

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA**

Escuela Académico Profesional de Administración y  
Negocios Internacionales

Tesis

**Capacidad exportadora de las empresas de mates  
burilados del anexo de Cochas para ampliar la  
exportación al mercado de Estados Unidos**

Helen Aguirre Paucar

Lucia Massiely Martinez Llanto

Para optar el Título Profesional de  
Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Huancayo, 2022

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

**Asesor**

Mag. Pedro Bernabe Venegas Rodríguez

Universidad Continental

## **Dedicatoria**

A mis padres Oscar y Elizabeth quienes fueron un ejemplo de esfuerzo y valentía, quienes han estado conmigo en todo momento hasta el día de hoy.

A Dios quien es mi fortaleza y guía en todo momento, con su amor y lealtad.

Finalmente quiero dedicar este trabajo a todos los seres queridos, por brindarme su apoyo cuando más los necesito, por extenderme sus manos en situaciones difíciles y por brindarme amor cada día, siempre estarán en mi corazón.

Aguirre Paucar, Helen

A mi hijo Leandro y a mi madre que es la que me orienta y da ánimos a seguir adelante, la que me ha apoyado de forma económica, emocional en todo este largo camino profesional, que está por culminar.

También dedicar esta investigación a mi familia ya que es un soporte fundamental en el proceso de mi vida, por alentarme en situaciones difíciles y no dejar nunca rendirme. Y a mí, por mi perseverancia en todos estos años a pesar de todos estos meses de mucho esfuerzo y dedicación.

Martinez Llanto, Lucia Massiely

## **Agradecimientos**

Quiero expresar profundamente mi gratitud a los profesores que estuvieron guiándome en este proyecto de investigación, por confiar en mí, por ilustrarme con sus conocimientos acerca del tema, docentes académicos de la Universidad Continental.

De la misma manera expresarles toda mi gratitud al personal de las empresas que nos abrieron las puertas y permitieron realizar esta investigación.

Aguirre Paucar, Helen

Agradezco a Dios por darme la vida y permitirme tener una vida profesional con el cual me permite desarrollarme en los ambientes de la Universidad, y a los artesanos de las empresas de mates burilados que me apoyaron y brindaron su tiempo para poder complementar con toda la investigación.

Martínez Llanto, Lucia Massiely

## Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos .....	ii
Lista de Tablas .....	vi
Lista de Figuras.....	vii
Resumen.....	viii
<i>Abstract</i> .....	ix
Introducción .....	x
Capítulo I: Planteamiento del estudio .....	1
1.1. Escenario de la Investigación.....	1
1.1.1. Territorial .....	1
1.1.2. Temporal.....	2
1.1.3. Conceptual. ....	2
1.1.4. Experiencia y rol del investigador .....	2
1.2. Situación Problemática .....	2
1.2.1. Antecedentes de investigación.....	2
1.2.1.1. Artículos científicos.....	3
1.2.1.2. Tesis nacionales e internacionales .....	8
1.2.2. Caracterización de los sujetos de estudio.....	14
1.2.3. Caracterización del problema.....	14
1.3. Formulación del Problema.....	16
1.3.1. Problema General.....	16

1.3.2. Problemas Específicos. ....	16
1.4. Propósitos de la Investigación .....	16
1.4.1. Propósito General.....	17
1.4.2. Propósitos Específicos. ....	17
1.5. Justificación de la Investigación .....	17
1.5.1. Justificación Teórica. ....	17
1.5.2. Justificación Práctica. ....	18
Capítulo II: Estado del Arte .....	19
2.1. Revisión Literaria.....	19
2.1.1. Capacidad exportadora.....	19
2.1.1.1. Definición .....	19
2.1.1.2. Dimensiones.....	20
2.1.2 Exportación .....	22
2.1.3. Mate Burilado .....	23
2.1.3.1 Materia Prima.....	23
2.1.4. Selección del mercado. ....	24
2.2. Marco conceptual.....	25
Capítulo III: Metodología .....	27
3.1. Enfoque de la investigación .....	27
3.2. Paradigma de la investigación .....	27
3.3. Métodos de investigación .....	28

3.4. Sistema de categorías .....	28
3.5. Selección de los sujetos de estudio .....	30
3.6. Técnicas de producción de información .....	31
3.7. Técnicas de análisis de la información .....	31
Capítulo IV: Resultados.....	32
4.1. Descripción del trabajo de campo.....	32
4.1.1. Descripción de entrevista a Gerentes- Artesanos.....	32
4.1.2. Descripción de entrevista a Expertos .....	35
4.2. Análisis y síntesis de los resultados .....	36
4.2.1. Categorías a priori de Capacidad Exportadora. ....	36
4.2.2. Categorización a posteriori de Capacidad Exportadora.....	37
4.2.2.1. Análisis de resultados de Capacidad Productiva .....	37
4.2.2.2. Análisis de resultados de Capacidad de Gestión.....	41
4.2.2.3. Análisis de resultados de Capacidad Comercial .....	45
4.2.2.4. Análisis de resultados de Capacidad Financiera.....	49
4.2.2.5. Resultado final de la categorización a posteriori de Capacidad Exportadora.....	52
4.2.2.6 Análisis de resultados de Selección de Mercado .....	54
4.3. Interpretación de los hallazgos.....	55
Conclusiones .....	60
Recomendaciones .....	63
Referencias.....	65



Apéndice A .....	70
Apéndice B.....	72
Apéndice C.....	139
Apéndice D .....	144
Apéndice E.....	149
Apéndice F .....	155
Apéndice G .....	157
Apéndice H .....	167

## **Lista de Tablas**

Tabla 1 <i>Análisis de posibles mercados para la exportación del mate burilado</i> .....	24
Tabla 2 <i>Sistema de categorías</i> .....	28
Tabla 3 <i>Empresas productoras de mates burilados en el Anexo de Cochas – Huancayo</i> .....	30
Tabla 4 <i>Técnicas de recopilación de información</i> .....	31
Tabla 5 <i>Ficha técnica de Gerentes de Empresas productoras de mates burilados</i> .....	33
Tabla 6 <i>Ficha técnica de expertos</i> .....	35
Tabla 7 <i>Matriz de selección del mercado internacional del mate burilado</i> .....	54

## Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Ubicación del distrito de Cochabamba - Huancayo.....	1
<i>Figura 2.</i> Comportamiento de los principales mercados de la artesanía .....	15
<i>Figura 3:</i> Categorías a priori de la investigación.....	37
<i>Figura 4:</i> Resultados de entrevista y cuestionario a artesanos - Capacidad Productiva	38
<i>Figura 5:</i> Resultados de entrevista a expertos de Capacidad Productiva .....	39
<i>Figura 6:</i> Resultados de guía de observación de Capacidad Productiva .....	40
<i>Figura 7:</i> Resultado total de Capacidad Productiva .....	41
<i>Figura 8:</i> Resultados de entrevista y cuestionario de artesanos - Capacidad de Gestión	42
<i>Figura 9:</i> Resultados de entrevistas a expertos de Capacidad de Gestión.....	43
<i>Figura 10:</i> Resultados de guía de observación de Capacidad de Gestión .....	43
<i>Figura 11:</i> Resultado total de Capacidad de Gestión .....	44
<i>Figura 12:</i> Resultados de entrevista y cuestionario a artesanos - Capacidad Comercial .....	46
<i>Figura 13:</i> Resultados de entrevista a expertos de Capacidad Comercial.....	47
<i>Figura 14:</i> Resultados de guía de observación de Capacidad Comercial.....	48
<i>Figura 15:</i> Resultado total de Capacidad Comercial.....	49
<i>Figura 16:</i> Resultados de entrevista y cuestionario a artesanos - Capacidad Financiera	50
<i>Figura 17:</i> Resultados de entrevista a expertos de Capacidad Financiera.....	51
<i>Figura 18:</i> Resultado total de Capacidad Financiera.....	52
<i>Figura 19:</i> Categorización a posteriori de Capacidad Exportadora.....	53
<i>Figura 20:</i> Orden de prioridad según investigadores .....	61

## Resumen

La investigación realizada titulada Capacidad exportadora de las empresas de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos, tuvo como propósito, identificar las capacidades exportadoras de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba que permita ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos. El estudio se desarrolló como enfoque cualitativo y el método de investigación es inductivo, el método de análisis y síntesis; método de casos. Los sujetos de estudio fueron en total seis empresas dedicadas al rubro de la artesanía; de las cuales cinco empresas exportan y una sólo realiza venta nacional, todas ellas pertenecientes al anexo de Cochabamba, distrito El Tambo, provincia de Huancayo, de mismo modo, se emplearon los instrumentos como el cuestionario, la entrevista y la guía de observación a estas seis empresas. Para el análisis de la información se utilizó el software Atlas Ti.

Se obtuvo como resultado que existen cuatro capacidades exportadoras y estas son: la capacidad productiva se encuentra en una condición alta, ya que cumplen con la mayoría de los aspectos que se encuentran en la teoría; la capacidad de gestión se encuentra en una condición regular, ya que solo cuenta con ciertas características acorde a la teoría; la capacidad comercial se encuentra en una condición baja, ya que muchos artesanos desconocen la mayoría de los aspectos que se utilizan en el comercio internacional y finalmente la capacidad financiera se encuentra en una condición regular, ya que solo cuenta con ciertos aspectos de lo que menciona la teoría.

**Palabras clave:** Capacidad exportadora, Capacidad productiva, Capacidad de gestión, Capacidad Comercial y Capacidad financiera.

### *Abstract*

The investigation carried out entitled Exporting capacity of the companies of the companies of chipped mates of the Cochabamba annex to expand exports to the United States market, had the purpose of identifying the export capacities of the companies of chipped mates of the Cochabamba annex that allows expanding export to the United States market. The study was developed as a qualitative approach and the research method is inductive, the method of analysis and synthesis, case method. The study subjects were a total of six companies dedicated to the handicraft industry; of which five companies export and 1 only carries out national sales, all of them belonging to Cochabamba, El Tambo district, Huancayo province, in the same way, instruments such as the questionnaire, the interview and the observation guide to these six companies were used . For the analysis of the information, the Atlas Ti software was used.

It was obtained as a result that the productive capacity is in a high condition, since they comply with most of the aspects found in the theory; the management capacity is in a regular condition, since it only has certain characteristics according to the theory; the commercial capacity is in a low condition, since many artisans are unaware of most of the aspects that are used in international trade and finally the financial capacity is in a regular condition, since it only has certain aspects of what it mentions the theory.

**Keywords:** Export capacity, Productive capacity, Management capacity, Commercial capacity, and financial capacity.

## **Introducción**

A nivel mundial la artesanía forma parte de las actividades económicas de la población para satisfacer sus necesidades, en la mayoría de los casos existen empresas familiares que sobreviven con esta actividad. En el Perú, las artesanías impresionan a los extranjeros y turistas nacionales por sus diseños exclusivos en homenaje a nuestros ancestros, pero este sector por falta de capacidad productiva, de gestión, comercial y financiera, no ha podido a más nichos de mercado internacionales. La exportación es la conexión para que las empresas inicien sus actividades internacionales, y así darse a conocer al mundo, pues con esto incrementarían sus ventas, para así obtener una mejor calidad de producción. (Daniels et al., 2006)

En la provincia de Huancayo, en el distrito de Cochas la actividad más destacada es la producción de mates burilados, ya que a lo largo de todo este tiempo existen familias que se dedican a esta actividad para solventar sus necesidades, en este anexo se encuentran diferentes empresarios los cuales producen en pequeñas y medianas cantidades de mates burilados y parte de estas empresas no cuentan con las condiciones necesarias para lograr una exportación eficaz; tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, el principal objetivo de este estudio es identificar las capacidades exportadoras de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas que permita ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos

Para comprender de una mejor manera esta tesis contiene cuatro capítulos: en el primer capítulo se encuentra de manera detallada el problema existente, antecedentes, propósitos y la justificación de la investigación, en el segundo capítulo se encuentra toda aquella revisión literaria que utilizaremos para el desarrollo de la investigación; en el tercer capítulo se encuentra la metodología que usaremos, el diseño de la investigación es no experimental, el alcance es correlacional y la población de nuestra investigación es todas las empresas de mates burilados del anexo de Cochas, las técnicas e instrumentos para la recopilación y análisis de

datos; por ultimo en el capítulo cuatro, se mostrara los resultados de esta investigación y la discusión de estas para finalmente llegar a las conclusiones y recomendaciones.

## Capítulo I: Planteamiento del estudio

Este capítulo describe el escenario de la investigación, la condición del problema para que enseguida se formule los objetivos que enmarcaran la investigación. Finalmente se expone las razones por lo que es importante desarrollar el estudio de investigación.

### 1.1. Escenario de la Investigación

Se determinará el lugar de la investigación, el tiempo en el que se investigará, para qué se investigará y el rol que tendrá cada investigador.

#### 1.1.1. Territorial

La presente investigación se realizó en las empresas de mates burilados ubicadas en el departamento de Junín, provincia de Huancayo y en el distrito El Tambo como se puede observar en la figura 1, particularmente en el anexo de Cochas Chico y Cochas Grande. Además, estos anexos son conocidos como la capital de los mates burilados. Es por ello, que se analizará las capacidades exportadoras en las empresas seleccionadas correspondientes a los anexos.

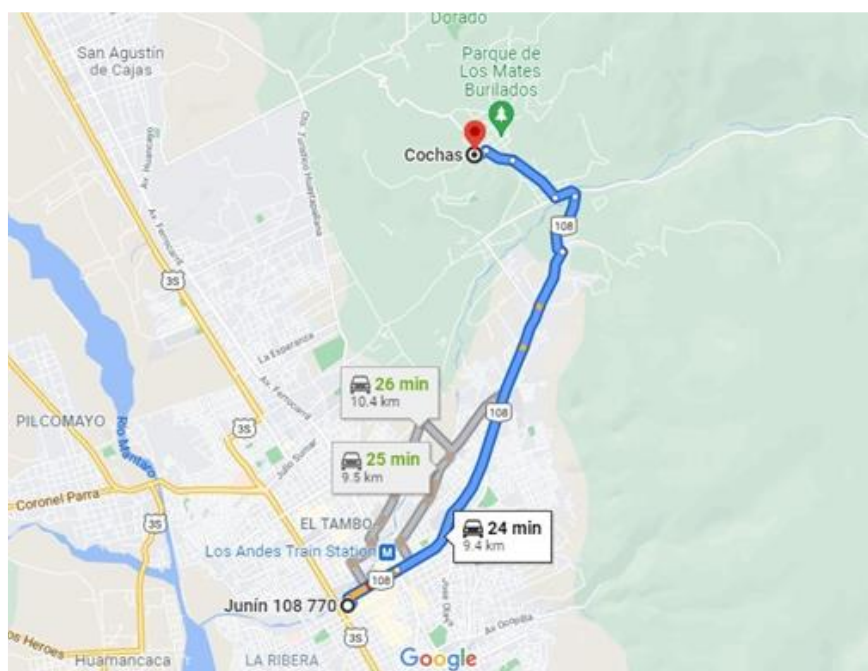


Figura 1. Ubicación del distrito de Cochas - Huancayo  
Tomado de: Google Maps (2021)



### **1.1.2. Temporal.**

El presente estudio se realizó durante el año 2021, específicamente entre los meses de agosto – octubre. Además, es importante considerar que la elaboración de mates burilados es desde hace muchos años atrás una tradición ancestral que es heredada por cada familia. Siendo exactos esta actividad se viene realizando hace 3500 años atrás y se evidencia gracias al descubrimiento de dos pequeñas calabazas grabadas por los pobladores

### **1.1.3. Conceptual.**

El trabajo de presentación está enfocado en analizar las condiciones de la capacidad exportadora de los mates burilados para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos. Para el desarrollo se tomó como principal referencia a las capacidades establecidas de la capacidad exportadora por Promperú. (Munarriz, 2017)

### **1.1.4. Experiencia y rol del investigador**

Esta investigación es propuesta por los dos miembros del equipo investigador, debido a que las estudiantes realizaron un estudio de mercado para estos productos y vieron su potencial. El rol que tienen los miembros del equipo es de investigador externo y como observadores activos ya que su participación es no vinculante a ninguno de las empresas.

## **1.2. Situación Problemática**

En esta sección se conocerá la base de la investigación, ya que se conocerá diferentes puntos de vista de nuestro tema a investigar.

### **1.2.1. Antecedentes de investigación**

Se proporcionará un contexto a la información discutida a lo largo del documento de investigación. Además, se analizará el planteamiento del problema, la justificación y las preguntas de investigación.

### *1.2.1.1. Artículos científicos*

Según Gonzales y Cruz (2008) en su artículo titulado ¿Qué capacidades tienen mayor impacto sobre los resultados empresariales? de la Universidad de Valencia – España, en su artículo buscó responder la siguiente pregunta: ¿Se dividen todas las capacidades de igual modo en los resultados de la empresa?, por lo cual es necesario partir por una clasificación de cuatro principales capacidades para un sector específico como: capacidades en marketing, en prestación de servicios, directivas y de organización para analizar el desempeño de la organización. Al poder realizar esta investigación, lo principal es poder detallar que capacidades tiene un fuerte impacto sobre el desempeño de la organización según el sector. Utilizando una metodología a través de una ficha técnica de la investigación para poder recolectar datos necesarios y ver cuál es el impacto que estas empresas desarrollan. Todo esto resulta necesario para comprobar las diferentes capacidades que se desarrollan por las organizaciones o empresas y siempre ven la mejora de los resultados empresariales.

Concluye que luego de realizar la ficha técnica de la investigación, los directivos que llevan la organización tomen las decisiones por áreas, en medida que estas áreas van teniendo usos realmente positivos, todo resultará excelente cuales son las capacidades con mayor influencia en los resultados empresariales.

Según Cruz (2016) en su artículo titulado Factores críticos de éxito de las empresas exportadoras peruanas - Lima, buscó responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores específicos que afectan la competitividad de las exportaciones? Por lo cual pretende desarrollar la relación de las capacidades y los factores críticos de éxito de las exportaciones peruanas. Al realizar negociaciones, es un modo de las partes que conducen a un proceso de negociación para poder así alcanzar los objetivos trazados. Utilizando la metodología a través de un sistema de entrevista para para lo cual se tomó a una población de 228 empresas que tienen una sucursal en Lima, a través de un muestreo probabilístico aleatorio, con un error estimado de 3,85% y un

nivel de confianza del 95%, se logró obtener una muestra de 169 empresas entrevistadas. también al final considerar una evaluación del perfil del negociador. Como resultado se dio que aquellas empresas entrevistadas consideraron que los diversos factores críticos de éxito tenían una relación directa con las capacidades en las empresas peruanas. Estas capacidades fueron la una logística eficiente, gestión administrativa adecuada, productos con valor agregado y adaptación al cambio.

Concluye en la evidencia que existe correlación entre las capacidades y factores críticos de las empresas exportadoras peruanas, las empresas seleccionadas cuentan con una gerencia en el mercado internacional y a su vez apoyan el crecimiento de la organización. luego de hacer el proceso de negociación comercial.

Según Dan (2012) en el artículo titulado Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las PYME'S en Venezuela de la Universidad Metropolitana de Caracas – Venezuela, en su artículo buscó responder la siguiente pregunta ¿Cómo medir la capacidad exportadora en las medianas y pequeñas empresas?, por lo cual pretende plantear un modelo causal en efecto del impacto de variables hipotéticas, con el propósito de lograr medir la capacidad exportadora de los bienes de las empresas venezolanas medianas y pequeñas, PYME'S. Utilizando la metodología del enfoque del modelo Uppsala de Johanson y Valhne, con un estudio realizado en 20 casos de pequeñas y medianas empresas venezolanas, para lo cual se elaboró una matriz de medición acerca de la capacidad exportadora que tienen estas empresas, tomando en cuenta las siguientes capacidades; productiva, comercial, gerencial y del producto. Resultando una metodología de reflexión y diagnóstico, diseñada para las PYME'S que tengan como objetivo convertirse en empresas exportadoras.

Concluye que después de haber puesto en práctica la matriz realizada se afirma que la capacidad gerencial tiene un alto grado de importancia para una exportación eficaz ya que influye de manera directa en la capacidad comercial, del producto y productiva que pueda tener

la empresa, primero se tiene que realizar un buen manejo interno de la empresa para luego pensar en exportar.

Según Escudero, Hurtado y Torres (2009) en su artículo titulado La internacionalización de la empresa como generadora de capacidades organizacionales: una aplicación empírica al sector de la alimentación de la Universidad de Granada – España, en su artículo busco responder a la siguiente pregunta: ¿La internacionalización afecta positivamente a las capacidades organizacionales internas de la empresa?, por lo cual pretende desarrollar una internacionalización exitosa para así tener la posibilidad de destacar como una oportunidad para la empresa y ampliar la innovación. Actualmente la internacionalización es muy importante una que se puede abarcar a diferentes mercados y obtener oportunidades a la vez aumentar una buena capacidad de innovación. Utilizando la metodología de hacer un cuestionario utilizando los instrumentos necesarios para obtener datos precisos y exactos para poder tener una buena capacidad de internacionalización. Comprobar con un tipo de análisis y poder ser verificados para que no existan problemas que así puedan afectar la interpretación del parámetro en general.

Concluye que al tener una experiencia internacional pueda afectar de una forma positiva a la capacidad de innovar y así poder ser valoradas en los distintos mercados.

Según Benavides (2014) en su artículo titulado Estrategias de comercialización maca hacia el mercado de Canadá de la Universidad San Martín de Porres – Lima, en su artículo buscó responder a la siguiente pregunta: “Cuáles son las estrategias de comercialización para poder aplicar en las empresas productoras de maca?, por lo cual pretende desarrollar las estrategias de comercialización que deben de aplicar las empresas productoras de derivados de maca para establecer su oferta. Utilizando la metodología de diseño exploratorio cualitativo etnográfico desarrollándose una entrevista a profundidad a cuatro empresas productoras derivados de la maca ubicadas en Lima. También se investigó estrategias de comercialización

aplicadas, la influencia de la estrategia de publicidad. la estrategia de marketing más efectiva en la comercialización de los derivados de la maca en su comercialización al mercado de Canadá. El resultado obtenido fue gracias a la estrategia de publicidad, diferenciación en características y atributos del producto y estrategia de distribución con un buen canal de distribución indirecto permiten la comercialización de los derivados de la maca para poder estabilizar la oferta de mercado en el mercado de Canadá y así poder valorar un producto simbólico del Perú teniendo una ventaja competitiva.

Concluye en que los derivados de la maca requieren un mayor apoyo para tener una cobertura por lo cual se aconseja desarrollar un plan de trabajo para el fomento de los productos elaborados a base de maca, contribuyendo con la promoción para el consumo de productos simbólicos del Perú.

Según Sánchez y otros autores (2013) en su artículo científico titulado Determinantes de la oferta de Exportación de Mango: estudio de caso para el Perú, en su artículo buscó responder la siguiente pregunta: ¿Los factores determinantes de las exportaciones de mango en Perú es eficaz?, por lo cual es necesario partir por un análisis y dar un mayor enfoque a las variables determinantes como precios domésticos, precios al por mayor en los Estados Unidos y la Unión Europea, la venta interna de los Estados Unidos y la Unión Europea y el tipo de cambio euro/dólar. Al poder realizar esta investigación, lo principal es poder analizar los factores determinantes de las exportaciones de mango y el desempeño de las exportaciones. Utilizando una metodología a través de un levantamiento de datos para poder recolectar toda la información necesaria y analizarla posteriormente. Todo esto resulta necesario para comprobar los diferentes factores que se desarrollan en una exportación.

Concluyó que luego de realizar los procedimientos necesarios y el análisis correspondiente, se observó que existe un aumento en los precios domésticos de mango en el

Perú en ese caso la cantidad de exportación disminuiría, controlando esos factores podemos tener una exportación exitosa.

Según Fernández y otros autores (2008), en su artículo científico titulado Factores determinantes del éxito exportador. El papel de la estrategia exportadora en las cooperativas agrarias de la Universidad de Castilla, en su artículo buscó conocer qué estrategia resultaría la mejor para una exportación de acuerdo con el modelo propuesto que son: Estrategia de expansión, estrategia de negocio y adaptación vs estandarización. Al poder realizar esta investigación, lo principal es poder analizar las estrategias de mercado que permitirá alcanzar un mejor desempeño exportador. Utilizando una metodología a través de encuestas que iba dirigido a los gerentes de las cooperativas vitivinícolas que realicen actividades de exportación y poder analizarla posteriormente.

Concluyó que luego de realizar el análisis mediante estadística se observó que la estrategia que se desarrolló tuvo muy buenos resultados, ya que una mejor estrategia de liderazgo de costes y diversificación de mercados hará crecer la cantidad de ventas del exterior, lo que no podemos observar con la estrategia de estandarización – adaptación es que sea una estrategia que corrobore el éxito de exportación.

Según Palacios y Saavedra (2016), en su artículo titulado Desempeño exportador y la innovación como una estrategia de crecimiento para la PYME en México, este artículo busca determinar si existe una relación entre la innovación y el desempeño competitivo de empresas de exportación, al poder realizar esa investigación, lo principal es poder si la innovación va de la mano con la exportación y por ende con la competitividad de las empresas exportadoras. Utilizando una metodología deductiva, recopilando la información por un cuestionario que fue aplicado a las empresas exportadoras para medir su competitividad e innovación incluyendo su éxito exportador para su análisis a través de un modelo regresión binaria.

Concluyó que luego de realizar el análisis correspondiente revelaron que existe poca diversificación de la industria mexicana ya que solo la exportación se destina a Estados Unidos y Canadá, por lo que existe una gestión de exportación escasa con mayor valor agregado.

#### ***1.2.1.2. Tesis nacionales e internacionales***

Según Rodríguez (2004) en su tesis de doctorado Análisis de la actividad exportadora de la empresa: una aproximación desde la teoría de recursos y capacidades de la Universidad de Coruña – España, en su investigación buscó, responder a la siguiente pregunta: ¿Cuál es la importancia de la capacidad exportadora de las empresas para poder ingresar y desarrollar su actividad con éxito en los mercados internacionales?, por lo cual pretende analizar el impacto de los recursos de la naturaleza intangible (marketing, recursos humanos, gestión y tecnológico) en el comportamiento de una exportación de la organización. Actualmente contar con ventajas competitivas diferenciales es fundamental para realizar una entrada a un mercado internacional, por ende, estas dependen de los diversos recursos y capacidad que posee la empresa. Las capacidades que posee una empresa para poder exportar al mercado internacional permiten entrar y desarrollar su actividad con eficiencia. Utilizando la metodología de los modelos *probit*, *logit* y la intensidad de las ventas que se realizaron en el mercado exterior mediante los modelos *tobit*. Este estudio se realizó con datos *cross section* y un refinamiento a través del análisis de transición.

Concluye que los recursos organizativos y tecnológicos son un factor clave en el comportamiento de exportación que realiza una empresa. Por otro lado, respecto a los recursos de marketing y los recursos humanos que posee una empresa como resultado no se puede afirmar que genere un impacto significativo y positivo en el comportamiento al exportar.

Según Hinojosa y Toledo (2018), en su tesis titulada La capacidad exportadora y su relación con la internacionalización de la empresa de confecciones textiles P&O Arequipa, 2018 de la Universidad Tecnológica del Perú, en su tesis buscó responder a la pregunta: ¿Qué

relación existe entre la capacidad exportadora y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa, 2018? Por lo que pretende determinar la relación que existe entre la capacidad exportadora y la internacionalización de la empresa P&P Arequipa. Se puede apreciar que las capacidades de exportación (recursos, entorno, desarrollo y otros) es importante y actúa de manera positiva para la internacionalización de empresas. Utilizando una metodología con enfoque cuantitativo a través de cuestionarios como herramienta de recolección de datos, para el procesamiento se cuantificó información de los cuestionarios realizados y poder analizarlos usando el software SPSS 25.

Concluyendo, que el aumento de la capacidad exportadora generará también un aumento en la internacionalización de la empresa estudiada, así como en las capacidades que se evaluaban, la capacidad exportadora es muy importante para la internacionalización y el aumento de competitividad de empresas que trae consigo una mejor rentabilidad.

Según Vargas (2021), en su tesis titulada Análisis del efecto de la capacidad exportadora de innovación de las empresas de software peruanas en su desarrollo exportador de la Universidad de Lima, en su tesis buscó responder a la siguiente interrogante: ¿Cuál es el efecto de la capacidad de innovación en el desarrollo exportador de empresas del sector de software peruano? Por lo que pretendió realizar un análisis del efecto de la capacidad exportadora de innovación en el desarrollo exportador de empresas del sector software en el Perú. Se puede apreciar que la capacidad de innovación, marketing, recursos humanos influye a que la exportación de productos de tecnología hoy en día sea exitosa, pero es importante tomar en cuenta las otras capacidades si queremos la internacionalización. Utilizando una metodología con enfoque cualitativo mediante encuestas que fueron aplicadas a las empresas peruanas exportadoras de software de Lima, posteriormente se creó una base de datos en el software SPSS 25.0.



