usted importantes en una capacitación dirigida a éstas asociaciones?

## FICHA DE REVISIÓN DOCUMENTAL

**TÍTULO:** Nivel De Competitividad de las Asociaciones del distrito de Eten para incrementar las exportaciones de productos artesanales Lambayeque

**Objetivo:** Diagnosticar el estado actual de las exportaciones de productos artesanales.

<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores (Ítems)</b>	<b>Documentos a Revisar</b>
<b>Requisitos</b>	Persona natural	Empresas o personas exportadoras de artesanía en tejidos de paja palma macora.
	Persona jurídica	
<b>Documentos</b>	Declaración	.Volumen de exportación. .Valor FOB exportado. .Precio .Destinos .Producto
<b>Beneficios</b>	Crédito fiscal	Empresas que hacen uso de los beneficios tributarios y aduaneros en la exportación de artesanías en tejidos de paja palma macora.
	Drawback	
<b>Modalidades</b>	Definitiva	Evolución de exportaciones en tejido de paja palma macora.
	Simplificada	
	Exporta fácil	

### ANEXO N°03: Confiabilidad de instrumentos

Mapa de competitividad del BID										
EXPERTOS	CLARIDAD	OBJETIVIDAD	ACTUALIDAD	SUFICIENCIA	INTENCIONALIDAD	CONSISTENCIA	COHERENCIA	METODOLOGÍA	PERTINENCIA	SUMA DE EXPERTOS
EXPERTO 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
EXPERTO 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
EXPERTO 3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
<b>SUMA DE LOS INDICADORES</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>27</b>
PROMEDIOS	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	9.00
CUADRADO 1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00
CUADRADO 2	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00
CUADRADO 3	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00
<b>SUMATORIA</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>243.00</b>
VARIANZA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00
Alfa de Cronbach= 1.00										

Capacidad exportadora - Nicola Minervini										
EXPERTOS	CLARIDAD	OBJETIVIDAD	ACTUALIDAD	SUFICIENCIA	INTENCIONALIDAD	CONSISTENCIA	COHERENCIA	METODOLOGÍA	PERTINENCIA	SUMA DE EXPERTOS
EXPERTO 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
EXPERTO 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
EXPERTO 3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
<b>SUMA DE LOS INDICADORES</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>27</b>
PROMEDIOS	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	9.00
CUADRADO 1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00
CUADRADO 2	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00
CUADRADO 3	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00
<b>SUMATORIA</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>243.00</b>
VARIANZA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00
Alfa de Cronbach= 1.00										

Entrevista a expertos											
EXPERTOS	CLARIDAD	OBJETIVIDAD	ACTUALIDAD	SUFICIENCIA	INTENCIONALIDAD	CONSISTENCIA	COHERENCIA	METODOLOGÍA	PERTINENCIA	SUMA DE EXPERTOS	
EXPERTO 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	
EXPERTO 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	
EXPERTO 3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	
<b>SUMA DE LOS INDICADORES</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>27</b>	
PROMEDIOS	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	9.00	
CUADRADO 1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00	
CUADRADO 2	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00	
CUADRADO 3	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00	
<b>SUMATORIA</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>243.00</b>	
VARIANZA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00	
Alfa de Cronbach=		1.00									

Análisis documental											
EXPERTOS	CLARIDAD	OBJETIVIDAD	ACTUALIDAD	SUFICIENCIA	INTENCIONALIDAD	CONSISTENCIA	COHERENCIA	METODOLOGÍA	PERTINENCIA	SUMA DE EXPERTOS	
EXPERTO 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	
EXPERTO 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	
EXPERTO 3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	
<b>SUMA DE LOS INDICADORES</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>27</b>	
PROMEDIOS	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	9.00	
CUADRADO 1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00	
CUADRADO 2	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00	
CUADRADO 3	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00	
<b>SUMATORIA</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>243.00</b>	
VARIANZA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	81.00	
Alfa de Cronbach=		1.00									