



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la
Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016

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

Autora

Hernández Villanueva, Diana Deisy

Asesor Metodólogo

Dra. Olenka Ana Catherine Espinoza Rodríguez

Asesor Especialista

Dr. Antonio Rodríguez Abraham

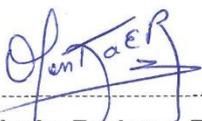
Línea de Investigación

Comercio Internacional

TRUJILLO – PERÚ

(2017)

Página del Jurado



Dra. Olenka Espinoza Rodríguez
PRESIDENTE



Dr. Antonio Rodríguez Abraham
SECRETARIO



Mg. Luz Baltodano Nontol
VOCAL

Dedicatoria

A Dios, mi padre celestial quien desde el momento de mi existir me guio por el camino correcto.

A mi madre, por su apoyo constante, sus consejos, por su amor, por su compañía, a ella que me da todo sin recibir nada a cambio, Te Amo Mamita.

A mi padre, por su ejemplo de valentía, esfuerzo diario, por el apoyo económico y por su gran enseñanza de nunca dejarse vencer.

A mi Tía Julia, Tío José y mis Hermanas Paola y Melisa, por enseñarme el hermoso camino del Señor y por el grandioso apoyo constante.

A todas las personas que me aprecian, brindan su amistad y su cariño sincero.

Agradecimiento

A Dios en primer lugar porque gracias a él estoy en este mundo todo lo que tengo es por él, gracias Señor por las fuerzas que me das día a día, por el amor que das desde primer día de mi existir. Gracias por estos veintidós años de vida.

A mi mamá por ser mi guía durante mi proceso de formación, quien durante todo este tiempo me ha demostrado su amor; gracias por tus enseñanzas, oraciones, ánimos, que me sirvieron durante estos cinco años de estudio universitario, para seguir luchando por conseguir mis sueños, gracias mamá, mujer guerrera y valiente, te amo.

A mi padre por la ayuda económica durante estos cinco años, porque a pesar de las dificultades siempre te has esforzado para darme lo mejor, gracias mostrarme ese espíritu de lucha y constante trabajo.

A todos los docentes y personas que me ayudaron a ser posible esta investigación. Gracias.

Declaratoria de autenticidad

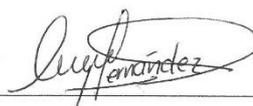
Yo Diana Deisy Hernández Villanueva con DNI N° 72881267, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Así mismo autorizo a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación si lo cree conveniente.

Trujillo, 2017



Diana Deisy Hernández Villanueva

DNI. N° 72881267

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

La Autora

Índice

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación.....	vi
Resumen.....	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
I. Introducción.....	11
1.1. Realidad Problemática	11
1.2. Trabajos Previos.....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema :.....	16
1.4. Formulación del problema	27
1.5. Justificación del estudio	27
1.6. Hipótesis.....	28
1.7. Objetivos.....	28
II. MÉTODO	29
II. Método	30
2.1. Diseño de investigación	30
2.2. Variables , operalización	30
2.3. Población y Muestra:.....	32
2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	32
2.5. Método de análisis de datos.....	33
2.6. Aspectos Éticos.....	33
III. RESULTADOS	34
IV. DISCUSIÓN.....	58
IV. Discusión.....	59
V. CONCLUSIONES.....	63
VI. RECOMENDACIONES	66
VII. REFERENCIAS	68
VIII. ANEXOS	

Resumen

El estudio plantea que los factores determinantes para la exportación de productos textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016. Son los factores físicos, sociales, competitivos, los recursos humanos y la oferta exportable. Así se realiza una investigación descriptiva, de tipo no experimental. La población analizada estuvo representada por las integrantes que constituyen la Asociación Los Laureles de Huamachuco, así mismo los métodos de recolección de datos fueron las encuestas y la ficha de análisis documental. Así mismo el estudio concluye que los cuatro factores determinantes para la exportación de productos textiles en su mayoría se encuentran dentro de la Asociación pero se deben mejorar para el lograr la exportación de sus productos textiles.

Palabras Clave: Factores de exportación, competitividad, innovación, recursos humanos, oferta exportable.

Abstract

The study raises the determining factors for the export of textile products from the Los Laureles Association of Huamachuco to the Canadian Market 2016. These are the physical, social, competitive factors, human resources and the exportable supply. Thus, a descriptive, non-experimental research is carried out. The population analyzed was represented by the members that make up the Los Laureles Association of Huamachuco, and the methods of data collection were the surveys and the documentary analysis file. So the study concluded that the four determining factors for the export of textile products are mostly within the Association but they have been improved for the export of their textile products.

Keywords: Export factors, competitiveness, innovation, human resources, exportable supply.

I. INTRODUCCIÓN

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática

En la actualidad el turismo en nuestro país y nuestra región ha tenido un alto crecimiento, lo cual ha generado un gran desarrollo económico incrementando de este modo la calidad de la canasta familiar. Es ahí donde los diversos productos artesanales, principalmente los textiles se han convertido en un atractivo inevitable para los turistas que frecuentemente visitan nuestro país.

En la actualidad el Mercado Textil se encuentra en un crecimiento constante, gracias a los diversos Tratados que nuestro país realiza para poder exportar e importar un producto y/o servicio brindándoles las facilidades para una mejor comercialización en un nuevo mercado donde exista una demanda de este. En el Perú se han desarrollado mediante el Ministerio de Comercio Exterior, Turismo Y Artesanía, pequeñas asociaciones de productores artesanales las cuales mediante sus trabajos han creado un realce de valor a la cultura de nuestro país por los extranjeros.

Es por tal motivo que la presente investigación tiene por finalidad conocer el motivo principal para el logro de la exportación de los productos textiles a un mercado internacional como Canadá, en donde existe una demanda en crecimiento de los productos textiles que se realizan en las Asociaciones de nuestro país, brindando con esta comercialización nuevas oportunidades para incluir productos a este mercado. Es importante saber que estos diversos productos realizados en su mayoría con herramientas manuales tienen un estable crecimiento, lo que ha generado un rendimiento económico positivo.

Es así que en el departamento de La Libertad, en la provincia de Sánchez Carrión, en el distrito de Huamachuco el 09 de Febrero del 2006 se constituye la Asociación Los Laureles, dedicándose a la producción y comercialización de diferentes productos textiles artesanales elaborados de lana de ovino y colores naturales, iniciando de esta forma sus actividades económicas, para generar un nuevo ingreso y así con estos mejorar el bienestar entre sus familias, de tal manera que estos conocimientos sobre la elaboración de los textiles, no se pierdan ya que vienen heredándolo de generación en generación logrando rescatar la cultural de la

provincia. Sin embargo para que esta asociación logre exportar sus productos a un mercado internacional como Canadá, todavía le falta ver la disponibilidad de sus recursos naturales y la disposición económica con la que se contará. Así mismo, las diferentes características que le hacen falta para que sus productos tengan una aceptación positiva dentro del mercado. Por consiguiente aun no tienen una evaluación la cual indique la demanda actual dentro del mercado local, nacional e internacional, así mismo analizar el TLC y los beneficios de este para logro de las exportaciones, lo cual generará una nueva inversión para las asociadas. También la falta de innovación en cuanto a los productos textiles que producen podría llegar a ser inconveniente más, ya que se cuenta con diferentes tipos de productos pero muchos de ellos no tienen las características requeridas por el mercado exterior. Así mismo la falta de disponibilidad de la mano de obra durante la producción de textiles para alguna feria o concurso puede ser un obstáculo más, que ya gran ser competitivos. Por el último la falta de conocimiento acerca del número de asociaciones con las que cuenta el distrito y no saber el volumen mínimo para el logro de una buena exportación de los productos textiles al Mercado Canadiense. Por estas razones sus productos aún están en el mercado local y nacional es porque no tienen el conocimiento adecuado sobre los factores determinantes para lograr que sus productos salgan al mercado internacional.

Asimismo con la intención de contribuir con el desarrollo en el distrito de Huamachuco e impulsar la creación de alianzas estrategias las cuales favorecerán positivamente a la asociación. Así poder saber ¿Cómo identificar el factor Innovación para el logro de la producción e inversión de los productos textiles de la asociación Los Laureles de Huamachuco? , ¿Cómo identificar la competitividad de los productos dentro del mercado local, nacional e internacional de la Asociación Los Laureles de Huamachuco?, ¿Cómo lograr el análisis de los Recursos Humanos establecidos dentro de la Asociación Los Laureles de Huamachuco? y ¿Cómo analizar la oferta exportable de los productos textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco?. Para lograr sacar los productos textiles al mercado Canadiense. Se deberá cumplir con las políticas de exportación siguiendo las exigencias del país de destino, teniendo en cuenta las diversas operaciones de comercio internacional.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Tesis Internacionales

Macías (2014) en su tesis:

La internacionalización de las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil presentada a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador ; para optar el título en Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional. Tiene por objetivos analizar los diversos factores que incurren en la no internacionalización de las Pymes del sector textil en la ciudad de Guayaquil, conocer las teorías de la internacionalización, analizar el sector textil en Ecuador, identificar los múltiples motivos de la falta de internacionalización de las Pymes del sector textil. Utilizando una técnica de encuesta y concluyendo lo siguiente, la internacionalización es una oportunidad de crecimiento para este tipo de empresas, pero se sabe este sector no está capacitado ni con la infraestructura ni tecnología adecuada para llegar a un mercado internacional así mismo las múltiples teorías estudiadas muestra que es posible que las Pymes logren una internacionalización dependiendo de la mejora de procesos internos y externos

Babativa, Celis y Duque (2013) en su tesis:

Factores y Estrategias del Sector Textil- confección – diseño y moda de Antioquia para aprovechar competitivamente las oportunidades comerciales que ofrece el TLC con los Estados Unidos presentada a la Universidad de Medellín, para optar el título de Especialista en Alta Gerencia, tiene por objetivos reconocer los diversos factores y estrategias aptas para el sector Textil- Confección- Diseño y Moda de Antioquia para explotar eficazmente las ventajas comerciales que brinda el TLC con Estados Unidos, determinar los factores de competencias del Sector y lograr diferenciar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Utilizando una técnica de encuesta y concluyendo lo siguiente, el sector de textil está apto para desafiar los retos y convenios del TLC con Estados Unidos, logrando así una gran ventaja en costos, diseño, investigación y desarrollo de producto, así mismo, la experiencia que han logrado son recursos diferenciales y determinantes para competir en el sector.

Vasquez Guzmán (2010) Según su artículo científico

Factores y objetivos que promueven el comercio internacional, para lograr tener éxito en el país de destino se debe tener en cuenta los diversos factores económicos, políticos, sociales y culturales ya que será de vital importancia para el desarrollo de los productos y/o servicio. Sabiendo que estos mueven generalmente el comercio internacional logrando así la expansión de las ventas de la empresa, en caso que el mercado se encuentre saturado será conveniente e importante cruzar fronteras y buscar nuevos horizontes para lograr el éxito.

Vera Katterine (2015) en su tesis:

Estudio de viabilidad comercial de productos Textiles artesanales de la asociación "awakuq Makikuna de la comunidad de porcon alto, Cajamarca para la ciudad de Barcelona, España presentada a la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas. Tiene por objetivo , dar a conocer la rentable viabilidad de los productos textiles de la asociación para este mercado internacional donde existe una demanda positiva así mismo aprender las nuevas formas de comercialización, buscar nuevos canales de comercio y lograr el fortalecimiento de la asociación , concluyendo lo siguiente, el fortalecimiento y la estabilidad de la asociación será un factor positivo para lograr incursionar en nuevos mercados, así mismo entrar a un nuevo mercado donde exista una amplia demanda, logrando nosotros ofrecer productos de calidad para generar una competencia positiva dentro de este mercado.

Ramírez Jenny (2015) en su tesis:

Factores que influyen en las exportaciones en las Pymes del Valle de Sula presentada a la Universidad Tecnológica de Honduras, para optar el título de Master en Dirección Empresarial y Comercio Internacional. Tiene por objetivos, identificar si la innovación, inversión y los diferentes pactos estratégicos que afectan a los productos para lograr las exportaciones a un mercado donde existe una demanda positiva, concluyendo lo siguiente , es factible analizar estos factores porque durante el proceso de internacionalización afectan a los productos debido a que en muchos casos las Pymes no pueden lograr la exportación debido a problemas de inversión, falta de conocimiento en tendencias requeridas por el mercado.

1.3. Teorías relacionadas al tema :

1.3.1. Factores

Daniel, Radebaugh y Sullivan (2009), en su libro “Negocios Internacionales- Ambiente y Operaciones” nos afirman que:

Dentro del entorno operativo se encuentran dos tipos de factores: Factores Físicos y Sociales, lo cual lo constituyen: Normas políticas y prácticas legales, factores culturales, fuerzas económicas e influencias geográficas; Factores Competitivos, constituido por: estrategias competitiva de productos, recursos y experiencia de la empresa y competidores en cada mercado. Los cuales una empresa debe tomar en cuenta desde el momento que decide desarrollar parte de su actividad en internacional (p.8).

