

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



COMPETITIVIDAD DE LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE CARMIN DE COCHINILLA Y SU EXPORTACION AL MERCADO DE BRASIL 2009 - 2012

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

AUTOR:

QUISPE PUMA, JAQUELIN ELIANA.

ASESOR:

MG. CEVALLOS ESPINOZA, FRANCISCO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LA FORMULACIÓN Y
DESARROLLO DE LA EMPRESA DEL SECTOR DE COMERCIO
EXTERIOR**

LIMA-PERÚ

2013

DEDICATORIA

A mis padres Richard y Vilma y a mi hijo por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, por su paciencia y amor que siempre me brindan. Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento de mi proyecto de investigación es a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza de seguir adelante.

A mis padres por ser un ejemplo a seguir en mi vida.

A mi hijo que me da fuerzas para seguir adelante, a pesar de los malos momentos que nos ha tocado vivir.

También a todas aquellas personas que me apoyaron como son mis hermanos, familia y amigos que estuvieron siempre junto a mí.

PRESENTACION

El presente trabajo de investigación titulado “Competitividad de las Asociaciones de productores carmín de cochinilla de la joya y su exportación al mercado de Brasil 2009 – 2012”, nace de la necesidad de conocer si la competitividad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla se relaciona con su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009-2012, ya que se ha evidenciado una baja en las exportaciones hacia ese mercado de destino, también se puede observar que existe una cadena de comercialización informal de este producto, ya que muchas veces no se sabe quién es el consumidor final.

En actualidad la exportación de cochinilla muestra gran importancia económica y social en el contexto de un mundo globalizado, esto se debería a que en el Perú se produce el 80% de esta materia prima a nivel mundial, así mismo son más de 2000 los productores dedicados a la producción de cochinilla solo en el departamento de Arequipa. El gran auge de la producción de cochinilla se debería a que la cochinilla peruana no es nociva para la salud y es aceptada en varios países de primer mundo, en donde se prioriza el consumo de productos de calidad antes que el precio. El grado de ácido carminico que posee la cochinilla peruana es de 18 % a 21%, el cual es la puntuación más alta en Latinoamérica y demás países, lo que resulta muy atractivo para los compradores de esta materia.

En el presente año la exportación de cochinilla principalmente se dirige a USA, Italia, Alemania y en Latinoamérica Brasil. Este último país resulta de gran interés para el Perú, no solo por su cercanía geográfica; sino por el crecimiento económico que ha ido desarrollando en los últimos años, lo cual lo posiciona como la 8ª economía del mundo.

Por tanto la presente tesis tiene como objetivo determinar la relación entre “Competitividad de las Asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil 2009 – 2012”

El trabajo en tal sentido y formalmente, se estructura de la siguiente manera:

Parte 1: Introducción consta de dos partes en el problema de investigación se expone el planteamiento del problema, justificación, antecedentes, objetivos lo cual sirve de base para nuestro trabajo. Prosiguiendo con la parte del marco referencial es donde se encuentra el marco teórico en la cual se utilizaron fuentes primaria que sirvieron de ayuda para tener una noción más amplia del tema y el marco conceptual que contribuye a que las definiciones sean más precisas.

Parte 2: Marco-metodológico consta de hipótesis, variables, metodología, población y muestra, método de investigación, técnica y métodos de análisis de dato, todo esto sirve como base para las encuestas que se tomaran a los diversos agentes involucrados en la exportación del carmín de cochinilla, que servirán como referencia para obtener los datos.

Parte 3: Resultados después de haber realizado las encuestas se realiza este proceso para tener las tablas y gráficos que nos permitan hacer la interpretación necesaria estos son obtenidos del programa SSPSS.

Parte 4: Discusión, conclusiones y sugerencia, estas partes están asociadas debido a que de acuerdo a la interpretación de los resultados se procede a realizar la influencia que se ha obtenido con el fin de manifestar que no deja el trabajo.

Finalmente se presentan las referencias bibliográficas y anexos.

ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA	02
AGRADECIMIENTO	03
PRESENTACIÓN	04
ÍNDICE	06
RESUMEN	08
ABSTRACT	09
1. INTRODUCCIÓN	10
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.1.1 Realidad Problemática	11
1.1.2 Formulación del problema	11
1.1.2.1 Problema General	11
1.1.2.2 Problemas Específicos	11
1.1.3 Justificación	12
1.1.4 Antecedentes	13
1.1.5 Objetivos	16
1.1.5.1 General	16
1.1.5.2 Específicos	16
1.2 MARCO REFERENCIAL	17
1.2.1 Marco Teórico	17
1.2.2 Marco Conceptual	20
2. MARCO METODOLÓGICO	22
2.1 Hipótesis	22
2.1.1 Hipótesis General	22
2.1.2 Hipótesis Específicas	22
2.2 Variables	22
2.2.1 Definición conceptual	22
2.2.2 Definición operacional	22
2.3 Metodología	23
2.3.1 Tipos de estudio	23
2.3.2 Diseño	23
2.4 Población y muestra	23

2.5	Método de investigación	23
2.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23
2.7	Métodos de análisis de datos	23
3.	RESULTADOS	24
4.	DISCUSIÓN	37
5.	CONCLUSIONES	38
6.	SUGERENCIAS	40
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41
8.	ANEXOS	43
	Anexo 1. Matriz de Consistencia	44
	Anexo 2. Cuestionario	45

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la competitividad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil en el periodo 2009-2012. Nuestras exportaciones van dirigidas principalmente al mercado Brasileiro, el cual se presenta como un mercado creciente, gracias a la gran difusión que ha tenido en los últimos años, no solo por la tecnología con la que cuenta; si no también al crecimiento económico que ha desarrollado en los últimos años. Por otro lado se presenta como un mercado estricto, y en el cual cumplir con la palabra calidad es fundamental para direccionar a nuestras empresas exportadoras de Carmín de cochinilla hacia el éxito.

Según la investigación realizada durante los años 2009-2012 ha existido una relación significativa entre las variable competitividad y exportación porque nuestros resultados mostraron que la competitividad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla se relacionan con la exportación al mercado de Brasil en 2009-2012, según el estudio lograron alcanzar una importancia en sus exportaciones debido a la competitividad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla.

ABSTRACT

The research aimed to determine the relationship between the competitiveness of producers associations carmine and direct the Brazilian market in the period 2009 Information - 2012. Our exports are mainly directed to the Brazilian market, which is presented as a growing market , thanks to the widespread it has had in recent years , not only for the technology that counts , but also the economic growth that has developed in recent years . On the other hand is presented as a strict market, and which comply with the word quality is essential to address our exporting companies Carmine cochineal to success.

According to research conducted during the years 2009-2012 there has been a significant relationship between the variables and export competitiveness because our results showed that the competitiveness of producers associations carmine relate to the export market in Brazil 2009-2012 , the study managed to achieve significance in exports due to the competitiveness of producers associations carmine

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1. Realidad Problemática

La cochinilla es un insecto que vive sobre las pencas de las tunas. De las hembras de cochinilla se obtiene el ácido carmínico y de este ácido se produce el colorante natural llamado carmín, el cual fue utilizado desde el antiguo Perú en diferentes culturas como la de Paracas.

El Perú es uno de los principales productores de cochinilla, se estima que su producción representa el 80 % a nivel mundial, las exportaciones de carmín de cochinilla principalmente están dirigidas a Alemania, España, e Inglaterra, y en Sudamérica se exporta principalmente a Brasil ; el cual es un país muy atractivo para la comercialización de este producto no solo por su cercanía geográfica sino que también es el segundo comprador de esta materia a nivel mundial y primero en Latinoamérica lo que nos da un panorama muy atractivo y con muchas oportunidades para la exportación del carmín de cochinilla.