Concluyendo, se realizó un análisis de variables de innovación, así como la variable de desarrollo exportador que incluye internacionalización, demanda internacional, entre otras; por lo que se encontraron aspectos positivos y negativos de las empresas de software como: no incluir en su plan de negocio un enfoque hacia la demanda del mercado extranjero, por otro lado, la capacidad financiera también es un límite para realizar actividades de innovación, pero la capacidad de recursos humanos y marketing son importantes para una exportación ya que al reforzar el desarrollo profesional de los colaboradores Existirá una mayor demanda de servicios y por ende tener una propuesta de valor competitiva .

Según Carbajal (2019), en su tesis titulada Capacidad exportadora de los cultivos diversificados del equipo para Rio Branco Brasil 2019 de la Universidad Tecnológica del Perú, En su tesis buscó responder a la siguiente interrogante: ¿cuál es la capacidad de exportadora asociativa y el nivel de diversificación de los cultivos que se exporta a río Branco Brasil? Por lo que pretendió comprender la capacidad exportadora asociativa y el nivel de diversificación de producción agrícola para Rio Branco Brasil en el año 2019. Se puede apreciar que las capacidades de producto y comercial son importantes si queremos exportar productos de calidad, pero también poder abarcar con productos que demanda el mercado extranjero. Utilizando una metodología con enfoque cuantitativo a través del instrumento de recolección de datos como el cuestionario para luego ser analizada mediante el programa SPSS

Concluyendo, las empresas cuentan con una adecuada capacidad exportadora, capacidad de producto, productividad y comercialización, así como la capacidad financiera y gerencial para un éxito exportador, ya que existe una diversidad de productos que ofrecer y los colaboradores tienen el conocimiento necesario de los requisitos que se deben cumplir en el proceso de producción, por el lado financiero, los agricultores cuentan con financiamiento de manera regular por lo que n cuentan con un apoyo para que tengan mayor probabilidad de obtener créditos financieros .

Según Oruna y Cerquin (2019) en su tesis titulado La capacidad exportadora de la empresa consorcio reciclador del norte S.A.C Ubicada en el milagro, huanchaco para la exportación de pet molido reciclado al mercado de chile - Trujillo 2019 de la Universidad Privada Del Norte, Trujillo – Perú, en su investigación busco responder la siguiente pregunta ¿La Capacidad Exportadora de la empresa Consorcio Reciclador del Norte S.A.C. ubicada en El Milagro, Huanchaco permite la exportación de PET molido reciclado al mercado de Chile?, por lo cual pretende determinar la Capacidad Exportadora de la empresa Consorcio Reciclador del Norte para la exportación de PET molido reciclado al mercado de Chile. Se puede apreciar que necesariamente para que exista una buena capacidad exportadora, es fundamental la existencia de la capacidad de gestión, este genera una ventaja diferencial frente a las demás. Utilizando la metodología de tipo cualitativa con enfoque descriptivo, corte transversal y con diseño no experimental, se utilizó como muestra a la empresa Consorcio Reciclador del Norte S.A.C., se aplicó la técnica de muestreo no probabilístico, considerando a tres personas que tienen una relación directa con PET, a la par se utilizó el instrumento que fue un cuestionario para medir la capacidad exportadora la cual que se dividió en tres dimensiones en estas se tomó en cuenta el producto, gestión, logística internacional, gestión económica y financiera. A continuación, en los resultados se muestran que la empresa Consorcio Reciclador del Norte S.A.C. obtuvo una capacidad exportadora de 65.8%, y muestra una carencia de 34.2%.

Concluyendo, se puede apreciar que al haber realizado este cuestionario se entiende que si una empresa desea contar con una buena capacidad exportadora debe de contar con estos tres elementos claves que son el producto, gestión económica y financiera y gestión en los mercados internacionales.

Según Arce y Condor (2019) en su tesis titulado Análisis Situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín- Perú, en su investigación buscó responder a la siguiente pregunta ¿De qué

manera la oferta exportable permite la exportación de la maca de la asociación de productores de Junín-Perú?, por lo cual pretende analizar la presente situación de la oferta exportable que tiene la asociatividad de productores de maca para el proceso de exportación. Utilizando una metodología de trabajo cuantitativa, y de alcance descriptivo y correlacional, por lo cual se describe los perfiles que tienen los productores de maca, de tal manera hallar la relación de las variables propuestas. Para lo cual se toma a una muestra de 50 productores de maca que se encuentran en Apromaca. El análisis de los resultados se realizó mediante Excel y SPSS. Como resultado se obtuvo 0.839 de correlación entre la capacidad física y el proceso de exportación, un 0.858 de correlación de la capacidad económica y el proceso de exportación, un 0.735 de correlación de la capacidad de gestión y el proceso de exportación y un 0.942 de la oferta exportable y el proceso de exportación de maca de la asociatividad de productores de la región Junín.

Se concluyó que los productores de maca no cuentan con la capacidad financiera, económica, financiera y de gestión para una correcta exportación. Se recomienda realizar capacitaciones a los hijos de los productores para que estos mantengan la cultura de exportación.

Según Camavilca y Camavilca (2012) en su tesis Estudio de Factibilidad para la instalación de una planta procesadora de harina de maca gelatinizada para exportación a Estados Unidos de la Universidad Nacional del Centro del Perú – Junín, en su investigación buscó, por lo cual pretendieron responder a la siguiente pregunta: ¿Cuál es el nivel de factibilidad para determinar la viabilidad técnica, económica y financiera para construir una empresa procesadora de harina de maca gelatinizada con el propósito de exportar?, por lo cual pretende evaluar la rentabilidad económica y financiera, analizar la situación actual del mercado y evaluar y definir el tamaño, localización e ingeniería de la planta según los requerimientos del mercado. Utilizando la metodología cuantitativa, realizando una evaluación

económica financiera de una planta procesadora de harina de maca gelatinizada. A continuación, en los resultados se obtuvieron: TIRE 49.21%, TIRF 85.43%, el VANE US\$ 170,452.00 y VANF YS\$ 233,528.69. La relación B/C económica es de 1.73 y la financiera es de 3.50, además el PRE descontado es de 4.15 años y el PRF descontado es de 2.03 años.

Concluye que los indicadores de rentabilidad financiera indican que son superiores a los económicos lo que se decide y favorece trabajar con capital de terceros.

Según Ayala y Ramos (2021), en su tesis titulada Descripción de las capacidades de exportación en empresas productoras de prendas de vestir a base de fibra de alpaca (Huancayo y Lima – 2020) de la Universidad Continental, esta tesis buscó responder a la pregunta: ¿Cuáles son las capacidades de exportación en las empresas de producción de prendas de Fibra de Alpaca en la ciudad de Huancayo y Lima?, por lo que pretende identificar y describir las capacidades de exportación de las empresas de producción de prendas de lana de Fibra en la ciudad de Huancayo y Lima. Se puede apreciar que para tener una exportación exitosa las capacidades de gestión de calidad, así como la producción, para poder aumentar su competitividad en el mercado. Utilizando una metodología con enfoque cualitativo mediante entrevistas a cada gerente para poder realizar el procesamiento de información se utilizó el software Atlas Ti, asimismo los resultados arrojan que las empresas exportadoras tienen una visión de ofrecer productos y servicios de calidad, pero otras empresas optan por realizar exportaciones con productos que no tienen garantía.

Concluyendo, se debe tomar en cuenta que las empresas exportadoras de prendas de vestir de alpaca tienen el conocimiento necesario para realizar estrategias de exportación tomando en cuenta las capacidades de calidad, producto y otros para tener una exportación de éxito.

### **1.2.2. Caracterización de los sujetos de estudio**

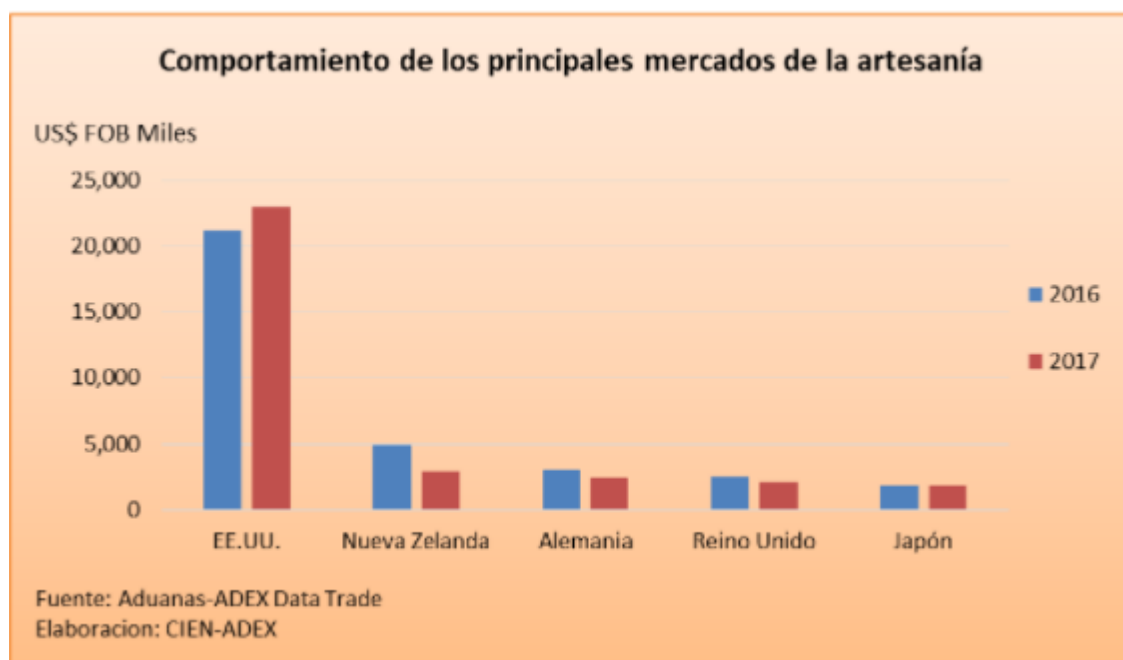
De acuerdo con la investigación de (Souza, 2009) es necesario presentar una caracterización de sujeto de estudio ya que estos se caracterizan por ser dinámicos, impredecibles, complejos, elusivos y únicos en una investigación cualitativa. En tal sentido, en esta investigación para estudiar la capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba inicia con las entrevistas y cuestionarios a los gerentes de dichas empresas, entrevista a expertos y guías de observación. Finalmente, se utilizó los documentos de consulta para la selección de mercado.

### **1.2.3. Caracterización del problema**

Según (Klamer, 2012) a nivel internacional, el crecimiento de las artesanías se ha visto afectado por los factores de la demanda y además el valor agregado limitado de estos productos han pasado a segundo plano. Además, esto se puede evidenciar por el escaso número de estudios realizados y la falta de políticas públicas que apoyen su desarrollo y de esta manera se explicaría su carencia de progreso. valorados el problema que se encontró en algunas de estas empresas es el y de esta manera se explicaría su carencia de progreso.

Según (Asociación de Exportadores, 2021) en su informe los envíos de la artesanía del Perú para el mundo en los últimos meses solo llegó a sumar menos de tres millones de dólares, esto se ve reflejado en una disminución del 23.5% a comparación del periodo anterior. Además, con el propósito de impulsar la competitividad en este sector, el consorcio Craft Council Perú que pertenece al comité de artesanía de ADEX, organizó una primera mesa artesanal reuniendo a los representantes de los comercializadores de artesanía, empresas exportadoras, artesanos y los representantes de CITE y del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), con el propósito de dialogar y hallar soluciones para los diferentes problemas que vienen atravesando el sector.

Según (Dini & Stumpo, 2018) indican en su investigación, que las MiPymes en la parte de Latinoamérica son el pilar fundamental en la totalidad de empresas, conforman el 99,5 % de las empresas de la región, llegando a ser las Microempresas el 88.4% del total, asimismo, estas empresas son las que más generan empleo, sin embargo, en productividad es mucho menor a comparación de las, empresas grandes, por lo tanto, su participación al PIB es de proporción mínima, y la intervención que tienen en el comercio exterior es parcialmente bajo. En este caso, los artesanos que de América Latina comparten el mismo problema, no se encuentran formalizadas, desempeñan diferentes ocupaciones salariales tales como el trabajo en el campo, y en cuanto a las mujeres, ellas se dedican al cuidado de sus hijos y de su hogar, por estas razones, se adquiere un valor inferior de la producción artesanal.



*Figura 2.* Comportamiento de los principales mercados de la artesanía  
Tomado de: Asociación de Exportadores (2018)

Según (Asociación de Exportadores, 2018) respecto al panorama actual en el sector de las artesanías, las exportaciones tuvieron un cierre llegando a 62 países y sumaron US\$43 millones 625 mil, lo que representa una baja de 5,4% a comparación del año anterior. Como se observa en la figura 2, EE. UU es el país líder de los despachos de dicho sector y de esta manera

es el único con un alza del 8.4%. Por otra parte, otros mercados que se ubican en el top tour disminuyeron considerablemente sus pedidos, como por ejemplo, Nueva Zelanda (-40%), Alemania (-18,89) y Reino Unido (-18,6).

De esta manera, esta institución indica que las reducciones de las exportaciones han determinado que las empresas de artesanía del Perú busquen la mejora de su competitividad, mejorando la calidad de sus productos e innovando en diseños.

### **1.3. Formulación del Problema**

En esta sección se conocerá la estructura de la idea de la investigación y se establecerá claramente los límites dentro de los cuales se desarrollará.

#### **1.3.1. Problema General.**

¿Qué capacidades exportadoras permitirá ampliar la exportación de mates burilados de las empresas del anexo de Cochas al mercado de Estados Unidos?

#### **1.3.2. Problemas Específicos.**

- ¿En qué condición se encuentra la capacidad productiva, capacidad de gestión, capacidad comercial y capacidad financiera de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos?
- ¿Por qué Estados Unidos debería ser el mercado prioritario para ampliar la exportación de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas?
- ¿Existe alguna preponderancia entre las capacidades exportadoras que contribuya a la ampliación de exportación de las empresas de mates burilados al mercado de Estados Unidos?

### **1.4. Propósitos de la Investigación**

En esta sección se buscará concretar cuáles son las tareas imprescindibles para llevar a cabo el trabajo de investigación.

#### **1.4.1. Propósito General.**

Identificar las capacidades exportadoras de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba que permita ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos.

#### **1.4.2. Propósitos Específicos.**

- Describir las condiciones de la capacidad productiva, capacidad de gestión, capacidad comercial y capacidad financiera de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba.
- Identificar las ventajas que tiene Estados Unidos como mercado prioritario para ampliar la exportación de mates burilados del anexo de Cochabamba.
- Identificar el orden de preponderancia de las cuatro capacidades para ampliar la exportación de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba.

### **1.5. Justificación de la Investigación**

En esta sección se expone las razones que motivaron a realizar esta investigación, además se explica la importancia y los motivos por lo cual se realizará.

#### **1.5.1. Justificación Teórica.**

La presente investigación se justifica ya que con la información obtenida se podrá ayudar a las empresas que se dedican a este rubro de artesanías, en cuanto a todo lo que sea requerido acerca de los conocimientos para que puedan exportar y de la misma forma ampliar sus exportaciones a diversos mercados.

Es por ello, que la presente investigación tiene como propósito identificar las capacidades exportadoras de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba que permita ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos, para lo cual se tomó las bases teóricas propuestas por MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014) que menciona que la capacidad exportadora consta de cuatro categorías: Capacidad Productiva, Capacidad de Gestión, Capacidad Comercial y Capacidad Financiera, las cuales apoyarán direccionando a



que las empresas tengan mayor conocimiento respecto a cada una de ellas y a partir de ello puedan tener una mejor viabilidad de sus productos al mercado exterior.

### **1.5.2. Justificación Práctica.**

La presente investigación se realizó porque parte de las pequeñas y medianas empresas encontradas en este sector no cuentan con el conocimiento necesario en temas respecto al tema de comercio exterior, sin embargo, estas empresas tienen un alto potencial ya que los productos que realizan son de alto valor en el mercado internacional por su forma de elaboración y por la esencia que tiene cada uno de ellos

Esta investigación se realizó porque actualmente se presentan problemas en las empresas de mates burilados en el anexo de Cochas al realizar negocios internacionales debido al desconocimiento de las capacidades exportadoras, por ende, este estudio pretende identificar y a analizar a cada una de estas capacidades.

Además, el presente estudio ayuda a tener una orientación claramente práctica, facilitando su aplicación a la realidad que se necesite, haciendo ver la importancia de la capacidad exportadora para una eficaz exportación. Además, dicha investigación ayudará a plantear recomendaciones para las deficiencias que se encuentren en las empresas de mates burilados, debido a que algunas de estas empresas no participan de ferias internacionales, capacitaciones y evidencian desconocimiento de la oferta exportable y de las dimensiones necesarias para lograr una buena exportación al mercado internacional.

## Capítulo II: Estado del Arte

Permite adoptar o desarrollar una perspectiva teórica a partir de revisiones de documentos, análisis crítico e interpretación de documentos existentes. Finalmente se recupera y trasciende el conocimiento acumulado sobre el objeto de estudio a investigar.

### 2.1. Revisión Literaria

En esta sección se hizo de la crítica y los estudios anteriores de una manera ordenada, precisa y analítica.

#### 2.1.1. Capacidad exportadora

##### 2.1.1.1. Definición

Bullón (2016) la capacidad exportadora es aquel atributo que se encuentra en la gestión integral de una compañía para internacionalizarse y exportar, reduciendo las debilidades y potenciando las fortalezas, para así beneficiarse al máximo las oportunidades que brindan los mercados internacionales y minimizando el impacto de futuras amenazas exteriores.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015) la capacidad exportadora se refiere a la integración del diseño, comunicación, envíos, empaque, producción, y la programación que permita el acceso a información oportuna y necesaria para que las empresas lleguen a ser competitivos con los servicios o productos.

El Consorcio Jurídico Aduanero (2015) la capacidad exportadora es la actitud que tienen las organizaciones y sus diferentes áreas para su mejor desempeño, además, es la condición de realizar acciones y pensar globalmente, en fin, de adaptarse a las variables y exigencias que requiere el mercado internacional. En otras palabras, es aquella capacidad que permita poseer tecnología, creatividad, diseño, persistencia, tesón y mucha confianza.

Pérez (2009) indica a las capacidades organizacionales como los factores que guían a las empresas para expandirse y dominantes en el mercado, y de esta manera obtener una ventaja en el mercado internacional, sin descuidar la utilización de los recursos

Grant (1996) menciona que las capacidades de una empresa y los recursos son fundamental para toda empresa que busca desarrollarse y expandirse, por lo que estas capacidades permiten que las empresas sean más sólidas y puedan cumplir con las expectativas y necesidades del cliente. Finalmente, se crean estrategias gracias a la capacidad puede incursionar en nuevos nichos de mercados.

Alonso y Donoso (1998) mencionan que la capacidad competitiva se refiere a todos aquellos recursos que son empleados por una empresa para atraer a nuevos consumidores y volverlos leales

### ***2.1.1.2. Dimensiones***

Bullón (2016), define que la capacidad exportadora posee cuatro dimensiones que son:

#### ***2.1.1.2.1. Capacidad de Producto***

El producto debe de estar acorde con las exigencias del mercado internacional. Es de vital importancia que el producto se adapte a los gustos y preferencias que exige el consumidor, es por lo que se debe de realizar estrategias que potencien las características del producto y minimice las debilidades. En relación con el producto en específico que se pretende exportar, la organización deberá de prever y determinar la cantidad de productos que tiene disponible para comercializar en el mercado internacional. Además, se debe de contar de forma continua, volumen y cantidad requerida.

#### ***2.1.1.2.2. Capacidad Gestión Empresarial***

La empresa tiene que implementar e incentivar la cultura exportadora, para lo cual es necesario contar con objetivos realistas y claros. A su vez es indispensable las habilidades y capacidades que poseen los colaboradores para llevar a cabo lo propuesto. La empresa debe de gestionar todos los procesos para ejecución de las actividades eficientemente.

### *2.1.1.2.3. Capacidad de Gestión en los Mercados Internacionales y Logística*

#### *Internacional*

Es el conjunto de conocimientos que la empresa del mercado internacional es de fundamental importancia para una empresa que quiere internacionalizarse, conocer dos puntos clave, saber identificar los mercados internacionales para realizar un análisis de la futura demanda, y a su vez, la distribución física internacional para la colocación de los productos exportados sin descuidar las exigencias que requieren los consumidores en el mercado destino.

### *2.1.1.2.4. Capacidad Económica y Financiera*

La organización debe de tener los suficientes recursos para que pueda financiar una exportación, a su vez debe contar con una buena economía para que pueda competir con precios mejorados a la competencia. Por otro lado, si la organización no cuenta con suficientes recursos deberá de estar apta para conseguir un adecuado financiamiento o capacidad de endeudamiento.

Dan (2013) la capacidad exportadora de una organización o empresa se divide en cuatro categorías:

**Capacidad del Producto:** Se entiende por la calidad de los productos, cantidad de productos a ser exportados, si estos cumplen o no con los estándares internacionales, además, si los productos son capaces de adaptarse en el mercado meta siendo atractivo para los consumidores.

**Capacidad Productiva:** Se refiere a cuánto puede producir la empresa (cantidad-volumen) y su grado de almacenamiento. Además, si las empresas realizan estudios e investigaciones para el mejoramiento de los procesos productivos y del producto en sí. Es importante señalar si estas empresas cuentan con la tecnología adecuada y si cumplen con los controles de calidad requerido.

**Capacidad Comercial y de Venta:** Se entiende como las condiciones de mercadeo que tienen las empresas para la venta del producto en el mercado internacional como las

promociones, precios competitivos, relación con los distribuidores, adaptación del producto y capacidad de adaptación.

Capacidad Gerencial: En cuanto a esta capacidad el autor lo divide en dos secciones:

Inteligencia comercial: Se refiere al conocimiento que las empresas tienen de los acuerdos comerciales y gubernamentales para incentivar las exportaciones, además, las empresas tienen que conocer los diferentes entes gubernamentales que apoyan a las empresas en el proceso de exportación. A su vez, existen diferentes legislaciones de importación y exportación, las empresas deben de tener conocimiento de ello. Finalmente, las empresas deben de tener conocimiento de las barreras de entrada a otro país y deben de realizar estudios de mercado constantemente.

Comercialización y venta: Se refiere si la empresa realiza investigaciones de mercado para identificar al mercado y cliente objetivo. Además, una empresa debe de desarrollar planes de comercialización en base a los nichos de mercado, cliente y producto. Las empresas deben de realizar políticas de precio para tener mejores resultados. Por último, las empresas deben de participar en exposiciones y ferias nacionales e internacionales.

Capacidad Gerencial: Este punto se entiende al nivel que tienen las empresas para realizar un proceso de exportación eficaz. El personal administrativo debe ser apto para realizar las actividades que se requiere en una exportación y si la empresa desarrolla la cultura exportadora mediante capacitaciones y charlas. La empresa debe ser capaz de realizar alianzas estratégicas con fines de una buena exportación.

### **2.1.2 Exportación**

La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (2020) define que es un régimen aduanero que autoriza la salida de mercancías nacionalizadas o nacionales para su consumo o uso definitivo en otro territorio exterior, además, no está sometida a algún tributo. Los pagos que realizará corresponden al traslado del producto y está sometida a las

tarifas definidas por la compañía que preste el servicio de agenciamiento, transporte internacional, traslados internos, estiba, etc.

Castro (2008) define que la exportación es la salida de un producto determinado de un territorio a otro, mencionando que este atraviesa mares o fronteras que separan a países. Así mismo, se puede decir que es la salida de diferentes productos o mercancías de un territorio aduanero hacia un territorio extranjero para su permanencia de manera definitiva.

### **2.1.3. Mate Burilado**

Según Mincetur (2019) dice que se conoce como artesanía que tienen origen vegetal, estos productos son realizados en varias partes del Perú, de esta manera Cochas es uno de los centros de producción importante, muchos turistas internacionales y nacionales quedan fascinados por las formas y diseños que tienen estas hermosas artesanías. Estos están hechos originalmente de calabazas talladas, y en estas se puede ver diferentes historias que la gente transmite mediante dibujos. En los mates se puede grabar desde dibujos, temáticas culturales, nombres hasta diseños personalizados a gusto de cada cliente. Además, se tiene como algo innovador la foto retrato, que es la fotografía del cliente que desea que se grave sobre el mate.

#### ***2.1.3.1 Materia Prima***

La materia prima para la producción de los mates burilados es la calabaza o también se puede encontrar con otro nombre *Lagenaria Siceraria*, esta es una planta que forma parte del conjunto de las cucurbitáceas, solo puede ser comestible su fruto cuando esta se encuentra en la etapa tierna, en el caso de los mates, esta materia se utiliza cuando se encuentra completamente seco. (2012)

La calabaza es denominada una importante planta para los orígenes en cuanto la agricultura. Los usos y nominaciones que tienen las calabazas o mates se relacionan con las dimensiones y diversidad de sus formas, obtenidas por las prácticas inductivas que desarrollaron los cultivadores desde la antigüedad. Dicha práctica consiste en ceñir cintas

tejidas el fruto verde o fajas, aún en la planta, para de esta manera deformarlo. La buena selección de semillas y los cuidados que tienen los agricultores dan como resultado las calabazas más grandes. (Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio, 2010)

#### 2.1.4. Selección del mercado.

Respecto a la artesanía peruana, se puede observar que esta se divide en tres tipos de mercados: a) mercado turístico, b) mercado local y c) mercado internacional. En el primer tipo de mercado la demanda de los productos es por temporada ya que depende netamente de las compras de los turistas. El segundo tipo es el mercado local ya que las artesanías que vende dentro del país de origen y la demanda es un poco reducida. El tercer tipo es el mercado internacional, en donde se encuentra una demanda de acuerdo con el marketing, comportamiento del consumidor y características del crecimiento del país.

Tabla 1

#### *Análisis de posibles mercados para la exportación del mate burilado*

Ítems	Estados Unidos	Panamá	Ecuador
% Crecimiento de importaciones de Mate Burilado	7%	0%	-6%
Población	328.329.953 millones de personas	4.246.440 millones de personas	17.373.657 millones de personas
% PBI 2019	2.2%	3.04%	0.1%
Transito marítimo	16 días de Perú a Estados Unidos	4 días de Perú a Panamá	2 días de Perú a Ecuador
Arancel AV	0%	10%	0%
Doing Business	Puesto 8	Puesto 79	Puesto 123

Fuente: Trade Map, Banco Mundial, Siicex, Market Access Map y Datos Macro

A continuación, se analizará la información de los posibles mercados objetivo para la exportación del mate burilado. Se tomará en cuenta seis indicadores que son importantes para

una selección del mercado. A partir del análisis se desarrollará una matriz de selección del mercado e identificaremos el mercado objetivo.

Como se observa en la tabla 1, en base a los porcentajes de crecimientos en estos tres países se puede determinar que el país con mayor crecimiento y participación en importación es Estados Unidos y a su vez el que presenta un mayor número de población, asegurando un mercado potencial para las exportaciones. El país de Panamá presenta un mayor % respecto al crecimiento del PBI, por ello se puede determinar que es un país con una economía en crecimiento. Se puede ver que los días en el tránsito marítimo es favorable para una exportación hacia Ecuador ya que el tiempo de llegada del producto es menor a una semana. Los países de Estados Unidos y Ecuador tienen preferencia arancelaria con Perú, reduciendo el precio final del producto en el país destino. Debido a que Estados Unidos se encuentra en el alto puesto en el ranking se puede deducir que es uno de los mejores países con facilidades de realizar negocios.

## **2.2. Marco conceptual**

Munarriz (2017) define a la capacidad exportadora como un conjunto de capacidades las cuales son: capacidad productiva, capacidad de gestión, capacidad comercial y capacidad financiera. Además, señala que si una empresa desea exportar exitosamente deberá cumplir con los requisitos que requiera cada capacidad. Y de la misma manera, potenciando sus fortalezas y reduciendo sus debilidades para beneficiarse al máximo de las oportunidades que presenta el mercado internacional.