1.3.1.1. Factor de Innovación.

Influencia Geográficas: es de conocimiento que para establecer mejor el lugar de ubicación, cantidad y la disponibilidad de los recursos naturales dependerá en que parte del mundo te encuentres ubicado, ya que en distintas partes hay diferentes productos y servicios por explotar. (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.23).

El lugar de ubicación para la empresa, micro empresa, pymes, asociaciones, etc., Sera de gran utilidad ya que mediante esos recursos con los que cuentan en su localidad ellos podrán sacar provecho para el beneficio de economía.

“Política: esta medida se determina de acuerdo al país donde encuentres demanda para el producto o servicio, quizá en muchos casos las diferencias políticas logran desestabilizan el comercio e inversión.”(Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.23).

Así mismo el país a donde se quiere llevar los productos debe existir una demanda insatisfecha y no contar diferencias políticas las cuales en una futura comercialización podrían ocasionar inconvenientes.

“Políticas Legales: cada país tiene diferentes leyes que normalizan los negocios, como los Tratados de Libre Comercio entre países, los cuales brindan beneficios para la entrada y salida de las mercancías exportadas e importadas.” (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.24).

Para lograr una comercialización exitosa, al país de destino elegido debemos verificar que contemos con los diferentes tratados o normas que nos permitan entrar con la mercancía sin ningún problema.

“Comportamiento: estas pueden llamarse como unas normas internas de cada país los cuales podrán exigir en algunos casos la modificación del sistema de operación de una empresa extranjera que se encuentre establecidas en su territorio.” (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.24).

Conocer las reglas y normas con las que cuenta nuestro país para lograr una comercialización segura y efectiva.

“Fuerzas Económicas: es donde la economía de cada país intercambia bienes y servicios, dependiendo de cómo se mueve entre ellos porque la moneda del país de origen tiene un valor diferente con relación a otro.” (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.24).

Es importante saber el valor de la moneda del país del destino así poder evaluar la rentabilidad de la mercancía a exportar.

1.3.1.2. Factor Competitivo.

Estrategia Competitiva para productos: cada producto al ingresar a un mercado nuevo lleva consigo estrategias de costo o diferenciación, por medio de publicidad o aceptación del consumidor, favoreciendo positivamente a la marca. También las diversas características que presentan cada producto suman positivamente al desarrollo. (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.25).

Tener claramente plasmadas las estrategias con las que se piensa entrar al país de destino, para así genera una nueva ventaja competitiva en el mercado.

“Recursos y experiencia de la compañía: se debe invertir para lograr tener los recursos necesarios para poder competir frente a grandes empresas.” (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.25).

Para lograr que la comercialización al exterior sea exitosa se debe invertir lo necesario para luego recibir una ganancia positiva.

“Competidores de cada mercado: un punto importante para obtener el éxito es lo que se logre aprender de la competencia porque mejoraremos positivamente nuestro producto.” (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.26).

Es bueno saber de los competidores ya que mediante estos podremos mejorar la calidad y presentación de nuestro producto.

1.3.1.3. Factor Recursos Humanos.

Donde comúnmente participan cada uno de las personas que emplean toda empresa, es ahí donde se encuentran con diferentes culturas, por lo tanto cada función que se desempeña dentro de la empresa como recursos humanos, marketing, producción, etc. está expuesta a diferencias culturales. Podemos encontrar los siguientes:

Diversidad Cultural: un beneficio positivo para la empresa es contratar a personas de diferentes culturas ya entre ellos tienen diferentes maneras de ver el producto o servicio, lo cual será un gran aporte ya que se tendrá una nueva perspectiva de verlo. (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.53).

El tener a personas de distintos orígenes, nos será beneficio para la empresa porque tendremos diferentes perspectivas del producto.

Colisión Cultural: se refiere a en ocasiones las empresas ponen en práctica objetivos que no les resultan como lo han planeado. También muchas al personal les cuestan adaptarse a las nuevas normas, leyes del país donde están situándose para mejorar sus ingresos económicos. (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.53).

Esto muchas veces puede ocasionar dentro de la empresa un desequilibrio debido en algunos de los casos el personal no pueden adaptarse a nuevas leyes del país de destino.

“Sensibilidad y Adaptación: se refiere que para poder lograr operar en un país del exterior se deben realizar ajustes a la medida correspondiente para lograr la eficiencia y permanencia en el país residente.” (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.53).

Para lograr una adaptación efectiva en el país de destino del exterior la empresa debe lograr una eficiente adaptación del personal para lograr el éxito de la misma.

1.3.2. Exportación

Daniels y Daniel P. en su libro: “Negocios Internacionales“, 2004, afirma lo siguiente: “Las exportaciones son el intercambio autentico de bienes y/o servicios nacionales de un país a otro para su uso o consumo fuera y dentro del país de origen generando así un beneficio económico.”

Según Andrés Peruzzotti en su libro: “Como exportar con Éxito”, 2008, afirma lo siguiente, “Las exportaciones son un tipo de bien y/o servicio enviadas a otra parte del mundo donde existe demanda, para lograr un fin comercial.” (Peruzzotti, 2008, p.75)

1.3.2.1. Tipos de exportación.

a. Exportación Indirecta:

“Se refiere a la comercialización de productos mediante intermediarios, donde exporta los productos a sus comercializador en el extranjero para luego recién venderlo al consumidor final.”(Daniels, 2013, p. 565)

Este tipo de exportación surge porque en algunos casos el exportador depende de este intermediario que se encarga de inspeccionar las ventas, embalaje, distribución, cobranza y crédito, logrando sacar el producto y/o servicio del exportador al extranjero.

b. Exportación Directa:

Este tipo de exportación es mucho más codiciosa debido a que el exportador debe encargarse desde la identificación del mercado hasta la realización del cobro del producto y/o servicio. Las ventajas son: mayor control de la mercancía durante el proceso de exportación, mayores ganancias, relación directa con los clientes, crecimiento empresarial a mediano y largo plazo. (Daniels y Sullivan, 2004)

c. Oferta Exportable:

“Es la disponibilidad de producto para satisfacer las necesidades del mercado externo, mayormente dependerá de que la empresa cuente con los recursos necesarios y lograr cumplir con las exigencias del mercado objetivos.” (Haydee y Bradley, 2006, p.40). Se debe tener en cuenta que para lograr esto la empresa debe contar con la capacidad económica y financiera para solventar los gastos de la exportación, en caso no cuente con estos recursos deberá tener la disposición de endeudamiento y conseguir un financiamiento externo. (Haydee y Bradley, 2006, p.40).

1.3.3. Las Asociaciones

Es un proceso de cooperación y alianzas entre pequeños productores quienes desean iniciar un proceso de expansión o globalización de los productos que realizan, donde todos participan activamente para lograr un mismo objetivo. (Ministerio de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía MINCETUR, 2008, párr. 3)

El lograr consolidar una asociación tiene grandes beneficios como: Acceso a mercados atractivos y con demanda del producto, adquirir competidores estratégicos para obtener un mayor volumen de ventas, alcanzar un oferta exportable viable la cual permitirá el desarrollo e innovación aplicando consigo nuevas maneras de realizar negocios (MINCETUR, 2008, párr. 10)

1.3.3.1. Características de la Asociatividad.

La asociatividad es un proceso complejo debido a que todos tienen un objetivo fundamental para alcanzar el éxito. Para lograr el desarrollo de una asociación todas las personas involucradas deben tener un proyecto en común, compromiso y objetivos comunes, y sobre todo deben saber que durante el proceso de formación existirán riesgos los cuales como asociación deberán enfrentar cada uno de ellos para así poder llegar al éxito alcanzando su objetivo en común. (MINCERTUR, 2008, párr. 18)

1.3.3.2. Proceso de la Asociatividad.

Etapa de gestación, durante es donde los futuros integrantes despiertan el interés por el nuevo proyecto que se planea poner en marcha. Aquí comienzan los integrantes a darse cada uno un rol dentro de la asociación para que en un futuro eviten contratiempos y lograr su objetivo. (MINCERTUR, 2008, párr. 20)

“Etapa de estructuración, aquí cada uno de los participantes ya cuenta un rol establecido, aceptación las estrategias planteadas para alcanzar los objetivos planteados desde el inicio.” (MINCERTUR, 2008, párr. 20)

Etapa de madurez, en esta parte el producto o servicio ya se encuentra en proceso de desarrollo, la asociación ya adquirido una identidad estableciendo la forma jurídica de la misma, por las necesidades planteadas por la actividad a desarrollar. Logrando fortalecer las bases de sostenibilidad del grupo. (MINCERTUR, 2008, párr. 20)

Con la intensión de fortalecer la competitividad de los textileros, se está buscando promover la participación activa en la Asociación Los Laureles del distrito de Huamachuco.

1.3.4. Mercado

En el 2010 Canadá ocupa el 4° puesto en el lugar de destino de exportación de productos Peruanos, aumentando 44% con respecto al año 2009 y 18% en exportaciones no tradicionales. “Los productos de lana de ovino del Perú, son una producción natural dirigida a diferentes destinos de Sudamérica, Canadá, Europa; mediante, el puerto del Callao.” (Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, Promperu, 2017, párr. 3)

La producción mundial de lana, la cual se genera entre un alrededor de 100 países, es de 2.2 millones de toneladas anuales con un promedio de mil millones de ovejas. Perú ocupa el 2° lugar como socio comercial de Canadá en América del sur y central. En el 2014 Canadá fue 4° mercado de exportación de los productos peruanos. (MINCETUR, 2017. párr.14)

1.3.4.1. Acuerdos Comerciales.

El acuerdo Comercial Perú- Canadá entro en vigencia el 1° de agosto del 2009. Mediante ante este acuerdo los sectores que más se beneficiaron textil, pesquero y agrícola. (Promperu, 2009, párr. 9)

En este tratado incluyeron las siguientes disciplinas: trato nacional y acceso a mercados, medidas sanitarias, inversión, comercio transfronterizo, servicios financieros, entrada de personas de negocios, política de competencia, contratación pública, comercio electrónico, laboral, medio ambiente, transparencia, solución de controversias. (Promperu, 2009, párr. 9)

En el año 6 del TLC con Canadá el crecimiento de las exportaciones hacia Canadá incrementaron 0,1% anual, esto se debió al aumento de los diferentes envíos dentro del Sector No Tradicional. Dentro de este los más representativos son: agropecuario (60% de participación sobre el total exportado no tradicional), siderometalúrgico (16%) y textil (2,0%). Ya para el año 7 se ha logrado exportar un total de 817 productos, dentro de ellos 795 fueron productos del Sector No Tradicional (97% del total). Por lo que genero un aumento en el valor exportado de 222 productos no tradicionales. (MINCETUR, 2017, párr. 12)

1.3.4.2. Reglamentaciones requeridas para la exportación de productos.

Las importaciones y exportaciones para Canadá se deben tener en cuenta con los diversos requerimientos de la Ley de Permisos para la Exportación e Importación.

Empleando así un régimen de Permisos de Importación y el International Import Certificate para productos como textiles y prendas de vestir.

Adquirir Certificado de Origen para poder acceder a los beneficios del TLC.

Contrato de transporte marítimo o aéreo puede ser un recibo de los bienes remitidos al transportista responsable de la mercadería. (Promperu, 2009, párr. 9)

Factura comercial, es una acta que difunde el vendedor al realizar la facturación de la mercancía y tiene como objetivo principal una buena contabilidad tanto para el vendedor como el comprador. (Promperu, 2009, párr. 9)

1.3.5. Producto

Es un grupo de elementos tangibles e intangibles, fácil de reconocer para los aquellos clientes que deseen adquirirlo para la satisfacción de sus necesidades dependiendo de las características que se presenten como: empaque, precio, calidad, color y marca.

a. Tipos de productos:

Los diversos productos elaborados por la asociación Los Laureles son los siguientes:

- Bolso: es denominado como “Bolso Chasqui”, puede ser utilizado para llevar distintos objetos pequeños personales, los principales materiales para su elaboración es de Lana de Oveja y tinte natural, pueden ser de distintos colores, sus medidas son de 25cm por 30 cm y su precio oscila entre 30 y 25 soles en el mercado local.

- Alfombra: tiene distintas denominaciones “Alfombra De Colores, Estrella, Flores”, los principales materiales utilizados son lana de oveja y tinte natural, sus medidas pueden variar de acuerdo a como se esté vendiendo y su precio oscila entre 150 y 140 soles en el mercado local.
- Chalinas: están diseñadas de forma rectangular (larga), los principales materiales para su elaboración es Lana de Oveja, Lana de Alpaca y tintes naturales, sus medidas son de 180 cm por 12 cm y su precio depende si es de lana de oveja esta entre 25 y 20 soles y lana de alpaca esta entre 100 y 80 soles.
- Gorros: es denominado como “Chullo”, su principal material utilizado es lana de oveja y tinte natural, sus medidas son de 30 cm por 20 cm y su precio oscila entre 20 y 15 soles.
- Guantes: el principal material utilizado es lana de oveja, sus medidas son de 30 cm por 12 cm y su precio oscila entre 15 y 12 soles.