El Perú tiene las condiciones óptimas para su producción, lo cual permite que su producción sea durante todo el año; la razón principal para el éxito de la cochinilla peruana es el grado de ácido carmínico que posee frente a los demás países productores: la cochinilla peruana tiene de 18% - 20% de ácido carmínico y el resto de productores alcanza en promedio el 14%. Así mismo la cochinilla es un colorante natural, el cual está presente en diferentes industrias como: la farmacéutica, cosmética y alimenticia. Según la licenciada Gloria Inés González Ramírez.

El departamento de Arequipa produce el 80 % de cochinilla en los valles de la Joya, así mismo en el 2010 cerró con envíos a los mercados internacionales por US\$ 210 millones y en el 2011 alcanzó los US\$ 250 millones, según el presidente del Comité de Colorantes Naturales de la Asociación de Exportadores (ADEX), Daniel Nakamura Kato.

A partir del año 2009 el precio de la cochinilla empieza a

incrementarse esto debido a las propiedades naturales que posee y a una posible escasez a nivel internacional. En el año 2010 el precio de la cochinilla estaría en \$ 170.76 Kg. y en el año 2011 \$ 202 Kg. lo que trajo consigo que gran número de agricultores se interesen por este producto y se dediquen a su cosecha principalmente en los departamentos de Arequipa, Ayacucho, Ica, y Lima.

En el año 2012 el precio de la cochinilla disminuyó drásticamente, a \$ 79.42 KG, más del 50 % comparándolo con el año 2010 que fue de \$ 170.76 KG. Situación que ha puesto al borde del colapso a los agricultores que cultivan este producto de exportación.

Lo mencionado en párrafos anteriores nos impulsa a investigar y conocer la relación que existe entre la competitividad de las asociaciones de productores de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil 2009-2012.

1.1.2. Formulación del Problema

1.1.2.1 Problema General

¿Qué relación existe entre la competitividad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012?

1.1.2.2 Problema Específicos

1. ¿Qué relación existe entre la competitividad en costos de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012?
2. ¿Qué relación existe entre la competitividad en la calidad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012?
3. ¿Qué relación existe entre la competitividad en la

calidad de enfoque de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012?

1.1.3. Justificación

Con el presente proyecto de investigación se pretende conocer la relación que existe entre la competitividad de las asociaciones de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009-2012, con el objetivo de conocer alternativas de solución que permita facilitar el comercio entre ambas naciones y así satisfacer de manera eficiente la demanda en cuanto costos, calidad y precios del carmín de cochinilla e incrementar el nivel de exportaciones peruanas hacia el mercado Brasileño.

Actualmente, las exportaciones peruanas de cochinilla tienen como destino principal en Latinoamérica a Brasil, es por ello que se ha tomado como referencia a este país lo que nos impulsa a estudiar comportamiento de las exportaciones peruanas de este insumo natural, a pesar que la cantidad demandada por este país ha disminuido, pero aún sigue siendo nuestro principal comprador en Sudamérica.

Una vez que se conozca la relación existente entre la competitividad de las asociaciones de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009-2012, nos resultara de gran utilidad ver las estrategias aplicadas y que se puedan aplicar para mejorar las condiciones de comercialización, dentro de su proceso administrativo, las herramientas de gestión que garanticen su desarrollo.

Por otro lado esta investigación es de gran beneficio para la sociedad, ya que remarca la importancia de la competitividad en las asociaciones; la cual permitirá que las asociaciones se posicionen y desarrollen en el mercado brasileño y puedan sostenerse en el tiempo y crecer continuamente.

1.1.4. Antecedentes

Avendaño (2008, p.68) concluye:

“1. La producción y comercialización del carmín de cochinilla está limitada por ciertos puntos críticos como: capacidad de producción de los productores, bajo nivel educativo, tecnológico, recursos económicos y alta informalidad en la comercialización, desconocimiento de los costos de producción e información de mercado y escasa cultura de asociatividad. Así mismo las relaciones comerciales de los productos son informales, basadas en confianza y familiaridad. Existe escasa transparencia en las transacciones y desconfianza entre los actores.”

“2. En su investigación determino que existen 20,188 ha, pero en el análisis se ha estimado 8,185 ha que producen tuna y cochinilla, siendo las provincias de Huamanga, Huanta, Víctor Fajardo, Cangallo y Lucanas los principales productores. Esta reducción se debe al abandono de los productores y reemplazo por otros cultivos (caso Huanta) por la caída del precio de la cochinilla y masificación de plagas y enfermedades. Se ha estimado que están involucradas 19,126 familias y existen 5,658 ha con potencial productivo para la forestación y reforestación con tuna”.

El autor recomienda que se deben implantar objetivos estratégicos para desarrollar de una manera sostenible la competitividad de la cadena productiva de tuna cochinilla; ya que es importante desarrollar la competitividad en las asociaciones, para que estas puedan estar informadas sobre su entorno, especialmente para identificar aquellos cambios que supongan amenazas o beneficios para sus intereses. Es por ello; que necesitan conocer las tecnologías emergentes, así como también las últimas líneas de investigación y los nuevos productos y servicios presentes en el mercado. Todos estos limitan la posibilidad de aprovechar el crecimiento de la demanda del producto y el apoyo de instituciones públicas y privadas.

La presente investigación es importante porque Avendaño describe cuales son las limitaciones que tienen los productores de carmín de

cochinilla entre ellas está el conocimiento, nivel educativo, tecnológico, recursos económicos, identificando también dos objetivos estratégicos para desarrollar de manera sostenible la competitividad de la cadena productiva de tuna cochinilla:

i) Mejorar la oferta productiva y organizada de tuna fruta y cochinilla en Ayacucho.

ii) mejorar la eficiencia de la gestión empresarial de los actores.

En función de estos objetivos se han planteado actividades específicas, todas orientadas a alcanzar la visión común definida por los actores respecto a la cadena de tuna y cochinilla: “Fortalecer la competitividad de la cadena productiva de tuna y cochinilla y sus actores para generar mayores empleos y mejores ingresos económicos y así contribuir al desarrollo sostenible de la región Ayacucho”.

Los factores anteriormente mencionados son importantes para el desarrollo de rubro, ya que si los productores no tienen una debida asistencia técnica, capacitaciones por parte del estado, sus actividades se verían reducidas a la producción o cosecha más no aun plano empresarial.”

Pinedo (2008, p.82) concluye:

“1. Para obtener mejores porcentajes de ácido carmínico se requiere contar con materia prima (cochinilla) de buen contenido de ácido carmínico eliminar eficientemente las impurezas (restos exhaustos de cochinilla), eliminar las grasas y ceras de la cochinilla, evitar las sustancias minerales externas que aumenten el contenido de cenizas en el producto terminado, evitar la presencia de hierro tanto en los reactivos químicos utilizados como en el equipo de procesamiento”.

“2. las posibilidades de obtener mayores precios son mayores cuando las labores de cosecha y postcosecha se realizan con esmero. Para el caso de la fruta de tuna debe presentarse el material limpio y bien

seleccionado, mientras que en el caso de la cochinilla, es importante realizar un proceso rápido de muerte y secado y posteriormente un embalaje adecuado para que el producto final alcance una concentración ácido de carmínico”.(p. 82)

El antecedente resulta de gran importancia porque nos da a conocer la importancia de la etapa de producción de la cochinilla en la obtención de ácido carmínico, el cual es muy apreciado en el mercado exterior, así mismo del total exportado por Perú en colorantes naturales, el 95 por ciento es carmín y ácido carmínico, mientras que sólo el cinco por ciento corresponde a cochinilla” según afirmo la Asociación de Exportadores (2011).