Esta entidad hace referencia a la capacidad exportadora, como un término que las empresas deben de poseer para exportar eficientemente. Viéndose así, la importancia de todos los recursos que una empresa tiene, maximizando sus fortalezas y generando estrategias frente a posibles riesgos y amenazas frente al mercado internacional.



Córdoba et al. (2016) mediante un patrón similar de internacionalización, los costos, precios y los productos exportados en función de la productividad y la capacidad exportadora en relación de la estrategia corporativa de la inserción internacional y la infraestructura.

Roncancio (1999) indica que la creatividad e imaginación es el resultado de la artesanía, y este se ve plasmado en productos que cuyas elaboraciones fueron transformadas racionalmente con materiales de origen natural, en su mayoría con técnicas y procesos manuales. Finalmente, estos productos artesanales presentan un alto valor cultural y con diseños y piezas únicas debido a su proceso.

División de Innovación Tecnológica en Turismo (2012) los mates burilados son todas las piezas ornamentales que están hechas a base de frutos de calabaza peruana. En su mayoría respecto a la producción, las provincias de Huanta y Huancayo, específicamente en los distritos de Cochabamba Grande y Cochabamba Chico.

Según Promperú (2009) indica que la confección de la matriz de selección de mercados se basa en 5 puntos claves para la realización del análisis de las mismas. Por ello para elegir el mercado potencial se debe de considerar los siguientes aspectos: oportunidades según la demanda, importaciones, disponibilidad de transporte, tratamiento preferencial y por último información detallada y/o cualitativa. Con el fin de identificar las mejores estrategias para abordar el mercado objetivo y aprovechar las oportunidades de este, además, esta herramienta es gran apoyo ya que identifica las necesidades de los consumidores de dicho mercado y posterior a ello adecuar el producto que se exportará.

### **Capítulo III: Metodología**

En este capítulo se dio a conocer el método que se utilizó para resolver el problema de investigación, mediante la recopilación de datos, utilizando diversas técnicas, así mismo se proporcionó la interpretación de los datos recopilados, extrayendo conclusiones sobre los datos de la investigación. En esencia, se conoce todos los procesos y técnicas que se realizó para la investigación.

#### **3.1. Enfoque de la investigación**

La presente investigación corresponde al enfoque cualitativo.

Según Gómez (2006) en su libro La introducción a la metodología de la investigación científica, indica que en este tipo de enfoque se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, sin conteo. Se utiliza las observaciones y descripciones.

Una investigación cualitativa su propósito consiste en reconstruir la realidad, tal y como observan los actores de un sistema social previamente definido. Los resultados de un estudio cualitativo son descripciones detalladas de situaciones, personas, interacciones y manifestaciones. Este enfoque no pretende ampliar de manera de manera intrínseca los resultados a poblaciones más amplias, sino se fundamentan más en un proceso inductivo, es decir, van de lo particular a lo general

#### **3.2. Paradigma de la investigación**

Según Ramos (2015) el paradigma positivista busca las causas o los hechos de ciertos fenómenos sociales independientemente de estados subjetivos de los individuos, el conocimiento científico es el único aceptable. Además, este paradigma es calificado de cuantitativo, sistemático gerencial, científico tecnológico, cuantitativo y empírico analítico. Por lo tanto, se sustentará las investigaciones que tengan como objetivo comprobar hipótesis de formas estadísticas o determinar ciertos parámetros de la variable mediante una expresión numérica.

### 3.3. Métodos de investigación

Según Rodríguez (2005) en su libro Metodología de la investigación, indica que el método inductivo se basa a partir del estudio de los casos particulares, para por consecuencia realizar conclusiones o determinadas leyes universales que relacionan o explican los fenómenos estudiados en la investigación. Asimismo, se separan los hechos o actos más importantes para examinarlos de manera individual, se observan en relación con fenómenos similares, se formulan hipótesis y mediante la experimentación se contrastan.

De acuerdo con el Sistema Tecnológico de Monterrey (2019) menciona que el caso describe una situación que ocurre en la vida de una persona o un grupo de personas ya sea familia empresas entre otras ya que se aplica de manera estratégica para un mejor aprendizaje para el análisis de información y así poder realizar una discusión entre un grupo de personas y dar soluciones ante estos problemas. En esta investigación, se recopilará la información a partir de la manera en cómo se encuentran las empresas a investigar por ello se realizará un análisis de manera detallada que se obtengan del instrumento de recolección de datos para llegar a una conclusión.

### 3.4. Sistema de categorías

Tabla 2

*Sistema de categorías*

Tema	Descripción	Categorías	Subcategorías	Códigos
	operacional			
Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo	La capacidad exportadora implica más que beneficiarse para la internacionalización o contar con productos que	Capacidad Productiva	Tecnología Disponibilidad de materia prima e insumos Control de calidad de producción	CPt01 CPdmp02 CPccp03
		Capacidad de Gestión	Condiciones laborales	CGcl04

de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos	cuenten con las exigencias hacia el mercado internacional, las empresas deben contar con 4 componentes que estén interrelacionado		Capacitación a los trabajadores	CGct05
			Control de rendimiento de los colaboradores	CGcdr06
			Cultura exportadora	
			Planificación empresarial	CGce07
				CGpe08
	como la capacidad de producto, capacidad comercial, capacidad financiera y capacidad gerencial.	Capacidad Comercial	Incoterms	CCi09
	(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014)		Documentación aduanera	CCda10
			Medios de transporte internacional	CCmti11
		Participación en eventos de promoción a las exportaciones	CCpep12	
		Etiquetado	CCe13	
	Capacidad Financiera	Medios de pago/cobro en el mercado internacional	CFmpc14	
		Capital de trabajo		
		Capacidad de otorgar y sostener créditos comerciales	CFct15 CFcoycc16	
	Selección del mercado	% Crecimiento de importaciones de mates burilados	SMci17	
		Población	SMp18	
		% PBI 2019	SMpbi2019	
		Tránsito marítimo	SMtm20	
		Arancel AV	SMAav21	
		Doing Business	SMdb22	

Nota: Elaboración propia.

### 3.5. Selección de los sujetos de estudio

Para la investigación se consideró a las empresas exportadoras y no exportadoras de mates burilados que puedan brindar información respecto al estudio realizado para una exportación eficaz. Los casos de estudio están conformados por seis empresas productoras de mates burilados en el anexo de Cochas, distrito de el Tambo y provincia de Huancayo:

Tabla 3

#### *Empresas productoras de mates burilados en el Anexo de Cochas – Huancayo*

Nombre de la empresa	Nombres y Apellidos	Cargo	Dirección
Arte Alfaro Núñez E.I.R.L	Cristian Tonino Alfaro Núñez	Gerente	Av. Huaytapallana Nro. 220 - Anexo Cochas Grande - El Tambo - Huancayo
Centro Artesanal y Cultural “El Mate de Oro”	Wilfredo Veli Velásquez	Gerente	Av. Huancayo Nro. 375 – Anexo Cochas Chico – El Tambo - Huancayo
Artesanía Kolibri	Faustina Veli Seguil	Gerente	Av. Huancayo Nro. 297 - Anexo Cochas Chico - El Tambo - Huancayo
Artesanías Huaytapallana	Amelia Aurora Veliz Medina	Gerente	Av. Huancayo Nro. 543 – Anexo Cochas Chico (Costado de Iglesia Jerusalén de Cochas) – El Tambo - Huancayo
Artesanías Primavera	Esther Ruth Osoreo Núñez	Gerente	Av. Huancayo Nro. 242 Anexo Cochas Chico – El Tambo - Huancayo
KunturDesings	Katya Milagros Canto Lazo	Gerente	Av. Huaytapallana S/N – Anexo Cochas Grande – El Tambo – Huancayo

Nota: Elaboración propia.

### 3.6. Técnicas de producción de información

Tabla 4

*Técnicas de recopilación de información*

Técnica	Descripción	Instrumento	Fuente
Encuesta	Mediante esta técnica se recopilará información acerca de actitudes, opiniones y comportamientos de los	Cuestionario	Primaria
Entrevista	individuos Mediante esta técnica se obtendrá datos, detallada, información más profunda	Guía de entrevista	Primaria
Observación directa	debido a que se adaptará al contexto y a las características del entrevistado.  Esta técnica será aplicada para evaluar algunos aspectos como comportamientos, actitudes, tareas u otras actividades desarrolladas en un lugar determinado.	Guía de observación directa	Primaria

Nota: Elaboración propia.

### 3.7. Técnicas de análisis de la información

Para el análisis de información se utilizará el software estadístico Atlas Ti en el procesamiento de las entrevistas, dado que la investigación es cualitativa. En el proceso del análisis se encontrará comportamientos, actividades y proceso comunes que aplican las empresas con relación a la capacidad exportadora. (Alvarez-Gayou, 2003)

## **Capítulo IV: Resultados**

Este capítulo tiene como propósito interpretar los hallazgos, siempre relacionando con el problema de investigación planteada y a la vez con los objetivos propuestos, se tiene que tomar en cuenta que se ejecute la evaluación de los hallazgos de estudio que corroboran las teorías, que no las corroboran o que generen debates con la teoría ya existente.

### **4.1. Descripción del trabajo de campo**

Se dará a conocer el campo de la investigación, identificación y aplicación de la teoría en el sitio donde realmente se extiende el fenómeno estudiado. También se recoge fuente primaria e información imprescindible para un resultado deseado.

#### **4.1.1. Descripción de entrevista a Gerentes- Artesanos**

El trabajo de campo se realizó en el anexo de Cochas, distrito El Tambo, provincia de Huancayo.

El día 27 de agosto del 2021; se realizó diferentes llamadas a cada empresa para la concertación de una cita posterior. A partir de ello, cada gerente de cada empresa informó acerca de su tiempo y del día en el cual se encontrarían disponible para brindar el apoyo.

Las empresas optaron por realizar la entrevista los días 31 de agosto y 02 de septiembre, y el lugar en donde se desarrollaron las entrevistas fueron en los talleres de cada empresa de artesanos, sin embargo, hubo una empresa en donde el gerente no disponía de tiempo, así que se optó por la entrevista vía Google Meet. De esta manera, se finalizó con todas las entrevistas y cuestionarios a cada empresa propuesta.

Tabla 5

*Ficha técnica de Gerentes de Empresas productoras de mates burilados*

Ficha Técnica de Gerentes – Artesanos					
Empresas	Nombre del artesano	Lugar de la entrevista	Instrumento de recopilación de datos	Tiempo de la entrevista	Inconvenientes
Artesanías Huaytapallana	Amelia Aurora Veliz Medina	Av. Huancayo Nro. 543 – Cochas Chico	Entrevista y Cuestionario (Apéndice B)	14 minutos	Llamadas de familiares
El gerente tuvo un trato amable al momento de la llamada previa a la cita y aceptó brindar su tiempo para la entrevista, puesto a que se iba a demorar en llegar al local, ella informó a los investigadores para que estos se comunicaron e invitarían a pasar pasaran a su local y a ver sus productos. El gerente en todo momento aceptó de buena manera durante y antes de la entrevista, pero se tuvo inconvenientes al poder realizar una entrevista compleja debido a que recibía llamadas por parte de familiares y tuvo que retirarse de su local rápido.					
Artesanías Primavera	Esther Ruth Osores Núñez	Vía Google Meet	Entrevista y Cuestionario (Apéndice B)	19 minutos	Ninguno
Al momento de realizar la entrevista y cuestionario con el gerente, se llegó muy puntual a la hora pactada con la señora, por supuesto que ella también accedió mediante esta modalidad por vía Google Meet. La señora muy amable, comprensible, alegre y muy humilde entendió que era para un trabajo de investigación importante y aceptó un pequeño tiempo para los investigadores a pesar de que días antes se coordinó una entrevista personalmente y por falta de tiempo se optó por sugerirle a la señora realizarlo mediante esta modalidad. Durante la entrevista y cuestionario no hubo ningún inconveniente, sólo quería que fuera lo más preciso por falta de tiempo por su pequeño hijo.					
Artesanías Kolibri	Faustina Veli Seguil	Av. Huancayo Nro. 297 -	Entrevista y Cuestionario	17 minutos	Ninguno



---

Anexo Cochas (Apéndice  
Chico B)

---

Para llegar al local, el gerente ya se encontraba en la espera debido a que días antes se coordinó para poder reservar un pequeño espacio para la realización de la entrevista y cuestionario. El gerente fue muy amable desde el momento en el que se concretó la cita, se encontraba un poco nerviosa por las preguntas o por temas que desconocía, pero en el momento de la entrevista se explayó muy bien y se tuvo respuestas concisas.

---

Arte Alfaro E.I.R.L.	Cristian Tonino Alfaro Núñez	Av. Huaytapallana Nro. 220 – Anexo Cochas Chico	Entrevista y Cuestionario (Apéndice B)	31 minutos	Ruido de animales y ruido de automóviles
-------------------------	---------------------------------------	---	---	---------------	---

---

Para realizar la entrevista, se acordó previamente mediante una llamada. Cuando llegó el día acordado el gerente esperaba la hora indicada, los investigadores empezaron a aplicar el instrumento de investigación. El gerente se mostró muy cordial y amable, además comentó un poco acerca de su empresa y de su disponibilidad para brindar información. Fue así como se pudo recolectar información necesaria y llevar la entrevista de la mejor manera.

---

Centro Artesanal y Cultural El mate de Oro	Wilfredo Veli Velásquez	Av. Huancayo Nro. 375 – Anexo Cochas Chico	Entrevista y Cuestionario (Apéndice B)	28 minutos	Ruido de automóviles
---	-------------------------------	---	---	---------------	-------------------------

---

Para concretar la reunión con el gerente, los investigadores tuvieron que presentarse a su taller. Al momento de llegar a la cita, el gerente se mostraba un poco inseguro y también habló acerca de su desconfianza para dar información acerca de su empresa. Los investigadores pudieron explicar el propósito de la investigación y de esa manera se pudo desarrollar la aplicación de los instrumentos de investigación correctamente.

---

KunturDesings	Katya Milagros Canto Lazo	Av. Huaytapallana S/N – Anexo Cochas Grande	Entrevista y Cuestionario (Apéndice B)	10 minutos	Ruido de automóviles e indisponibilidad de tiempo por entrega de pedidos
---------------	------------------------------------	--	---	---------------	---

---

---

Para llegar al lugar de la cita pactada, los investigadores tuvieron dificultades ya que no había buena señal en esa zona y no se podía realizar llamadas para que logren ubicarse y encontrar el taller de esta empresa. Sin embargo, al llegar al taller de la empresa se tuvo que esperar ya que el gerente y su personal no disponían de tiempo porque tenían que entregar un pedido ese mismo día. Después de varios minutos de espera se logró entrevistar al gerente y se pudo recolectar toda la información en el pequeño espacio que brindó.

---

Nota: Elaboración propia.

#### 4.1.2. Descripción de entrevista a Expertos

Para la aplicación del instrumento de estudio se les contactó mediante el correo electrónico institucional a los docentes que tienen especialidades en el sector a investigar y en el tema en general. Los días en el que se envió el correo fueron los días 21 de septiembre y 30 de septiembre del 2021; este breve mensaje permitió la concertación de la cita y de esta manera desarrollar la entrevista por vía Google Meet, inmediatamente después de una respuesta se acordó una pequeña cita para la aplicación del instrumento.

La recolección de información y aplicación de instrumento a los expertos fue realizada los días 23 de septiembre y 03 de octubre del 2021.

Tabla 6

#### *Ficha técnica de expertos*

Ficha Técnica de Expertos					
Nombre del experto	Lugar de la entrevista	Instrumento de recopilación de datos	Tiempo de la entrevista	Inconvenientes	
Miguel Ángel Capuñay Reategui	Vía Google Meet	Entrevista (Apéndice B)	20 minutos	Ninguno	

---

Para la realización de la entrevista al experto se tuvo que enviar mensajes por correo electrónico institucional, posterior a ello se tuvo una respuesta que permitió tener una entrevista con el Licenciado Miguel Capuñay Reategui, su trato fue amable y sus respuestas

---

---

entendibles, claras y precisas. Se explayó bien en sus respuestas y se tuvo pocas dificultades al hacer la entrevista debido a que la señal del internet por momentos era muy mala. A pesar de ello, la entrevista se realizó eficientemente y se logró tratar todos los puntos previstos.

---

Syntia Campos del Pino	Vía Google Meet	Entrevista (Apéndice B)	12 minutos	Ninguno
------------------------	-----------------	-------------------------	------------	---------

---

Para la realización de la entrevista al experto se tuvo que enviar mensajes mediante correo institucional y se tuvo que realizar previamente una llamada para concretar la cita. Llegado el momento de la entrevista la profesora mostró interés y disponibilidad para el desarrollo de las preguntas del instrumento de medición. Finalmente, la entrevista fue muy nutritiva y eficiente.

---

Nota: Elaboración propia.

## **4.2. Análisis y síntesis de los resultados**

En este punto se realizó el análisis de los resultados que permite la identificación de concordancia, discordancia y finalmente conclusiones de la presente investigación. Por consiguiente, se analiza:

Los resultados de los artesanos, expertos y teoría, donde se realizó una triangulación tomando en cuenta las respuestas y opiniones de cada uno de ellos.

En base a la teoría, estas opiniones finalmente se concluirán en una idea en general, reconociendo las concordancias y discordancias de artesanos, expertos y teoría.

### **4.2.1. Categorías a priori de Capacidad Exportadora.**

Según García (2017) indica que para identificar las capacidades exportadoras que debe de tener una empresa para exportar, se debe considerar cuatro capacidades como se observa en la figura 3 las cuales son: Capacidad Productiva, Capacidad de Gestión, Capacidad Comercial y Capacidad Financiera.

Cada una de ellas posee respectivos componentes que ayudan a la empresa a lograr sus objetivos de internacionalización.

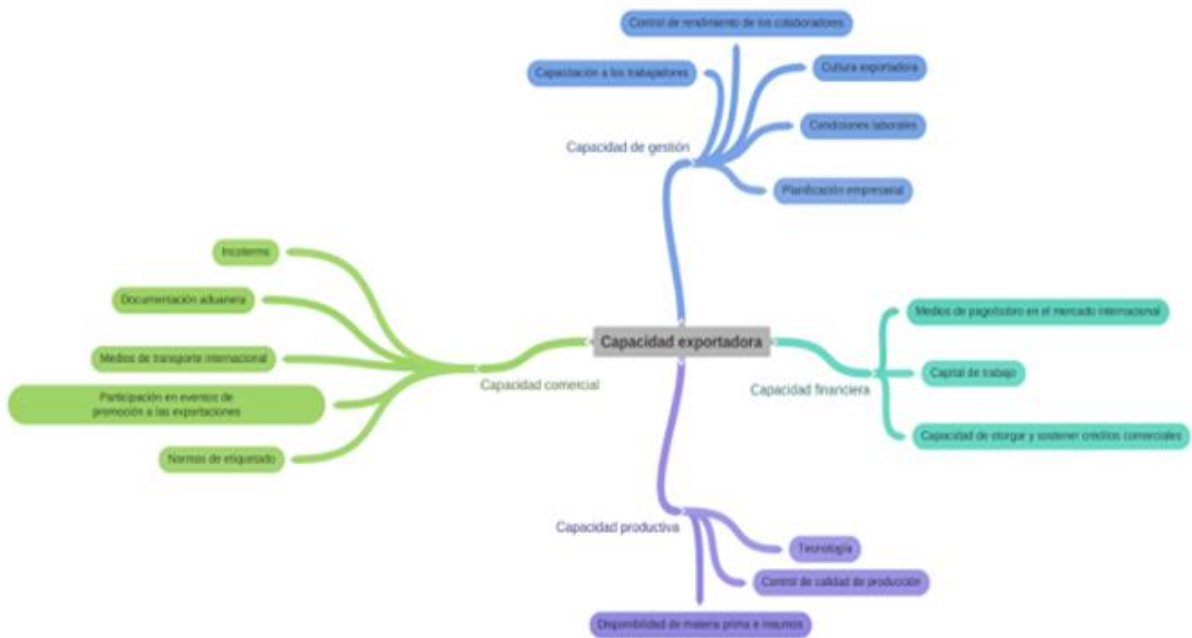


Figura 3: Categorías a priori de la investigación

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.2. Categorización a posteriori de Capacidad Exportadora.

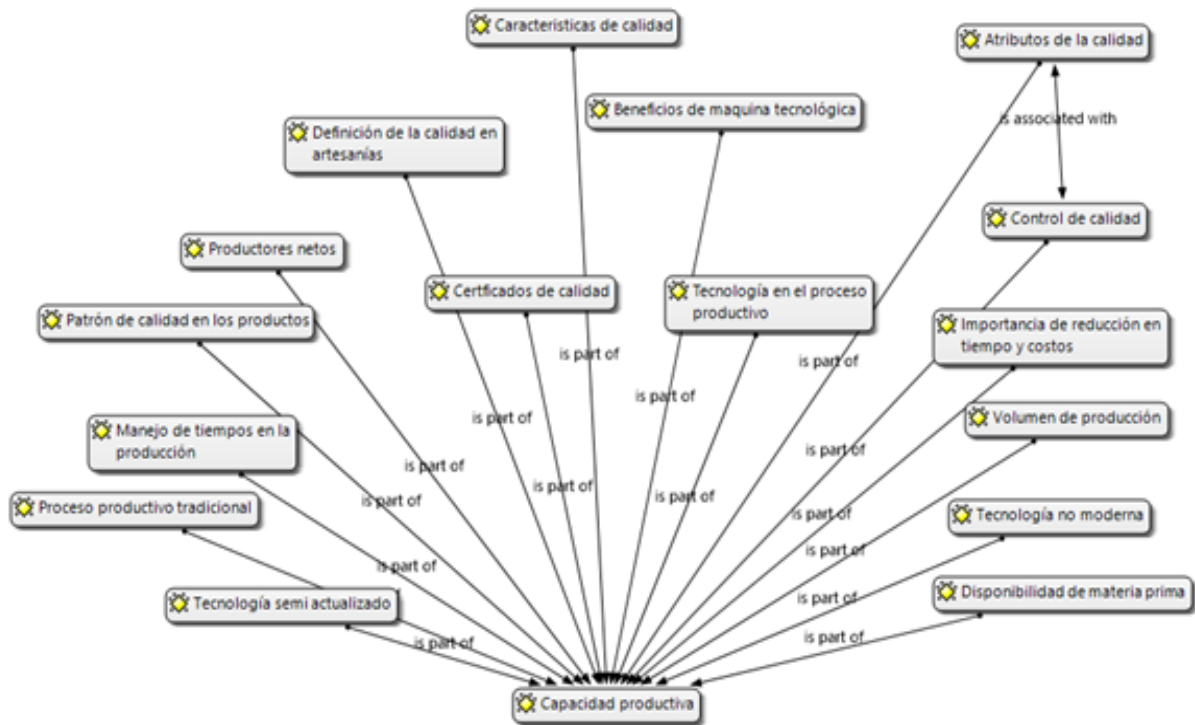
En esta sección se analizó los resultados por cada capacidad exportadora tomando en cuenta los diferentes tipos de instrumentos utilizados en nuestro sujeto de estudio.

##### 4.2.2.1. Análisis de resultados de Capacidad Productiva

Se realizó el análisis de cada instrumento aplicado respecto a esta capacidad, véase en la figura 4.

##### 4.2.2.1.1. Resultados de entrevista y cuestionario a Gerentes – Artesanos.

Como se observa en la figura 4, para los artesanos entrevistados la capacidad productiva es muy importante ya que consideran que el producto (mate burilado) es lo primordial para llegar a nuevos mercados. En este rubro, el control de calidad es indispensable, se debe de controlar el producto desde la materia prima hasta la entrega al cliente. La calidad que deben de presentar los productos debe de ir acorde a los requerimientos de los clientes, de esa manera pueden lograr satisfacer las necesidades del consumidor mediante el acabado, los diseños, tipo de materia prima y otros.

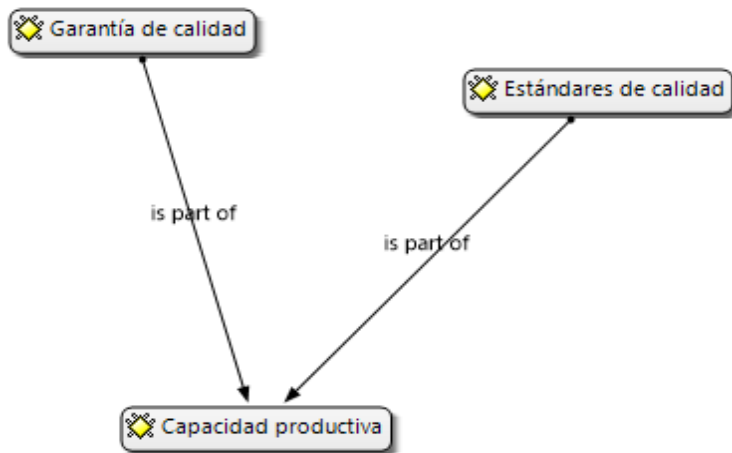


*Figura 4:* Resultados de entrevista y cuestionario a artesanos - Capacidad Productiva

Fuente: Elaboración propia.

El manejo de grandes volúmenes de producción es un punto clave para que las empresas de artesanías puedan realizar una exportación eficiente. Sin embargo, también los artesanos manifestaron que hay temporadas en donde la materia prima es un problema debido a que es un fruto y que necesita de tiempos establecidos para su producción, por lo tanto, si los artesanos desean exportar en gran volumen deben de separar muchos meses antes la cantidad requerida por el importador. Esta es la única manera en la que ellos puedan contar con suficiente materia prima ya que no la puedan obtener con facilidad de un momento a otro. Por otro lado, el valor de los productos de estas empresas es determinado por su acabado tradicional, por lo tanto, el proceso de producción no puede ser automatizado tecnológicamente porque perdería su esencia única. Sin embargo, los artesanos manifestaron que existen ciertas maquinarias que ayudan a agilizar el proceso de producción como quemadoras y cortadoras que no influyen en el acabado final del producto, pero si evita pérdida de tiempo o daños físicos en los colaboradores. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

#### 4.2.2.1.2. Resultados de entrevista a expertos

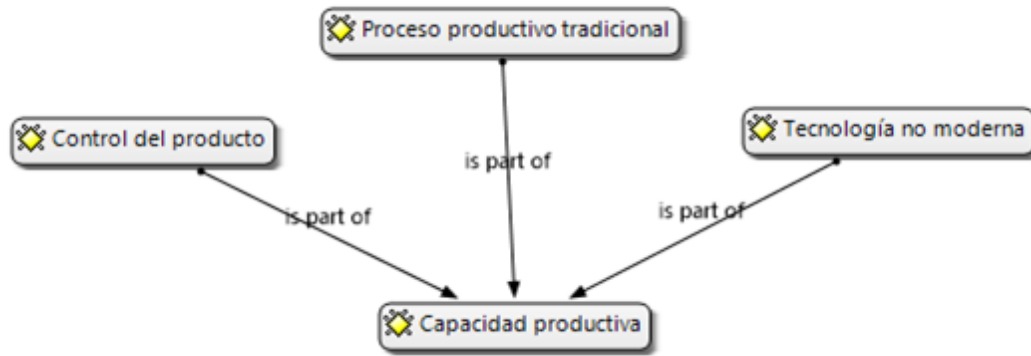


*Figura 5:* Resultados de entrevista a expertos de Capacidad Productiva  
Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la figura 5, para los expertos la capacidad productiva es un tema muy importante para que las empresas de artesanía puedan ingresar a nuevos mercados y logren el éxito deseado. Ellos consideran que respecto al tema de la calidad en las empresas de mates burilados si cumplen con las características y con el patrón deseado por los clientes, sin embargo, ellos sugieren que estas empresas deberían de tener fichas técnicas por cada producto, ya que de esta manera ellos pueden manejar mucho mejor el control de calidad de sus productos cuando un cliente del mercado internacional les solicite altos volúmenes. Además, ellos manifestaron que para la artesanía no se necesita certificado de estándares de calidad o algún requerimiento respecto a ello, pero sí es importante que los artesanos implementen la ficha técnica, sin duda esto es una herramienta importante si los artesanos quieren exportar o ampliar sus exportaciones. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

#### 4.2.2.1.3. Resultados de Guía de Observación

Como se observa en la figura 6, para los investigadores las empresas de mates burilados cuentan con un proceso productivo tradicional, ellos no utilizan maquinaria tecnológica para realizar los diseños y el acabado de los productos.