1.3.6. La Artesanía:

Según Mincetur (2008), es una expresión artística en la cual expresan las diversas tradiciones de su comunidad. Esta base de conocimientos son transmitidas de generación en generación, muchas veces en expresión oral o visual. Según el reglamento de la ley N°29073 – Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal en donde “Reconoce al artesano como constructor de identidad y tradiciones culturales, que regula el desarrollo sostenible, la protección y el desarrollo de la actividad artesanal, ya sea totalmente a mano o con herramientas manuales”, quienes hasta el momento cumplen con estas facultades al mismo tiempo de ser generadores de su propio empleo; teniendo, en la mayoría de los casos, como parte de su formación la enseñanza heredada de sus familiares y que ellos la han transformado en una actividad económica y productiva siendo en la mayoría de los

casos carente de formación técnica. Sin embargo manteniendo las expresiones propias de cada lugar y cultivando la identidad de este (párr.20)

1.3.6.1. Sector de la Artesanía Textil.

Según Plan Estratégico Nacional Exportador (2016) Son tejidos elaborados con diversas técnicas ancestrales utilizando elementos vegetales (algodón y lana) y de animales (ovinos). Los productos que frecuentemente se realizan son tapices, frazadas, alforjas, cojines. Se sabe que para su elaboración se utilizan telares de mano, cintura, mecánicos. (p.15,)

1.3.6.2. Características del sector artesanal.

Según Plan Estratégico Nacional Exportación (2016), “define diversas características positivas para el sector artesanal como, La producción es masiva de acuerdo a la mano de obra. Utiliza, frecuentemente los recursos naturales de cada lugar.”(p.16)

1.3.7. Oferta :

Según Promperu (2008), en el Perú, la actividad de crianza de ovinos está muy difundida, ya que anualmente se producen 14 948 toneladas de lana, generando así un mayor ingreso económico para los ubicados en las zonas rurales del país. Los principales países exportadores de productos de lana de ovino son China, Francia, Japón, Corea del Sur, Alemania, España, Reino Unido, U.S.A. Ubicando a Perú el 9° lugar de participación en el mercado.(párr. 35)

1.3.8. Demanda:

Según Promperu (2008), en Canadá en el 2015 compro tejidos de pelo fino o lana 1.22 kg con un valor FOB de 26.00. Así mismo es importante saber que Canadá ocupa el 4° lugar como socio comercial de nuestro país ya que exporta e importa productos no tradicionales y tradicionales. También es importante sabe que desde el 2011 se observa que el mercado canadiense está realizando compras de los productos de nuestro país ubicamos estamos el Sector no Tradicional a los textiles ocupando un 18% de las exportaciones peruanas. (párr. 40)

1.4. Formulación del problema

¿Cuáles son los Factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016?

1.5. Justificación del estudio

Para realizar la aceptación positiva de los productos es necesario estudiar y analizar las diversas teorías, la cual nos permitan conocer los diferentes factores que influyen frente a un mercado riguroso, donde con el pasar del tiempo lleve el crecimiento de la asociación, mejorando la calidad de sus productos y logrando una aceptación en el mercado.

Conveniencia. Esta investigación será de gran beneficio para lectores o investigaciones que se realicen durante el transcurso de la vida universitaria o estudios posteriores, además del aporte con respecto a los diferentes factores que determinantes en un mercado riguroso; asimismo para los artesanos.

Relevancia Social. Los productos textiles de lana de ovino y los múltiples conocimientos que pueda suscitar este estudio, contribuirá con las nuevas asociaciones que se quieran formar, tomando en cuenta los diversos factores para lograr su aceptación en el mercado Canadiense.

Implicaciones prácticas. Mediante este estudio, se ayudara a aclarar las diversas desventajas para la exportación de productos textiles al mercado Canadiense, donde se lograra tener una mayor competitividad dentro del rubro.

Utilidad metodológica. La presente investigación será un factor positivo que beneficiará a las diversas asociaciones de productos textiles de lana de ovino acerca de los diversos factores determinantes para la exportación de estos, mediante el adecuado uso de la variada información aplicada en la exportación de productos textiles.

1.6. Hipótesis

Los Factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016 son los factores de innovación, competitivos, los recursos humanos y la oferta exportable.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Analizar los factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016.

1.7.2. Específicos

- O1.** Identificar el factor de la Innovación para el logro de la producción e inversión de los productos textiles de la asociación Los Laureles de Huamachuco.
- O2.** Identificar la competitividad de los productos dentro del mercado local, nacional e internacional de la asociación Los Laureles de Huamachuco.
- O3.** Analizar los Recursos Humanos establecidos dentro de la asociación Los Laureles de Huamachuco.
- O4.** Analizar la oferta exportable de los productos textiles de la asociación Los Laureles de Huamachuco.

II. MÉTODO

II. Método

2.1. Diseño de investigación

“Fue una investigación no experimental de corte transversal, porque no se manipularon las variables, porque los sujetos fueron examinados en un modo real, para lograr analizarlos. Así mismo los hechos sucedieron en un único tiempo” (Kerlinger, 1979, p.116). Así mismo también fue investigación descriptiva, porque el estudio de los Factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016 es información que ocurrió en la realidad.

M → **O_x**

M: Asociación Los Laureles

O_x: Factores de Exportación

2.2. Variables , operalización

2.2.1. Identificación de las variables

Variable:

- Factores de exportación

Tabla 2.1.
Operalización de Variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
FACTORES DE EXPORTACION	Están constituidos por diversos factores positivos para alcanzar la aceptación concreta del producto y/o servicio. Lo cual se debe tomar en cuenta para desarrollar una actividad comercial positiva. (Daniel John D., Radebaugh Lee H, y Sullivan Daniel P , 2009, parr 8)	Estos factores como: Innovación (Física - Social), Competitividad, Recursos Humanos, Oferta Exportable brindara el aumento de nuevas exportaciones de productos textiles de asociaciones artesanales.	Innovación (Físicas - Sociales)	Disponibilidad de Recursos	Razón
				Caracterización de Productos	
				Demanda del Producto	
				Tratados de Libre Comercio	
				Financiamiento e Inversión	
			Competitividad	Innovación en los productos	
				Tipos de Productos	
				Disponibilidad de la mano de obra	
			Recursos Humanos	Competidores	
				Experiencia	
Oferta Exportable	Adaptación a las normas				
	Número de asociaciones del distrito				
				Volumen Exportable	

Nota: La tabla presentada muestra la variable de estudios de la investigación, la cual indica las dimensiones e indicadores adecuados para su respectivo desarrollo tomando en cuenta el libro “Negocios Internacionales- Ambiente y Operaciones” escrito por Daniel John D., Radebaugh Lee H. y Sullivan Daniel P 2009.

2.3. Población y Muestra:

Población

Estuvo determinada la Asociación Los Laureles del distrito de Huamachuco – Provincia de Sánchez Carrión.

Muestra

Estuvo determinada por la Asociación Los Laureles del Distrito de Huamachuco en el año 2017.

Unidad de análisis

Asociación Los Laureles del Distrito de Huamachuco

2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Técnica: Encuesta / Análisis Documental.

Instrumento, se utilizó un cuestionario el cual contó con 12 preguntas las cuales fueron respondidas por las integrantes de la Asociación Los Laureles. Así mismo también se utilizó una guía de análisis documental en la cual se obtuvieron datos de diferentes fuentes confiables.

Validación y Confiabilidad del Instrumento

Fue validada por tres especialistas.

2.5. Método de análisis de datos

Fue un análisis estadístico descriptivo debido a que durante el proceso se utilizó gráficos, tablas y cuadros, los cuales estuvieron enfocados en una variable de estudio la cual permitió realizar un preciso análisis del tema en general.

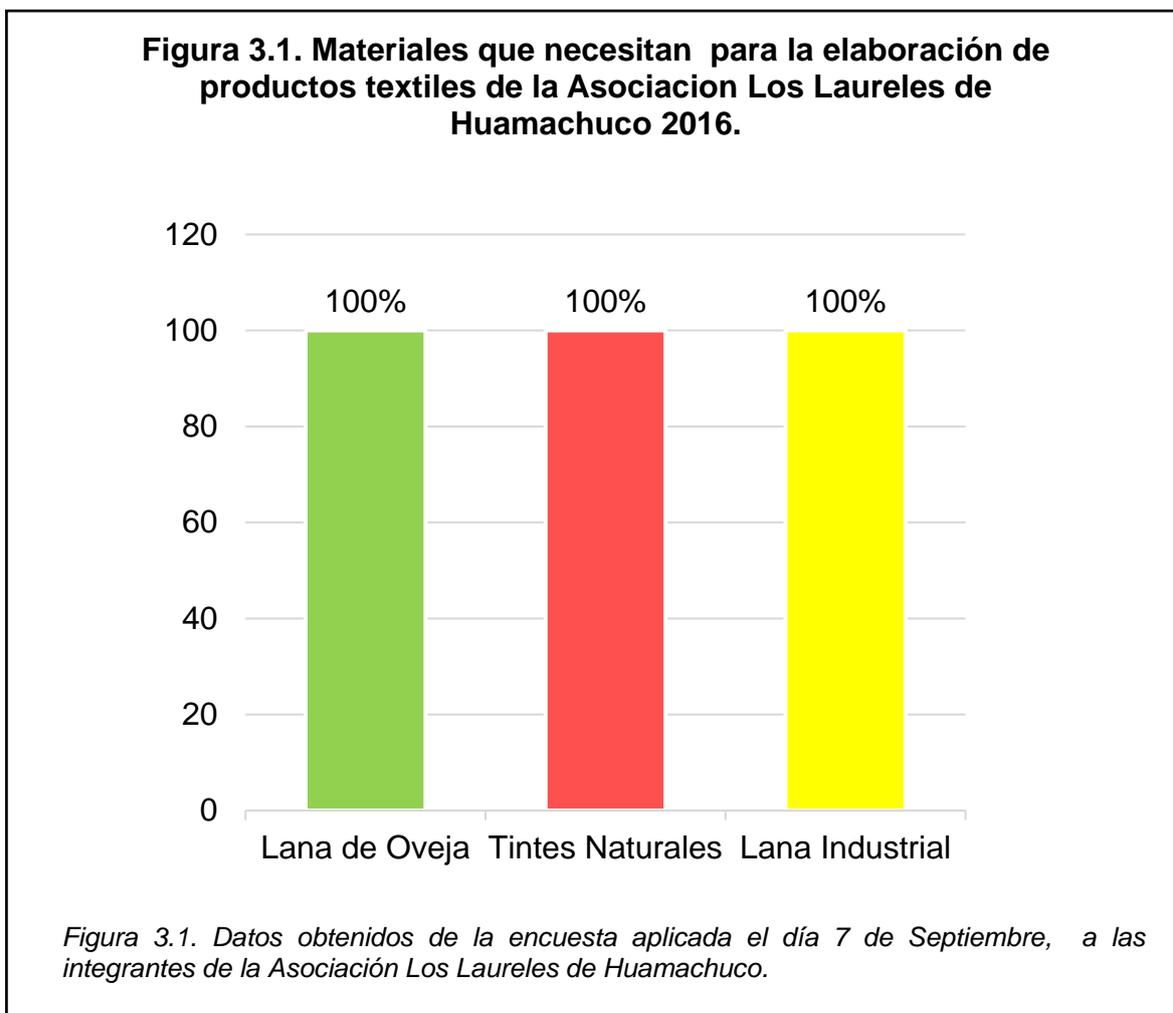
2.6. Aspectos Éticos

La información que se recolectó fue gracias al apoyo de la Asociación Los Laureles de Huamachuco, fue auténtica y verás. Así mismo, no se manipuló ningún dato y será utilizada para fines académicos.

III.RESULTADOS

III. Resultados

Objetivo 1: Identificar el factor de la Innovación para el logro de la producción e inversión de los productos textiles de la asociación Los Laureles de Huamachuco.



El 100% lo ocupa cada uno los principales materiales más utilizados para la elaboración de productos textiles los cuales son: Lana de Oveja, Tintes Naturales y Lana Industrial, debido a que sus productos son mayormente realizados con cada uno de estos. Además de ellos utilizan herramientas manuales para la producción de estos

Figura 3.2. Lugar de donde traen los materiales que necesitan para la elaboración de productos textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco 2016.

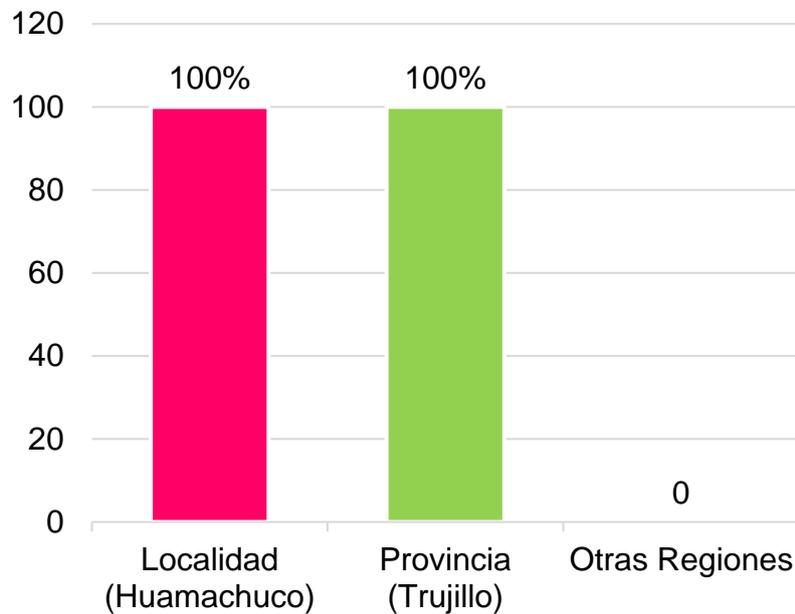


Figura 3.2. Datos obtenidos de la encuesta aplicada el día 7 de septiembre, a las integrantes de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

El 100% lo ocupa cada uno de los lugares de donde consiguen los materiales para la elaboración de los productos. Así mismo para conseguir Lana de Oveja y los Tintes Naturales son dentro de la misma Localidad, es decir ya sean del distrito o de los diferentes caseríos. En cuanto a Lana Industrial lo consiguen dentro de la Provincia es decir en Trujillo.