Días (2009, p.123) concluye:

“1. El colorante natural carmín de cochinilla tiene un gran potencial de utilización, gracias a su trayectoria en varias industrias, a sus propiedades y características y a la tendencia por el consumo de ingredientes naturales, estos colorantes naturales deben cumplir con ciertos requerimientos ambientales, para que su cultivo sea completamente orgánico y así mantener una ventaja competitiva en el mercado de colorantes.”

“2. Para que los colorantes naturales puedan seguir compitiendo directamente con los colorantes sintéticos deben vencer algunos obstáculos como es el precio, ya que los colorantes sintéticos tienen un precio menor que los naturales, lo cual no permite aunque sean totalmente remplazados por estos últimos”

“3. Averiguar un poco más acerca de los avances y resultados de la utilización del carmín de cochinilla como colorante en la industria farmacéutica y cosmética. Esto para poder evaluar el potencial comercial de este colorante enfocado a estas industrias, ya que en la industria alimenticia se sabe que ocupa un lugar muy importante”.

“4. las adecuadas prácticas agrícolas cumplen requerimientos ambientales que garantizan que los colorantes sean naturales y orgánicos y de esta manera no pierdan sus características de calidad

y atributos que pueden diferenciar a la cochinilla peruana de sus sustitutos. Esta diferenciación constituye una ventaja competitiva, ya que el grado de ácido carmínico de cochinilla en el Perú alcanza estándares altos como es el de 21% frente a otros países que solo alcanzan el 14% de ácido carmínico”.

Por último el autor recomienda que a nivel latinoamericano Brasil y Argentina son los principales importadores de carmín de cochinilla, por lo que es recomendable averiguar los requerimientos de este producto en estos mercados. Para que pueda resultar más conveniente entrar a estos mercados debido a la cercanía o simplemente como una estrategia para iniciar exportaciones.

La presente investigación es importante porque presenta un panorama general del mercado de cochinilla en donde se describe a la cochinilla y su cultivo en la región, se describen algunos procedimientos específicos para el tratamiento y para la obtención de su colorante. Posteriormente hace un análisis general del mercado internacional identificando los principales productores, proveedores e importadores y exportadores de materias colorantes de origen animal. Por último se presenta información importante acerca de precios, canales de distribución y estrategias que se pueden utilizar para ingresar a un mercado.

1.1.5. Objetivos

1.1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la competitividad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012.

1.1.5.2. Objetivos Específicos

1. Determinar la relación que existe entre la competitividad en costos de las asociaciones de

- productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012.
2. Determinar la relación que existe entre la competitividad en la calidad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012.
 3. Determinar la relación que existe entre la competitividad en la calidad de enfoque de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012.

1.2. MARCO REFERENCIAL

1.2.1. Marco teórico

A. Competitividad

El tema de la competitividad de las naciones cuenta con varias explicaciones y por consiguiente existen muchas teorías en las que algunos la entienden como un fenómeno macroeconómico; otros argumentan que depende de la disposición de la fuerza de trabajo barata y abundante; otro punto de vista es que la competitividad depende de poseer recursos naturales en grandes cantidades, pero se ha demostrado un éxito comercial en naciones como Alemania, Japón, Corea las cuales cuentan con recursos naturales limitados y han tenido que importar la mayor parte de materias primas que emplean, entre otras teorías que intentan explicar las ventajas competitivas de una nación. Según Porter (1990, p.25) concluye que ninguna de estas explicaciones de competitividad nacional es totalmente satisfactoria y ninguna es suficiente por sí misma para explicar la posición competitiva de los sectores de una nación.). La principal meta económica de una nación es elevar en forma constante y creciente el nivel de vida de su población.

Esto no depende de la noción distorsionada de competitividad nacional, sino de la productividad con que se utilicen los elementos de producción o insumos (mano de obra y capital). Lo anterior lo realizan

las industrias o empresas de una nación, y se establece un lazo de unión entre la competitividad del país y la capacidad de sus industrias para competir exitosamente en mercados internacionales.

Según Porter, la única forma de mantener una ventaja competitiva a nivel internacional es actualizando y revolucionando constantemente las condiciones técnicas de producción. Estas se señalan como ventajas competitivas al identificar nuevas y mejores formas de competir en un sector y trasladarlas al mercado, lo que se convierte al final en una innovación. La innovación según Porter (1990, p. 78) debe ser tanto las mejoras en tecnología como los mejores métodos de producción o formas de hacer las cosas. La innovación deberá enfocarse hacia los factores críticos de éxito; desarrollar tecnologías de proceso propias, diferenciación de productos, reputación de marca, relaciones y servicios a clientes; Para lo cual se requiere un aumento de la inversión de capital, tanto en instalaciones físicas, planta y equipo, como en investigación y desarrollo especializados y en mercadotecnia.

B. Determinantes de la ventaja competitiva nacional

Porter (1990, p.108) consideró cuatro premisas claves para comprender la forma en que se crea y mantiene la ventaja competitiva:

- El nivel de competencia y los factores que generan ventajas competitivas difieren ampliamente de industria a industria (inclusive entre los distintos segmentos industriales).
- Las empresas generan y conservan sus ventajas competitivas primordialmente a través de la innovación.
- Las empresas que crean ventajas competitivas en una industria en particular, son las que consistentemente mantienen un enfoque innovador, oportuno y agresivo y explotan los beneficios que esto genera.
- Es típico de las empresas globales internacionalmente competitivas, realizar parte de sus actividades de la cadena de valor fuera de sus países de origen, capitalizando así los beneficios que derivan del hecho de disponer de una red internacional.

Porter en su teoría, la cual está respaldada por los casos estudiados durante su investigación, sugiere que los atributos de una nación moldean el entorno económico de tal forma que esto promueve o impide la creación de ventajas competitivas sostenibles en el largo plazo. El marco en el que se gestan las ventajas competitivas consta de cuatro atributos genéricos: Condiciones de los factores, Condiciones de la demanda, sectores afines y de apoyo, y estrategia, estructura y rivalidad de la empresa. Todos estos atributos conforman un sistema, al cual Porter denominó "Diamante". Dos variables auxiliares complementan el marco del análisis: el gobierno y los hechos fortuitos o causales. (Porter: 1990, p. 110).

C. Exportación

La exportación según Daniels (2004, p.50). La exportación es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales. La exportación es el proceso de enviar bienes y servicios de un país a otro. Al término de una exportación se recibe dinero. Existen diferentes maneras en que una empresa puede exportar sus bienes y servicios. Una manera de exportación la que se realiza entre la empresa exportadora y una empresa relacionada, como por ejemplo, una sucursal o subsidiaria. En ocasiones, las empresas exportan a clientes independientes o directamente a los compradores por medio de intermediarios. Las empresas también pueden exportar bienes semi acabados que otras empresas relacionadas utilizan en su proceso de manufactura. Cuando una empresa decide ingresar a otro país lo puede hacer de diferentes maneras. Existen tres factores que determinan el modo de

ingreso de la empresa en otro país: las ventajas de propiedad de la empresa, las ventajas de ubicación del mercado y las ventajas de internacionalización. Las ventajas de propiedad se refieren a los activos fijos de la empresa, a su experiencia internacional y su capacidad para desarrollar productos innovadores. Las ventajas de ubicación del mercado se refieren al tamaño y potencial de crecimiento del mercado. Por último, las ventajas de internacionalización se refieren a las habilidades que posee la empresa para alcanzar sus metas por méritos propios, es decir, sin ceder licencias a otras compañías. La elección de ingresar a mercados extranjeros también puede darse como resultado de un objetivo de la empresa.