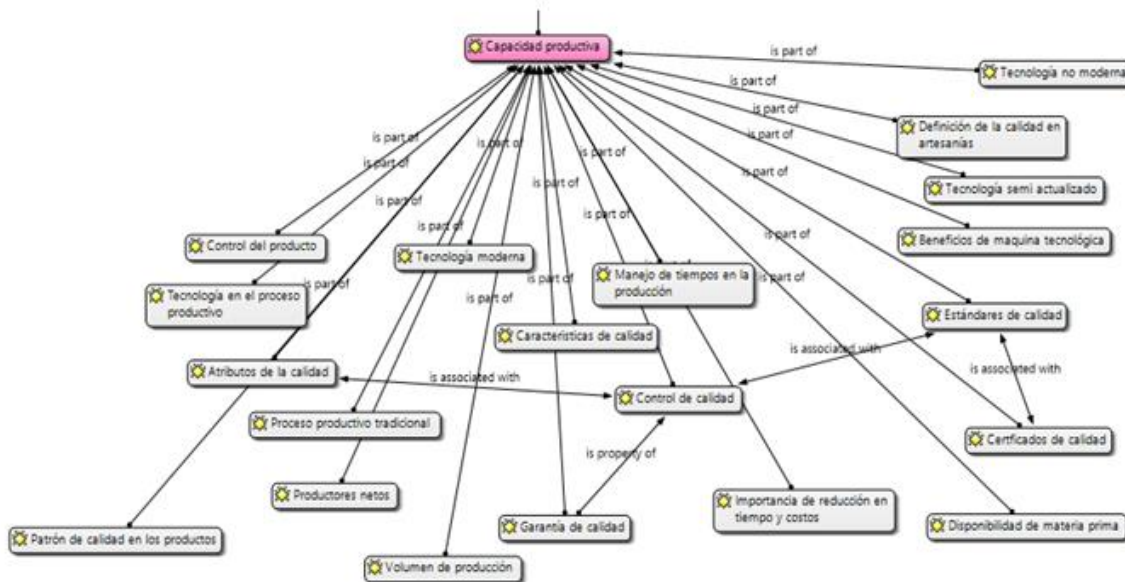


*Figura 6:* Resultados de guía de observación de Capacidad Productiva  
Fuente: Elaboración propia.

Algo importante que se pudo observar es que estas empresas realizan un seguimiento acerca del control de calidad, ellos controlan cada detalle como el color, diseño, tipo de materia prima y acabado de cada uno de sus productos. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

#### *4.2.2.1.4. Resultado total de Capacidad Productiva*

En base a los 3 instrumentos utilizados, se llegó a un resultado total acerca de los componentes de la Capacidad Productiva como se observa en la figura 7, los cuales son: control del producto, tecnología en el proceso productivo, patrón de calidad en los productos, tecnología moderna, proceso productivo tradicional, productores netos, volumen de producción, manejo de tiempos en la producción, importancia de reducción en tiempo y costos, tecnología no moderna, calidad en artesanías, tecnología semi actualizado, certificados de calidad y disponibilidad de materia prima. Atributos de calidad y estándares de calidad están asociados con control de calidad ya que para adquirir los certificados se necesita cumplir ciertos requerimientos, así mismo, garantía de calidad pertenece a control de calidad ya que se debe de cumplir con el patrón deseado por el cliente. Finalmente, certificados de calidad está asociado con estándares de calidad.



**Figura 7:** Resultado total de Capacidad Productiva  
Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.2.2. Análisis de resultados de Capacidad de Gestión

Se realizó el análisis de cada instrumento aplicada respecto a esta capacidad, véase en la figura 8.

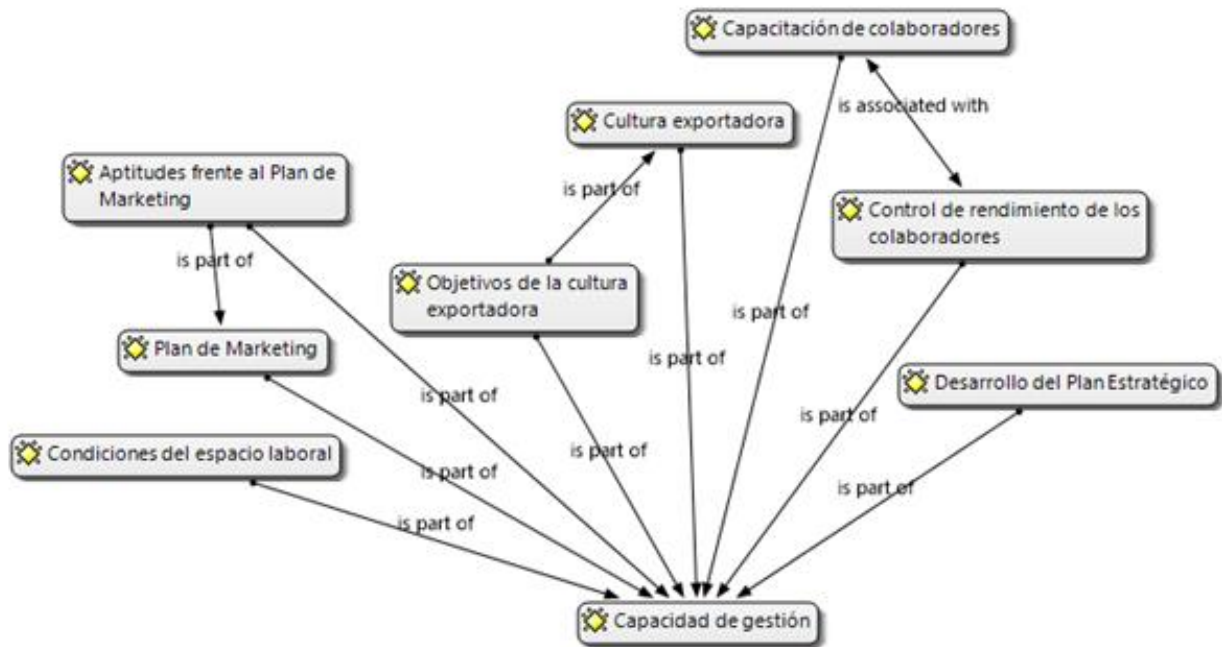
##### 4.2.2.2.1. Resultados de entrevista y cuestionario a Gerentes – Artesanos

Como se observa en la figura 8, para los artesanos la capacidad de gestión es importante, pero no han podido implementar los elementos que integran esta categoría. Muchos de ellos, no realizan planes de estrategias o de marketing, algunos sólo idealizan objetivos, pero no los saben concretar correctamente, ellos tienen el conocimiento acerca de la importancia de la realización de estos planes para el ingreso a nuevos mercados, pero no han tenido la suficiente capacidad o el apoyo de profesionales para desarrollarlo en sus empresas.

Por otra parte, la mayoría de los artesanos entrevistados manifestaron que la cultura exportadora no es un tema del cual ellos se deban encargar, por el contrario, ellos piensan que sólo las entidades del gobierno como Promperú, Mincetur y otros son los responsables de fomentar este tema. Además, un punto indispensable para los artesanos es la comunicación laboral ya que consideran que mediante ello pueden cumplir sus objetivos como empresa, así



mismo, ellos consideran que es importante para la capacitación continua y un buen ambiente laboral. Una de las formas en las que estas empresas de artesanías controlan el rendimiento del personal es por el trabajo a destajo, siendo así la mejor manera de motivar al personal de producir más cada día.



*Figura 8:* Resultados de entrevista y cuestionario de artesanos - Capacidad de Gestión  
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se ha encontrado que la mayoría de las empresas entrevistadas cuentan con condiciones de espacios laborales óptimos que permite una eficiente producción. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

#### 4.2.2.2.2. Resultados de entrevista a experto.

Como se observa en la figura 9, los expertos manifestaron que la cultura exportadora es un conjunto de actividades que realizan las entidades promotoras de exportaciones del gobierno con el fin de motivar a los artesanos para que estos empiecen a exportar. Mediante estas ferias, las empresas pueden analizar mucho mejor el mercado internacional y pueden captar a nuevos clientes. Así mismo, gracias a estas ferias las empresas puedan mejorar sus

productos y volverse más competitivos para su propio beneficio y del país. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

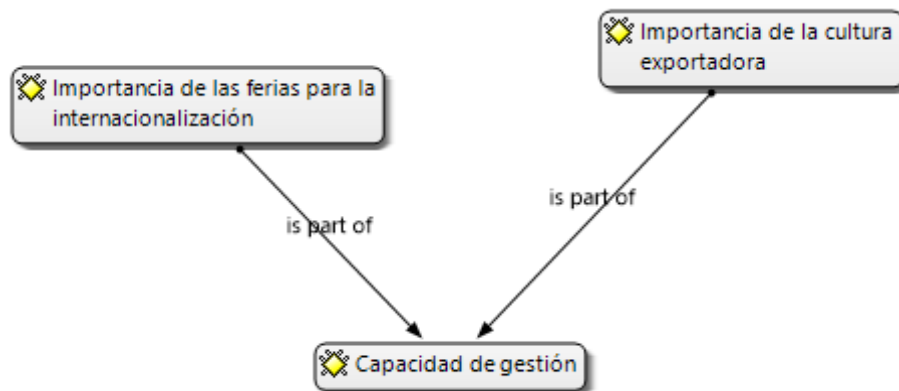


Figura 9: Resultados de entrevistas a expertos de Capacidad de Gestión  
Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.2.2.3. Resultados de Guía de Observación

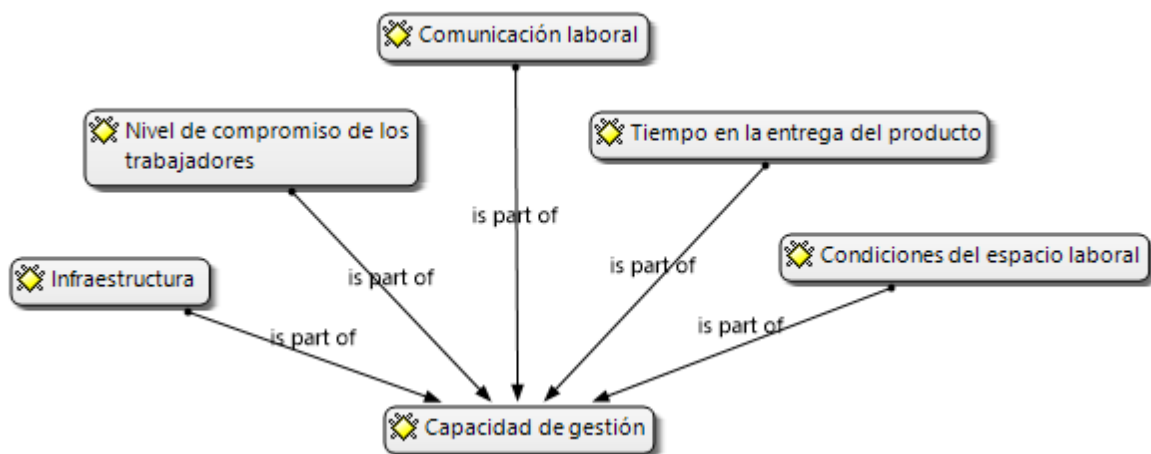


Figura 10: Resultados de guía de observación de Capacidad de Gestión  
Fuente: Elaboración propia.

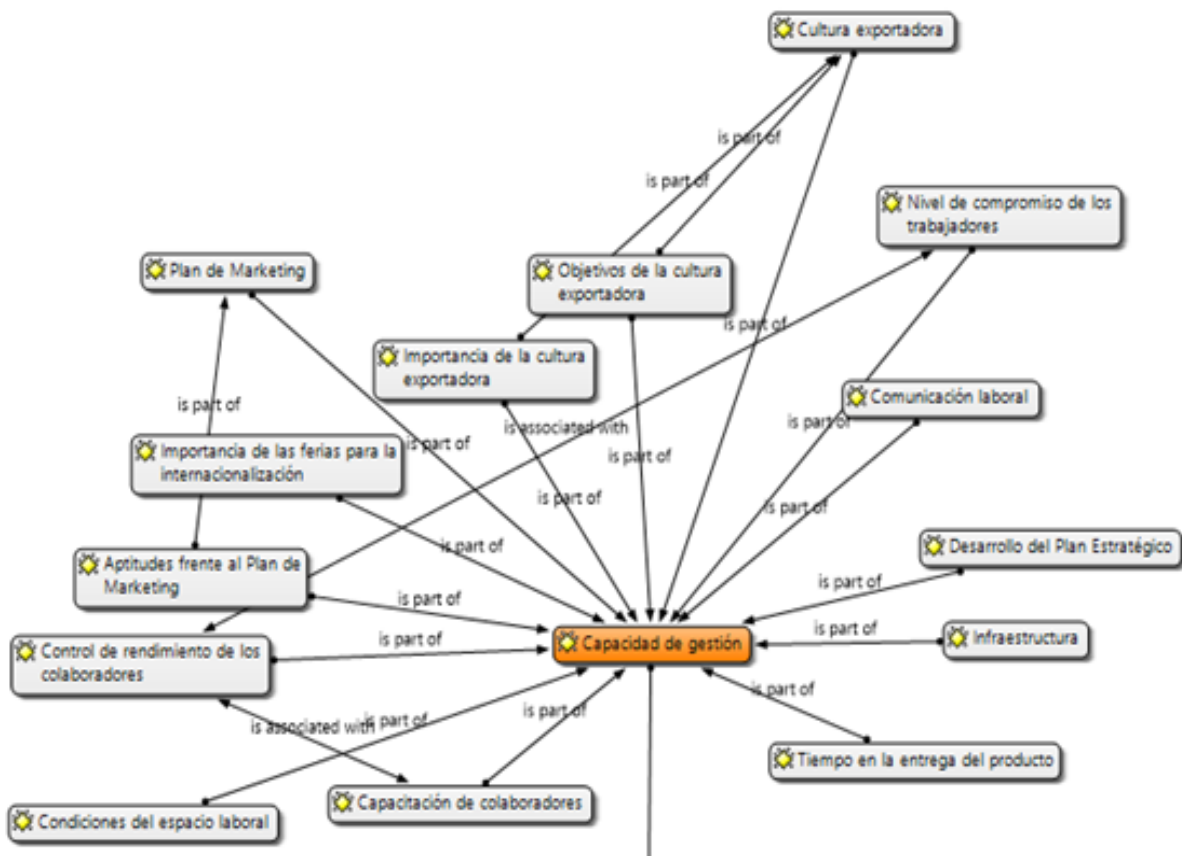
Como se observa en la figura 10, para los investigadores la mayoría de las empresas de mates burilados si cuentan con condiciones óptimas para el desarrollo de la investigación ya que las áreas de producción están correctamente ordenadas.

La mayoría de las empresas, tienen un área correspondiente para cada proceso. También se observó que existe una buena comunicación entre los colaboradores y el gerente, ya que la

mayoría de estas empresas son empresas familiares y existe bastante confianza entre todos los miembros que conforma la empresa. Además, por ser la mayoría de estas empresas familiares los colaboradores están comprometidos con cada pedido ya que de eso depende el crecimiento de la empresa y su sustento diario.

Respecto a la infraestructura, se observó que los establecimientos de las empresas suelen ser tradicionales ya que se busca que el cliente se identifique con su cultura y comprenda el valor de los productos. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

#### 4.2.2.2.4. Resultado total de Capacidad de Gestión



*Figura 11:* Resultado total de Capacidad de Gestión

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la figura 11; el tiempo en la entrega del producto, infraestructura, desarrollo del plan estratégico, comunicación laboral, condiciones del espacio laboral,

importancia de las ferias para la internacionalización son elementos que forman parte de la Capacidad de Gestión. Así mismo, los objetivos e importancia son vitales tener en cuenta dentro de la cultura exportadora. Por otro lado, el control de rendimiento de los colaboradores está asociado con el nivel de compromiso de los trabajadores y con la capacitación de los colaboradores, ya que se utiliza el trabajo a destajo y los colaboradores se sienten motivados a producir más para obtener mayores remuneraciones, así mismo, el mientras más capacitados se encuentren, mejores productos podrán realizar y se maneja un buen control de rendimiento. Finalmente, para el desarrollo de un buen plan marketing, se debe tener buena una buena aptitud frente a ello, tiene que existir el deseo de querer hacerlo e implementarlo en las empresas.

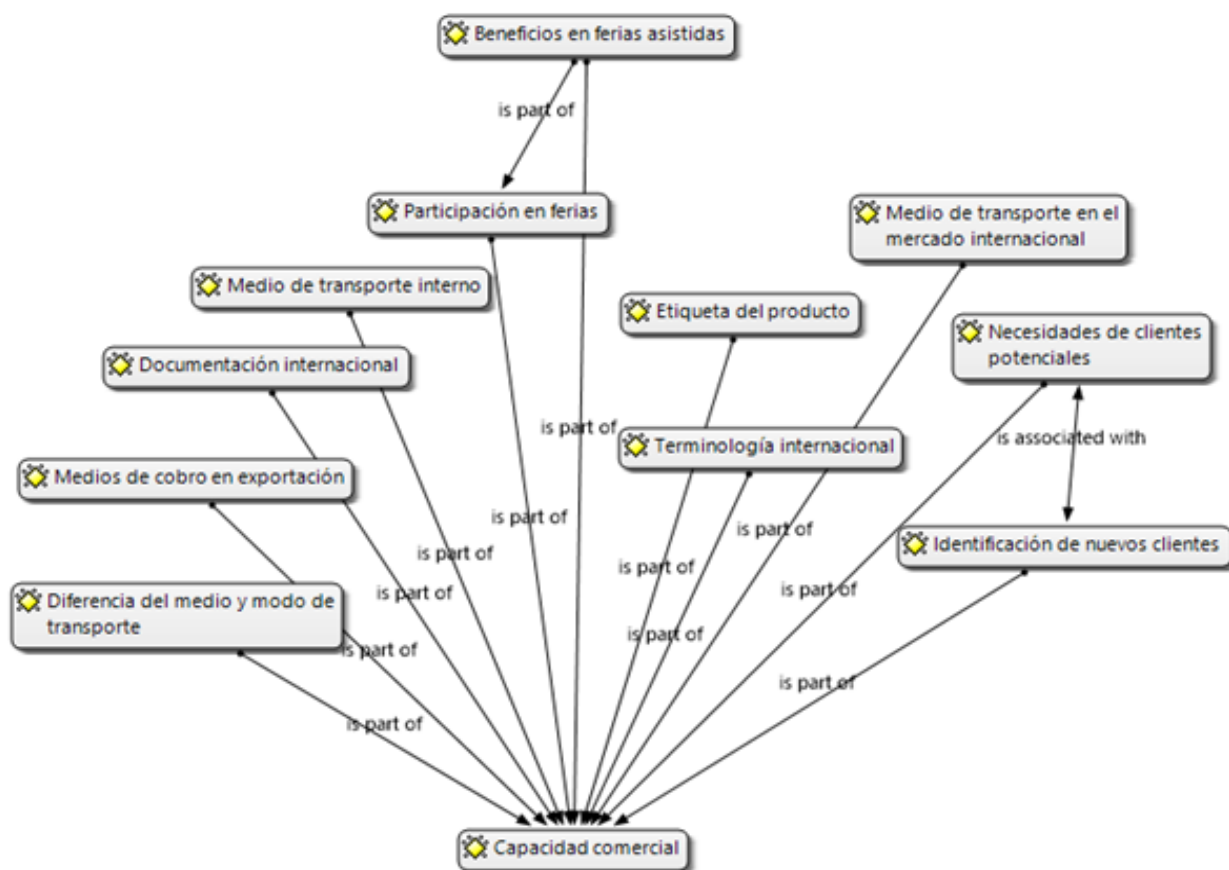
#### ***4.2.2.3. Análisis de resultados de Capacidad Comercial***

Se realizó el análisis de cada instrumento aplicada respecto a esta capacidad, véase en la figura 12.

##### ***4.2.2.3.1. Resultados de entrevista y cuestionario a Gerentes – Artesanos.***

Como se observa en la figura 12, para los artesanos la mayoría de los elementos que conforman la capacidad comercial son temas desconocidos y por esta razón muchos de ellos tienen problemas cuando quieren exportar. De los casos estudiados, la mitad manifestaron que no conocen los términos en el comercio internacional y de la misma manera la documentación necesaria para una exportación, sin embargo, algunos de ellos que ya tuvieron experiencia en exportación dieron a conocer que contrataron a agentes que se encargaron de todo este proceso. Por otro lado, parte de los artesanos consideran que las ferias y eventos que brindan Promperú, Mincetur y otras entidades del gobierno no les han ayudado en sus procesos de exportación, ellos consideran que estas entidades no ponen suficiente esfuerzo para apoyarlos en esta actividad. Sin embargo, la otra parte menciona que las capacitaciones y eventos realizados por estas instituciones si los han apoyado y les han enseñado lo que deben de realizar para empiecen

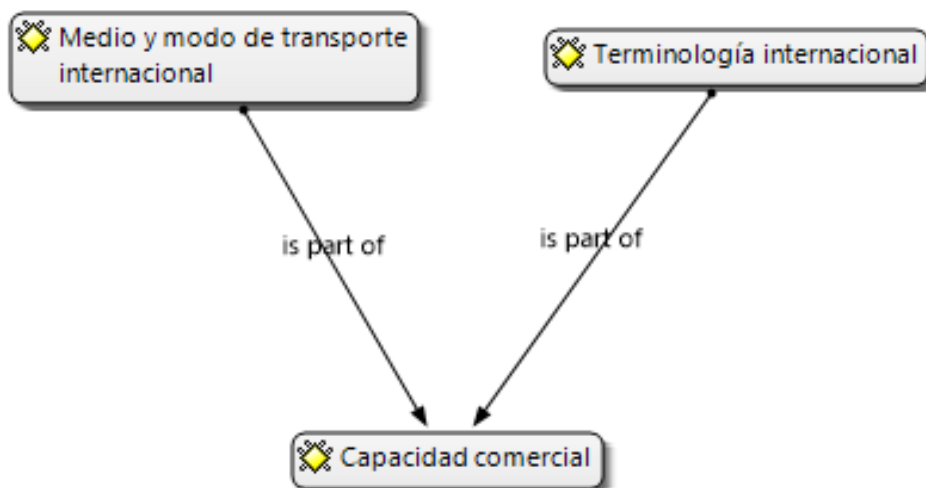
a exportar o ampliar su exportación. Así mismo, han manifestado que en las ferias realizadas por Promperú han podido identificar las necesidades de nuevos clientes y de esta manera han mejorado respecto a los modelos o a la calidad que ellos requieren



*Figura 12:* Resultados de entrevista y cuestionario a artesanos - Capacidad Comercial  
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, los artesanos entrevistados expresaron que los productos del sector de artesanía (mate burilado) no están obligados a presentar una etiqueta o empaque, sin embargo, si deben de tener obligatoriamente el nombre del autor en una parte del producto, además el empaquetado de estos productos son dependientes del medio de transporte internacional que se utilice. Respecto al modo de cobro internacional, la mayoría de los artesanos solo utilizan como: PayPal, Western Union o transferencias interbancarias para evitar grandes comisiones por parte de las entidades bancarias. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

#### 4.2.2.3.2. Resultados de entrevista a expertos



*Figura 13:* Resultados de entrevista a expertos de Capacidad Comercial  
Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la figura 13, para los expertos los INCOTERMS depende mucho del contrato que realice el exportador con el importador, no se puede determinar el mejor INCOTERM para todas las empresas pero si recomiendan a las empresas que no tienen mucha experiencia o que recién empezarán con la exportación, que estas deberían de realizarlo en la terminología FOB si va a ser marítimo o FCA si va a ser aéreo, ya que de esta manera el exportador (artesanos) no tendría la obligación de controlar el flete internacional, por lo cual esto reduciría su inversión y también los posibles riesgos.

Por otro lado, el tema de medio de transporte depende mucho del INCOTERM acordado por ambas partes, sin embargo, los expertos recomiendan hacerlo vía marítima ya que el costo de flete es mucho menor a comparación del flete aéreo, si en caso el importador solicitará la mercadería lo más antes posible, lo más recomendable sería hacerlo por el modo aéreo. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

#### 4.2.2.3.3. Resultados de Guía de Observación.

Como se observa en la figura 14, para los investigadores los productos (mate burilado) cumplen con los requerimientos para exportar, ya que el único requisito que piden las entidades

controladoras es que este tipo de productos contengan el nombre del autor en la base del producto. Por lo que se pudo observar, las empresas que si exportan si cumplen con ello. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

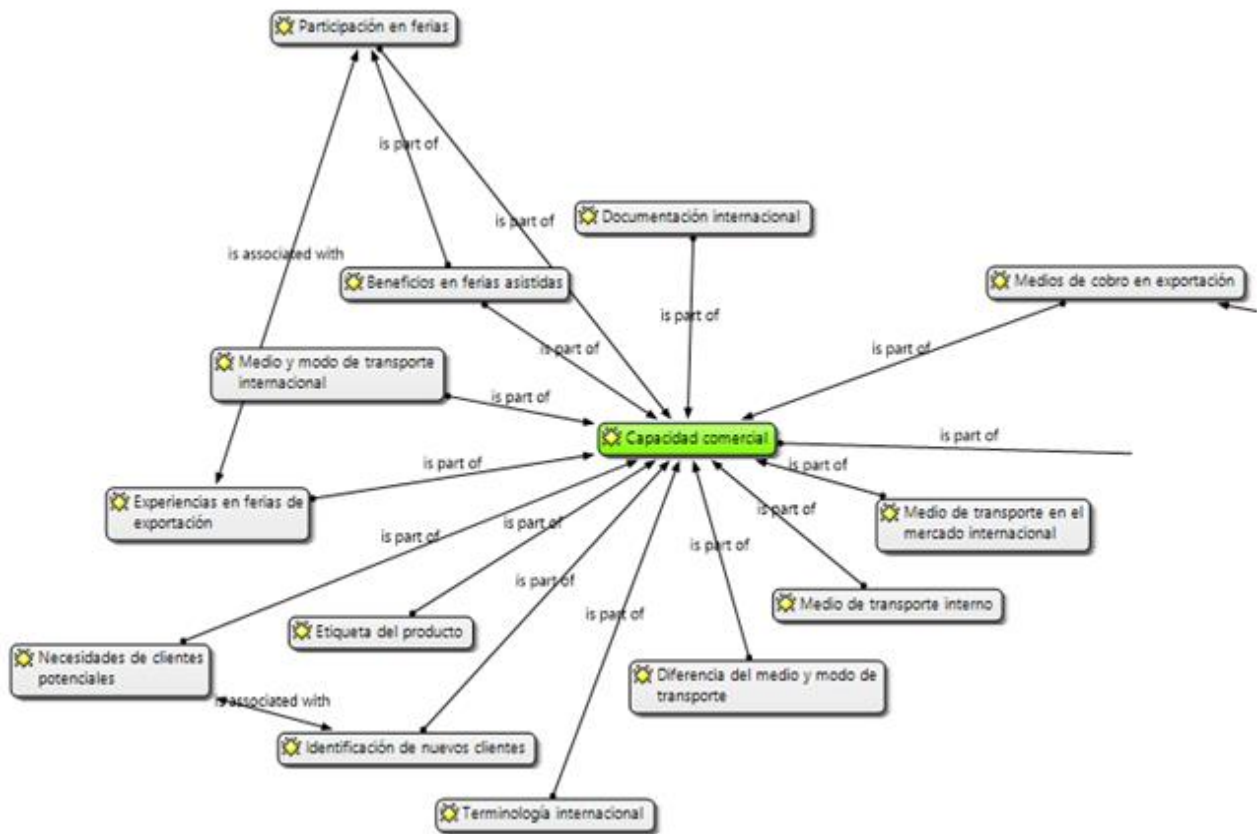


*Figura 14:* Resultados de guía de observación de Capacidad Comercial  
Fuente: Elaboración propia.

#### *4.2.2.3.4. Resultado total de Capacidad Comercial.*

Como se observa en la figura 15; la documentación internacional, medios de cobro en exportación, medio de transporte en el mercado internacional, medio de transporte interno, medio y modo de transporte internacional, terminología internacional y etiqueta del producto son elementos clave para tener una alta condición respecto a la capacidad comercial. Así mismo, se puede determinar que existen muchos beneficios para los exportadores que participan en las ferias de exportación que brindan las entidades gubernamentales como Promperú, Mincetur, Cámara de Comercio y más.

Finalmente, se puede identificar mucho mejor las necesidades de clientes potenciales en dichas ferias, ya que solo asisten importadores interesados en productos innovadores y en base a ello puedes armar catálogos o fichas de tus productos para que puedas llegar a nuevos clientes.



*Figura 15:* Resultado total de Capacidad Comercial  
Fuente: Elaboración propia.