Figura 3.3. Conocimiento de las características que requiere el Mercado Canadiense para los productos textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.



Figura 3.3. Fotografías de las diversas capacitaciones que brinda el Mincetur.

Se puede observar que si existe conocimiento sobre las diferentes características que requiere el mercado Canadiense por parte de la presidenta de la Asociación Los Laureles debido a que ella asiste a las diversas capacitaciones que realiza el Mincetur y el Gobierno Regional de La Libertad mediante la Subgerencia de Artesanía, cual se encarga de brindar capacitación en cuanto a lo que el mercado requiere. Así mismo también en diseño de producto, gestión empresarial.

Figura 3.4. Forma de realización de los productos textiles en la Asociación Los Laureles de Huamachuco



Figura 3.4. Fotografía de la forma de tejido a pedal.

Se observa la forma en como las integrantes de la Asociación Los Laureles realizan sus productos. Así mismo se sabe que ellas tienen una forma peculiar para la elaboración de los productos, ya que utilizan el tejido a pedal, el cual en la sierra liberteña es forma ancestral y rápida, esta forma de tejido es un atractivo dentro de la asociación Los Laureles.

Figura 3.5. Aplicación de los Factores Característicos en la producción de los textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco 2016.

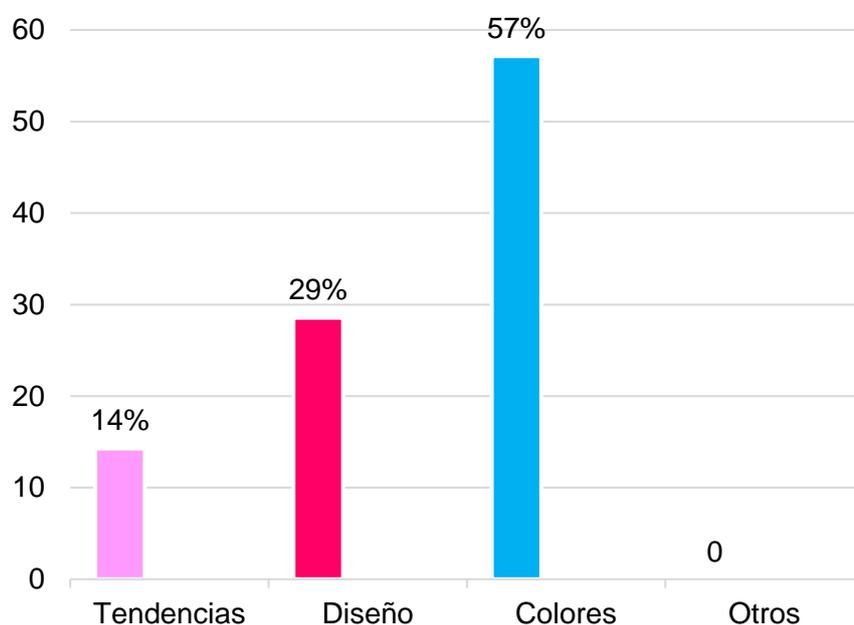


Figura 3.5. Datos obtenidos de la encuesta aplicada el día 7 de septiembre, a las integrantes de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

El 57% de las integrantes de la Asociación Los Laureles, aplican los colores como factor característicos en la elaboración de sus productos, debido a que la Presidenta de dicha Asociación comparte la información que adquiere durante las ferias que realiza el Mincetur. Sin embargo un 14% aplica las tendencias como un factor característico, realizando sus productos de acuerdo a lo que está de moda en el mercado.

Tabla 3.1.

Demanda de los Productos Textiles por parte del Mercado Canadiense

Línea/ Producto	Demanda Actual (tn)	Oferta Existente	Demanda Insatisfecha
Mantas de las demás materias textiles (mantas y frazadas de lana de alpaca)	250000	152406	97594
Bolsos de mano	362498	258500	103998
Artesanías que representan animales o seres humanos	458790	306050	152740
Almohadas y cojines de lana de alpaca u oveja	585046	485270	99776
Alfombras de nudo de lana o pelo fino	458005	352058	105947
Tapicería tejida a mano	578600	254500	324100
Artículos de peletería de alpaca (bolsos, osos y alfombras)	458720	355000	103720

Nota: Fuente: Sunat y Trade Map, consulta realizada el 30 de septiembre, 2017.

Se puede ver la demanda insatisfecha de los productos textiles y la formas en como lo requiere el mercado. Así mismo se observa la oferta existente en el mercado de las cuales corresponde a países como México, China y Estados Unidos.

Tabla 3.2.

Beneficios del TLC Perú – Canadá

Beneficios	Descripción
Impuestos	Incrementar y diversificar las exportaciones, eliminando distorsiones causadas por aranceles, cuotas de importación, subsidios y barreras para-arancelarias, teniendo en cuenta el nivel de competitividad del Perú para la definición de plazos de desgravación.
	Contribuir a mejorar calidad de vida de los ciudadanos a través del acceso del consumidor a productos más baratos y de mayor calidad y variedad.
	Eleva la productividad de las empresas peruanas, al facilitarse la adquisición de tecnologías más modernas y a menores precios, que promueven la exportación de manufacturas y servicios con valor agregado.
Empresas	Crear mecanismos para defender los intereses comerciales peruanos en Canadá y definir reglas claras, transparentes y eficaces para resolver posibles conflictos de carácter comercial que puedan suscitarse.
	Establecer reglas claras y permanentes para el comercio de bienes y de servicios y para las inversiones, que fortalezcan la institucionalidad, la competitividad y las mejores prácticas empresariales en el país.
Productos	Crecimiento en cuanto a las exportaciones de los productos del Sector Tradicional y No Tradicional.

Nota: Fuente: Mincetur, consulta realizada el 30 de septiembre, 2017.

Se puede ver los beneficios que trae consigo el TLC Perú – Canadá, para los diferentes productos que se exporten de nuestro País e importen desde Canadá. Además de las mejoras que trae consigo este tratado para generar una mejor calidad de vida dentro de los ciudadanos de nuestro país. Así mismo el desarrollo de las pequeñas, medianas y grandes empresas.

Tabla 3.3.

Evolución del TLC Perú – Canadá durante los 7 años.

Tipo / Sector	US\$ Millones							7 años de vigencia		Var. Prom. Anual
	1° año	2° año	3° año	4° año	5° año	6° año	7° año	US\$ Mill.	Part.	
Total	3004,3	3885,3	3846,8	3039,9	2630,4	2518,1	1905,7	20830,5	100,0%	0,1%
Tradicional	2940,3	3805,4	3741,7	2922,6	2479,6	2315,9	1716,3	19921,8	95,6%	1,0%
No Tradicional	64,0	80,0	105,0	117,3	150,8	202,2	189,4	908,7	4,4%	19,3%
Agropecuario	33,2	43,9	58,7	62,3	85,9	105,6	113,3	502,9	2,4%	22,6%
Textil	16,6	18,2	21,3	25,7	22,2	22,2	22,7	149,0	0,7%	7,0%
Sidero-metalurgico	0,6	1,8	2,9	5,4	8,3	27,0	31,3	77,3	0,4%	96,7%
Pesquero	3,0	6,9	8,8	7,6	13,0	13,2	11,8	64,3	0,3%	16,4%
Metal mecánico	4,5	3,5	5,9	8,0	7,2	13,4	3,5	46,0	0,2%	0,9%
Químico	2,1	2,2	2,5	4,9	10,9	13,1	3,5	39,1	0,2%	9,1%
Varios (incluye joyería)	0,7	1,1	2,4	1,8	2,0	7,1	2,8	17,9	0,1%	25,8%
Maderas y papeles	1,6	1,6	1,6	0,9	0,7	0,2	0,2	6,8	0,0%	25,4%
Minería no metálica	1,5	0,9	0,8	0,6	0,4	0,3	0,3	4,8	0,0%	20,8%
Pieles y cueros	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,6	0,0%	5,6%
Artesanías	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0%	185,3%

Nota: Fuente: Sunat, consulta realizada el 30 de septiembre, 2017.

Se puede ver la evolución del TLC durante los 7 primeros años de vigencia del mismo, para los diferentes tanto del Sector Tradicional como el No Tradicional, así mismo en este último mencionado encontramos la evolución y crecimiento de los Textiles generando un crecimiento positivo en la economía del país de las pequeñas, medianas y grandes empresas.

Figura 3.6. Forma de financiación para la elaboración de productos textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco 2016.

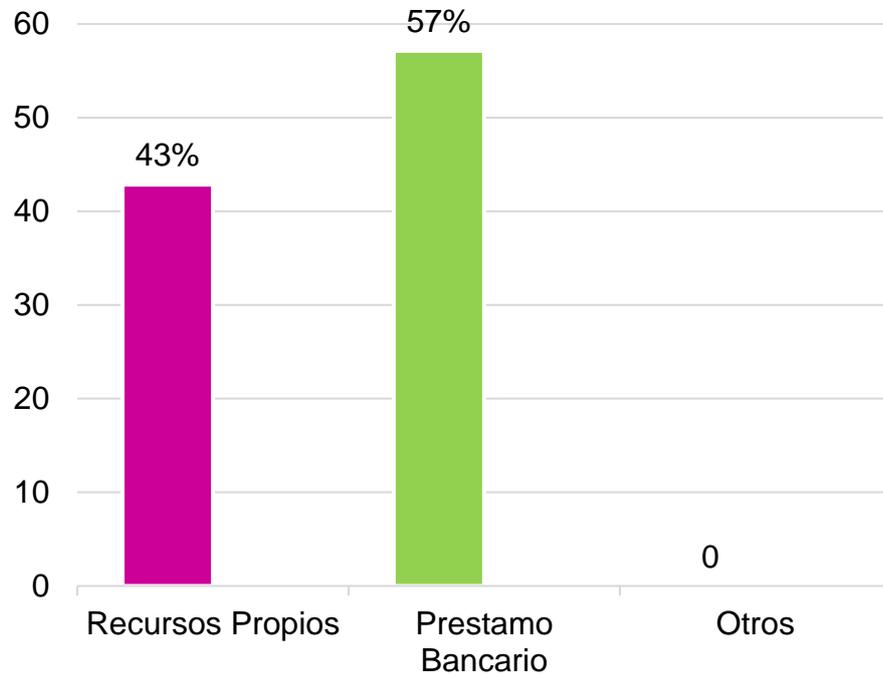


Figura 3.6. Datos obtenidos de la encuesta aplicada el día 7 de septiembre, a las integrantes de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

El 57% de las integrantes de la Asociación Los Laureles, optan por realizar un préstamo bancario porque muchas de ellas ya cuentan con una línea crediticia o desean adquirirla, sin embargo un 43% prefiere utilizar los recursos propios con los que cuentan por el miedo a que el banco las embarguen aun no sienten confianza para realizar un préstamo.

Figura 3.7. Cantidad que están dispuestos a invertir para la elaboración de productos textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco 2016.