1.2.2. Marco Conceptual

Brasil. Es un país soberano de América del Sur que comprende la mitad oriental del subcontinente y algunos grupos de pequeñas islas en el océano Atlántico, es el quinto país más grande del mundo en área total (equivalente a 47% del territorio sudamericano). Delimitado por el océano Atlántico al este, Brasil tiene una línea costera de 7491 km. Al norte limita con el departamento ultramarino francés de la Guayana Francesa, Surinam, Guyana y Venezuela; al noroeste con Colombia; al oeste con Perú y Bolivia; al sureste con Paraguay y Argentina, y al sur con Uruguay. De este modo tiene frontera con todos los países de América del Sur, En su mayor parte, el país está comprendido entre los trópicos terrestres, por lo que las estaciones climáticas no se sienten de una manera radical en gran parte del mismo. La selva amazónica cubre 3,6 millones de km² de su territorio. Gracias a su vegetación y a su clima, es uno de los países con más especies de animales en el mundo. La economía brasileña es la mayor de América Latina y del hemisferio Sur. Brasil es una de las principales economías con más rápido crecimiento económico en el mundo. (Enciclopedia Libre, 2013)

Cochinilla. Según Márquez, (2005, p.13) Es un insecto, cuyo nombre científico es "*Dactylapius Coccus Costa*", vulgarmente conocido como cochinilla y vive como huésped de la tunera, alimentándose de la savia de las pencas, por medio de sus largas trompas, La cochinilla hembra es materia prima para la fabricación del colorante rojo natural, llamado comercialmente Carmín de Cochinilla, por contener el ácido carmínico en su cuerpo, untuoso como sustancia de reserva”.

Innovación. Según Martínez, (2006, p.19) Es uno de los elementos clave que explica la competitividad. Por ejemplo, para Porter (1990): “La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. La empresa consigue ventaja competitiva mediante innovaciones. Una vez que el producto se ha terminado y lanzado con éxito al mercado, la innovación se acaba, ya que el producto en sí es un producto competitivo.

Asociaciones de Productores. Según Bachenheime, (2008, p.13) Tienen por objeto hacer el mercadeo de productos agropecuarios y a su comercialización en los centros de consumo que resultaren en forma proporcional a sus aportes. Se pretende con ellos incidir sobre los precios, en favor de los productores y consumidores, Igualmente racionalizar la consecución de los recursos crediticios”.

Intermediarios. Según Guerrero, Molina, (2012, p.59) Pueden definirse como individuos o instituciones que median en el proceso productivo, ya sea bien entre el productor de materias primas y el fabricante, o bien entre el fabricante y otros fabricantes otros intermediarios o el consumidor final. De tal forma, toda empresa o persona que se encargue de acercar el producto desde la fabricación o extracción hasta el consumidor final o mercado industrial que lo necesite, sin variar sustancialmente el producto, será un intermediario comercial”.

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Hipótesis

2.1.2. Hipótesis General

La competitividad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla se relaciona significativamente con su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012.

1.2.1. Hipótesis Específicas

1. La competitividad en costos de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla se relaciona significativamente con su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012.
2. La competitividad en calidad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla se relaciona significativamente con su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012.
3. La competitividad de enfoque de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla se relaciona significativamente con su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012.

2.2 Variables

2.2.1 Definición conceptual

Competitividad. Capacidad para generar riquezas, de la que puedan disponer la empresa y la sociedad, en general con vistas a su reinversión y distribución. Como puede advertirse, el quid del asunto está en impulsar las empresas potencialmente más aptas para generar alto valor agregado.

Exportación. Salida de cualquier mercadería de un territorio aduanero.

2.2.2 Definición Operacional

Competitivas. Se medirá con las dimensiones estrategia de liderazgo en costos, estrategia de diferenciación y estrategia de enfoque.

Exportación. Se medirá con los siguientes indicadores volumen, valor y precio de exportación.

2.3 .Metodología

2.3.1 Tipo de Estudio

Estudio Correlacional.

2.3.2. Diseño de investigación

El diseño de la tesis es no experimental

Población y Muestra

2.4. Población

2.4.1. Población

Empresa exportadora de Carmín de Cochinilla de la Provincia de Arequipa.

2.4.2. Muestra

Se escogerá de muestra 1 empresa exportadora de Carmín de Cochinilla, la cual posee el mayor potencial de exportaciones del departamento de Arequipa.

2.5. Método de Investigación

En el presente proyecto de tesis el método a utilizar es Hipotético-Deductivo.

2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En este estudio se obtendrá la información mediante una encuesta que se realizará con un cuestionario con preguntas relacionadas a las variables que serán medidas en esta investigación en forma individual a los productores de Carmín de Cochinilla.

2.7. Métodos de análisis de datos

El método que se utilizará es realizar una base de datos, luego elaborar el gráfico correspondiente por cada uno de los resultados, después se interpretará y finalmente hacer la relación entre las variables de acuerdo a los resultados obtenidos.

3. RESULTADOS

3.1. Resultados sobre Competitiva

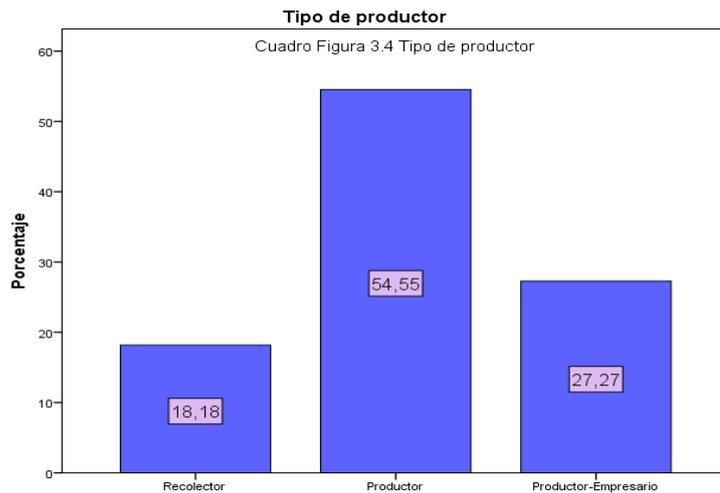
En el cuadro 3.1 presentamos los datos sobre los tipos de productores que existen en Arequipa.

Cuadro 3.1 Tipo de productor

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Recolector	4	18.2	18.2
Productor	12	54.5	72.7
Productor-Empresario	6	27.3	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: Encuesta

Se puede observar que el 54.5 % de los encuestados el pertenece al tipo de productor, esto se debería probablemente a que Arequipa es el principal departamento del Perú donde se produce Carmín de cochinilla, mientras que el 27,3% corresponde al tipo Productor-Empresario, tal como se observa en la figura 3.4.



En el cuadro 3.2 presentamos las respuestas a la pregunta señalando si Considera que la calidad de Carmín de cochinilla ha favorecido en las exportaciones.