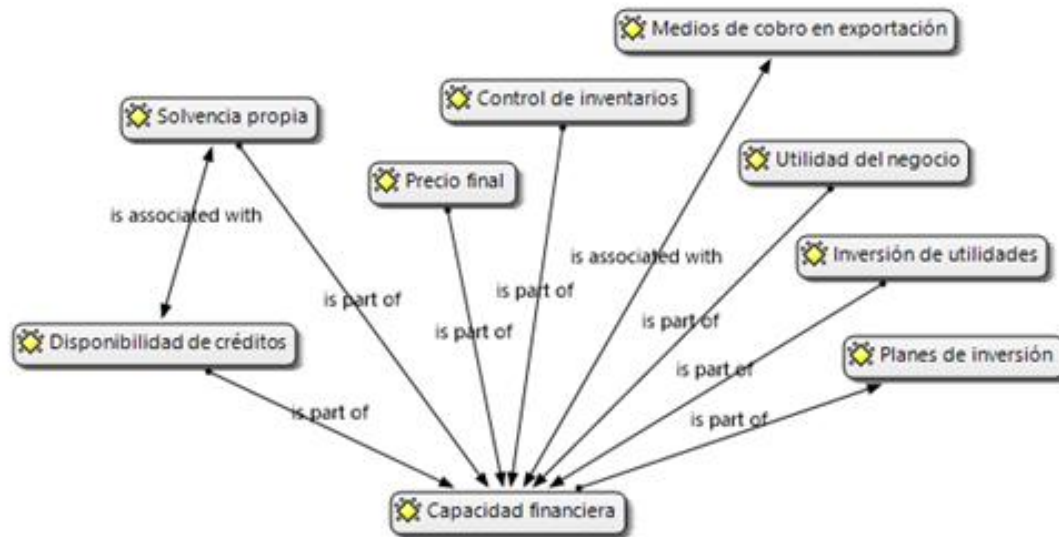
#### **4.2.2.4. Análisis de resultados de Capacidad Financiera**

Se realizó el análisis de cada instrumento aplicada respecto a esta capacidad, véase en la figura 16.

##### **4.2.2.4.1. Resultados de entrevista y cuestionario a Gerentes – Artesanos.**

Como se observa en la figura 16, para los artesanos la capacidad financiera es una capacidad exportadora que permite iniciar con el proceso productivo. Sin embargo, la mayoría de ellos manifestaron que tienen mucho temor acerca del endeudamiento con entidades bancarias por los intereses altos, es por ello, que los artesanos suelen realizar préstamos de familiares, amigos o como personas naturales sin involucrar a la empresa como tal.





*Figura 16:* Resultados de entrevista y cuestionario a artesanos - Capacidad Financiera  
Fuente: Elaboración propia.

Otro punto que no es importante para ellos es el control de inventarios de los productos, la mayoría de estos no tienen softwares o no manejan programas especializados para controlar la entrada y salida de los productos, ellos no creen que esto sea importante porque suelen cambiar constantemente sus precios finales y es por ello por lo que no pueden manejar correctamente un control de inventarios. Por otra parte, los artesanos estudiados manifestaron que constantemente realizan planes de inversión, especialmente en la infraestructura de sus establecimientos y en la compra de maquinaria de apoyo para la producción. Cabe decir, que la mayoría se siente satisfecho con su negocio y con las utilidades que reciben, resaltaron que les interesaría vender más al mercado internacional ya que las ganancias de los productos son mucho mayor y seguro a comparación de las ganancias locales. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

#### *4.2.2.4.2. Resultados de entrevista a expertos.*

Como se observa en la figura 17, para los expertos la capacidad financiera es un tema vital ya que sin ella las empresas de artesanía no podrían iniciar el proceso de exportación. Ellos manifestaron que estas empresas deberían de contar con liquidez a la mano ya que, si un

importador quisiera realizar negocios con ellos, estos deberían tener suficiente materia prima para iniciar con la producción, sin embargo, se debe de tener en cuenta que para adquirir grandes volúmenes de materia prima contar con los suficientes recursos económicos es lo principal.



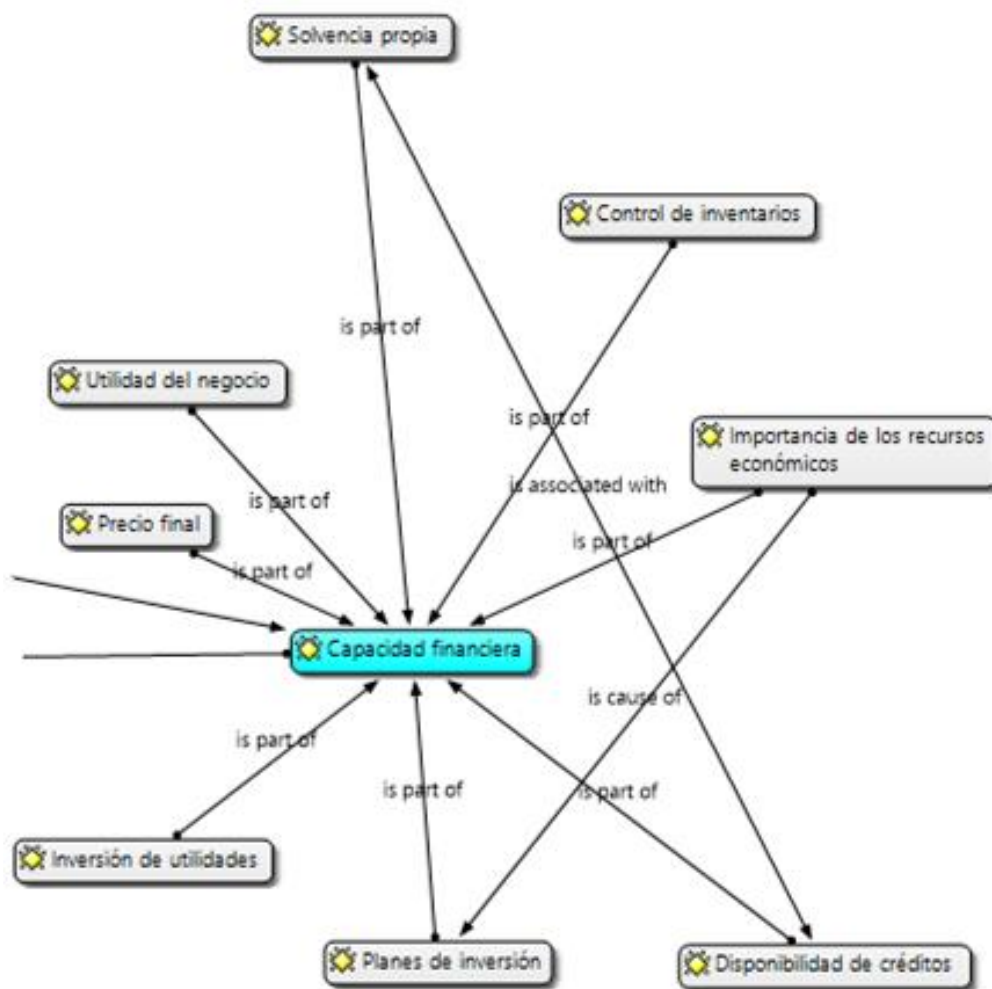
*Figura 17:* Resultados de entrevista a expertos de Capacidad Financiera  
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, los expertos recomiendan contar con suficiente liquidez y con una buena capacidad de financiamiento. Así mismo, el instrumento aplicado se observa en el apéndice B.

#### *4.2.2.4.3. Resultado total de Capacidad Financiera*

Como se observa en la figura 18; la inversión de utilidades, precio final, utilidad del negocio y control de inventarios son elementos que son identificados como parte de la capacidad financiera. Así mismo, contar con recursos económicos disponibles apoyara con los objetivos de inversión y motivara a seguir desarrollando nuevos planes de inversión.

Finalmente, contar con solvencia propia ayuda a cerrar negocios con importadores ya que la mayoría de estos lo primero que piden es ver la mercancía requerida para posteriormente pagar, por esta razón es muy importante este punto ya que permite brindar créditos a los clientes y de esta manera concretar el negocio.



*Figura 18:* Resultado total de Capacidad Financiera  
Fuente: Elaboración propia.

#### **4.2.2.5. Resultado final de la categorización a posteriori de Capacidad Exportadora.**

De acuerdo con el análisis de la figura 19, las capacidades exportadoras encontradas en las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba son las siguientes; capacidad productiva, capacidad de gestión, capacidad comercial y capacidad financiera.

De la misma manera, cada capacidad exportadora engloba un conjunto de elementos que son importantes para este sector.

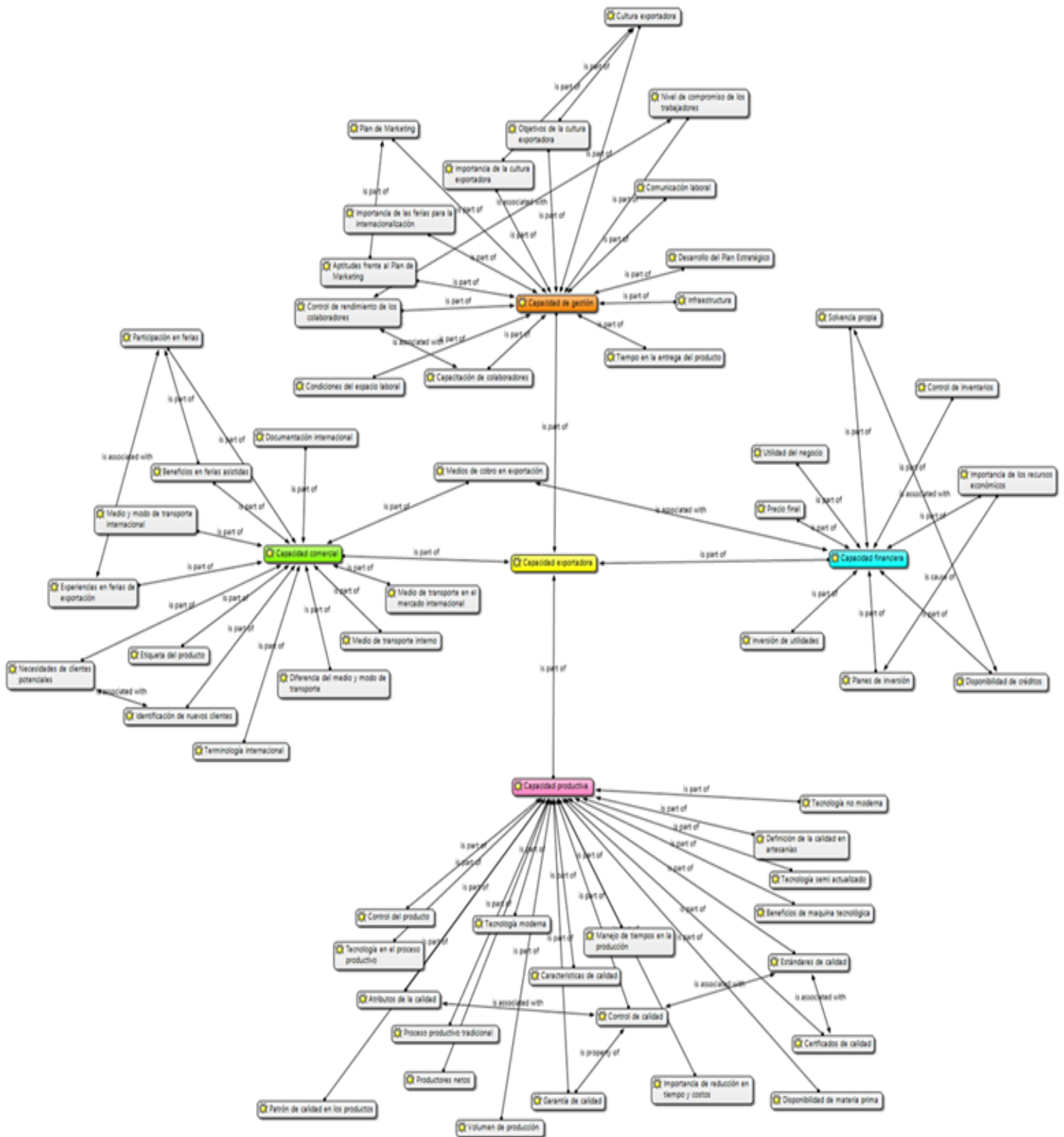


Figura 19: Categorización a posteriori de Capacidad Exportadora  
 Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.2.6 Análisis de resultados de Selección de Mercado

Se realizó el análisis de cada ítem para la elección del mercado objetivo como se muestra en la Tabla 7.

Tabla 7

##### *Matriz de selección del mercado internacional del mate burilado*

Ítem	Peso	EE. UU	Puntaje	%	Ecuador	Puntaje	%	Panamá	Puntaje	%
% Crecimiento de importaciones de Mates Burilados	0.3	7%	3	0.9	-6%	1	0.3	0%	2	0.6
Población	0.2	328.329.953	3	0.6	17.373.657	2	0.4	4.246.440	1	0.2
% PBI 2019	0.1	2.2	2	0.2	0.1	1	0.1	3.04	3	0.3
Tránsito marítimo (días)	0.2	16	1	0.2	2	3	0.6	4	2	0.4
Arancel AV	0.15	0%	3	0.45	0%	3	0.45	10%	1	0.15
Doing Business (puesto)	0.05	8°	3	0.15	123°	1	0.05	79°	2	0.1
	1			2.5			1.9			1.75

Nota: Elaboración propia.

Mercado Objetivo	EE. UU
Mercado Alterno	Ecuador
Mercado Contingente	Panamá

En base a la matriz de selección de mercado realizado anteriormente en la tabla 7, se determinó que el país con mayores características favorables para la exportación es el país de Estados Unidos. Para realizar esta matriz de selección de mercado se colocó pesos a cada ítem en base a un cuestionario aplicado a los expertos (Apéndice G), ellos determinaron la importancia de cada uno de los ítems para la exportación colocando un mayor puntaje a los ítems más importantes y a los ítems con menor relevancia se colocó un menor porcentaje. Por consiguiente, se seleccionó los tres mercados que realizan más importaciones de Perú respecto a este producto (mate burilado). Además, para la puntuación de cada uno de estos ítems se evaluó que país presenta mayor ventaja respecto a cada uno, en base a ello se colocó una ponderación del 1 al 3 respectivamente de menor a mayor puntaje, siendo el mayor la mejor opción para exportar. Terminando de completar la información de cada ítem, se realizó la sumatoria de estas y de esta manera se seleccionó el mercado objetivo, el mercado altero y el mercado contingente, siendo el mercado objetivo el que obtuvo el mayor porcentaje, en este caso es el país de Estados Unidos.

#### **4.3. Interpretación de los hallazgos**

Según Dan (2012), su investigación menciona que la capacidad productiva se refiere a los medios necesarios que cuenta una empresa como: tecnología, control de calidad, proceso productivo, suficiente materia prima, almacenamiento de productos, desarrollo e investigación para el mejoramiento de productos y existencia de procedimientos para la exportación para conseguir las cantidades requeridas para una exportación al mercado.

A diferencia de esta investigación, la capacidad productiva conlleva a más aspectos a considerar, por lo cual podemos decir que es muy importante la disponibilidad de materia prima debido a que para una exportación es necesario contar con suficientes productos y que el producto tenga una buena calidad como: buenos diseños, buen acabado y características que reflejen el patrón requerido por el cliente. Respecto a la tecnología no es tan fundamental

debido a que el mate burilado es un producto tradicional y el proceso productivo lo vienen haciendo desde hace muchos años de manera tradicional. Además, la calidad es un punto indispensable para considerar en la capacidad productiva debido a que presenta aspectos como estándares, certificados, control, atributos, garantía, patrón y características de calidad que debe tener cada producto. En cuanto, a los volúmenes de producción estas empresas si cuentan con la materia prima necesaria para una exportación y para una producción alta. Finalmente, a diferencia de la teoría, un punto a favor son los productores netos que tiene una gran ventaja frente a tener acuerdos para una exportación, debido a que pueda evitar costos extras y problemas con terceros por irresponsabilidad y temas de calidad.

Según Dan (2012) su investigación menciona que la capacidad de gestión se refiere a la experiencia exportadora entre el gerente y los colaboradores, si la dirección de la empresa está dispuesta a comprometer recursos para una exportación, si está preparada para las alianzas estratégicas con fines de exportación, si está dispuesta a tiempos de espera largos para cumplirse con los objetivos así como también se ven temas internacionales y si cuenta con experiencia en el comercio exterior.

A diferencia de esta investigación, la capacidad de gestión tiene aspectos muy importantes como son los colaboradores, si hay un buen nivel de compromiso de parte de los colaboradores se llevará a cabo un buen control de rendimiento de estos para saber si cumplen con las horas pautadas. Por otra parte, las capacitaciones son indispensables en este rubro ya que juega un papel muy importante para el logro de las actividades y proyectos futuros dado que es el desarrollo por el cual obtienen el conocimiento, habilidades y actitudes para relacionarse en el ambiente laboral y cumplir con el requerimiento de los clientes. A la vez hemos identificado que contar con un adecuado espacio laboral motiva a los colaboradores a realizar su trabajo exitosamente. Además, hemos considerado que para una capacidad de gestión eficiente el Plan Estratégico es importante, debido a que desarrollarlo en estas empresas

ayuda a establecer objetivos y estrategias realistas alineados hacia un gran propósito en común, a la vez están alineados con la visión y misión de la empresa para poder ingresar a nuevos mercados internacionales. De mismo modo, el Plan de Marketing es un punto clave para internacionalizarse ya que si la empresa tiene una visión clara con sus objetivos y el camino que debe recorrer para alcanzarlos, tendrá en cuenta que las ferias es un espacio para poder conseguir clientes potenciales, generar mayores ventas, analizar el mercado y la competencia. Respecto a las capacitaciones de Promperú y Mincetur es importante ya que de esta manera el artesano puede adquirir y ampliar sus conocimientos respecto al proceso de exportación, los términos internacionales y el mejor medio para exportar su producto. Finalmente, la cultura exportadora es otro punto importante ya que genera en los artesanos la motivación de ingresar a nuevos mercados y generar mayores ganancias a su vez fomentar la cultura exportadora dentro de la empresa hará que los colaboradores se alineen con los objetivos propuestos para la exportación.

Según Dan (2012) en su investigación menciona que la capacidad comercial abarca dos categorías como es la inteligencia comercial y esto hace referencia a las ventajas que ofrecen los acuerdos comerciales, conocimiento sobre la promoción de la exportación, conocimiento sobre programas de apoyo a la exportación que desarrollan las entidades del país de origen, conocimiento sobre las barreras de entrada en el país meta, contactos con fuentes de información para estudios de mercado, conocimiento de la estrategia comercial y sobre las condiciones de la venta de la competencia en el país destino. Otra categoría por considerar es la comercialización y venta; se evalúa varios factores como son la selección del mercado y clientes internos en base a la investigación de mercado, si los planes de comercialización se desarrollan por productos, clientes o nichos de mercado, si la política de precio está basada en: costos, precios de la situación del mercado o competencia, el grado de participación en ferias



o exposiciones nacionales e internacionales y si la empresa está preparado para el servicio postventa.

A diferencia de esta investigación, la capacidad comercial es un punto primordial porque podemos encontrar beneficios a partir de las participaciones en ferias que fomenten la exportación. De esta manera las empresas de mates burilados pueden llegar a su público objetivo, por lo que es la oportunidad perfecta para presentar y aumentar la notoriedad de su marca, la variedad de productos que tienen, contactar con clientes meta, nutrirse sobre lo que sucede en el sector de artesanías, poder cerrar tratos, conocer más a la competencia y poder como empresa añadir un valor agregado. Por otro lado, se considera el medio de transporte internacional como un componente clave en la capacidad comercial ya que forma parte de la logística del comercio exterior, es el que va a garantizar el desplazamiento físico del producto (mate burilado) desde la embarcación hasta el mercado de Estados Unidos. La capacidad comercial es un punto muy importante en la cual se precisa que medio y modo de transporte se va a utilizar para la exportación del mate burilado, también se precisa el medio de cobro que se hará para la exportación al mercado de Estado Unidos, teniendo en cuenta que los artesanos deben de escoger la mejor forma de cobro a sus clientes. Por otro lado, la terminología internacional, es un conocimiento necesario para que los gerentes de las empresas de mates burilados conozcan más acerca de los acuerdos que se puede llegar mediante ellos con el importador. El conocimiento acerca de la documentación necesaria para exportar ayuda a los artesanos a agilizar el proceso de exportación y además previene fallas en el proceso ya mencionado. Finalmente, este punto es diferente respecto a otras investigaciones ya que el etiquetado no es de vital importancia para este tipo de producto, debido a que este es un fruto y no requiere un etiquetado específico para la exportación, más si se debe de poner el nombre del autor.

Según Munarriz (2017) la capacidad financiera es muy importante para iniciar el proceso de exportación, ya que una empresa debe de contar con suficiente liquidez o capacidad de endeudamiento para la adquisición de materia prima y para sustentar todos los requerimientos del proceso productivo. Así mismo, deben de tener un buen estado económico para ofrecer precios competitivos frente a la competencia.

A diferencia de esta investigación, la capacidad financiera permite el inicio del proceso productivo y de las actividades a realizarse, si los artesanos no contaran con suficiente liquidez o financiamiento no podrían comprar suficiente materia prima y por consecuencia no podrían exportar. Por otro lado, hemos identificado que los artesanos no llevan un control de inventarios frecuentemente ya que algunas de sus ventas son con precios finales diferentes y esto no permite llevar un control adecuado. Además, los planes de inversión juegan un papel importante debido a que las empresas proponen objetivos y estos se deben de realizar en base a estos planes, la mayoría de los artesanos designan parte o más de la mitad de la utilidad de negocio en mejorar sus maquinarias y la infraestructura de la empresa.

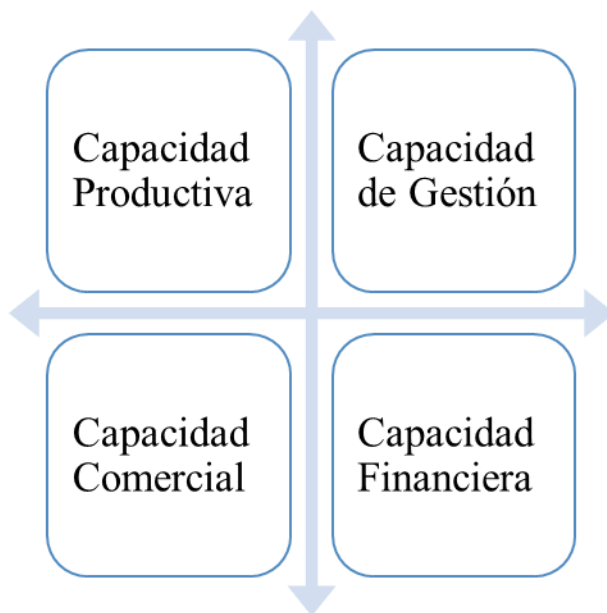
## Conclusiones

1. Las condiciones que se encontraron en las capacidades exportadoras respecto a lo investigado fueron: a) capacidad productiva, las condiciones encontradas en esta capacidad son altas, debido a que estas empresas cumplen con las características requeridas para exportar al mercado objetivo las cuales son: tecnología no moderna, control de calidad, control del producto, disponibilidad de materia prima y buen manejo de tiempos en la producción; b) capacidad de gestión, las condiciones que se encontraron en esta capacidad son regulares, debido a que cuentan solo con ciertos elementos que engloban esta capacidad la cuales son: constante capacitación de colaboradores y buena comunicación laboral. También, se puede decir que la mayoría de las empresas entrevistadas si cuentan con espacios divididos para cada proceso de producción, sin embargo, se encontró la ausencia de desarrollo de los planes de estrategias y de marketing, no cuentan con los conocimientos necesarios para realizarlos y tampoco consideran que la cultura exportadora es necesaria para la exportación; c) capacidad comercial, las condiciones encontradas en esta capacidad son bajas, debido a que se observó que la mayoría de estas empresas desconocen aspectos importantes para que una empresa pueda exportar, lo siguientes aspectos son: terminología (Incoterms), estas empresas desconocen los términos básicos que se requieren para una negociación internacional, de la misma manera desconocen la documentación internacional. Respecto a los medios de transporte en el mercado internacional si tienen conocimiento y reconocen el óptimo para sus productos. Por otro lado, las ferias de exportación no son tan relevantes para los artesanos, sin embargo, los expertos enfatizan este punto para que estas empresas puedan ganar experiencia. Finalmente, no se encontró problemas con la etiqueta de los productos ya que no hay requerimientos establecidos para estos; d) capacidad financiera, las condiciones encontradas en esta capacidad son regulares, debido a que estas empresas cuentan con ciertos aspectos importantes los cuales son: solvencia propia, estas empresas pueden llegar a cubrir los gastos en una exportación de

volumen mediano, además tienen la disponibilidad de otorgar crédito a sus clientes y respecto a su utilidad del negocio es buena y es por ello que realizan constantemente planes de inversión. Sin embargo, estas empresas no manejan un control de inventarios, además se ha podido encontrar que estas empresas no están dispuestas a correr riesgos con entidades bancarias por lo tanto se verían afectadas si un cliente les pediría mercadería en gran volumen.

2. El mercado de Estados Unidos ha sido identificado como el mercado prioritario ya que se ha podido determinar que cuentan con más características favorables a comparación de otros mercados, tomando en cuenta ciertos aspectos los cuales fueron: el crecimiento de las importaciones en los últimos años, población, arancel AV y Doing Business.

3. Se considera el orden de prioridad de las capacidades exportadoras:



*Figura 20:* Orden de prioridad según investigadores  
Fuente: Elaboración propia.

4. En base a la investigación realizada se considera que no hay una preponderancia respecto a las capacidades exportadoras como se observa en la figura 20, ya que cada una de ellas tienen la misma importancia para realizar una exportación exitosa, es por ello se considera: a) capacidad financiera: tiene la misma importancia que las otras capacidades debido a que se requiere recursos económicos para empezar el proceso productivo, en el caso de las empresas de artesanías el recurso económico es importante para iniciar comprando la materia

prima y posterior a ello realizar todo el proceso productivo. Además, sin recursos económicos no se podría implementar una estrategia de marketing y logística para el desarrollo de la exportación, b) capacidad productiva: tiene la misma preponderancia ya que el proceso productivo es de vital importancia para satisfacer las necesidades del cliente y poder llegar al mercado internacional. Si las empresas de mates burilados no cuentan con una capacidad productiva, no podrían realizar el control de calidad necesario para el producto a ser exportadora, además el detalle de la producción hecho a mano es el determinante para darle valor a los productos para el mercado estadounidense; c) capacidad comercial: cuenta con la misma importancia, ya que mediante esta las empresas estudiadas podrán lograr expandirse al mercado internacional tomando en cuenta el apoyo que brindan las entidades del gobierno como son las ferias y eventos de exportación, d) capacidad de gestión: presenta el mismo predominio, debido a que la gestión en una empresa es necesaria para que la empresa cumpla con sus objetivos ya planteados. Además, esta capacidad ayuda al desarrollo de la capacidad productiva, financiera y comercial, mediante esta se puede administrar los tiempos, gestionar a los colaboradores y fomentar la cultura exportadora.

5. El propósito general de la investigación fue identificar las capacidades exportadoras de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas, distrito el Tambo, provincia de Huancayo, después de procesar los resultados de cada sujeto de estudio, fue posible identificar las siguientes capacidades exportadoras: capacidad productiva, capacidad de gestión, capacidad comercial y capacidad financiera. Poseer estas capacidades exportadoras permitirán ampliar la exportación de las empresas estudiadas. Además, es importante tener en cuenta que cada capacidad exportadora contiene componentes que son imprescindibles que apoyarán con el objetivo de ampliar la exportación.

## Recomendaciones

1. En base a la investigación se recomienda que las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba consideren a las cuatro capacidades importante para que amplíen su exportación. Algunas de estas empresas sólo toman en consideración uno o dos capacidades, pero si estas desean tener éxito en el mercado internacional, deben de enfocarse en mejorar en las cuatro capacidades exportadoras, cada una de ellas es importante para cada proceso y para el desarrollo eficiente en una exportación.