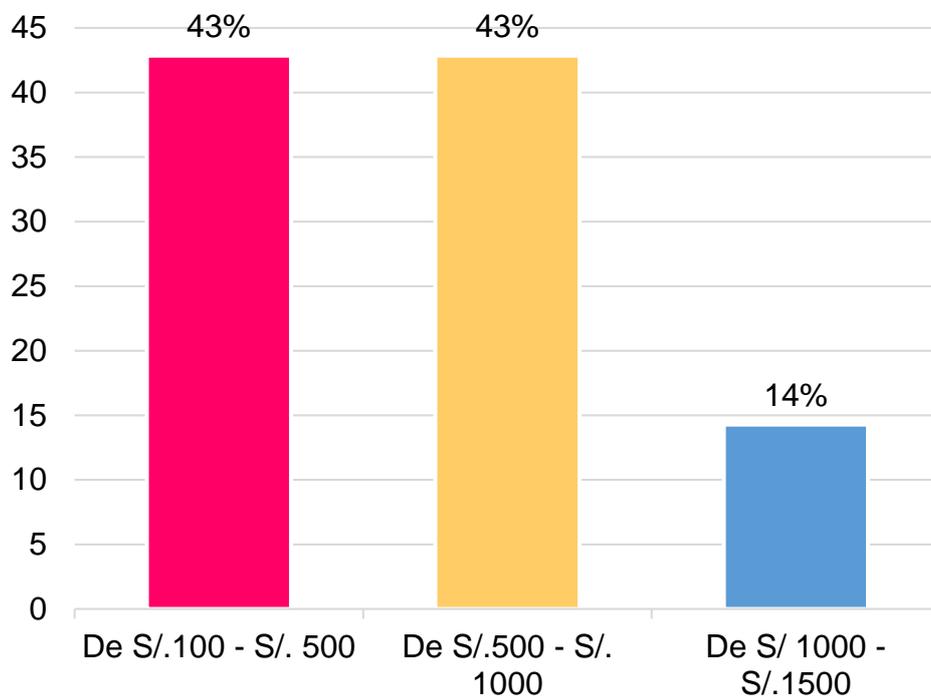
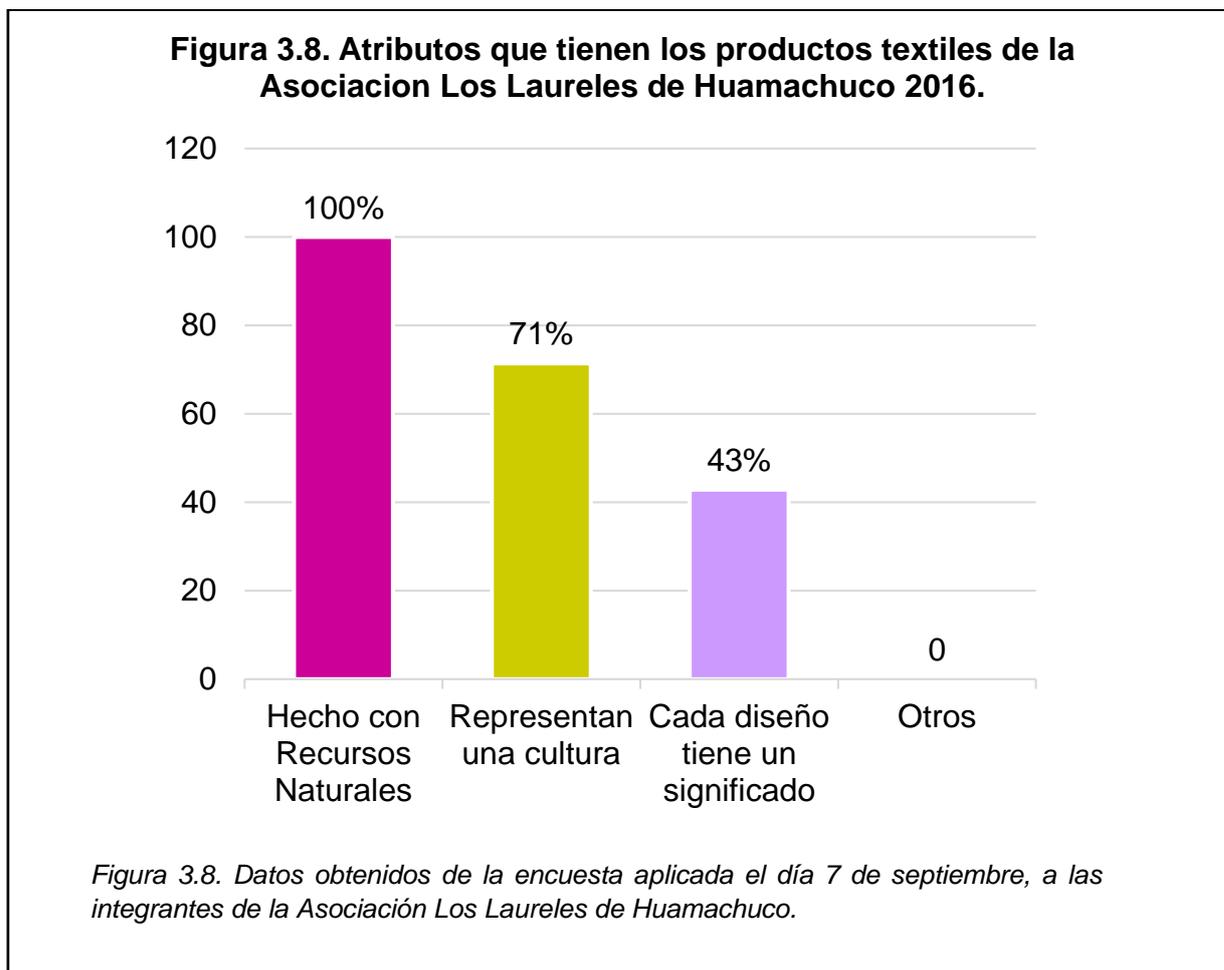


Figura 3.7. Datos obtenidos de la encuesta aplicada el día 7 de septiembre, a las integrantes de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

El primer 43% de las integrantes de la Asociación Los Laureles, representa a aquellas integrantes que están a invertir sus recursos propios, es decir entre S/.100 – S/.500. Así mismo el segundo 43% está conformado por las que están dispuesta a adquirir un préstamo bancario entre S/.500 – S/.1000. Por último el 14% representa a la Presienta de la Asociación Los Laureles que está dispuesta a adquirir un préstamo bancario por un monto de S/.1000- S/.1500.

Objetivo 2°: Identificar la competitividad de los productos dentro del mercado local, nacional e internacional de la asociación Los Laureles de Huamachuco.



El 100% lo representa el atributo de que los productos son hechos con recursos naturales, así mismo el 71% es de que cada producto representa una cultura y el 43% es que cada diseño de los productos tienen un significado lo cual representa a hechos de su localidad. Es así como las integrantes de dicha asociación, comentan que sus productos son muy atractivos dentro las ferias locales y nacionales donde la mayoría de ellos son muy vendidos y reconocidos por el Mincetur.

Figura 3.9. Tipos de productos con los que cuenta la Asociación Los Laureles de Huamachuco 2016



Figura 3.9. Fotografías de los productos de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

Se observa los diferentes tipos de productos con los que se cuenta dentro de la Asociación Los Laureles, cuales son muy aceptados dentro del mercado local y nacional. Así mismo se observa el bolso con el escudo del Perú el cual ha sido premiado por el Mincetur y por las diversas ferias que organiza la Subgerencia de Artesanía en La Libertad.

Figura 3.10. Disposición para hacer los productos como lo requiere el Mercado parte de la Asociación Los Laureles de Huamachuco 2016.

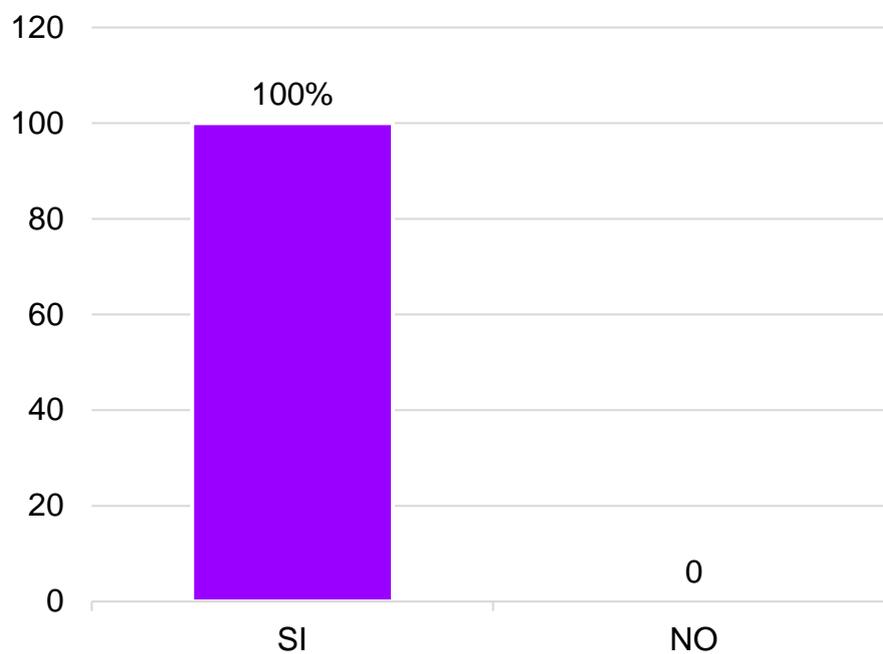


Figura 3.10. Datos obtenidos de la encuesta aplicada el día 7 de septiembre , alas integrantes de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

El 100% de las integrantes de la Asociación Los Laureles están dispuestas a realizar los productos que requiere el mercado Canadiense, mediante las diferentes técnicas y formas con las que ellas realizan sus productos actualmente. Así mismo también están dispuestas adaptarse e innovar en cuanto a su producción.

Figura 3.11. Tiempo que le dedican las integrantes de la asociación Los Laureles a la elaboración de la elaboración de productos textiles.

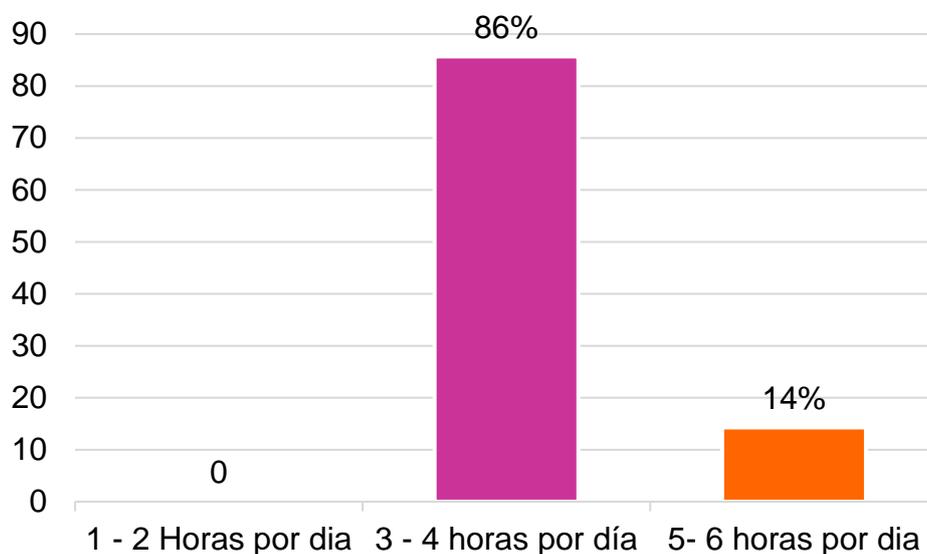


Figura 3.11. Datos obtenidos de la encuesta aplicada el día 7 de septiembre , alas integrantes de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

El 86 % de las integrantes de la Asociación los Laureles, se dedica a elaboración de productos textiles entre 3- 4 horas diarias por la tarde. Así mismo el 14% de la población lo cual representa a la Presidenta , se dedica entre 5-6 horas diarias debido a que ella por las mañanas realiza por medio de la Municipalidad capacitaciones en tejido a los distintos caseríos de Huamachuco.

Tabla 3.4.

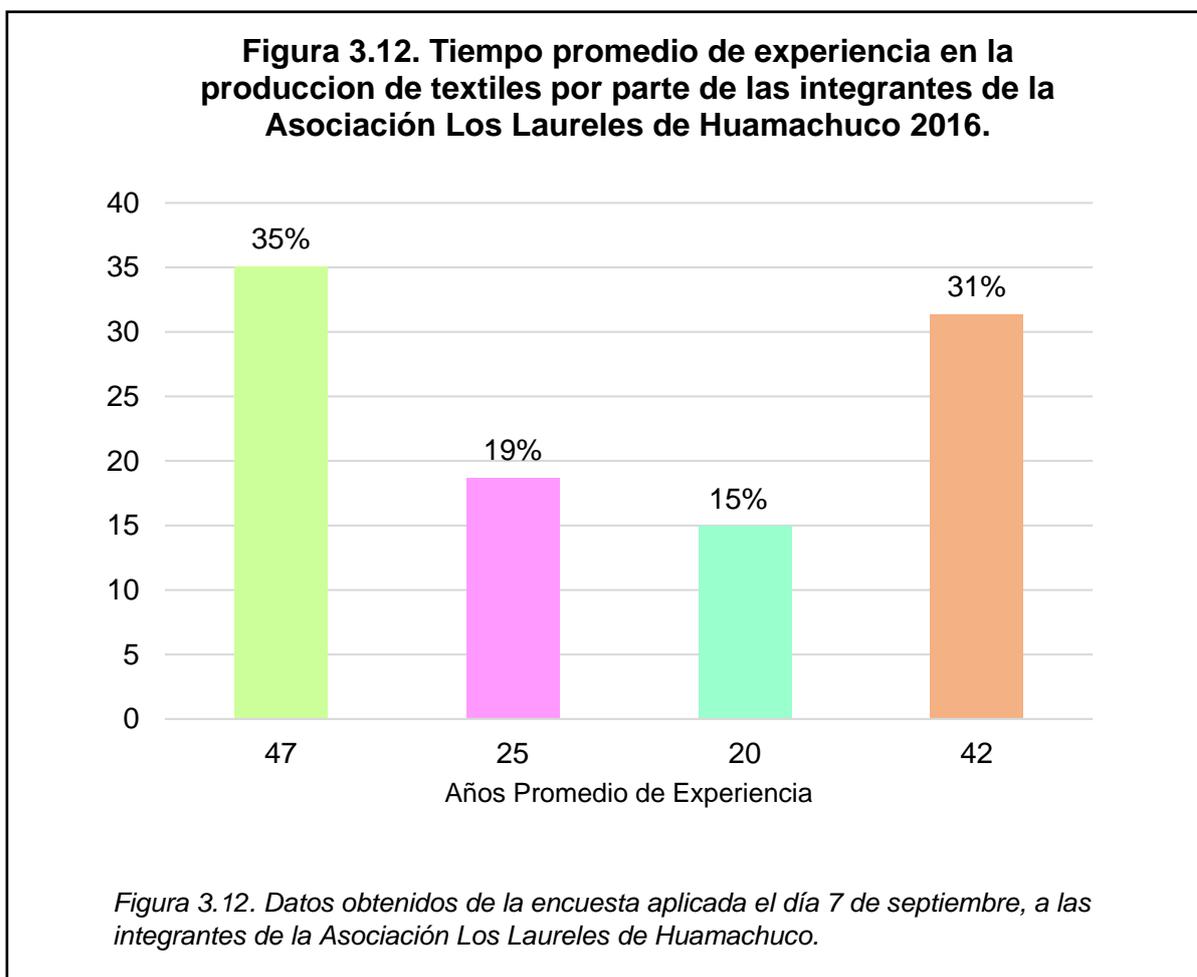
Tiempo que demoran en la elaboración de los productos textiles las integrantes de la Asociación Los Laureles

Tipos de productos de la Asociación Los Laureles de Huamachuco	Tiempo de elaboración por minutos
Bolsos	60
Alfombras	60
Chalinas	30
Gorros	40
Guantes	50
TOTAL	240

Nota: Productos de la Asociación Los Laureles.