Cuadro 3.2 Considera que la calidad de la Carmín de cochinilla ha favorecido en las exportaciones

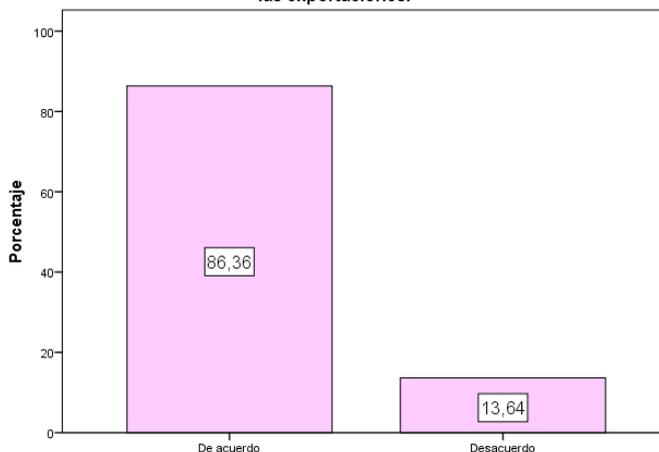
Fuente:
Encuesta

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De acuerdo	19	86.4	86.4
Desacuerdo	3	13.6	100.0
Total	22	100.0	

En
dicho

cuadro se puede observar que el 86,4% opina que la calidad de carmín de cochinilla ha favorecido en las exportaciones; esto se debería a que la cochinilla peruana es la que más grado de ácido carmínico presenta en comparación de otros países que exportan.

Figura 3.2 Considera que la calidad de la Carmin de cochinilla ha favorecido en las exportaciones.



En el cuadro 3.3 presentamos las respuestas a la pregunta señalando si Considera que el Mercosur nos ha brindado tener una ventaja competitiva a diferencia de los otros países que exportan Carmín de cochinilla.

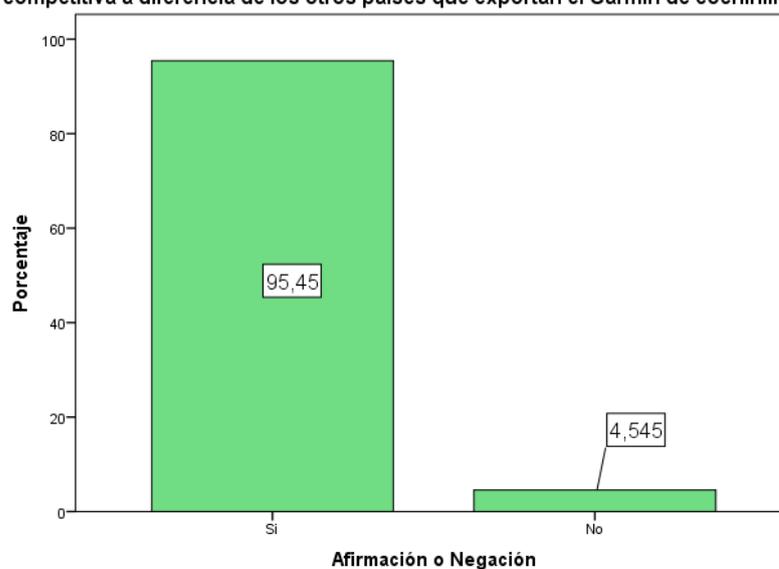
Cuadro 3.3. Considera que el Mercosur nos ha brindado tener una ventaja competitiva a diferencia de los otros países que exportan el Carmín de cochinilla

Alternativa	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	95.5	95.5
No	4.5	100.0
Total	100.0	

Fuente: encuesta

Se puede observar que el cuadro estadísticos que 95,5% respondió que el ACE 58 con el Mercosur nos ha brindado ventajas competitivas a diferencia de otros países que también exportan el mismo producto, así mismo el MERCOSUR a partir del año 2012 ha brindado preferencia arancelaria del 100% a todos los productos peruanos que ingresen a Brasil o Argentina.

Figura 3.3. Considera que el Mercosur nos ha brindado tener una ventaja competitiva a diferencia de los otros países que exportan el Carmín de cochinilla



En el cuadro 3.4 presentamos las respuestas a la pregunta señalando Considera que la competitividad es un factor determinante para aumentar el volumen de las exportaciones de Carmín de cochinilla.

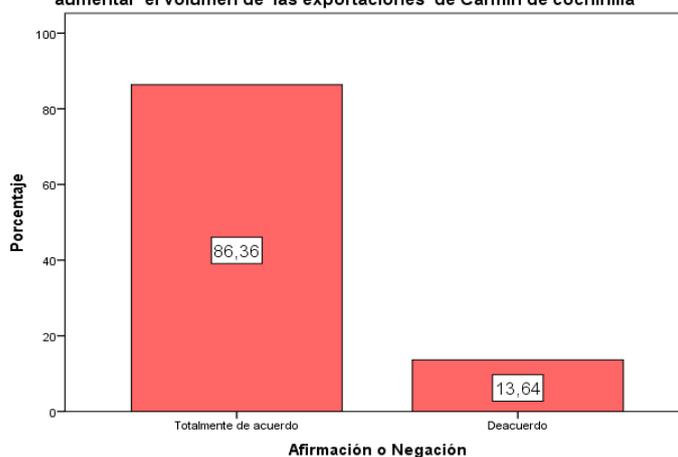
Cuadro 3.4 Considera que la competitividad es un factor determinante para aumentar el volumen de las exportaciones de Carmín de cochinilla

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	19	86.4	86.4
Deacuerdo	3	13.6	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: encuesta

Se puede observar en el siguiente cuadro que el 86,4 % considera que la competitividad es un factor determinante para aumentar el volumen de las exportaciones.

Figura 3.4 Considera que la competitividad es un factor determinante para aumentar el volumen de las exportaciones de Carmin de cochinilla



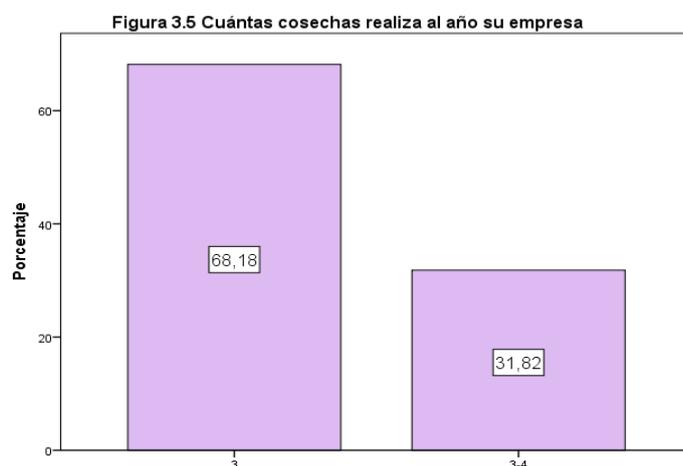
En el cuadro 3.5 presentamos las respuestas a la pregunta señalando Cuántas cosechas realiza al año su empresa

Cuadro 3.5 Cuántas cosechas realiza al año su empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
3	15	68.2	68.2
3-4	7	31.8	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: encuesta

En el presente cuadro estadístico se puede observar que las cosechas anuales de cochinilla en el departamento de Arequipa son 3 veces al año representado por un 68,2% y 3 -4 veces con 31,8 %, es debería probablemente a que las condiciones climáticas en el Perú, permiten que su cosecha sea en muchos casos todo el año.