2. Se recomienda a las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba que se enfoquen principalmente en mejorar su capacidad comercial, ya que si desean expandirse en otros mercados deben de conocer como mínimo las terminologías internacionales y los documentos para el proceso de exportación. Además, deben de asistir con más frecuencia a los eventos y ferias que realizan las entidades como Promperú, Mincetur y otros ya que en estos eventos les capacitarán para que realicen una exportación eficiente. Respecto a la capacidad de gestión se recomienda desarrollar anualmente planes de estrategias administrativos y de marketing, sin dejar de lado el planteamiento de objetivos. Por otra parte, se recomienda el mejoramiento en algunos puntos de la capacidad financiera como un mejor control del estado de cuenta, esta parte se mejoraría realizando un control de inventarios y de esta manera se podría evitar ciertas pérdidas o desajustes en las ganancias. También, las empresas deben de tomar en cuenta la inversión constante en la infraestructura y maquinaria de la empresa. Así mismo, se recomienda el respaldo financiero para la inversión en insumos, materia prima y el proceso logístico para la exportación y de esta manera atender pedidos en volumen grande, para evitar el pago de altos impuestos se recomienda omitir las facturas y boleta de ventas. Finalmente, se recomienda no descuidar esta capacidad ya que es indispensable para el cumplimiento del producto requerido y se tiene que tomar en cuenta constantemente el control

de calidad porque de esta manera los productos cumplirán con el patrón requerido y las expectativas del importador serán altamente satisfechas.

3. Se recomienda que para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos la empresa adapte los productos en base a los diseños, colores y características que exigen los consumidores finales. Los artesanos podrían realizar mates con diseños en base a la cultura estadounidense ya que se debe de tomar en cuenta que los estadounidenses son muy patriotas. Por otro lado, se debe implementar estrategias de marketing que ayuden al producto a llegar a más consumidores del mercado internacional.

4. Si bien es cierto que hay un orden de prioridad de las capacidades exportadoras, al final todas son importantes para la exportación, sin embargo, se recomienda a las empresas considerar la figura 20 previamente realizada, para que de esta manera prioricen las actividades a realizar y logren sus objetivos propuestos en cuanto a la exportación.

5. En cuanto a los Incoterms, se recomienda utilizar el incoterm FCA si el transporte internacional es aéreo o FOB si el transporte internacional es marítimo ya que el exportador no tendría la obligación de contratar el flete ya sea marítimo o aéreo por lo cual se reduciría la inversión y a su vez los riesgos. También ahorraría tiempo en cuanto a la búsqueda del flete. De esta manera, se realizará más fácil la exportación y eficiente.

6. Se recomienda a los artesanos invertir en estrategias de marketing y publicidad como página web, catálogos, redes sociales y campañas publicitarias digitales tanto para el mercado nacional e internacional para que de esta manera lleguen a muchos más consumidores e incrementar sus ventas.

## Referencias

- Alonso, J. A., & Donoso, V. (1998). *Competir en el exterior. La empresa española y los mercados internacionales*. 5.
- Alvarez-Gayou, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa: Fundamentos y metodología*.
- Arce, K., & Condor, T. (2019). *Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Arévalo, J. L. S., Lima, J. R. F. de, & Araújo, A. F. V. de. (2013). Determinantes de la oferta de exportación de mango: Estudio de caso para el Perú. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 51(suppl 1), s101-s120. <https://doi.org/10.1590/S0103-20032013000600006>
- Asociación de Exportadores. (2021). *Artesanía busca recuperar presencia en el mercado internacional*. <https://andina.pe/agencia/noticia-adex-artesania-busca-recuperar-presencia-el-mercado-internacional-837651.aspx>
- Ayala, L., & Ramos, S. (2021). *Descripción de las capacidades de exportación en empresas productoras de prendas de vestir a base de fibra de alpaca (Huancayo y Lima -2020)* [Universidad Continental]. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8758/4/IV\\_FCE\\_315\\_TI\\_Ayala\\_Vega\\_2021.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8758/4/IV_FCE_315_TI_Ayala_Vega_2021.pdf)
- Bullon, D. P. (2016). *Capacidad Exportadora*. 36.
- Camavilca, B., & Camavilca, L. (2012). *Estudio de Factibilidad para la instalación de una planta procesadora de harina de maca gelatinizada para exportación a Estados Unidos*. Universidad Nacional del Centro del Perú.



- Carbajal, R. (2019). *Capacidad exportadora de los cultivos diversificados del equipo para Rio Branco Brasil 2019* [Universidad Tecnológica del Perú]. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2556/Oscar%20Carbajal\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2556/Oscar%20Carbajal_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Castro Figueroa, A. M. (2008). *Manual de exportaciones: La exportación en Colombia* (2. ed). Editorial Universidad del Rosario.
- Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio. (2010). *Patrimonio cultural inmaterial Latinoamericano II*. CRESPIAL.
- Cerquin, V., & Oruna, G. (2019). *La capacidad exportadora de la empresa consorcio reciclador del norte S.A.C Ubicada en el milagro, huanchaco para la exportación de pet molido reciclado al mercado de Chile*. Universidad Privada del Norte.
- Consortio Jurídico Aduanero. (2015). ¿Cómo evaluar si la empresa tiene capacidad exportadora? *Blog CJAduanero*. <https://cjaduanero.com/cjablog/?p=1355>
- Córdoba, G. M. V., Adam, M. R., & Barrios, G. R. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión. *Lebret*, 8, 127-147.
- Cruz, F. (2016). Factores críticos de éxito de las empresas exportadoras peruanas, Lima. *UCV-SCIENTIA*, 8(1). <https://doi.org/10.18050/RevUcv-Scientia.v8n1.a8>
- Cruz, S., & González, F. (Eds.). (2008). *¿Qué capacidades tienen mayor impacto sobre los resultados empresariales?*
- Dan, I. S. (2013). *Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las Pymes's en Venezuela*. 20.
- Dan, S. (2012). *Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las PYME'S en Venezuela*.
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2006). *Negocios internacionales: Ambientes y operaciones*. Pearson Educación.

<https://books.google.com.br/books?id=lc9iA9JOAhEC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Dini, M., & Stumpo, G. (2018). *Mipymes en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. CLACSO.

División de Innovación Tecnológica en Turismo. (2012). *Línea artesanal de mates burilados. Tecnología e innovación*.

[http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4810/Linea\\_artesanal\\_mates\\_burilados\\_2012\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4810/Linea_artesanal_mates_burilados_2012_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Escudero, Á., Hurtado, N. E., & De La Torre, M. (2009). *La internacionalización de la empresa como generadora de capacidades organizacionales: una aplicación empírica al sector de la alimentación*. 15.

Fernández, M., García, I., & Hernández, F. (2008). *Factores determinantes del éxito exportador. El papel de la estrategia exportadora en las cooperativas agrarias*. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17412307002.pdf>

García, R. M. (2017). *Capacidad Exportadora*. 45.

Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (1<sup>o</sup> Edición). Editorial Brujas.

Grant, R. (1996). *Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Civitas.

Hinojosa, P., & Toledo, E. (2018). *La capacidad exportadora y su relación con la internacionalización de la empresa de confecciones textiles P&P Arequipa, 2018* [Universidad Tecnológica del Perú].

[https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2178/Paul%20Hinojosa\\_Edwin%20Toledo\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_2019.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2178/Paul%20Hinojosa_Edwin%20Toledo_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

- Klamer, A. (2012). *Crafting Culture: The importance of craftsmanship for the world of the arts and the economy at large. Bi Annual conference of the Association of Cultural Economics at Kyoto*, 21.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2012). *Línea artesanal de mates burilados: Tecnología e innovación*. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/22\\_L%C3%ADnea\\_artesanal\\_de\\_mates\\_burilados\\_2012\\_.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/22_L%C3%ADnea_artesanal_de_mates_burilados_2012_.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). *Comercio Exterior*. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). *Capacitación en Comercio Exterior a Docentes*. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/herramientas/3\\_NivelIntermedio.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/3_NivelIntermedio.pdf)
- Munarriz, R. (2017). *Capacidad Exportadora*. PromPerú. [https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/1654/capacidad\\_exportadora\\_2017\\_exportaciones.PDF?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/1654/capacidad_exportadora_2017_exportaciones.PDF?sequence=3&isAllowed=y)
- Palacios Duarte, P. D., & Saavedra García, M. L. (2016). El Desempeño Exportador y la Innovación como una Estrategia de Crecimiento para la PYME en México. *Revista mexicana de economía y finanzas*, 11(2), 21-38.
- Pérez, J. (2009). *Análisis del comportamiento exportador de la empresa española desde el enfoque de los recursos y capacidades*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=91085>
- PromPerú. (2009). *Confeción de la Matriz de Selección de Mercados*. 41.

- Ramos, C. A. (2015). *Los paradigmas de la investigación científica*.  
[http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015\\_1/Carlos\\_Ramos.pdf](http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015_1/Carlos_Ramos.pdf)
- Rodriguez, E. A. (2005). *Metodología de la Investigación*. Univ. J. Autónoma de Tabasco.
- Rodríguez, J. (2004). *Análisis de la actividad exportadora de la empresa una aproximación desde la teoría de recursos y capacidades* [Http://purl.org/dc/dcmitype/Text, Universidade da Coruña]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=20431>
- Roncancio, E. (1999). *Artesanía. 2*.
- Sistema Tecnológico de Monterrey. (2019). *Método de Casos -Técnicas Didácticas*.  
[https://www.itesca.edu.mx/documentos/desarrollo\\_academico/Metodo\\_de\\_Casos.pdf](https://www.itesca.edu.mx/documentos/desarrollo_academico/Metodo_de_Casos.pdf)
- Souza, M. C. de. (2009). *La artesanía de la investigación cualitativa*. Lugar editorial.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2020). *Orientación Aduanera Exportación*.  
<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
- Vargas, C. (2021). *Análisis del efecto de la capacidad exportadora de innovación de las empresas de software peruanas en su desarrollo exportador* [Universidad de Lima].  
[https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13330/Vargas\\_Perez\\_Claudia\\_Cristel.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13330/Vargas_Perez_Claudia_Cristel.pdf?sequence=6&isAllowed=y)

**Apéndice A**  
**Matriz de Consistencia**

Problema general	Objetivo general	Categorías	Metodología
¿Qué capacidades exportadoras permitirá ampliar la exportación de mates burilados de las empresas del anexo de Cochabamba para el mercado de Estados Unidos?	Identificar las capacidades exportadoras de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba que permita ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos.	X = Capacidad Exportadora  X1 = Capacidad Productiva  X2 = Capacidad de Gestión	Enfoque de Investigación Cualitativo Método de Investigación Inductivo Tipo de investigación Aplicada Nivel de investigación Descriptivo Diseño de investigación No experimental X: Capacidad Exportadora G: Empresas de mates burilados en el anexo de Cochabamba. Población: La población de estudio está conformada por las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba. Muestra: La muestra de estudio está conformada por empresas que comercializan mates burilados, estas son: Arte Alfaro Núñez E.I.R.L., Artesanía Jaspe-Hurtado Laveriano Alejandro Eustaquio, Artesanía Urpí-Santiago Canchumani Ana María, Veliz Medina Amelia Aurora- Artesanías Huaytapallana, Artesanías Primavera – Núñez de Osorio Clotilde Reina,
Problemas específicos	Objetivos específicos	X3 = Capacidad Comercial  X4= Capacidad Financiera  X5= Selección de mercado	
¿En qué condición se encuentra la capacidad productiva, capacidad de gestión, capacidad comercial y capacidad financiera de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos?	Describir las condiciones de la capacidad productiva, capacidad de gestión, capacidad comercial y capacidad financiera de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba.		
¿Por qué Estados Unidos debería ser el mercado prioritario para ampliar la exportación de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba?	Identificar las ventajas que tiene Estados Unidos como mercado prioritario para ampliar la exportación de mates burilados del anexo de Cochabamba.		

<p>¿Existe alguna preponderancia entre las capacidades exportadoras que contribuya a la ampliación de exportación de las empresas de mates burilados al mercado de Estados Unidos</p>	<p>Identificar el orden de preponderancia de las cuatro capacidades para ampliar la exportación de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba.</p>		<p>KunturDesings -Canto Lazo Katya Milagros, Palomino Palomino Esperanza Elena. Técnicas de recolección de datos Para el análisis de información se utilizará el software estadístico Atlas Ti en el procesamiento de las entrevistas, dado que la investigación es cualitativa. En el proceso del análisis se encontrará comportamientos, actividades y proceso comunes que aplican las empresas con relación a la capacidad exportadora.</p>
---	---	--	--

## Apéndice B

### Instrumentos de recolección de datos

#### Cuestionario a gerentes

Empresa: Artesanías Huaytapallana

#### Cuestionario a las empresas en el tema de estudio

#### Presentación:

Reciba un cordial saludo, actualmente nos encontramos desarrollando la tesis titulada “Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos”, es por lo que deseo aplicar la presente entrevista, agradezco de antemano su gentil colaboración

#### Datos de los entrevistadores:

Nombres y Apellidos	:	Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar
Facultad	:	Ciencias de la Empresa
Escuela Académica Profesional	:	Administración y Negocios Internacionales
Universidad	:	Universidad Continental

---

Nombre y Apellidos	:	Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto
Facultad	:	Ciencias de la Empresa
Escuela Académica Profesional	:	Administración y Negocios Internacionales
Universidad	:	Universidad Continental

#### Confidencialidad:

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos

#### Instrucciones:

Responda las siguientes preguntas con total sinceridad,

---

Cuestionario para analizar la capacidad exportadora de las empresas de mates burilados / Guía de entrevista no estructurada			
Nombre: Amelia Aurora Veliz Medina		Cargo: Gerente	
Marque con una "X" las respuestas que considera estar de acuerdo, según las alternativas mostradas en la rúbrica.			
Capacidad productiva		Valor	
Tecnología	<p>1. ¿La empresa utiliza softwares que facilitan los procesos de producción (inventarios, costos, producción)?</p> <p>Si, nosotros he para poder recepcionar los como la materia prima viene de otro lugar no crecen de aquí lo que nosotros hacemos es hacer un pequeño inventario pero se puede decir manualmente o solo en Excel lo más simple en lo cual nosotros tenemos el control porque hay diferentes tipos de mates tanto más pequeños, más grandes para diferentes acabados no, para lo redondos para los aves entonces para nosotros tener una contabilidad tenemos un pequeño Excel donde nosotros registramos la materia prima que ingresa.</p>		X
	<p>2. ¿Considera que es importante contar con maquinaria de última tecnología para sus procesos de producción?</p> <p>Claro, he bueno de todas maneras como ustedes sabrán anteriormente por ejemplo no existían lo pirograbadores que es electricidad todo era manual nada más se quemaba como madera de quinual no. Y según iba avanzando el tiempo se han ido implementando varias herramientas que ya tienen este un poco de tecnología y eso ha facilitado el proceso de producción se puede ser mucho más rápido incluso el tema de la misma salud no al soplar la madera de quinual los ojos se malogran más rápido en cambio con la electricidad es mucho más sencillo y ya no suelta mucho el humo entonces un poco más nos cuidamos el ojo también.</p>	X	



	<p>3. ¿Su proceso productivo es actualizado tecnológicamente?</p> <p>He.. el proceso productivo de hace 20 años es el mismo proceso productivo del día de hoy he justamente por eso el valor de los mates que es patrimonio no entonces ese mismo solo que algún proceso que es el quemado como ya le comento ahí si se actualizado el tema de la tecnología en ese aspecto pero lo demás si es el mismo proceso de producción de antes y de ahora.</p>			X
Disponibilidad de materia prima e insumos	<p>4. ¿La empresa mantiene grandes volúmenes de producción?</p> <p>Mire anteriormente antes de la pandemia nosotros hacíamos exportaciones y también hacíamos venta acá a nivel nacional trabajamos con empresas de turismo que nos hacían pedidos de cantidades he mensuales una buena cantidad no. Pero una vez que se vino la pandemia obviamente ya habíamos bajado y el día de hoy si no estamos trabajando con cantidades fuertes incluso el tema del turismo también nacional es muy poco es muy escaso ahorita mismo no estamos trabajando, pero si antes hemos trabajado.</p>			X
	<p>5. ¿La empresa produce directamente los productos que vende en el mercado?</p> <p>Si nosotros somos productores no somos revendedores nosotros somos artesanos y producimos netamente la artesanía que tenemos aquí exhibido no tanto en ferias nacionales e internacionales hemos participado en otro países pero nosotros hemos llevado los productos que nosotros hacemos no compramos ni lo vendemos ningún producto.</p>	X		
Control y calidad del producto	<p>6. ¿Considera importante reducir el tiempo y los costos en los procesos?</p> <p>Si claro no, de todas maneras la revisión de tiempo nos ha ido a generar más producción en cantidades y de todas maneras hay algunos procesos que tratamos de hacerlo he como se dice mucho más rápido para poder botar mayor cantidad de producción</p>	X		

	<p>7. ¿Considera que el precio actual de los productos que comercializa logra compensar el costo de producción?</p> <p>Si como son este productos hechos a mano nosotros este mayormente lo que el costo que tiene el producto es de la mano de obra ya que es un trabajo hecho a mano así como los otros productos artesanales tanto en talqueado en platería en todos los lugares y creo que tiene más costo es la mano de obra que se ejecuta en la artesanía en este caso igual porque en realidad la materia prima que es el ante el blanco eso no cuesta mucho 2 3 soles pero lo que nosotros cobramos en realidad es el acabado que nosotros hacemos el tiempo que nos demoramos en producir un mate ese es el costo que nosotros le damos.</p>	X		
	<p>8. ¿La empresa tiene tiempos establecidos para cada proceso y para la producción total?</p> <p>Mire exactamente establecidos que digamos no netamente pero si más o menos ya sabemos cómo es un mate, tenemos diferentes acabados, entonces un mate paisaje que es un acabado sabemos más o menos que tiempo nos demanda en hacerlo un mate fondo negro que es un acabo mucho más fino sabemos más o menos que tiempo nos demanda en producirlo pero como está hecho a mano a veces una persona que está tallando no dice no dibuja no defrente va a tallar entonces se incrementa otras cosas dibuja más florcitas entonces no está establecido directamente un tiempo exacto que tiene que terminar un producto sino ya va variando de acuerdo al acabado y también como le comento va variando de acuerdo a la creatividad que tiene la persona también.</p>	X		
	<p>9. ¿La empresa cuenta con certificados de calidad?</p> <p>Si claro, este Promperú hizo una capacitación con la región Junín hace 2 años 3 años más o menos y bueno varios artesanos de aquí participamos para que nos puedan dar certificados de calidad obviamente viendo este la</p>	X		

	calidad de nuestros productos siendo supervisados y si nosotros contamos con certificados de calidad.			
	<p>10. ¿La empresa realiza pruebas de control de calidad?</p> <p>Si, para nosotros vender al mercado como le comento ahora mismo es menos no porque no tenemos mucha venta pero antes de la pandemia si nosotros hemos trabajado mucho en lo que es el empaque en la venta final he por ejemplo para el extranjero es diferente entonces ellos no saben que producto es tal vez aquí en el mercado local sabe tiene una idea que es el mate burilado pero en el mercado extranjero mucho no, entonces nosotros este trabajamos mucho en las reseñas de los mates si hemos trabajado bastante en el tema de control de calidad de los productos.</p>	X		
Capacidad gestión		Valor		
Condiciones laborales	<p>11. ¿Los ambientes de la empresa se encuentran en buenas condiciones?</p> <p>Si nosotros este anteriormente teníamos acá al costado por ejemplo he seleccionado y dividido las áreas de acuerdo con el proceso de producción no y también teníamos personas trabajando con nosotros y obviamente teníamos todo acomodado para que ellos también puedan trabajar bien en el centro de trabajo.</p>	X		
Capacitación a los trabajadores	<p>12. ¿Los trabajadores reciben capacitación frecuentemente acerca de exportaciones?</p> <p>Si nosotros este como le comento he tenemos constantemente capacitaciones de entidades del estado que nos capacitan como Promperú, Mincetur que siempre nos van capacitando no, si tenemos capacitación.</p>		X	
Control de rendimiento de los colaboradores	<p>13. ¿La empresa evalúa constantemente (quincenal) el control de producción de sus colaboradores?</p> <p>Si porque he la mayoría quieren como se dice ganar por la cantidad de producción entonces si ellos</p>	X		

	obviamente entre más mates produzcan obviamente más es su pago.			
Cultura exportadora	14. ¿La empresa promueve la cultura exportadora?  Si, he nosotros como ya te comenté incluso hemos exportado varios productos entonces este es un mercado distinto al mercado nacional así que he si nos interesa mucho también el mercado exterior ya que ellos les dan otro valor a nuestros productos aquí en el Perú.	X		
Planificación empresarial	15. ¿La empresa realiza anualmente un plan estratégico?  He.. No usamos un plan estratégico, pero si más o menos tenemos he como se dice en la mente que es lo que en el año se va a hacer no pero no así escrito he ni tenemos un documento.			X
	16. ¿La empresa cuenta con un plan de marketing (4p's)? Si nosotros con el tiempo hemos implementado este redes sociales he nuestra tarjeta de presentación cuando nosotros vamos a las ferias trabajamos mucho en el tema de merchandising que son este los empaques que nosotros entregamos porque eso hace que nos vuelvan a llamar o nos busquen nos escriban entonces para tener muchos más pedidos.	X		
Capacidad comercial		Valor		
Incoterms	17. ¿La empresa conoce la terminología utilizada en el comercio internacional (ExW, FOB, CIF, etc.)?  Si claro, nosotros tenemos conocimiento a través de las capacitaciones que hemos tenido que son los términos no que es obviamente el precio en el taller, el precio en el puerto y el precio en el lugar del destino.	X		
Documentación aduanera	18. ¿La empresa conoce la documentación necesaria (cotización comercial, factura proforma, contrato compraventa internacional, factura comercial, packing list, guía de remisión, instrucciones de embarque) para realizar el trámite aduanero y el	X		

	<p>proceso logístico de exportación correspondiente?</p> <p>Si, también tenemos conocimiento de ello.</p>			
Medios de transporte internacional	<p>19. ¿La empresa conoce la diferencia entre modos y medios de transporte internacional?</p> <p>Si, también</p>	X		
Participación en eventos de promoción a las exportaciones	<p>20. ¿La empresa participa en ferias empresariales, rueda de negocios y otras exposiciones empresariales?</p> <p>Si, también participamos</p>	X		
Normas de etiquetado	<p>21. ¿La empresa conoce cómo debe estar etiquetado el producto para ser exportado (sirve para identificar, describir, diferenciar y también para cumplir normativas por el país importador).?</p> <p>Si, también.</p>	X		
Capacidad financiera		Valor		
Medio de pago/cobro en el mercado internacional	<p>22. ¿La empresa cuenta con suficientes medios de cobro para recibir pagos del mercado internacional (pago diferido, pago a plazos, etc.)?</p> <p>Si tenemos este tenemos pago con tarjeta con post he tenemos este el impunte en cartas de transferencias también en efectivo.</p>	X		
Capital de trabajo	<p>23. ¿La empresa tiene suficiente independencia ante las entidades bancarias?</p> <p>He.. bueno nosotros somos persona natural con negocio no tenemos todavía como persona jurídica he si nosotros tenemos tal vez este como persona natural así como empresa no todavía no.</p>	X		
	<p>24. ¿La empresa puede otorgar crédito a sus clientes?</p> <p>Créditos no, no trabajamos con créditos.</p>			X

Capacidad de otorgar y sostener créditos comerciales	25. ¿La empresa realiza su control de inventarios frecuentemente (quincenal)?  No frecuentemente pero sí cada cierto tiempo.	X		
	26. ¿La empresa tiene la capacidad de ajustar sus precios de venta?  Si, como es este hecho a mano y nosotros lo producimos siempre vemos también si ajustamos algunos costos.	X		
	27. ¿Se considera satisfecho con las ganancias de su negocio?  Bueno ahora no, pero si antes de la pandemia sí.			X
	28. ¿La empresa reinvierte sus utilidades en un porcentaje mayor al 20%?  Si.	X		
	29. ¿La empresa planea realizar inversiones en los próximos 3 años, en infraestructura productiva, telecomunicaciones o almacenes?  Si.	X		

Empresa: Artesanías Primavera

## Cuestionario a las empresas en el tema de estudio

### Presentación:

Reciba un cordial saludo, actualmente nos encontramos desarrollando la tesis titulada “Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos”, es por lo que deseo aplicar la presente entrevista, agradezco de antemano su gentil colaboración

### Datos de los entrevistadores:

Nombres y Apellidos : Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar  
 Facultad : Ciencias de la Empresa  
 Escuela Académica Profesional : Administración y Negocios Internacionales  
 Universidad : Universidad Continental

---

Nombre y Apellidos : Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto  
 Facultad : Ciencias de la Empresa  
 Escuela Académica Profesional : Administración y Negocios Internacionales  
 Universidad : Universidad Continental

### Confidencialidad:

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos

### Instrucciones:

Responda las siguientes preguntas con total sinceridad,

Cuestionario para analizar la capacidad exportadora de las empresas de mates burilados / Guía de entrevista no estructurada	
Nombre: Esther Ruth Osoreo Núñez	Cargo: Gerente

Marque con una "X" las respuestas que considera estar de acuerdo, según las alternativas mostradas en la rúbrica.			
Capacidad productiva		Valor	
Tecnología	30. ¿La empresa utiliza softwares que facilitan los procesos de producción (inventarios, costos, producción)?  Si, he pero no un software especializado no, usamos el Excel.	X	
	31. ¿Considera que es importante contar con maquinaria de última tecnología para sus procesos de producción?  Tal vez no tan importante, pero si en algunas en algún proceso de producción nos apoyaría ya que son artesanías y básicamente todo el proceso es manual.	X	
	32. ¿Su proceso productivo es actualizado tecnológicamente?  He.. Actualizado tal vez se podría decir que no pero si ya utilizamos algunas maquinas como le digo que nos ayudan a mejorar el proceso y tal vez hacerlo más rápido la producción de los productos.	X	
Disponibilidad de materia prima e insumos	33. ¿La empresa mantiene grandes volúmenes de producción?  He.. No mi empresa es otro tipo de maneja otro tipo de productos se podría decir otra calidad de productos básicamente casi son piezas únicas productos con un acabo muy especial entonces al ser ese tipo de productos no se maneja grandes volúmenes de producción.		X
	34. ¿La empresa produce directamente los productos que vende en el mercado? Así es todo lo que nosotros podemos ofrecer al público es netamente producido por nosotros ya que somos una empresa familiar.	X	
Control y calidad del producto	35. ¿Considera importante reducir el tiempo y los costos en los procesos?  Claro, así este al reducir el costo el tiempo de producción nosotros	X	



	también podemos mejorar el precio y así tener un precio competitivo ante al mercado.			
	<p>36. ¿Considera que el precio actual de los productos que comercializa logra compensar el costo de producción?</p> <p>Si, he hemos llevado capacitaciones donde nos han ayudado a determinar nuestros costos de producción incrementando nuestro margen de ganancia y así poner nuestro precio final.</p>	X		
	<p>37. ¿La empresa tiene tiempos establecidos para cada proceso y para la producción total?</p> <p>Claro, hay un proceso no en cada uno pero un tiempo establecido no a veces se podría este manejar el tiempo por el tema de talvez que algún proceso se ha retrasado y todo el personal pues tiene que ayudar en ese proceso.</p>	X		
	<p>38. ¿La empresa cuenta con certificados de calidad?</p> <p>He, si contamos con certificado de calidad y que nos remitido el gobierno eso fue con ayuda del gobierno regional tuvimos una capacitaciones una serie de capacitaciones de revisiones todo donde nos han emitido certificado de calidad específicamente para el mate burilado.</p>	X		
	<p>39. ¿La empresa realiza pruebas de control de calidad?</p> <p>Si</p>	X		
Capacidad gestión		Valor		