Se observa el tiempo en que demoran en la elaboración de los productos textiles cada una de las integrantes de Asociación Los Laureles.

Objetivo 3°: Analizar los Recursos Humanos establecidos dentro de la asociación Los Laureles de Huamachuco.



El 35% de las integrantes de la Asociación Los Laureles cuenta con un experiencia de 47 años en la elaboración de textiles el cual le corresponde a la Presidenta ella empezó a la edad de 6 años. Así mismo el 19% cuenta con una experiencia de 25 años el cual corresponde a cuatro integrantes que empezaron a los 12 años de edad. El 15% les corresponde a dos integrantes que empezaron a la edad de 10 años. Por último el 31% le corresponde a una integrante que empezó a la de 10 años.

Figura 3.13. Cumplimiento de las normas establecidas dentro de la Asociación Los Laureles de Huamachuco por parte de las Integrantes.

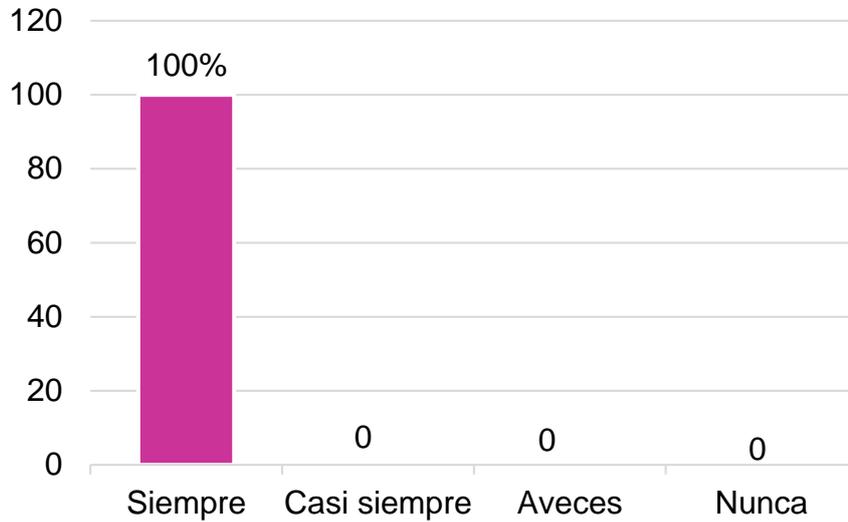


Figura 3.13. Datos obtenidos de la encuesta aplicada el día 7 de septiembre, a las integrantes de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

El 100% de las integrantes de las Asociación Los Laureles cumplen con las normas establecidas dentro de la misma, debido a que como son pocas no habría motivos para no cumplirlas. Estas normas son: puntualidad en llegar al taller artesanal, cumplir con la meta establecida de elaboración de los diferentes productos textiles con los que cuenta la asociación.

Objetivo 4º: Analizar la oferta exportable de los productos textiles de la asociación Los Laureles de Huamachuco.

Figura 3.14. Asociaciones que existen en el distrito de Huamachuco



Sr. Donicio Rodríguez
Sra. Hilda Sifuentes
Sra. Maximina Cosme
Sra. Lucila Sifuentes.

Figura 3.14. Fotografía de las Asociaciones del distrito y de los productores de textiles.

Se observa la Asociación Los Laureles y los diferentes artesanos individuales que se encuentran dentro del Distrito de Huamachuco. Así mismo se sabe que dentro se encuentran inscritos 60 artesanos los cuales se dedican a la elaboración de productos textiles.

Tabla 3.4.

Capacidad de Producción de las integrantes de la Asociación Los Laureles

Tipos de productos de la Asociación Los Laureles de Huamachuco	Tiempo de elaboración por minutos	N° de Artesanas	Cantidad Elaborada por día	Cantidad Elaborada Mensual	Cantidad Elaborada Anual
Bolsos	60	2	2	56	672
Alfombras	60	2	2	56	672
Chalinas	30	1	3	84	1008
Gorros	40	1	2	56	672
Guantes	50	1	3	84	1008
TOTAL	240	7	12	336	4032

Nota: Producción de la Asociación Los Laureles

Se observa la capacidad de producción que tienen las integrantes de la Asociación Los Laureles. Así mismo se ve cuanto es lo que producen al día, al mes y al año por cada uno de los productos con los que cuentan y los que representan a su Asociación.

Tabla 3.5.

Proyección de elaboración de productos textiles por parte de las integrantes de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

Tipos de productos de la Asociación Los Laureles de Huamachuco	Tiempo de elaboración por minutos	N° de Artesanas	Cantidad Elaborada por día	Cantidad Elaborada Mensual	Cantidad Elaborada Anual
Bolsos	120	2	4	112	1344
Alfombras	120	2	4	112	1344
Chalinas	60	1	6	168	2016
Gorros	80	1	4	112	1344
Guantes	100	1	6	168	2016
TOTAL	480	7	24	672	8064

Nota: Proyección de producción

Se observa la proyección de elaboración de productos textiles por parte de las integrantes de la Asociación Los Laureles, si trabajaran 8 horas al día en la producción de los textiles.

Tabla 3.6.

Volumen de Ventas Anuales

VOLUMEN EXPORTABLE (VOLUMEN DE VENTAS)	
ASOCIADA	VENTAS ANUALES
N° 1	S/20 000
N°2	S/1,500
N°3	S/5,000
N°4	S/1,200
N°5	S/2,000
N°6	S/2,500
N°7	S/2,500
TOTAL DE VENTAS	S/.34 700

*Nota: Fuente: Mincetur (RNA), consulta realizada el 30 de septiembre, 2017.
Elaboración: Propia*

Se puede apreciar el volumen de ventas anuales de cada integrante de la Asociación Los Laureles.

Tabla 3.7.

Comprobación de Hipótesis

FACTORES	INDICADORES	PESO	CALIFICACION
INNOVACION Se refiere a los diversos aspectos que se encuentren dentro de la asociación. Tanto en geografía, política, comportamiento y economía. (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.24).	Disponibilidad de Recursos	20%	20%
	Caracterización de Productos	20%	20%
	Demanda del Producto	20%	20%
	Tratado de Libre comercio	20%	0%
	Financiamiento e Inversión	20%	20%
			80%
COMPETITIVIDAD Se refiere a los productos que al ingresar a un nuevo mercado lleva consigo estrategias de diferenciación, diversos productos, disponibilidad de la mano de obra. (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.25).	Innovación en los productos	25%	0%
	Tipos de Productos	25%	25%
	Disponibilidad de la mano de obra	25%	25%
	Competidores	25%	25%
			75%
RECURSOS HUMANOS Se menciona que para poder llegar a una buena aceptación de los productos dentro del mercado se debe de contar con personal con experiencia. Así mismo los nuevos integrantes o personal deben adaptarse a las normas establecidas dentro de la empresa o asociación. (Daniel, Radebaugh y Sullivan, 2009, p.53).	Experiencia	50%	50%
	Adaptación a las normas	50%	50%
			100%
OFERTA EXPORTABLE Se menciona a la disponibilidad del producto para el logro de la satisfacción de las necesidades del mercado. (Haydee y Bradley, 2006, p.40).	Número de asociaciones del distrito	50%	50%
	Volumen Exportable	50%	50%
			100%

Nota: Realización propia de la estudiante. Elaboración: Propia

La hipótesis planteada fue los factores determinantes para la exportación de productos textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al mercado Canadiense 2016 son los factores físicos, sociales, competitivos, los recursos humanos y la oferta exportable, fue aceptada parcialmente. Debido a que los factores determinantes que se encuentran dentro de la Asociación Los Laureles para la exportación de productos textiles son: en cuanto al primer factor de

Innovación (Innovación) ocupa el 80% porque las asociadas no tienen el conocimiento en cuanto a los Tratados de Libre Comercio con los que cuenta nuestro país. Así mismo el 75% es del segundo factor de Competitividad porque sus productos aun no tienen la debida innovación que el mercado requiere. Por último el 100% está entre el factor de Recursos Humanos y el factor de Oferta Exportable debido a que cuentan con todo lo requerido. (Figura 6.1)

IV. DISCUSIÓN

IV. Discusión

Muchas empresas o asociaciones ven impedidas al no poder exportar sus diferentes productos al exterior por que no tienen los debidos conocimientos para poder lograrlo. Del mismo la Asociación Los Laureles encuentra una deficiencia debido a que la falta de conocimiento ha hecho que los productos de la asociación aun estén dentro del mercado local y nacional a pesar que dé son reconocidos en las diversas ferias que organiza el Mincetur. Motivo por el cual se decidió analizar los factores determinantes para la exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016.

Los resultados obtenidos sobre el Factor Innovación, considerando la tabla 3.7. y figura 6.1. , muestran que dicho factor se encuentra presente en la Asociación los Laureles en un 80% debido a que el indicador donde es necesario tener el conocimiento sobre los tratados de libre comercio no está presente dentro de las integrantes de la Asociación debido a que ellas no han utilizado aun estos tratados con los que cuenta el país.

Lo manifestado anteriormente corrobora con lo que expone Ramírez (2015), referente a los factores que influyen en las exportaciones de las Pymes, quien identificó, la Innovación como un factor principal para el logro de las exportaciones a un país donde existe una demanda positiva y en crecimiento.

Por lo tanto para obtener dicho factor se debe tener en cuenta la geografía, las normas políticas y legales dentro de la empresa o del país exportador como importador, así mismo la economía con la que cuenta la empresa para lograr que sus productos ingresen a un nuevo mercado en el exterior.

Los resultados obtenidos sobre el Factor Competitividad, considerando la tabla 3.7. y figura 6.1., muestran que el factor se encuentra presente en la asociación Los Laureles en un 75% debido que los productos aun no tienen la innovación correspondiente a lo requiere el mercado, debido a que sus productos solo están dentro del mercado local y nacional.

Lo manifestado anteriormente confirma con lo que expone Babativa, Celis y Duque (2013), referente a los factores y estrategias para el sector textil, quienes muestran las ventajas que se lograran mediante la innovación en los diseños, desarrollando nuevos productos.

Por lo tanto para ingresar un nuevo mercado se consideraran los diseños y tipos de productos con los que se cuenta dentro de la empresa. Además se debe contar con personal disponible para elaboración de productos y así generar competencia dentro del mercado.

Los resultados obtenidos sobre el Factor Recursos Humanos, considerando la tabla 3.7. y figura 6.1., muestran que el factor se encuentran presente dentro de la asociación Los Laureles en un 100% debido a que las integrantes tienen la experiencia suficiente en la elaboración de productos textiles, así mismo cada una de ellas se adapta a las normas establecidas dentro de la misma.

Lo manifestado anteriormente corrobora con lo que expone John D., Radebaugh y Sullivan (2009), ellos consideran que para el éxito de una exportación se debe tomar en cuenta la experiencia con la que cuentan los trabajadores quienes están a cargo de la elaboración de los productos que se exportarán, por lo cual ellos plantean que si en una empresa existen trabajadores de distintas culturas será un beneficio porque habrá un mezcla positiva de conocimientos, para la mejora de la empresa y de los productos. También plantean que los nuevos trabajadores deben adaptarse tan al ritmo de trabajo como a las normas establecidas dentro de la empresa.

Por lo tanto se debe tener en cuenta que para el buen uso del factor dentro de la asociación se necesita contar con personal que tenga experiencia el cual se debe adaptar a las normas con la que cuenta dicha asociación.