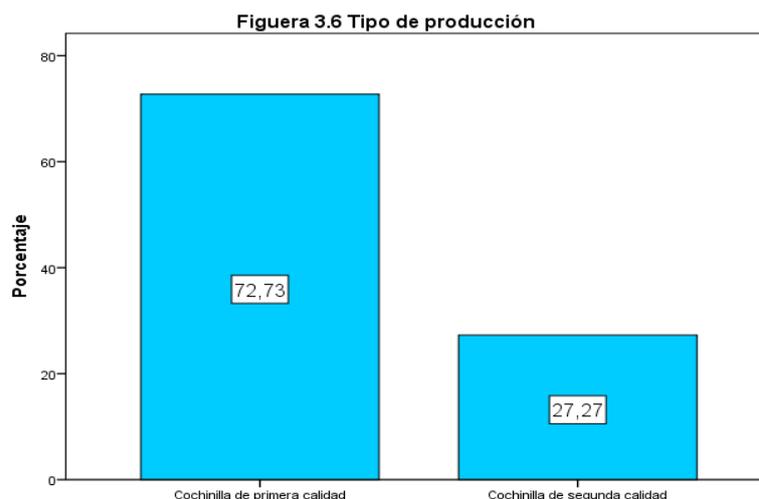
En el cuadro 3.6 presentamos las respuestas a la pregunta señalando Tipo de producción

Cuadro 3.6 Tipo de producción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Cochinilla de primera calidad	16	72.7	72.7
Cochinilla de segunda calidad	6	27.3	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: encuesta

En el cuadro se puede observar que la cochinilla de primera calidad es la que más representa a la población con un 72,7%, mientras que la cochinilla de segunda calidad está representada por 27,3 %.



3.2. Resultados sobre Exportación

En el cuadro 3.7 presentamos las respuestas a la pregunta señalando Ha tenido que aumentar sus hectáreas de cosecha de cochinilla por el precio de la demanda adquirida en sus exportaciones

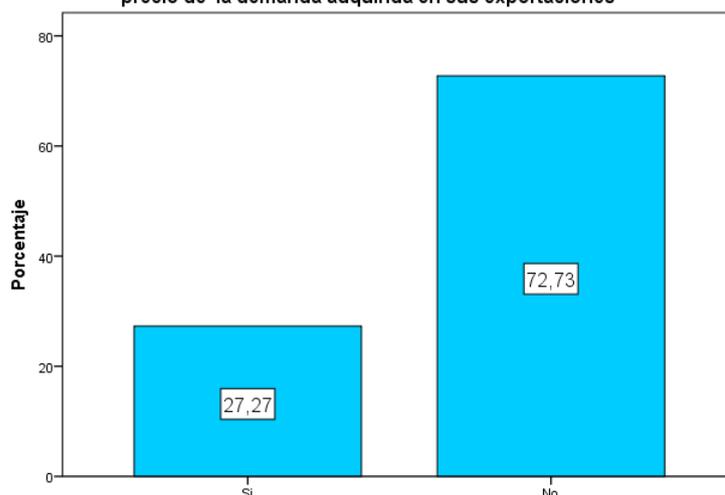
Cuadro 3.7 Ha tenido que aumentar sus hectáreas de cosecha de cochinilla por el precio de la demanda adquirida en sus exportaciones

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	6	27.3	27.3
No	16	72.7	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: encuesta

En el siguiente cuadro podemos observar que el 72.7 % respondió que no ha tenido que aumentar sus hectáreas de cosecha de carmín de cochinilla, esto se debería probablemente a que el precio del carmín de cochinilla ha disminuido considerablemente con años anteriores como el 2009.

Figura 3.7 Ha tenido que aumentar sus hectáreas de cosecha de cochinilla por el precio de la demanda adquirida en sus exportaciones



En el cuadro 3.8 Considera a Brasil como un país importante para el destino de sus exportaciones de Carmín de cochinilla

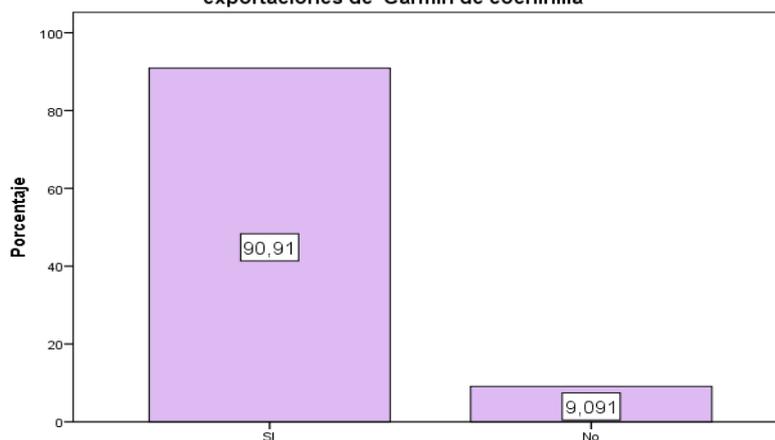
Cuadro 3.8 Considera a Brasil como un país importante para el destino de sus exportaciones de Carmín de cochinilla

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	20	90,9	90,9
No	2	9,1	100,0
Total	22	100,0	

Fuente: encuesta

En el siguiente gráfico podemos observar que el 90,9 % considera que Brasil es un país importante para el destino de sus exportaciones, esto se debería probablemente a que Brasil es el principal comprador de carmín de cochinilla en Latinoamérica, así mismo es la 8^{va} economía del mundo, su cercanía geográfica y su potencial tecnológico son factores que lo hacen más atractivo como país comercial.

Figura 3.8 Considera a Brasil como un país importante para el destino de sus exportaciones de Carmin de cochinilla



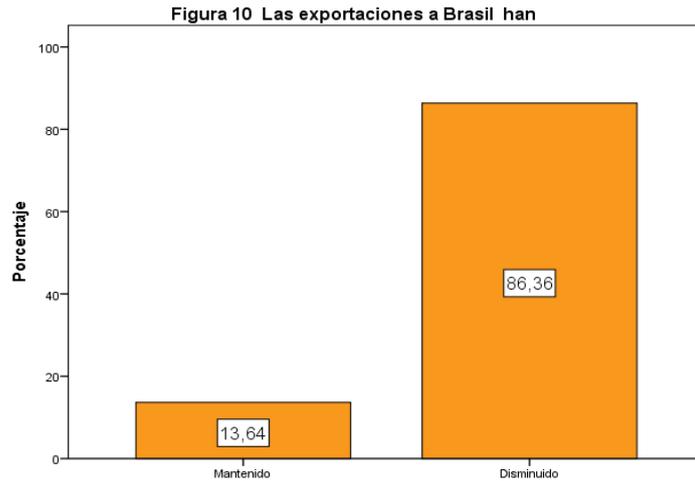
En el cuadro 3.9 presentamos las respuestas a la pregunta señalando las exportaciones a Brasil han

Cuadro 3.9 exportaciones a Brasil han

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Mantenido	2	17.4	13.6
Disminuido	20	82.6	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: encuesta

Según los resultados de la encuesta el 82.6 % respondió que la exportación hacia Brasil había disminuido, esto se debería probablemente a la sobre producción que existe de cochinilla y a otros tintes como es la Anilina; el cual es un tinte artificial de bajo costo.



En el cuadro 3.10 presentamos las respuestas a la pregunta señalando Cuál es el volumen de exportación anual de Carmín de cochinilla que su empresa realiza

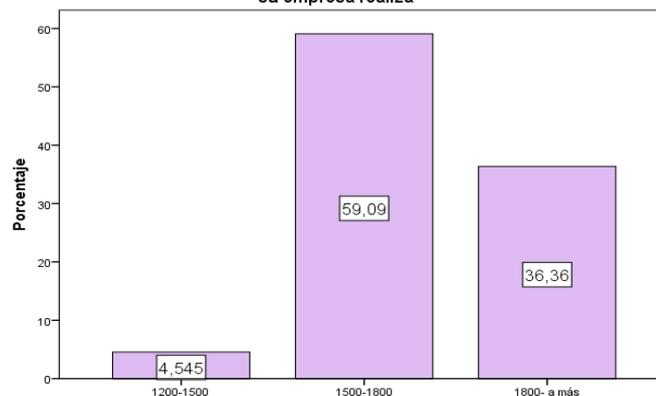
Cuadro 3.10 Cuál es el volumen de exportación anual de Carmín de cochinilla que su empresa realiza

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1200-1500	1	4.5	4.5
1500-1800	13	59.1	63.6
1800- a más	8	36.4	100.0
Total	22	100.0	

Fuente: encuesta

En el cuadro se puede observar que se exporta 1500 – 1800 Kg. de carmín de cochinilla al año representado por el 59.1%, mientras que un 36,4 % afirmo que se exporta anualmente entre 1800- a más.