Condiciones laborales	<p>40. ¿Los ambientes de la empresa se encuentran en buenas condiciones?</p> <p>Ahora no, ahorita no podríamos decir que está en buenas condiciones este ya que estamos en un proyecto en un proceso de implementar un nuevo taller una nueva área en el que cuento con una hermana que tiene capacidad ella es este usa silla de ruedas y entonces muchos espacios hemos ido utilizando para la comodidad de ella.</p>			X
Capacitación a los trabajadores	<p>41. ¿Los trabajadores reciben capacitación frecuentemente acerca de exportaciones?</p> <p>Los trabajadores no, mi persona si solamente mi persona</p>			X
Control de rendimiento de los colaboradores	<p>42. ¿La empresa evalúa constantemente (quincenal) el control de producción de sus colaboradores?</p> <p>He.. El control de producción básicamente lo hacemos en la revisión he como le digo somos una empresa familiar y tal vez no todos trabajamos en el taller porque también damos a destajos se podría decir donde nosotros repartimos los productos en su casa o vienen a recogerlo porque hay personas que estudian no y ellos lo hacen pues en su tiempo adecuado donde tienen libre es una manera de apoyar también.</p>	X		
Cultura exportadora	<p>43. ¿La empresa promueve la cultura exportadora?</p> <p>Si, este ese es uno de nuestros objetivos no exportar a gran escala a grandes volúmenes y ya bueno hemos estado iniciando también ese proceso, pero bueno la pandemia ha paralizado un poco todo eso.</p>	X		
Planificación empresarial	<p>44. ¿La empresa realiza anualmente un plan estratégico?</p> <p>Tenemos un plan estratégico que tal vez se podría cambiar en algo no,</p>			X

	pero anualmente un nuevo plan un nuevo plan no.			
	45. ¿La empresa cuenta con un plan de marketing (4p's)?  Un plan de marketing no tenemos.			X
<b>Capacidad comercial</b>		<b>Valor</b>		
Incoterms	46. ¿La empresa conoce la terminología utilizada en el comercio internacional (ExW, FOB, CIF, etc.)?  Si.	X		
Documentación aduanera	47. ¿La empresa conoce la documentación necesaria (cotización comercial, factura proforma, contrato compraventa internacional, factura comercial, packing list, guía de remisión, instrucciones de embarque) para realizar el trámite aduanero y el proceso logístico de exportación correspondiente?  Si, si conozco esos trámites pero no lo hemos realizado porque nuestras exportaciones que hemos venido realizando es mediante el exporta fácil mediante la DEF la declaración de exporta fácil donde bueno ahí los tramites no son muy engorrosos no se necesita la guía de registrar la def mediante la clave sol y tu factura y llevarlo a Serpost.	X		
Medios de transporte internacional	48. ¿La empresa conoce la diferencia entre modos y medios de transporte internacional?  Claro, sí.	X		
Participación en eventos de promoción a las exportaciones	49. ¿La empresa participa en ferias empresariales, rueda de negocios y otras exposiciones empresariales?  Si, si hemos ido participando en ferias en ruedas empresariales más que nada con el contacto directo con compradores extranjeros que es la gifshow o eventos donde realiza Promperú como realizó hace unos	X		

	años atrás el Centro exporta que fue en Ayacucho.			
Normas de etiquetado	<p>50. ¿La empresa conoce cómo debe estar etiquetado el producto para ser exportado (sirve para identificar, describir, diferenciar y también para cumplir normativas por el país importador).?</p> <p>Si conocemos, pero en realidad en la empresa no es necesario una etiqueta simplemente nos piden que nosotros este marquemos el tallado el nombre del autor y no es necesario una etiqueta.</p>	X		
Capacidad financiera		Valor		
Medio de pago/cobro en el mercado internacional	<p>51. ¿La empresa cuenta con suficientes medios de cobro para recibir pagos del mercado internacional (pago diferido, pago a plazos, etc.)?</p> <p>He, cuentas bancarias otro tipo de medio no. Donde nos orientaron una cuenta bancaria donde nosotros teníamos que pedir nuestro CCI al banco y mediante eso nos hacen los depósitos del exterior. Y otro medio que es más fácil también yo no sé otros por ejemplo yo tengo un cliente en Estados Unidos que no utiliza un cuenta bancaria, el utiliza el wisterinuo.</p>	X		
Capital de trabajo	<p>52. ¿La empresa tiene suficiente independencia ante las entidades bancarias?</p> <p>Al inicio si este realizábamos algún tipo de préstamo, pero después no porque teníamos un cliente que es muy muy bueno el cliente se podría decir donde él nos mandaba pues este el adelanto prácticamente total de la producción y entonces no era necesario pedir algún tipo de préstamo.</p>	X		
	<p>53. ¿La empresa puede otorgar crédito a sus clientes?</p> <p>No.</p>			X

Capacidad de otorgar y sostener créditos comerciales	54. ¿La empresa realiza su control de inventarios frecuentemente (quincenal)?  He... Frecuentemente no, en el tema de mates es un tema complicado. Anualmente se podría decir.			X
	55. ¿La empresa tiene la capacidad de ajustar sus precios de venta?  Si, si pudiéramos ajustar de acuerdo tal vez a la cantidad de pedido.	X		
	56. ¿Se considera satisfecho con las ganancias de su negocio?  Si.	X		
	57. ¿La empresa reinvierte sus utilidades en un porcentaje mayor al 20%?  No llevamos ese tipo de contabilidad donde podríamos determinar con exactitud la utilidad anual donde se podría reinvertir no, más que nada es la utilidad mensual nosotros generamos pedido y que cuanta ganancia generaría por pedidos.			X
	58. ¿La empresa planea realizar inversiones en los próximos 3 años, en infraestructura productiva, telecomunicaciones o almacenes?  Si como le decía estamos ahorita en un proyecto donde queremos mejorar nuestro taller productivo.	X		

Empresa Artesanías Kolibri

## Cuestionario a las empresas en el tema de estudio

### Presentación:

Reciba un cordial saludo, actualmente nos encontramos desarrollando la tesis titulada “Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos”, es por lo que deseo aplicar la presente entrevista, agradezco de antemano su gentil colaboración

### Datos de los entrevistadores:

Nombres y Apellidos : Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar  
 Facultad : Ciencias de la Empresa  
 Escuela Académica Profesional : Administración y Negocios Internacionales  
 Universidad : Universidad Continental

---

Nombre y Apellidos : Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto  
 Facultad : Ciencias de la Empresa  
 Escuela Académica Profesional : Administración y Negocios Internacionales  
 Universidad : Universidad Continental

### Confidencialidad:

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos

### Instrucciones:

Responda las siguientes preguntas con total sinceridad,

Cuestionario para analizar la capacidad exportadora de las empresas de mates burilados / Guía de entrevista no estructurada	
Nombre: Faustina Veli Seguil	Cargo: Gerente
Marque con una “X” las respuestas que considera estar de acuerdo, según las alternativas mostradas en la rúbrica.	

Capacidad productiva		Valor		
Tecnología	59. ¿La empresa utiliza softwares que facilitan los procesos de producción (inventarios, costos, producción)? Diario no tenemos, no utilizamos.			X
	60. ¿Considera que es importante contar con maquinaria de última tecnología para sus procesos de producción? Maquinaria si necesitamos para más avanzar.	X		
	61. ¿Su proceso productivo es actualizado tecnológicamente? Todo es manual, pero si para más antes si cortábamos con cuchillo así no más y ahora si con maquina ya cortamos más antes mis abuelos mis papas todo era a mano. Pero ahora ya no, ahora es máquina. Hasta para lijar era con su mano dice lo lijaban así con lija lo lijaban cofre todo, pero ahora no puro máquina.			X
Disponibilidad de materia prima e insumos	62. ¿La empresa mantiene grandes volúmenes de producción? No en cantidad, pero si mil, dos mil, cinco mil pero ya no más. Solamente a los intermediarios no a las mismas empresas solo intermediarios nada más.	X		
	63. ¿La empresa produce directamente los productos que vende en el mercado? No, nosotros mismos hacemos nuestros productos.	X		
Control y calidad del producto	64. ¿Considera importante reducir el tiempo y los costos en los procesos? Claro, de acuerdo como lo terminamos hay mates que cuestan menos, trabajos finos más cuestan. Mmmmm de acuerdo con el trabajo es.	X		
	65. ¿Considera que el precio actual de los productos que comercializa logra compensar el costo de producción? Si.	X		
	66. ¿La empresa tiene tiempos establecidos para cada proceso y para la producción total?	X		

	O sea para cada pedido, si tenemos que concluir de tal día tal fecha entregar.			
	67. ¿La empresa cuenta con certificados de calidad? No.			X
	68. ¿La empresa realiza pruebas de control de calidad? Si, calidad si cumplimos.	X		
<b>Capacidad gestión</b>		<b>Valor</b>		
Condiciones laborales	69. ¿Los ambientes de la empresa se encuentran en buenas condiciones? Si, cualquier trabajo tenemos que cumplirlo.	X		
Capacitación a los trabajadores	70. ¿Los trabajadores reciben capacitación frecuentemente acerca de exportaciones?  Si recibimos, apoyo del gobierno, de algunas empresas así nos enseñan a como capacitar, enviar los mates, poner en orden las materias primas así. Las 5'S también.	X		
Control de rendimiento de los colaboradores	71. ¿La empresa evalúa constantemente (quincenal) el control de producción de sus colaboradores?  Si	X		
Cultura exportadora	72. ¿La empresa promueve la cultura exportadora?  No exportamos por ahora damos al por mayor nada más y en Lima entregamos.			X
Planificación empresarial	73. ¿La empresa realiza anualmente un plan estratégico?  Si.	X		
	74. ¿La empresa cuenta con un plan de marketing (4p's)?  Marketing.. Si.	X		
<b>Capacidad comercial</b>		<b>Valor</b>		
Incoterms	75. ¿La empresa conoce la terminología utilizada en el comercio internacional (ExW, FOB, CIF, etc.)?  No conocemos.			X



Documentación aduanera	76. ¿La empresa conoce la documentación necesaria (cotización comercial, factura proforma, contrato compraventa internacional, factura comercial, packing list, guía de remisión, instrucciones de embarque) para realizar el trámite aduanero y el proceso logístico de exportación correspondiente?  No conocemos.			X
Medios de transporte internacional	77. ¿La empresa conoce la diferencia entre modos y medios de transporte internacional?  No conocemos.			X
Participación en eventos de promoción a las exportaciones	78. ¿La empresa participa en ferias empresariales, rueda de negocios y otras exposiciones empresariales?  Si participamos en ruedas de negocios pero a veces en esas exportaciones tenemos que mandar tal medida y todo pero no se puede para esa materia prima y todo.	X		
Normas de etiquetado	79. ¿La empresa conoce cómo debe estar etiquetado el producto para ser exportado (sirve para identificar, describir, diferenciar y también para cumplir normativas por el país importador).?  Si.	X		
<b>Capacidad financiera</b>		<b>Valor</b>		
Medio de pago/cobro en el mercado internacional	80. ¿La empresa cuenta con suficientes medios de cobro para recibir pagos del mercado internacional (pago diferido, pago a plazos, etc.)?  Si.	X		
Capital de trabajo	81. ¿La empresa tiene suficiente independencia ante las entidades bancarias?  No.			X
	82. ¿La empresa puede otorgar crédito a sus clientes?  Fiado no, pero si contra entrega sí.			X

Capacidad de otorgar y sostener créditos comerciales	83. ¿La empresa realiza su control de inventarios frecuentemente (quincenal)?  Por ejemplo yo tengo factura y cuando el cliente me pide factura le doy sino no a veces así también al por mayor dando ellos mismos tienen su factura y no nos pide porque a veces ellos no quieren pagar el IGV.			NO
	84. ¿La empresa tiene la capacidad de ajustar sus precios de venta?  Si.	X		
	85. ¿Se considera satisfecho con las ganancias de su negocio?  Si, pero a veces prefiero darles a los mismos exportadores a veces minoristas te pagan menos.			X
	86. ¿La empresa reinvierte sus utilidades en un porcentaje mayor al 20%?  Si, compramos máquinas no toda la vida vamos a tener lo mismo.	X		
	87. ¿La empresa planea realizar inversiones en los próximos 3 años, en infraestructura productiva, telecomunicaciones o almacenes?  Si.	X		

Empresa: Arte Alfaro E.I.R.L.

## Cuestionario a las empresas en el tema de estudio

### Presentación:

Reciba un cordial saludo, actualmente nos encontramos desarrollando la tesis titulada “Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para la ampliación de exportación al mercado de Estados Unidos”, es por lo que deseo aplicar la presente entrevista, agradezco de antemano su gentil colaboración

### Datos de los entrevistadores:

Nombres y Apellidos : Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar  
 Facultad : Ciencias de la Empresa  
 Escuela Académica Profesional : Administración y Negocios Internacionales  
 Universidad : Universidad Continental

---

Nombre y Apellidos : Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto  
 Facultad : Ciencias de la Empresa  
 Escuela Académica Profesional : Administración y Negocios Internacionales  
 Universidad : Universidad Continental

### Confidencialidad:

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos

### Instrucciones:

Responda las siguientes preguntas con total sinceridad,

Cuestionario para analizar la capacidad exportadora de las empresas de mates burilados / Guía de entrevista no estructurada	
Nombre: Wilfredo Veli Alfaro Núñez	Cargo: Gerente
Marque con una “X” las respuestas que considera estar de acuerdo, según las alternativas mostradas en la rúbrica.	
Capacidad productiva	Valor

Tecnología	88. ¿La empresa utiliza softwares que facilitan los procesos de producción (inventarios, costos, producción)?  Solo lo usamos poquito no, solo para el tema administrativo.		X	
	89. ¿Considera que es importante contar con maquinaria de última tecnología para sus procesos de producción?  No.			X
	90. ¿Su proceso productivo es actualizado tecnológicamente?  No uso ese tipo de máquinas, el 99% de trabajo es manual, es una empresa de trabajo hecho a mano.			X
Disponibilidad de materia prima e insumos	91. ¿La empresa mantiene grandes volúmenes de producción?  A veces si, dependiendo del trabajo, hay trabajos que, nos piden trabajitos bien finitos que la cantidad es bien poquito, y hay a veces trabajos simples en eso nos dedicamos grandes cantidades no.	X		
	92. ¿La empresa produce directamente los productos que vende en el mercado?  Si, tenemos colaboradores, solo eso, ósea no tenemos proveedores con otras empresas, eso es lo que hacemos nosotros, hay algunos trabajadores que tenemos a destajo, no trabajan aquí, trabajan en sus casas, entonces de esa forma trabajamos.	X		
Control y calidad del producto	93. ¿Considera importante reducir el tiempo y los costos en los procesos?  Si, por supuesto, siempre es importante.	X		
	94. ¿Considera que el precio actual de los productos que comercializa logra compensar el costo de producción?  Si.	X		

	95. ¿La empresa tiene tiempos establecidos para cada proceso y para la producción total?  Si, también.	X		
	96. ¿La empresa cuenta con certificados de calidad?  No, no más que tal vez certificados que nos piden PROMPERU, para la exportación no tanto no, no, solo alguno que son las 5s, pero ISOS, así no.			X
	97. ¿La empresa realiza pruebas de control de calidad?  Si.	X		
Capacidad gestión		Valor		
Condiciones laborales	98. ¿Los ambientes de la empresa se encuentran en buenas condiciones?  Actualmente, ahorita no, ya que actualmente no estamos generando por la pandemia y esta patas arriba.			X
Capacitación a los trabajadores	99. ¿Los trabajadores reciben capacitación frecuentemente acerca de exportaciones?  He no, los trabajadores no.			X
Control de rendimiento de los colaboradores	100. ¿La empresa evalúa constantemente (quincenal) el control de producción de sus colaboradores?  Ya, no, no más que nada, es trabajo a destajo, así se esfuerzan más, trabajan más y ganan más dinero.			X
Cultura exportadora	101. ¿La empresa promueve la cultura exportadora?  No capacitamos.			X
Planificación empresarial	102. ¿La empresa realiza anualmente un plan estratégico?  Ahora no.			X
	103. ¿La empresa cuenta con un plan de marketing (4p's)?  Si algo así, un poco detallado si, sacamos todo el beneficio posible.	X		

Capacidad comercial		Valor		
Incoterms	104. ¿La empresa conoce la terminología utilizada en el comercio internacional (ExW, FOB, CIF, etc.)?  Si.	X		
Documentación aduanera	105. ¿La empresa conoce la documentación necesaria (cotización comercial, factura proforma, contrato compraventa internacional, factura comercial, packing list, guía de remisión, instrucciones de embarque) para realizar el trámite aduanero y el proceso logístico de exportación correspondiente?  He, en este tipo de exportación no, porque solamente exportamos vía exporta fácil. Personalmente se me olvidó, lo que sabia no, como no es constante.			X
Medios de transporte internacional	106. ¿La empresa conoce la diferencia entre modos y medios de transporte internacional?  Ah, no, no había sabido eso ha.			X
Participación en eventos de promoción a las exportaciones	107. ¿La empresa participa en ferias empresariales, rueda de negocios y otras exposiciones empresariales?  Si, pero como te digo todo ello era en el 2020 por la pandemia ahora no tanto.	X		
Normas de etiquetado	108. ¿La empresa conoce cómo debe estar etiquetado el producto para ser exportado (sirve para identificar, describir, diferenciar y también para cumplir normativas por el país importador).?  Si, aunque para nuestro trabajo, no hacemos etiquetas, como un producto silvestre que no se malogra, no es comestible, quizá sea necesario, pero no, no lo tenemos.	X		
Capacidad financiera		Valor		

Medio de pago/cobro en el mercado internacional	<p>109. ¿La empresa cuenta con suficientes medios de cobro para recibir pagos del mercado internacional (pago diferido, pago a plazos, etc.)?</p> <p>Poquitos si, lo que tenemos por ahora por es Pay Pay que es lo que más se usa, nos facilita a nosotros porque el pago interbancario es muy costoso, no estamos dispuestos, además que ahora no hacemos ventas grandes. Luego giros Wenster Union, Money Gram. Así nos han estado pagando.</p>		X	
Capital de trabajo	<p>110. ¿La empresa tiene suficiente independencia ante las entidades bancarias?</p> <p>Si, bueno de hecho nunca hemos sacado prestamos, pero nos paran molestando para ofrecernos, todavía no tenemos esa experiencia de sacar no, como empresa no hemos tenido ningún préstamo.</p>	X		
	<p>111. ¿La empresa puede otorgar crédito a sus clientes?</p> <p>Eso, yo lo hago solamente con mis clientes bien conocidos, tengo cliente que, por primera vez, tengo clientes con los que ya trabajo constante, tengo clientes que ya son bastante tiempo de nuestra confianza, a veces incluso les mando fiado.</p>		X	
Capacidad de otorgar y sostener créditos comerciales	<p>112. ¿La empresa realiza su control de inventarios frecuentemente (quincenal)?</p> <p>No, eso si no.</p>			X
	<p>113. ¿La empresa tiene la capacidad de ajustar sus precios de venta?</p> <p>Si, si, más que nada sacar el costo no.</p>	X		
	<p>114. ¿Se considera satisfecho con las ganancias de su negocio?</p> <p>Si.</p>	X		

	<p>115. ¿La empresa reinvierte sus utilidades en un porcentaje mayor al 20%?</p> <p>Si, mayor al 70 % diría yo.</p>	X		
	<p>116. ¿La empresa planea realizar inversiones en los próximos 3 años, en infraestructura productiva, telecomunicaciones o almacenes?</p> <p>Ah, sí, sí, de hecho, ya estamos en eso ahorita</p>	X		

Empresa: Centro Artesanal y Cultural El Mate de Oro



## Cuestionario a las empresas en el tema de estudio

### Presentación:

Reciba un cordial saludo, actualmente nos encontramos desarrollando la tesis titulada “Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para la ampliación de exportación al mercado de Estados Unidos”, es por lo que deseo aplicar la presente entrevista, agradezco de antemano su gentil colaboración

### Datos de los entrevistadores:

Nombres y Apellidos : Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar  
 Facultad : Ciencias de la Empresa  
 Escuela Académica Profesional : Administración y Negocios Internacionales  
 Universidad : Universidad Continental

---

Nombre y Apellidos : Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto  
 Facultad : Ciencias de la Empresa  
 Escuela Académica Profesional : Administración y Negocios Internacionales  
 Universidad : Universidad Continental

### Confidencialidad:

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos

### Instrucciones:

Responda las siguientes preguntas con total sinceridad,

Cuestionario para analizar la capacidad exportadora de las empresas de mates burilados / Guía de entrevista no estructurada	
Nombre: Cristian Tonino Alfaro Núñez	Cargo: Gerente
Marque con una “X” las respuestas que considera estar de acuerdo, según las alternativas mostradas en la rúbrica.	

Capacidad productiva		Valor		
Tecnología	117. ¿La empresa utiliza softwares que facilitan los procesos de producción (inventarios, costos, producción)?  Sí, estábamos implementando, Excel.		X	
	118. ¿Considera que es importante contar con maquinaria de última tecnología para sus procesos de producción?  Si	X		
	119. ¿Su proceso productivo es actualizado tecnológicamente?  No, por dos motivos, uno le explico no, uno todavía no es accesible a la tecnología por el costo, y segundo utilizamos técnicas ancestrales porque muchas veces los mercados de destino así lo piden no, quieren con técnicas ancestrales, por ejemplo, el mercado americano que enviamos, si tienen algunas fallas, algunas cosas ya que este hecho a mano, valoran más, pero el mercado Japones no le interesa que este hecho a mano, la cosa que sea perfecto, son dos mercados diferentes.			X
Disponibilidad de materia prima e insumos	120. ¿La empresa mantiene grandes volúmenes de producción?  No, ahora por la pandemia no.		X	
	121. ¿La empresa produce directamente los productos que vende en el mercado?  Si, somos productores y vendemos directamente.	X		
Control y calidad del producto	122. ¿Considera importante reducir el tiempo y los costos en los procesos?  Si.	X		
	123. ¿Considera que el precio actual de los productos que comercializa logra compensar el costo de producción?  Regular		X	

	<p>124. ¿La empresa tiene tiempos establecidos para cada proceso y para la producción total?</p> <p>Claro, porque ya hay un contrato y hay un tiempo de inicio y un tiempo de entrega. Entonces, de acuerdo con el contrato.</p>	X		
	<p>125. ¿La empresa cuenta con certificados de calidad?</p> <p>¿A la certificación? No, solo cumplimos, hay normas técnicas de los mates, eso sí cumplimos no, pero mas no ningún tipo de ISO no.</p>			X
	<p>126. ¿La empresa realiza pruebas de control de calidad?</p> <p>Si</p>	X		
<b>Capacidad gestión</b>		<b>Valor</b>		
Condiciones laborales	<p>127. ¿Los ambientes de la empresa se encuentran en buenas condiciones?</p> <p>He, son ambientes que nosotros los utilizamos no, ósea que no es una empresa con áreas separados no, por ejemplo, algunas personas que trabajan se lo llevan a su casa y no necesariamente están aquí no.</p>		X	
Capacitación a los trabajadores	<p>128. ¿Los trabajadores reciben capacitación frecuentemente acerca de exportaciones?</p> <p>Si</p>			X
Control de rendimiento de los colaboradores	<p>129. ¿La empresa evalúa constantemente (quincenal) el control de producción de sus colaboradores?</p> <p>Si, el control de producción sí.</p>	X		
Cultura exportadora	<p>130. ¿La empresa promueve la cultura exportadora?</p> <p>Bueno no sería tanto mi labor no, sino sería la labor del estado y de otras organizaciones que nos capaciten de exportaciones, claro nosotros en la parte administrativa si conocemos.</p>		X	

Planificación empresarial	131. ¿La empresa realiza anualmente un plan estratégico?  Ahora por la pandemia no estamos realizando.			X
	132. ¿La empresa cuenta con un plan de marketing (4p's)?  Estuvimos implementando, pero ahora por la pandemia no.		X	
Capacidad comercial		Valor		
Incoterms	133. ¿La empresa conoce la terminología utilizada en el comercio internacional (ExW, FOB, CIF, etc.)?  Si	X		
Documentación aduanera	134. ¿La empresa conoce la documentación necesaria (cotización comercial, factura proforma, contrato compraventa internacional, factura comercial, packing list, guía de remisión, instrucciones de embarque) para realizar el trámite aduanero y el proceso logístico de exportación correspondiente?  Si, porque nosotros directamente lo realizamos, porque hay varias empresas acá, pero contratan a intermediarios, a un agente de carga, dependiendo de la cantidad, si es una cantidad pequeña con un agente de carga nomas se hace	X		
Medios de transporte internacional	135. ¿La empresa conoce la diferencia entre modos y medios de transporte internacional?  Si, a veces se utiliza multimodal así.	X		
Participación en eventos de promoción a las exportaciones	136. ¿La empresa participa en ferias empresariales, rueda de negocios y otras exposiciones empresariales?  Si, antes de la pandemia no.	X		
Normas de etiquetado	137. ¿La empresa conoce cómo debe estar etiquetado el producto para ser exportado	X		

	(sirve para identificar, describir, diferenciar y también para cumplir normativas por el país importador).?  Si			
Capacidad financiera		Valor		
Medio de pago/cobro en el mercado internacional	138. ¿La empresa cuenta con suficientes medios de cobro para recibir pagos del mercado internacional (pago diferido, pago a plazos, etc.)?  Bueno, a veces si y no, si porque bueno tenemos cuentas no, no en sentido de que la cliente no quiere enviar el dinero a la cuenta de la empresa, sino a la de la persona, para evitarse el impuesto que a ella le van a cobrar por cada vez que se envía, incluso los clientes dicen pónmelo 5 soles cuando está a 10 soles. Por esto tenemos problemas con la SUNAT a veces.		X	
Capital de trabajo	139. ¿La empresa tiene suficiente independencia ante las entidades bancarias?  Si, porque a veces este tenemos préstamo de terceros no, de familiares o a veces la clienta nos manda el 50% de adelanto y con eso trabajamos, porque tratamos de no trabajar mucho con el banco, porque ellos a veces llegan a, los intereses son más amplio, mas.	X		
	140. ¿La empresa puede otorgar crédito a sus clientes?  No, damos.			X
Capacidad de otorgar y sostener créditos comerciales	141. ¿La empresa realiza su control de inventarios frecuentemente (quincenal)?  Si, depende del régimen que estamos no, si es régimen MIPE si es anual nada más, si es régimen especial no, pero particular o		X	

	internamente si se cruza la información, pero es interno.			
	142. ¿La empresa tiene la capacidad de ajustar sus precios de venta?  Si, eso sí.	X		
	143. ¿Se considera satisfecho con las ganancias de su negocio?  En la exportación sí, porque ahí uno haces un buen costeo no, no es como vender acá, según la cara.	X		
	144. ¿La empresa reinvierte sus utilidades en un porcentaje mayor al 20%?  Si	X		
	145. ¿La empresa planea realizar inversiones en los próximos 3 años, en infraestructura productiva, telecomunicaciones o almacenes?  Si, en mi parte.		X	

Empresa: KunturDesings

## Cuestionario a las empresas en el tema de estudio

### Presentación:

Reciba un cordial saludo, actualmente nos encontramos desarrollando la tesis titulada “Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para la ampliación de exportación al mercado de Estados Unidos”, es por lo que deseo aplicar la presente entrevista, agradezco de antemano su gentil colaboración

### Datos de los entrevistadores:

Nombres y Apellidos : Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar  
 Facultad : Ciencias de la Empresa  
 Escuela Académica Profesional : Administración y Negocios Internacionales  
 Universidad : Universidad Continental

---

Nombre y Apellidos : Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto  
 Facultad : Ciencias de la Empresa  
 Escuela Académica Profesional : Administración y Negocios Internacionales  
 Universidad : Universidad Continental

### Confidencialidad:

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos

### Instrucciones:

Responda las siguientes preguntas con total sinceridad,

Cuestionario para analizar la capacidad exportadora de las empresas de mates burilados / Guía de entrevista no estructurada	
Nombre: Katya Milagros Canto Lazo	Cargo: Gerente
Marque con una “X” las respuestas que considera estar de acuerdo, según las alternativas mostradas en la rúbrica.	
Capacidad productiva	Valor

Tecnología	146. ¿La empresa utiliza softwares que facilitan los procesos de producción (inventarios, costos, producción)?		X	
	147. ¿Considera que es importante contar con maquinaria de última tecnología para sus procesos de producción?	X		
	148. ¿Su proceso productivo es actualizado tecnológicamente?	X		
Disponibilidad de materia prima e insumos	149. ¿La empresa mantiene grandes volúmenes de producción?	X		
	150. ¿La empresa produce directamente los productos que vende en el mercado?	X		
Control y calidad del producto	151. ¿Considera importante reducir el tiempo y los costos en los procesos?	X		
	152. ¿Considera que el precio actual de los productos que comercializa logra compensar el costo de producción?	X		
	153. ¿La empresa tiene tiempos establecidos para cada proceso y para la producción total?	X		
	154. ¿La empresa cuenta con certificados de calidad?		X	
	155. ¿La empresa realiza pruebas de control de calidad?	X		
Capacidad gestión		Valor		
Condiciones laborales	156. ¿Los ambientes de la empresa se encuentran en buenas condiciones?	X		
Capacitación a los trabajadores	157. ¿Los trabajadores reciben capacitación frecuentemente acerca de exportaciones?	X		
Control de rendimiento de los colaboradores	158. ¿La empresa evalúa constantemente (quincenal) el control de producción de sus colaboradores?	X		
Cultura exportadora	159. ¿La empresa promueve la cultura exportadora?	X		
Planificación empresarial	160. ¿La empresa realiza anualmente un plan estratégico?	X		
	161. ¿La empresa cuenta con un plan de marketing (4p's)?	X		