Los resultados obtenidos sobre el Factor Oferta Exportable, considerando la tabla 3.7. y figura 6.1., muestran que el factor se encuentra presente dentro de la asociación Los Laureles en un 100% debido a que las integrantes de la asociación cuentan con la capacidad de elaborar productos textiles rápidamente, así mismo conoce el número de asociaciones con las que se cuenta en el distrito.

Lo manifestado anteriormente ratifica con lo que expone Vera (2015), quien identifico la gran aceptación que tienen los productos textiles en un país extranjero, logrando de esta manera el fortalecimiento de la asociación debido a los productos que elaboran podrán encontrar un mercado donde exista una demanda positiva.

Por lo tanto para satisfacer una demanda se debe contar con la disponibilidad de los productos y la capacidad económica lo cual asegurar el éxito del proceso de exportación hasta el mercado objetivo.

Los resultados obtenidos para la identificación de los factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016, considerando la tabla 3.7. y figura 6.1., los factores que se encuentran dentro de la asociación son innovación en un 80%, competitividad en un 75%, los recursos humanos y la oferta exportable en un 100%.

Lo manifestado anteriormente se reafirma con lo que exponen Daniel, Radebaugh Y Sullivan quienes muestran los factores determinantes para la exportación en este caso de productos textiles son importantes para el logro de una comercialización. Así mismo confirma lo que expone Vera (2015), quien identificó al factor innovación, competitividad, recursos humanos y oferta exportable para el logro de una buena exportación tanto para empresas como para pequeñas asociaciones.

Por lo tanto es conveniente utilizar estos factores determinantes para el logro de las exportaciones de los productos textiles de la asociación Los Laureles de Huamachuco.

Es por ello que el análisis de los factores determinantes para la exportación de productos textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense no solo servirá para esta asociación sino también para aquellas pequeñas asociaciones que tienen otros tipos de productos artesanales que tienen una demanda en exterior. Es por eso que deben considerar estos factores dentro de su asociación para el logro de una exportación.

V. CONCLUSIONES

V. Conclusiones

- 5.1.** En el estudio se identificó el factor de la Innovación para el logro de la producción e inversión de los productos textiles de la asociación Los Laureles de Huamachuco se encontró que dicho factor se cumple a un 80% dentro de la asociación , debido a que no tiene los conocimientos adecuados sobre el beneficio que trae consigo el TLC con Canadá para el logro positivo de las exportaciones de los productos textiles con los que cuenta la asociación y que son altamente competitivos dentro del mercado local y nacional. (Figura 6.1. y Tabla 3.3. – 3.7)
- 5.2.** Se identificó la competitividad de los productos dentro del mercado local, nacional e internacional de la asociación Los Laureles de Huamachuco se encontró que la competitividad dentro de la asociación se cumple a un 75% porque las integrantes no tienen los conocimientos adecuados en cuanto a la innovación de los productos como el mercado lo requiere en cuanto a la manera de aplicación de los diseños, colores y tendencias. (Figura 3.4 y 3.5)
- 5.3.** Se analizó los Recursos Humanos establecidos dentro de la asociación Los Laureles de Huamachuco se encontró que está cumple a un 100% con este factor debido a que las integrantes cumple con la experiencia suficiente para la eficaz elaboración de productos como lo requiero el mercado, así mismo cada una de ellas cumple con las normas establecidas dentro de la asociación generando un bienestar laboral dentro de la misma. (Figura 6.1. y Tabla 3.7)
- 5.4.** Se identificó la oferta exportable de los productos textiles de la asociación Los Laureles de Huamachuco se encontró que está cumple a un 100% con esté factor debido que dentro del distrito existe solo 2 asociaciones más dedicadas a elaboración de textiles, así mismo el volumen de ventas anual de la asociación es de S/. 34 700, lo cual será un beneficio porque con esté ingreso económico se puede asumir los gastos que generara la exportación de los textiles hacia Canadá. (Figura 6.1 y Tabla 3.7.)

5.5. Finalmente se analizó cada uno de los factores determinantes que se encuentran dentro de la Asociación Los Laureles es así que corroboramos que los cuatro se encuentran dentro de ella.

VI. RECOMENDACIONES

VI. Recomendaciones

- 6.1.** A la presidenta de la Asociación Los Laureles se le recomienda, mejorar los conocimientos en cuanto a las ventajas trae consigo los diversos tratados con los que cuenta nuestro país y así poder aplicarlos dentro la asociación para lograr comercializar los productos que se realizan dentro de está logrando generar un beneficio económico para las integrantes de la asociación tanto económico y lograr el posicionamiento de sus productos dentro mercado objetivo.
- 6.2.** A la presidenta y a las integrantes de la Asociación Los Laureles se le recomienda, ampliar y mejorar los conocimientos en cuanto a innovación de productos de acuerdo a lo que requiere el mercado objetivo, es decir tendencias, diseños y colores generando así una aceptación positiva.
- 6.3.** A la presidenta de la Asociación Los Laureles se le recomienda, garantizar que cuando se decida añadir a nuevas integrantes a la asociación tenga la debida experiencia en elaboración de productos textiles para seguir generando un eficaz producción de textiles, así mimo tendrá que cumplir con las normas establecidas dentro de la asociación.
- 6.4.** A la presidenta y a las integrantes de la Asociación Los Laureles se le recomienda, ampliar y mejorar la oferta exportable de productos textiles, mediante el incremento de la producción y volumen de las ventas anuales lo cual será un beneficio porque se podrá incursionar en otros mercados donde exista una demanda positiva.
- 6.5.** A futuros investigadores se recomienda realizar estudios correlacionales donde se considere exportaciones de productos y su aporte al Producto Bruto Interno.

VII. REFERENCIAS

VII. Referencias

- Babativa Torres, A.A., Celis Noreña, C.M., Duque Rico, D.M. (2013) Un lector por venir: *Factores y Estrategias del Sector Textil- confección – diseño y moda de Antioquia para aprovechar competitivamente las oportunidades comerciales que ofrece el TLC con los Estados Unidos* (Tesis de Grado, Universidad de Medellín). Recuperado de:
<http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/139/Factores%20y%20estrategias%20del%20sector%20textil-confecci%C3%B3n-dise%C3%B1o%20y%20moda%20de%20Antioquia%20para%20aprovechar%20competitivamente%20las%20oportunidades%20comerciales%20que%20ofrece%20el%20TLC%20con%20los%20Estados%20Unidos.pdf?sequence=1>
- Daniel, Radegaugh, Sullivan (2009) *Negocios Internacionales- Ambiente y Operaciones*. México: Pearson Educación, 14° ed.
- Daniels y Daniel (2004) *Negocios Internacionales*. México: Pearson Educación, 12° ed.
- Macías Vaca, L.G. (2014). Un lector por venir: *La internacionalización de las Pymes del sector textil de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de Grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). Recuperado de:
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1218/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-58.pdf>.
- Ministerio de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía (2008). *Asociaciones*. Recuperado de: <http://www.mincetur.gob.pe/>
- Ministerio de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía (2008). *Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal*. Recuperado de:
http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/Proyecto_REGLAMENTO_Ley29073_2.p
- Ministerio de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía (2016). *Plan Estratégico Nacional Exportador*. Recuperado de: <http://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf

Peruzzotti, A. (2008) *Como exportar con Éxito*. Buenos Aires Argentina: Libros & Bytes.

Prom Perú (2009). *Haciendo negocios con Canadá*. Recuperado de:
<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=DD25130D-CDE6-40D2-9128-33EEFC802C85.PDF>

Ramírez George, J.M. (2015) Un lector por venir: *Factores que influyen en las exportaciones en las Pymes del Valle de Sula (Tesis de Maestría, Universidad Tecnológica de Honduras)*. Recuperado de:
<file:///C:/Users/Diana%20Hern%C3%A1ndez/Downloads/FACTORES-QUE-INFLUYEN-EN-LAS-EXPORTACIONES-EN-LAS-PYMES-DEL-VALLE-DE-SULA.pdf>

Vasquez Guzmán, R. (2010). *Factores y objetivos que promueven el comercio internacional. [Entrada de Blog]*. Recuperado de:
<http://www.degerencia.com/articulo/factores-y-objetivos-que-promueven-el-comercio-internacional>

Vera Riofrio, K.L. (2015). Un lector por venir: *Estudio de viabilidad comercial de productos Textiles artesanales de la asociación “awakuq Makikuna” de la comunidad de porcon alto, Cajamarca para la ciudad de Barcelona, España (Tesis de Grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo)*.
Recuperado de:
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/118/1/TL_Vera_Riofrio_KatterineLisbeth.pdf

VIII. ANEXOS

IX. Anexos

Tabla 6.1.
Matriz de Consistencia

TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016
PROBLEMA	¿Cuáles son los Factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016?
HIPOTESIS	Los Factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016 son los factores físicos, sociales, competitivos, los recursos humanos y la oferta exportable.
OBJETIVO GENERAL	Analizar los factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	<p>O1. Identificar el factor de la Innovación para el logro de la producción e inversión de los productos textiles de la asociación Los Laureles de Huamachuco.</p> <p>O2. Identificar la competitividad de los productos dentro del mercado local, nacional e internacional de la asociación Los Laureles de Huamachuco.</p> <p>O3. Analizar los Recursos Humanos establecidos dentro de la asociación Los Laureles de Huamachuco.</p> <p>O4. Analizar la oferta exportable de los productos textiles de la asociación Los Laureles de Huamachuco.</p>
DISEÑO DEL ESTUDIO	Una investigación no experimental
POBLACION Y MUESTRA	<p>Población: Estuvo determinada por una Asociación artesanal de productos textiles. Esta asociación es: Los Laureles del distrito de Huamachuco – Provincia de Sánchez Carrión.</p> <p>Muestra: Debido a que el número de Asociados es pequeño, se consideró como muestra toda la asociación artesanal de productos textiles del Distrito de Huamachuco.</p>
VARIABLE	Factores de exportación

6.2. Instrumentos

ENTREVISTA A LA ASOCIACION LOS LAURELES DEL DISTRITO DE HUAMACHUCO

Este instrumento tiene por finalidad adquirir información actual de la Asociación Los Laureles del distrito de Huamachuco elaboradora de productos textiles.

CUESTIONARIO N°

Buenos días, _____ , le agradezco por brindarme su atención y tiempo que se está tomando al haber concedido a responder las siguientes preguntas, las cuales serán de suma importancia para la elaboración de la investigación.

I. DATOS

Asociación:

Ubicación de la asociación:

Año de fundación de la asociación:

Cargo:

II. OBJETIVO:

Analizar los factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al mercado Canadiense 2016.

III. PREGUNTAS:

1) **¿Desde cuándo se dedica a la producción de textiles?**

2) **¿Qué materiales necesita para la producción de Textiles?**

- a) Lana de Oveja
- b) Tintes Naturales
- c) Lana Industrial

2.1. ¿Desde dónde trae la materia prima?

- a) Localidad
- b) Provincia
- c) Otras Regiones

2.2. ¿Cuánto tiempo demora en conseguirlo?

- a) Inmediato
- b) Con demora
- c) Muy difícil

3) ¿Conoce las características de los productos que requiere el mercado objetivo?

SI NO

a. ¿Aplica esos factores característicos en su producción?

- a) Tendencia
- b) Diseño
- c) Colores
- d) Otros

4) ¿Cómo financiera su producción de textiles?

- a) Recursos Propios
- b) Préstamo Bancario
- c) Otros

4.1. ¿Cuánto está dispuesto a invertir?

- a) S/.100.00 – S/500.00
- b) S/500.00 – S/. 1000.00
- c) S/. 1000.00- S/1500.00

5) ¿Cuáles son los atributos que tienen sus productos que pueden ser atractivos para el mercado?

- a) Hecho con recursos naturales
- b) Representan un cultura
- c) Cada diseño tiene un historia
- d) Otros

6) ¿Cuáles son los productos con los que cuentan dentro de la Asociación Los Laureles?

- a) Bolsos
- b) Alfombras
- c) Chalinas
- d) Gorros
- e) Guantes
- f) Otros

7) ¿Puede hacer productos como requiere el mercado?

SI NO

8) ¿Durante la semana cuanto tiempo dedican a la producción de textiles?

- a) 1 - 2 horas por día.
- b) 3 - 4 horas por día.
- c) 5 - 6 horas por día.

9) ¿Qué tanta experiencia tiene usted en la producción de tejidos?

- a) Mucha Experiencia
- b) Regular Experiencia
- c) Poco Experiencia

10) ¿Usted como artesano asociado cumple con las normas establecidas dentro de esta?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Nunca

11) ¿Cuántas asociaciones de textiles hay dentro del distrito según su conocimiento?

- a) De 0 a 2
- b) De 3 a 4
- c) De 5 a 6

12) ¿Cuánto es lo que producen mensual?

- a) De 0 a 15 prendas por producto
- b) De 16 a 30 prendas por producto
- c) De 31 a 45 prendas por producto
- d) De 46 a 60 prendas por producto

12.1. ¿Cuánto más podría producir?