Figura 3.10 Cuál es el volumen de exportación anual de Carmin de cochinilla que su empresa realiza



3.3. Relación entre la competitividad y las exportaciones de Carmín de cochinilla al mercado Brasileiro.

En el cuadro 3.11 se presenta la relación entre Brasil como un país importante para el destino de exportaciones y si el MERCOSUR ha permitido obtener una ventaja comparativa.

		Considera que el Mercosur nos ha permitido tener una ventaja competitiva a diferencia de los otros países que exportan el Carmín de cochinilla		Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	
Considera a Brasil como un país importante para el destino de sus exportaciones de Carmín de cochinilla	Si	20	0	20
	No	0	2	2
Total		20	2	22

Así mismo en el cuadro 3.12 presentamos los resultados de la prueba chi-cuadrado.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,718 ^a	1	,099
Corrección por continuidad ^b	,905	1	,342
Razón de verosimilitudes	2,406	1	,121
Estadístico exacto de Fisher			
Asociación lineal por lineal	2,594	1	,107
N de casos válidos	22		

Como se observar en el cuadro 3.12, la prueba no paramétrica chi-cuadrado para un nivel de significancia del 0.025, muestra que no existe relación estadísticamente entre las variables mencionadas.

En el cuadro 3.13 se presenta la relación entre la calidad y aumento de hectáreas de cosecha de cochinilla.

		Ha tenido que aumentar sus hectáreas de cosecha de cochinilla por el precio de la demanda adquirida en sus exportaciones		Total
		Si	No	
Considera que la calidad del Carmín de cochinilla ha favorecido en las exportaciones.	De acuerdo	4	15	19
	Ni de acuerdo	2	1	3
	Ni desacuerdo	6	16	22
Total				

Así mismo en el cuadro 3.14 presentamos los resultados de la prueba chi-cuadrado.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,718 ^a	1	,099
Corrección por continuidad ^b	,905	1	,342
Razón de verosimilitudes	2,406	1	,121
Estadístico exacto de Fisher			
Asociación lineal por lineal	2,594	1	,107
N de casos válidos	22		

Como se observan en el cuadro 3.14, la prueba no paramétrica chi-cuadrado para un nivel de significancia del 0.025, muestra que no existe una relación estadísticamente entre las variables mencionadas; es decir que las variables no se relacionan.

En el cuadro 3.15 se presenta la relación entre el nivel de exportación y la competitividad.

	Su nivel de exportación del 2009		Total
	-2012 ha		
	Mantenido	Disminuido	
Considera que la competitividad es un factor determinante para aumentar el volumen de las exportaciones de Carmín de cochinilla			
Totalmente de acuerdo	0	20	20
Ni de acuerdo Ni desacuerdo	2	0	2
Total	2	20	22

Así mismo en el cuadro 3.16 presentamos los resultados de la prueba chi-cuadrado.

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,000 ^a	1	,000
Corrección por continuidad ^b	11,564	1	,001
Razón de verosimilitudes	13,404	1	,000
Estadístico exacto de Fisher			
Asociación lineal por lineal	21,000	1	,000
N de casos válidos	22		

Fuente: encuesta

Como se observar en el cuadro 3.16, la prueba no paramétrica chi-cuadrado para un nivel de significancia del 0.025, muestra que existe una relación estadísticamente entre las variables mencionadas.

En el cuadro 3.17 se presenta la relación entre el volumen de exportación y las cosechas que realiza al año.

	Cuál es el volumen de exportación anual de Carmin de cochinilla que su empresa realiza			Total
	1200-1500	1500-1800	1800 a más	
Cuántas cosechas realiza al año su empresa	3	3-4		
	0	13	2	15
	1	0	6	7
Total	1	13	8	22

Fuente: encuesta

Así mismo en el cuadro 3.18 presentamos los resultados de la prueba chi-cuadrado.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,086 ^a	2	,001
Razón de verosimilitudes	18,524	2	,000
Asociación lineal por lineal	4,995	1	,025
N de casos válidos	22		

Como se observar en el cuadro 3.18, la prueba no paramétrica chi-cuadrado para un nivel de significancia del 0.025, muestra que existe una relación estadísticamente entre las variables mencionadas.

4. DISCUSIÓN

Al comparar los resultados obtenidos con un antecedente, se puede observar lo siguiente: Avendaño (2008) en su tesis concluye que la producción y comercialización del carmín de cochinilla está limitada por ciertos puntos críticos como: capacidad de producción de los productores, bajo nivel educativo, tecnológico,(...) y mencionan que es necesario desarrollar la competitividad en las asociaciones productoras de cochinilla; para que estas puedan estar informadas sobre su entorno, especialmente para identificar aquellos cambios que supongan amenazas o beneficios para sus intereses. Se puede afirmar esta premisa por que más del 50 % respondió que la competitividad era un factor importante, el cual les permitía aumentar sus exportaciones

Días (2009) en su tesis concluye que el colorante natural carmín de cochinilla tiene un gran potencial de utilización, gracias a su trayectoria en varias industrias, a sus propiedades y características y a la tendencia por el consumo de ingredientes naturales. Este autor tienes mucha razón porque en las encuestas realizas podemos observar que los productores consideran que la calidad es un factor determinante para aumentar o no el volumen de sus exportaciones, así mismo el mercado brasilero valoran bastante la calidad y por eso utilizan insumos de primera clase.

Pinedo (2008) en su tesis concluye las posibilidades de obtener mayores precios son mayores cuando las labores de cosecha y pos cosecha se realizan con esmero. Para el caso de la fruta de tuna debe presentarse el material limpio y bien seleccionado, mientras que en el caso de la cochinilla, es importante realizar un proceso rápido de muerte y secado y posteriormente un embalaje adecuado para que el producto final alcance una concentración ácido de carmínico". (p. 82) Se puede afirmar esta premisa porque se encontró relación entre la productividad y el grado de ácido carmínico, según los resultados de la investigación.

5. CONCLUSIONES

1. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación existente entre la competitividad de las asociaciones de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil en 2009-2012. Mediante el cual a través de una encuesta utilizada para la recolección de datos, se determinó los siguientes resultados:

Durante los años 2009-2012 ha existido una relación significativa porque nuestros resultados mostraron que la competitividad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla se relacionan con la exportación al mercado de Brasil en 2009-2012, según el estudio lograron alcanzar una importancia en sus exportaciones debido a la competitividad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla.

2. El primer objetivo específico determinar la relación existe entre la competitividad en costos de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012, con el cual mediante la recolección de los datos, se pudo llegar a la siguiente conclusión:

Se concluye indicando que la competitividad en costos está siendo aplicada favorablemente por las empresas exportadoras de carmín de cochinilla en sus exportaciones ya que en los resultados se ha podido encontrar una relación entre las variables de exportación y competitividad de costos porque el nivel de significancia es mayor del 0.025 por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa en dicha investigación.

3. El segundo objetivo específico determinar la relación que existe entre la competitividad en la calidad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012, con el cual mediante la recolección de los datos, se pudo llegar a la siguiente conclusión.