- a) El doble de lo que produce
- b) El triple de lo que produce
- c) El cuádruple de lo que produce
- d) Mucho más

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

Tabla 6.2.
Cuadro de Análisis Documental

Matriz Comparativa : Factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2016			
INDICADORES / AÑO	2016	2017	FUENTE
NUMERO DE ASOCIACIONES DEL DISTRITO			
VOLUMEN EXPORTABLE (VOLUMEN DE VENTAS)			
DEMANDA DEL PRODUCTO EN EL EXTERIOR			
TLC PERU - CANADA			
TIPOS DE PRODUCTOS			

Nota: Elaboración propia de la estudiante

6. 3. Validaciones

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del Instrumento
VELASQUEZ VILOCHE LELI V.	Subgerente de Artesanía / Gobierno Regional		HERNÁNDEZ VILLANUEVA DIANA DEISY
Título del estudio: Factores que inciden en la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2017			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN: Coloque el porcentaje, según intervalo

FACTORES DE EXPORTACION	INDICADORES	ITEMS	OPCION DE RESPUESTA	Redacción Clara y Precisa			Tiene coherencia con los indicadores			Tiene coherencia con las dimensiones			Tiene coherencia con la variable		
				M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B
				1. Disponibilidad de Recursos	Identificar los recursos naturales utilizados	CERRADA			X			X			X
2. Caracterización de los Productos	Determinar las características de los productos requeridas por el mercado	CERRADA			X			X			X			X	
3. Demanda del Producto	Determinar la demanda actual del producto en el mercado objetivo	CERRADA			X			X			X			X	
4. Tratados de Libre Comercio	Reconocer los beneficios del tratado	ABIERTA		X				X			X			X	
5. Nivel de Financiamiento e Inversión	Disposición a invertir y acceso a financiamiento de terceros	CERRADA			X			X			X			X	
6. Innovación en los productos	Identificar las nuevas características de los productos	ABIERTA			X			X			X			X	
7. Tipos de Productos	Conocer la variedad de productos que tienen en el mercado local	CERRADA			X			X			X			X	
8. Disponibilidad de la mano de obra	Determinar la frecuencia con la que asisten los empleados asociados	CERRADA			X			X			X			X	
9. Existencia Competidores	Identificar a los competidores a nivel nacional e internacional	CERRADA			X			X			X			X	
10. Experiencia	Reconocer la disponibilidad de los artesanos con experiencia en tejidos	CERRADA			X			X			X			X	
11. Adaptación a las normas	Cumplen con las normas de trabajo establecidas por la asociación	CERRADA			X			X			X			X	
12. Número de asociaciones del distrito	Determinar el número de asociaciones	CERRADA			X			X			X			X	
13. Volumen Exportable	Identificar el volumen de ventas	CERRADA			X			X			X			X	

Legenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

X	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINION DE APLICABILIDAD:

Trujillo 2010/06	18217577	 Mg. LELI VIOLETA VELASQUEZ VILOCHE SUBGERENTE DE ARTESANIA	990315300
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

OBSERVACIONES

1.

Ser más específica en las preguntas de acuerdo al nivel educativo del entrevistado

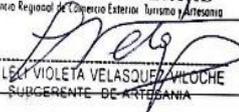
2.

3.

4.

FECHA: 20/06/17

REGION "LA LIBERTAD"
Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía


D^o VIOLETA VELASQUEZ PLOCHE
SUBGERENTE DE ARTESANIA

Firma y sello del experto

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Rodríguez Abraham, Antonio	Docente UCV	Cuestionario	HERNÁNDEZ VILLANUEVA DIANA DEISY
Título del estudio: Factores que inciden en la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al Mercado Canadiense 2017			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque el porcentaje, según intervalo

FACTORES DE EXPORTACION	INDICADORES	ITEMS	OPCION DE RESPUESTA	Redacción Clara y Precisa			Tiene coherencia con los indicadores			Tiene coherencia con las dimensiones			Tiene coherencia con la variable				
				M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B		
	1. Disponibilidad de Recursos	Identificar los recursos naturales utilizados	CERRADA			X											
	2. Caracterización de los Productos	Determinar las características de los productos requeridas por el mercado	CERRADA			X											
	3. Demanda del Producto	Determinar la demanda actual del producto en el mercado objetivo	CERRADA			X											
	4. Tratados de Libre Comercio	Reconocer los beneficios del tratado	ABIERTA			X											
	5. Nivel de Financiamiento e Inversión	Disposición a invertir y acceso a financiamiento de terceros	CERRADA			X											
	6. Innovación en los productos	Identificar las nuevas características de los productos	ABIERTA			X											
	7. Tipos de Productos	Conocer la variedad de productos que tienen en el mercado local	CERRADA			X											
	8. Disponibilidad de la mano de obra	Determinar la frecuencia con la que asisten los empleados asociados	CERRADA			X											
	9. Existencia Competidores	Identificar a los competidores a nivel nacional e internacional	CERRADA			X											
	10. Experiencia	Reconocer la disponibilidad de los artesanos con experiencia en tejidos	CERRADA			X											
	11. Adaptación a las normas	Cumplen con las normas de trabajo establecidas por la asociación	CERRADA			X											
	12. Número de asociaciones del distrito	Determinar el número de asociaciones	CERRADA			X											
	13. Volumen Exportable	Identificar el volumen de ventas	CERRADA			X											

Leyenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

X	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINION DE APLICABILIDAD:

Trujillo 20 106 197			
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

6 .4. Ficha técnica

Cuestionario de Factores Determinantes dentro de la Asociación Los Laureles Ficha Técnica

Autor:

Hernández Villanueva, Diana Deisy

País:

Perú

Año:

2017

Versión:

Original- Español

Duración:

20- 30 minutos

Objetivo:

Analizar los factores determinantes para la Exportación de Productos Textiles de la Asociación Los Laureles de Huamachuco al mercado Canadiense 2016.

Dimensiones:

Innovación

Competitividad

Recursos Humanos

Oferta Exportable

Fotografías





Figura 6.1. Factores determinantes con los que se cuentan dentro de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

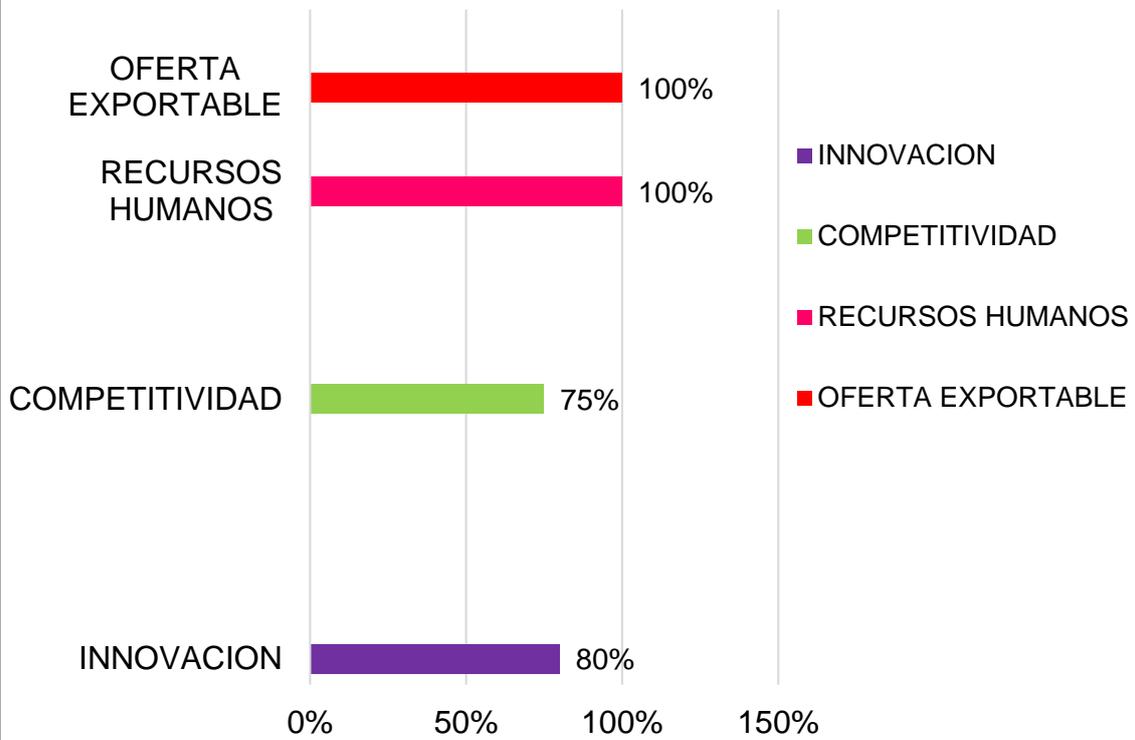


Figura 6.1. Datos obtenidos de la encuesta aplicada el día 7 de septiembre, a las integrantes de la Asociación Los Laureles de Huamachuco.

Tabla 6.4.
Ficha Técnica de Producto

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	BOLSO CHASQUI	
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
	MATERIA PRIMA	Lana de oveja.
	COLOR	VARIOS
	MEDIDA	25cm x 30 cm
	PESO	0.400 gr.
	OTROS	Tejido telar a pedal, fajilla telar a cintura.
PRODUCCION MENSUAL	60	
PRECIOS REFERENCIALES	PRECIO UNITARIO	S/. 30.00 incluido IGV
	PRECIO POR MAYOR	S/. 25.00 incluido IGV A partir de una docena
TIPO DE MERCADO	LOCAL – NACIONAL (EN FERIAS)	
POSICION ARANCELARIA	6117100000	
OTROS	DISEÑO PROPIO	

Nota: Elaboración propia de la estudiante

Tabla 6. 5
Ficha Técnica de Producto

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	ALFOMBRA CUADRO COLORES	
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
	MATERIA PRIMA	Lana de oveja, tintes naturales (plantas)
	COLOR	VARIOS
	MEDIDA	89cm x 1.33 cm
	PESO	1.000 KG
	OTROS	Tejido telar a pedal
PRODUCCION MENSUAL	50	
PRECIOS REFERENCIALES	PRECIO UNITARIO	S/. 150.00 incluido IGV
	PRECIO POR MAYOR	S/. 140.00 incluido IGV A partir de una docena
TIPO DE MERCADO	LOCAL – NACIONAL (EN FERIAS)	
POSICION ARANCELARIA	5805000000	
OTROS	DISEÑO PROPIO	

Nota: Elaboración propia de la estudiante

Tabla 6.6.
Ficha Técnica de Producto

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	ALFOMBRA ESTRELLA	
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
	MATERIA PRIMA	Lana de oveja, tintes naturales (plantas)
	COLOR	VARIOS
	MEDIDA	80cm x 1.60cm
	PESO	1.000 KG
	OTROS	Tejido telar a pedal
PRODUCCION MENSUAL	40	
PRECIOS REFERENCIALES	PRECIO UNITARIO	S/. 180.00 incluido IGV
	PRECIO POR MAYOR	S/. 170.00 incluido IGV A partir de una docena
TIPO DE MERCADO	LOCAL – NACIONAL (EN FERIAS)	
POSICION ARANCELARIA	5805000000	
OTROS	DISEÑO PROPIO	

Nota: Elaboración propia de la estudiante.

Tabla 6.7.
Ficha Técnica de Producto

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	CHALINAS LANA DE OVEJA	
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
	MATERIA PRIMA	Lana de oveja.
	COLOR	VARIOS
	MEDIDA	1.80cm x 12 cm
	PESO	0.150 gr.
	OTROS	Tejido a crochet y a palillo
	PRODUCCION MENSUAL	40
PRECIOS REFERENCIALES	PRECIO UNITARIO	S/. 25.00
	PRECIO POR MAYOR	S/. 20.00 A partir de una docena
TIPO DE MERCADO	LOCAL – NACIONAL (EN FERIAS)	
POSICION ARANCELARIA	6117100000	
OTROS	DISEÑO PROPIO	

Nota: Elaboración propia de la estudiante.

Tabla 6.8.
Ficha Técnica de Producto

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	GORRO PASTEL	
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
	MATERIA PRIMA	Lana de oveja, tintes naturales (plantas)
	COLOR	VARIOS
	MEDIDA	30cm x 20 cm
	PESO	0.100 KG
	OTROS	Tejillo a palillo
PRODUCCION MENSUAL	50	
PRECIOS REFERENCIALES	PRECIO UNITARIO	S/. 20.00
	PRECIO POR MAYOR	S/. 15.00 A partir de una docena
TIPO DE MERCADO	LOCAL – NACIONAL (EN FERIAS)	
POSICION ARANCELARIA	5805000000	
OTROS	DISEÑO PROPIO	

Nota: Elaboración propia de la estudiante.

Tabla 6.9.
Ficha Técnica de Producto

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	GUANTES LANA	
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
	MATERIA PRIMA	Lana de oveja, tintes naturales (plantas)
	COLOR	VARIOS
	MEDIDA	30cm x 12cm
	PESO	1.000 KG
	OTROS	Tejido a palillo
PRODUCCION MENSUAL	40	
PRECIOS REFERENCIALES	PRECIO UNITARIO	S/. 15.00
	PRECIO POR MAYOR	S/. 12.00 A partir de una docena
TIPO DE MERCADO	LOCAL – NACIONAL (EN FERIAS)	
POSICION ARANCELARIA	5805000000	
OTROS	DISEÑO PROPIO	

Nota: Elaboración propia de la estudiante.