Se concluye indicando que la competitividad en calidad no está siendo aplicada favorablemente por las empresas exportadoras de carmín de cochinilla en sus exportaciones ya que en los resultados no se ha podido encontrar una relación entre las variables de exportación y competitividad de costos porque el nivel de significancia es mayor del 0.025 por lo tanto se acepta la hipótesis nula en dicha

investigación.

4. El tercer objetivo específico determinar relación existe entre la competitividad en la calidad de enfoque de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su exportación al mercado de Brasil durante el periodo 2009 – 2012, con el cual mediante la recolección de los datos, se pudo llegar a la siguiente conclusión.

Se concluye indicando que la competitividad en calidad enfoque no está siendo aplicada favorablemente por las empresas exportadoras de carmín de cochinilla en sus exportaciones ya que en los resultados no se ha podido encontrar una relación entre las variables de exportación y competitividad de enfoque porque el nivel de significancia es mayor del 0.025 por lo tanto se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula en dicha investigación.

6. SUGERENCIAS

Luego de los resultados y las conclusiones, detallamos las sugerencias a seguir:

1. Las empresas deben de aplicar de manera estratégica las dimensiones de la competitividad para obtener más mercados internacionales y mayores demandas

de exportación de carmín de cochinilla.

2. Las empresas deben aplicar estrategia competitividad en costos para poder competir con otros países que también exportan carmín de cochinilla, como México y Ecuador.

La competitividad en costos es un reto a la habilidad e inteligencia empresarial, el cual se logra a base de trabajo, tecnología, recursos humanos, la información y mejoramiento de procesos, dentro y fuera de la empresa, permitiendo que se logre mayor productividad y costos bajos.

3. Las empresas deben aplicar la competitividad en calidad, este es un factor clave, ya que los mercados exigen que la calidad se demuestre y se certifique, es por eso que en el marco de la política de competitividad se busca la adecuación de nuestros bienes y servicios a estándares internacionales con el fin de participar en un mercado globalizado.

4. Las empresas deben aplicar la competitividad en calidad de enfoque, el cual permitirá que la industria se posiciones en el mercado, utilizando la competitividad en diferenciación y calidad.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hernández S., R. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ª ed.). México: Mc Graw Hill/ Interamericana, S.A. de C.V.
- Ongallo C. (2007), *El libro de la venta directa: El sistema que ha transformado la vida de millones de personas.*
- Espitia, I., López, M., Martínez, J. y Valenzo, M. (2012). [En línea]. *Competitividad y sustentabilidad empresarial* (1a ed.). México: [Fecha de consulta: 03 mayo 2013] Recuperado de:
http://www.fcca.umich.mx/congreso/2do_congreso/libro/libro_2do_congreso.pdf
- Adex [En línea]. *Exportación de cochinilla y derivados se acercará a US\$ 250 millones en el 2011* [Fecha de consulta: 15 mayo 2013]. Recuperado de:
<http://exportacionesdelperu.blogspot.com/2011/01/exportacion-de-cochinilla-y-derivados.html>
- Uval, M. (2007). [En línea]. *Cochinilla de exportación de la Joya Arequipa.* [Fecha de consulta: 21 mayo 2013]. Recuperado de:
<http://cochinillaexportacion.blogspot.com/>
- Contreras, I (2011). [En línea]. *Búsqueda de redes de Ecología Química para el desarrollo de smioquímicos aplicables al manejo Integrado de Plagas en México.* Recuperado de:
<http://www.repositoriodigital.ipn.mx/handle/123456789/6580>
- Rodríguez, E et al. (2005). [En línea]. *Factores bióticos y concentración de Ácido carminico en la cochinilla.* Recuperado de:
http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S036528072005000300011&script=sci_arttext
- Hernández. [En línea]. *Diseño de investigación no experimental* recuperado de:
<http://www.slideshare.net/conejo920/diseo-de-investigacion-no-experimental>

Ministerio de agricultura (2011). [En línea]. *Mejoramiento de la producción y comercialización de tuna y cochinilla en el distrito de chincho, provincia de angaraes - departamento de Huancavelica*. Recuperado de:

http://ofi.mef.gob.pe/appFD/Hoja/VisorDocs.aspx?file_name=12477_AGAGRORURALE_20111221_22122.pdf

Empresa productora de pigmentos inorgánicos y orgánicos s.a. “eppiosa” Perú. [En línea]. *Planta de carmin de cochinilla para exportación*. Recuperado de:

<http://g715.files.wordpress.com/2008/07/cochinilla-grupo3.pdf>

8. ANEXOS

ANEXO 02 **CUESTIONARIO**

Objetivo: Determinar la relación que existe entre la competitividad de las asociaciones de productores de carmín de cochinilla y su venta directa al mercado de Brasil en el período 2009-2012.

Instrucciones:

Lea bien la pregunta

Marque una sola respuesta con claridad

1. A qué tipo de productor?

- a) recolector
- b) productor
- c) productor-empresario

2. ¿Cuántas cosechas produce al año?

- a) 2
- b) 3
- c) 3-4

3) ¿tipo de producción?

- a) Cochinilla de primera calidad
- b) Cochinilla de segunda calidad

4) ¿Considera que la calidad de la Carmín de cochinilla ha favorecido en las exportaciones?

- a) De acuerdo
- b) Desacuerdo

5. ¿Considera que el Mercosur nos ha brindado tener una ventaja países que exportan el Carmín de cochinilla?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

6. ¿Considera que la competitividad es un factor determinante para aumentar el volumen de las exportaciones de Carmín de cochinilla?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) .Ni de acuerdo ni en desacuerdo

7. ¿Ha tenido que aumentar sus hectáreas de cosecha de cochinilla por el precio de la demanda adquirida en sus exportaciones?

- a) Si
- b) No

8. ¿Considera que la producción es un factor importante para la obtención alta del ácido carmínico?

- a) Si
- b) No

9. ¿Considera a Brasil como un país importante para el destino de sus exportaciones de Carmín de cochinilla?:

- a) Si
- b) No

10. ¿Cuál es el volumen de exportación anual de Carmín de cochinilla que su empresa realiza?

- a) 1200-1500
- b) 1500-1800
- c) 1800 a más



COMPETITIVIDAD DE LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE CARMIN DE COCHINILLA Y SU EXPORTACION AL MERCADO DE BRASIL 2009

- 2012

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

AUTOR:

QUISPE PUMA, JAQUELIN ELIANA.

ASESOR:

MG. CEVALLOS ESPINOZA, FRANCISCO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LA FORMULACIÓN Y DESARROLLO DE LA EMPRESA DEL SECTOR DE COMERCIO EXTERIOR



Resumen de coincidencias

21 %

- 1 creneligera.com.co 7 % >
- 2 myspa1976.blogspot.co... 4 % >
- 3 Entregado a Universida... 3 % >
- 4 repository.humboldt.or... 3 % >
- 5 myslid.net 3 % >
- 6 Entregado a Universida... 1 % >

Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

Yo, Percy David Maldonado Cueva, asesor del curso de Desarrollo de Proyecto de Investigación, revisor de la tesis de la estudiante Quispe Puma Jaquelin Elena, titulada: "COMPETITIVIDAD DE LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE CARMIN DE COCHINILLA Y SU EXPORTACION AL MERCADO DE BRASIL 2009 - 2012"; constato que la misma tiene un índice de similitud del 21% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Lima, 05 de junio de 2018

Atentamente,



Mgtr. Percy David Maldonado Cueva
DOCENTE ASESOR DE TESIS
DNI: 41380193