Capacidad comercial		Valor		
Incoterms	162. ¿La empresa conoce la terminología utilizada en el comercio internacional (ExW, FOB, CIF, etc.)?	X		
Documentación aduanera	163. ¿La empresa conoce la documentación necesaria (cotización comercial, factura proforma, contrato compraventa internacional, factura comercial, packing list, guía de remisión, instrucciones de embarque) para realizar el trámite aduanero y el proceso logístico de exportación correspondiente?	X		
Medios de transporte internacional	164. ¿La empresa conoce la diferencia entre modos y medios de transporte internacional?	X		
Participación en eventos de promoción a las exportaciones	165. ¿La empresa participa en ferias empresariales, rueda de negocios y otras exposiciones empresariales?	X		
Normas de etiquetado	166. ¿La empresa conoce cómo debe estar etiquetado el producto para ser exportado (sirve para identificar, describir, diferenciar y también para cumplir normativas por el país importador).?	X		
Capacidad financiera		Valor		
Medio de pago/cobro en el mercado internacional	167. ¿La empresa cuenta con suficientes medios de cobro para recibir pagos del mercado internacional (pago diferido, pago a plazos, etc.)?	X		
Capital de trabajo	168. ¿La empresa tiene suficiente independencia ante las entidades bancarias?	X		
	169. ¿La empresa puede otorgar crédito a sus clientes?	X		
Capacidad de otorgar y sostener créditos comerciales	170. ¿La empresa realiza su control de inventarios frecuentemente (quincenal)?		X	
	171. ¿La empresa tiene la capacidad de ajustar sus precios de venta?		X	
	172. ¿Se considera satisfecho con las ganancias de su negocio?		X	

	173. ¿La empresa reinvierte sus utilidades en un porcentaje mayor al 20%?	X		
	174. ¿La empresa planea realizar inversiones en los próximos 3 años, en infraestructura productiva, telecomunicaciones o almacenes?	X		

**Rubrica:**

Productiva					
		Pregunta N°	Valor de las alternativas		
			3	2	1
Subcategorías	CPt01. Tecnología	1	Si, utiliza varios	Se utiliza pocos	No utiliza
		2	Totalmente de acuerdo	Indeciso	En desacuerdo
		3	Si, constantemente	A veces	Nunca
	CPdmp02. Disponibilidad de materia prima e insumos	4	Mucho	Poco	Nada
		5	Si, todos	Algunos	Nada
	CPccp03. Control y calidad	6	De acuerdo		En desacuerdo
		7	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
		8	Si	A veces	No
		9	Si, muchos	Pocos	No, ninguno
		10	Siempre	A veces	Nunca

Gestión					
		Pregunta N°	Valor de las alternativas		
			3	2	1
Subcategorías	CGcl04. Condiciones laborales	11	Si, totalmente	Regular	No
	CGct05. Capacitación a los trabajadores	12	Si, mensualmente	Cuando hay tiempo	No, nunca
	CGcdr06. Control de rendimiento de los colaborados	13	Si, realiza	A veces cuando hay disponibilidad de tiempo	No realiza
	CGce07. Cultura exportadora	14	Si, frecuentemente	A veces	No, nunca
	CGpe08. Planificación empresarial	15	Si, realiza		No, realiza
16		Si, la empresa cuenta con un plan de marketing actualmente	La empresa cuenta con un plan de marketing no actualizado	La empresa no cuenta con un plan de marketing	

Comercial					
		Pregunta N°	Valor de las alternativas		
			3	2	1
Subcategorías	CCi09. Incoterms	17	Si conoce	Solo conoce algunos	No conoce

	CCda10. Documentación aduanera	18	Si, conoce	Solo conoce algunos	No conoce
	CCmti11. Medios de transporte internacional	19	Si conoce	Solo conoce algunos	No conoce
	CCpep12. Participación en eventos de promoción a las exportaciones	20	Si, participa en varias ferias, ruedas de negocios u otros	Participa pocas veces	No participa en ninguna feria
	CCe13. Etiquetado	21	Si conozco	Poco, sólo el etiquetado nacional	Desconozco

Financiera					
		Pregunta N°	Valor de las alternativas		
			3	2	1
Subcategorías	CFmpc14. Medio de pago/cobro en el mercado internacional	22	Si, poseo capacidad para recibir pagos del mercado internacional	Tal vez, no estoy seguro	No, tengo capacidad para recibir pagos del mercado internacional
	CFct15. Capital de trabajo	23	Si, soy totalmente independiente	Dependo un poco de las	Dependo totalmente de las

				entidades bancarias	entidades bancarias
		24	Si, poseo la capacidad de otorgar créditos	Sólo puedo otorgar a ciertos clientes	No puedo otorgar créditos a ningún cliente
	CFcoycc16. Capacidad de otorgar y sostener créditos comerciales	25	Si, se realiza quincenalmente	Se realiza mensualmente	Se realiza anualmente
		26	Si tengo la capacidad	A veces	No tengo la capacidad
		27	Totalmente de acuerdo	Un poco	En desacuerdo
		28	Si realiza	Realiza al menor porcentaje	No realiza
		29	Si estoy invirtiendo	Tal vez	No estoy invirtiendo

Empresa: Artesanías Huaytapallana

## Guía de entrevista a los gerentes de las empresas de mates burilados

### Presentación:

Reciba un cordial saludo, actualmente nos encontramos desarrollando la tesis titulada “Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos”, es por lo que deseo aplicar la presente entrevista, agradezco de antemano su gentil colaboración

### Datos de los entrevistadores:

Nombres y Apellidos	:	Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar
Facultad	:	Ciencias de la Empresa
Escuela Académica Profesional	:	Administración y Negocios Internacionales
Universidad	:	Universidad Continental

---

Nombre y Apellidos	:	Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto
Facultad	:	Ciencias de la Empresa
Escuela Académica Profesional	:	Administración y Negocios Internacionales
Universidad	:	Universidad Continental

### Confidencialidad:

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos

### Instrucciones:

Responda las siguientes preguntas con total sinceridad,

---

**CPt01** ¿La empresa cuenta con maquinaria actualizada? Y ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?

**Entrevistado:** Si, con pirograbadores ya eléctricos que antes no existían. Pirograbadores eléctricos, esplidoras, he las máquinas para sellar para hacer los botones.

**CPdmp02** ¿Cuenta con suficiente materia prima para producir el volumen requerido para una exportación? Y ¿Cuánta cantidad aproximadamente requiere ese tipo de producción?

**Entrevistado:** Si, por el momento tenemos stock de materia prima. He.. más o menos 3 a 4 mallas de mates.

**CPccp03** ¿Qué entiende por calidad? Y ¿Qué características de calidad cuenta sus productos?

**Entrevistado:** La calidad bueno creo que es este hacer las cosas bien correctas entonces si nosotros este queremos diferenciarnos del competidor que nosotros tenemos un montón de competencia sana este tenemos que darle un valor agregado entonces creo que ahí se mide la calidad también. Tienen valor agregado por ejemplo hay productos que nosotros hemos hecho algunos mates este para poder insertar el USB algo que no tiene nuestros competidores entonces ahí se diferencia no.

**CGct05** ¿Con qué frecuencia los trabajadores tienen capacitación?

**Entrevistado:** Ahora cada medio año puede ser, porque antes era casi 2, 3 meses que nos capacitaban, pero ahora si no es mucho.

**CGcdr06** ¿Maneja algún método para medir el rendimiento de los trabajadores?

**Entrevistado:** No, por el momento no.

**CGpe08** En un plan estratégico ¿Qué es lo primero que realiza? ¿Porqué?

**Entrevistado:** Los objetivos, los objetivos que se tienen que cumplir.

**CCmti11** ¿Qué medio y modo de transporte utiliza su empresa? ¿Porque cree que es la más adecuada?

**Entrevistado:** El terrestre, porque por el momento creo que es el más barato.

**CCpep12** ¿Ha participado alguna vez en alguna feria de promoción a las exportaciones? ¿En cuántas ha participado? Y ¿Qué experiencia tiene de ello? ¿Le ayudó en el proceso de exportación?

**Entrevistado:** Si, en 3 bueno como le comento nos han este dado muchos conocimientos sobre el tema de exportación como exportar como tener cuidado en el momento de que no nos puedan estafar no en tener precaución y todo eso. Si me ayudó en el tema de exportación

**CFmpc14** ¿Qué medios de cobro utiliza cuando realiza exportaciones?

**Entrevistado:** He.. las transferencias

Empresa: Artesanías Primavera



## **Guía de entrevista a los gerentes de las empresas de mates burilados**

### **Presentación:**

Reciba un cordial saludo, actualmente nos encontramos desarrollando la tesis titulada “Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos”, es por lo que deseo aplicar la presente entrevista, agradezco de antemano su gentil colaboración

### **Datos de los entrevistadores:**

Nombres y Apellidos	:	Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar
Facultad	:	Ciencias de la Empresa
Escuela Académica Profesional	:	Administración y Negocios Internacionales
Universidad	:	Universidad Continental
Nombre y Apellidos	:	Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto
Facultad	:	Ciencias de la Empresa
Escuela Académica Profesional	:	Administración y Negocios Internacionales
Universidad	:	Universidad Continental

### **Confidencialidad:**

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos

### **Instrucciones:**

Responda las siguientes preguntas con total sinceridad,

**CPt01** ¿La empresa cuenta con maquinaria actualizada? Y ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?

**Entrevistado:** Como le explicaba maquinaria actualizada no, nosotros tenemos este hace tiempo algunas maquinas como es una lijadora, una marcadora que nos ayudan en el proceso productivo.

**CPdmp02** ¿Cuenta con suficiente materia prima para producir el volumen requerido para una exportación? Y ¿Cuánta cantidad aproximadamente requiere ese tipo de producción?

**Entrevistado:** Si, materia prima si contamos. Wao, he miles.

**CPccp03** ¿Qué entiende por calidad? Y ¿Qué características de calidad cuenta sus productos?

**Entrevistado:** Calidad de verdad varía señorita en lo de acuerdo con el cliente, la calidad puede ser por ejemplo en cuestiones de mate, el tamaño. Para otras la calidad puede ser este el diseño del producto para otros calidad puede ser la materia prima que utilizamos, entonces la empresa trata de juntar todo eso no. Nosotros por calidad hacemos tratar de dar todo lo mejor en todo el proceso productivo desde la selección de la materia prima, materia prima de calidad que no tenga ningún huequito ningún raspado, que no sea muy frágiles, entonces en la calidad del diseño innovando constantemente nuestros diseños he también este por ejemplo en la manera de tallar el mate, un tallado muy fino muy detallado. Como le mencioné pues este materia prima seleccionada, diseños únicos y el tallado pues este también es único muy detallado y muy fino.

**CGct05** ¿Con qué frecuencia los trabajadores tienen capacitación?

**Entrevistado:** De acuerdo con el producto por ejemplo el producto, si es un nuevo producto o un nuevo diseño este pues eso vamos a capacitarlo nuevamente como tienen que hacerlo, la manera de marcar, la manera del diseño es de acuerdo con el pedido por ejemplo ahora ultimo hemos entregado un pedido de maracas nunca habíamos hecho maracas por lo tanto todos necesitábamos capacitarlos y aprender el proceso.

**CGcdr06** ¿Maneja algún método para medir el rendimiento de los trabajadores?

**Entrevistado:** Método no, todo es básicamente a la cantidad de producción que ellos hacen.

**CGpe08** En un plan estratégico ¿Qué es lo primero que realiza? ¿Porqué?

**Entrevistado:** En un plan estratégico?, he bueno nosotros tenemos que ver cuál es nuestra misión nuestra visión, que responsabilidades tenemos cada uno.

**CCmti11** ¿Qué medio y modo de transporte utiliza su empresa? ¿Porque cree que es la más adecuada?

**Entrevistado:** He terrestre, bueno para envío nacional terrestre para envió este al extranjero supongo que Serpost utilizará el medio aéreo por el tiempo de entrega.

**CCpep12** ¿Ha participado alguna vez en alguna feria de promoción a las exportaciones? ¿En cuántas ha participado? Y ¿Qué experiencia tiene de ello? ¿Le ayudó en el proceso de exportación?

**Entrevistado:** Si en la BigShow, como en 3 o 4 oportunidades, bueno este interactúas directamente con el comprador donde se puede saber puedes ahí aprender cuales son las necesidades o por ejemplo puedes ya tu ver con las observaciones que te hacen o las sugerencias directamente ya cual es realmente la necesidad de ese mercado o que gusta más en ese mercado no. En el proceso de exportación, eso ya cabe en cada uno de la empresa señorita porque básicamente netamente esas ferias son de promoción no donde tú puedes encontrar tus clientes

**CFmpc14** ¿Qué medios de cobro utiliza cuando realiza exportaciones?

Como le dije con un cliente yo utilizo Western Union, sí y bueno con otro cliente que no utilizamos la cuenta bancaria mediante el CCI.

Empresa: Artesanías Kolibri

## **Guía de entrevista a los gerentes de las empresas de mates burilados**

### **Presentación:**

Reciba un cordial saludo, actualmente nos encontramos desarrollando la tesis titulada “Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos”, es por lo que deseo aplicar la presente entrevista, agradezco de antemano su gentil colaboración

### **Datos de los entrevistadores:**

Nombres y Apellidos	:	Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar
Facultad	:	Ciencias de la Empresa
Escuela Académica Profesional	:	Administración y Negocios Internacionales
Universidad	:	Universidad Continental
Nombre y Apellidos	:	Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto
Facultad	:	Ciencias de la Empresa
Escuela Académica Profesional	:	Administración y Negocios Internacionales
Universidad	:	Universidad Continental

### **Confidencialidad:**

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos

### **Instrucciones:**

Responda las siguientes preguntas con total sinceridad,

**CPt01** ¿La empresa cuenta con maquinaria actualizada? Y ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?

**Entrevistado:** No, todo es a mano no hay a máquina, pero si para lijar para cortar si a máquina. O sea, para lijar el cofre es una máquina y el otro es caladora para cortar el mate

**CPdmp02** ¿Cuenta con suficiente materia prima para producir el volumen requerido para una exportación? Y ¿Cuánta cantidad aproximadamente requiere ese tipo de producción?

**Entrevistado:** No

**CPccp03** ¿Qué entiende por calidad? Y ¿Qué características de calidad cuenta sus productos?

**Entrevistado:** Calidad tenemos que mandar tal como el cliente quiere. En el primado es con soplete, es natural pero en el pintado es otro ya, más garantía lo tiene el quemado porque eso no se borra en cambio el pintado de acá a 10 años 15 años vuelve a su misma color.

**CGct05** ¿Con qué frecuencia los trabajadores tienen capacitación?

**Entrevistado:** Todos son mi familia, si siempre les decimos porque se pueden cortarse la mano o hacer así porque todo tenemos para dar el dibujo también tenemos que capacitarle, cómo es. Diario capacitamos.

**CGcdr06** ¿Maneja algún método para medir el rendimiento de los trabajadores?

**Entrevistado:** A veces ellos dicen por diario, a veces me llevo hoy día 100 en su casa lo hacen a veces otros dicen acá dibujamos más y otros con colores y todo.

**CGpe08** En un plan estratégico ¿Qué es lo primero que realiza? ¿Porqué?

**Entrevistado:** No realizamos eso

**CCmti11** ¿Qué medio y modo de transporte utiliza su empresa? ¿Porque cree que es la más adecuada?

**Entrevistado:** Desconozco de eso.

**CCpep12** ¿Ha participado alguna vez en alguna feria de promoción a las exportaciones? ¿En cuántas ha participado? Y ¿Qué experiencia tiene de ello? ¿Le ayudó en el proceso de exportación?

**Entrevistado:** A las ferias no. A ruedas de negocios una vez fuimos, pero creo que ellos tienen su gente ya, ya tienen su exportador de acá de cochás más bien yo he llevado mi diseño ya ni más ya no me ha pedido más solamente ellos esperan el diseño y el otro. Y en la segunda rueda de negocio ya no fui es mentira ya.

**CFmpc14** ¿Qué medios de cobro utiliza cuando realiza exportaciones?

**Entrevistado:** No hacemos exportación.

Empresa: Arte Alfaro E.I.R.L

Entrevista a Gerente: Cristian Tonino Alfaro Nuñez.

**CPt01** ¿La empresa cuenta con maquinaria actualizada? Y ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?

**Entrevistado:** Como te decía, nosotros no tenemos maquinas actualizadas, más que algunas herramientas que son un poco, se podrían llamar maquinas, pero pequeñas con las que por ejemplo un cortador, una caladora que es eléctrica pero que lo usamos una vez por mes o una vez por dos meses, luego un video grabador que es eléctrico, pero no es tanto como una máquina, es una herramienta, más que una maquina es una herramienta, no tenemos máquina.

**CPdmp02** ¿Cuenta con suficiente materia prima para producir el volumen requerido para una exportación? Y ¿Cuánta cantidad aproximadamente requiere ese tipo de producción?

**Entrevistado:** Si cuento con stock bastante en materia prima, para la exportación como te decía, este va a depender de dos cosas, mayormente hemos exportado cosas pequeñas, pero trabajos finos, hay unas escalas que el mate la calabacita del mismo tamaño pequeña puede llegarte a costar 5 soles y el mismo tamaño puede llegarte a costar 100 o 200 soles, entonces es una escala que a veces los que no conocen, piensan que se les está chamullando, no uno, si no conoces piensas, a ese joven Cristian me está inventando no, otro es el mismo cliente a veces se ve, pero el tema es cuando se hace la comparación, puede ser un trabajo con las mismas técnicas y mismas colores, la diferenciación es el acabadito que da en el tallado, la calidad del tallado, esa es la diferencia de poco a bastante, entonces no es nada del color ni el tamaño, entonces, si hago una exportación digamos de piezas finitas entonces hago en pequeñas cantidades, otro tema, no puedo trabajarlo en grandes cantidad porque esto no es que la calidad lo termino igual el mismo tiempo, la que hacemos con mucha calidad nos toma mucho tiempo en trabajar también, aja, ese precio, el tiempo de trabajo ha demorado, entonces de saca todo el costo no, cuando hacemos trabajitos corrientitos pues de 5 soles de 1 dólar, de 1 dólar y medio, se puede hacer más ahí es cuando mandas en cantidad un poco más no.

**CPccp03** ¿Qué entiende por calidad? Y ¿Qué características de calidad cuenta sus productos?

**Entrevistado:** Bueno yo entiendo dos formas, uno entiendo calidad, eso es un poco algo simple no, digamos tu como cliente me dices hágame este matecito de 10 soles, no yo quiero esto, así como esta, entonces para mí en esa situación, calidad se convierte en cumplirte a lo que tu pides, por más que sea feíto, o por más que sea diseñado otro que no está a mi agrado, pero mi cliente quiere eso, entonces si yo tengo que entregarte esa calidad de lo que tú me estas pidiendo en el patrón. El llamado calidad lo veo de dos formas, un zapato corrientito no oye hágame 5 de estas, si yo lo manipulo, si yo lo hago otra forma, ya no es calidad no. El otro punto que encuentro es la pasión de hacerlo bien detalladito, nuestra competencia no tiene.

A mi forma de pensar, lo que te digo no, de hecho, las dos. La primera que te dije es que tratamos de cumplir con el cliente,

No en los dos iguales, es que tenemos clientes que nos dicen nos gusta este de 5 soles. No a mí me gusta este, este de 5 soles, claro que le explicamos no, este es así este tiene más proyección, tienes más poder del sol, el cliente dice no, a mí me gusta ese, hágame 100, 200 de este, entonces yo tengo que basarme en ellos, esa calidad de cumplirle tal como quiere, que la colorcita, cumplirle ese patrón que me está diciendo, y lo otro, eso si ya es, no es a gusto del cliente, sino es ya a lo que hacemos nosotros, particularmente sorprendemos al cliente, esto nunca ha visto al cliente no ha dicho hágame así, sino lo hacemos bien entalladito, un pieza única y el cliente después lo mira recién y se queda asombrado muchas veces, así que lindo, me encanta me encanta, así quiero, cuanto es.

**CGct05** ¿Con qué frecuencia los trabajadores tienen capacitación?

**Entrevistado:** He no, la verdad que he descuidado estos dos años siquiera no ha habido nada de capacitaciones en estos dos años.

**CGcdr06** ¿Maneja algún método para medir el rendimiento de los trabajadores?

**Entrevistado:** He no, no ningún método en realidad, solo tal vez un poco empírico, viendo, este, ya conociendo como es el trabajo todo esto, teniendo esa experiencia solo ver no, oye ya se cómo hace, por ejemplo, ya yo voy a saber cómo trabajas, pues, trabájame digamos 10 mates, te llevas a tu casa en el árbol, donde tu deseas, es una forma también de que en donde el trabajador se siente más libre, más tranquilo, se inspira más de todo esto no. Pero yo sé cómo trabajas, si tú me traes 10 y lo haces como sea, es bueno hacerlo rápido, pero manteniendo la calidad, hemos mandado hacer y por hacerlo rápido lo hicieron como sea. Hemos tenido que no he entregar y hemos vendido a otro a menor precio. Trato de hacer eso por experiencia y por conocimiento.

**CGpe08** En un plan estratégico ¿Qué es lo primero que realiza? ¿Porqué?

**Entrevistado:** ¿Plan estratégico? No realizo.

**CCmti11** ¿Qué medio y modo de transporte utiliza su empresa? ¿Porque cree que es la más adecuada?

**Entrevistado:** Por avión, si, las razones, porque, es que es un frutito esto, entonces en el barco, sale más barato, pero demora 2 meses, hay mucha humedad, entonces como es un frutito tiende

a honguearse, a generar manchas, se va a manchar el producto. Para evitar todo esto, hacemos el pago un poquito más, pero es vía aérea.

**CCpep12** ¿Ha participado alguna vez en alguna feria de promoción a las exportaciones? ¿En cuántas ha participado? Y ¿Qué experiencia tiene de ello? ¿Le ayudó en el proceso de exportación?

**Entrevistado:** Si, ferias, hacen, por ejemplo, cada año hacen de Promperú, algunas ferias, en los eventos más grandes, por ejemplo, entonces hay en uno BIGSHOW, PERU NOVA, LA MACRO REGION, en donde PROMPERU trae importadores. Bueno si he tenido experiencias por ahí, a baja escala, pero si, luego, clientes fuertes no tuve en estas experiencias, aparte por un tema de que en su momento que he asistido, no ha sido de una manera bien preparada, no llevaba por ejemplo catálogos interesantes, solo catálogos simples, es que a veces desde ahí empieza a llamar la atención, tu presentación, te guste o no es bueno, no tuve material, más que los productos, me di cuenta un poco que esto es más para compra directa, ya que he tenido compras pero incluso los que han venido me han comprado pero no para vender sino para su casa, como eran de colección, el mismo precio que es carito, a ellos les ha llamado un poquito la atención, por un temade que oye si compro con caro, porque mayormente los empresarios compran para ganar, si compro con caro tengo que venderlo mucho más caro para vender y el movimiento va a ser lento. Son dos cosas no, o las personas que traen Promperú, no ha traído exactamente a mis clientes, porque clientes hay porque si hay clientes para todo sector y bueno no es que ellos tienen la culpa, sino que ellos no saben de esto, y que yo puedo cambiar de producto, productos más baratos y para esto si ya va a ver más rotaciones. Uno que hay cuando es estas oportunidades, ferias, rueda de negocios, ok, llevar y mostrar mis productos que estén baratos porque ya me di cuenta de que eso es lo que mayormente buscan, el otro es seguir intentando buscar no, llevar los finitos y encontrar no, porque si hay, en el mundo hay todo, entonces también.

**CFmpc14** ¿Qué medios de cobro utiliza cuando realiza exportaciones?

**Entrevistado:** Como te decía denantes, utilizo Pay Pay y he me hacen transferencia, pero no a banco no, sino a estas agencias de monedas, como son agentes Money Gray, Western junior, he, así como ellos.

**CFmpc14** ¿Actualmente la empresa está brindando crédito a sus clientes?



**Entrevistado:** A algunos, ahorita solo a uno, por ejemplo, de hecho, ahorita, ahorita incluso no, porque no hay movimiento por la pandemia, al menos para nosotros.

Empresa: Centro Artesanal y Cultural El Mate de Oro

Entrevista a Gerente: Wilfredo Veli Velásquez

**CPt01** ¿La empresa cuenta con maquinaria actualizada? Y ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?

**Entrevistado:** Según esta la producción no, según la producción. Bueno lo que es máquinas es de término medio no, nosotros queríamos tener la más sofisticada pero el costo es alto, porque por una maquinaria laser es de 15 mil para arriba porque hay de menos precio, pero no nos sirve mucho, entonces tener una máquina para tener una producción que todavía está en auge no nos conviene, entonces estamos con las mecánicas nada más pero no estamos con la última generación.

**CPdmp02** ¿Cuenta con suficiente materia prima para producir el volumen requerido para una exportación? Y ¿Cuánta cantidad aproximadamente requiere ese tipo de producción?

**Entrevistado:** Eso depende, depende porque si tenemos el stock usamos eso, pero sino solicitamos, pero si es la demanda más grande estamos en desventaja porque no hay suficiente materia prima. No logro cumplir. Hemos, he solicitado, hemos suplido esa necesidad porque hemos sufrido esa necesidad no. No es como la arcilla, compras una tonelada de arcilla, digamos he, te hacen un pedido de iglesias no, y con la tonelada tú puedes producir digamos mil iglesias y si te piden 2 mil iglesias tu compras una tonelada más, entonces en cualquier momento vas y compras, en cambio nuestra materia prima es un producto natural, tienes que sembrar y en 6 meses recién salir o más, entonces no es como ir al mercado tu compras o a la ferretería haces pedido en dos días, pero eso no tiene que pasar acá, 6 meses si te piden 100 mil unidades, digamos un ejemplo, entonces tienes que esperar 6 meses e inclusive ya tienes que pagar antes para que te reserve la cantidad porque otros van a querer comprar también, tú tienes que ganar, el problema de los mates burilados es la materia prima no, claro y eso también hace años atrás, hubo un proyecto Fesa, del gobierno regional, hace 8 años creo para solucionar la problemática de la materia prima, se han invertido 1,2 millón de soles para los artesanos de cochabamba, después de Huaylas y San Jerónimo, terminaron el proyecto y pidieron otro medio millón más, y nunca se solucionó esa problemática.

**CPccp03** ¿Qué entiende por calidad? Y ¿Qué características de calidad cuenta sus productos?

**Entrevistado:** He la calidad no, es llegar a un estándar adecuado en el cual nuestros productos van a ser valorado, y por ende también va a ser un precio justo, entonces si no llegamos a un nivel de calidad optimo, entonces de que vamos a exigir que nos paguen bien, si no hacemos un buen producto, por eso se hace un control de calidad. Diseño, acabado, color, insumos son varios no, son varios que intervienen no, porque si fallas en un insumo también no va a salir el mismo color, unos tienen que ver la calidad no solo al inicio sino en todo el proceso, hasta el final, de todas maneras, como es un producto hecho a mano entonces siempre va a haber algunos que no van a pasar el control de calidad.

**CGct05** ¿Con qué frecuencia los trabajadores tienen capacitación?

**Entrevistado:** Bueno, eso es constante no, lo dibujaste así o si usaste así o usaste esta técnica, es cuestión de conversar, en nosotros digamos somos los expertos, no podemos contratar alguien de afuera porque de mates, de burilar no sabe ningún profesional, entonces a veces vemos como hay que contratar alguien de afuera para que nos ayude hacer esto, el otro trabajo, el diseño podría ser pero en el proceso productivo, he no, nosotros tenemos que estar ahí viendo continuamente no como sale, hasta nosotros mismos tenemos que corregirnos en algunos detalles.

**CGcdr06** ¿Maneja algún método para medir el rendimiento de los trabajadores?

**Entrevistado:** Depende no, depende del pago también, si le pagas a diario es diferente, si le pagas a destajo es diferente.

**CGpe08** En un plan estratégico ¿Qué es lo primero que realiza? ¿Porqué?

**Entrevistado:** A si, primero el análisis FODA, lo básico no, el FODA para iniciar, entonces eso es como plantilla para hacer las estrategias.

**CCmti11** ¿Qué medio y modo de transporte utiliza su empresa? ¿Porque cree que es la más adecuada?

**Entrevistado:** La más adecuada por es a pedido del cliente, a veces nos dice no lo hagas la exportación por aduanas sino mándame con un currier, trabajamos con SKINET, aja. No, por avión, aja, en cambio SKINET ya se encargan, entregamos a la oficina y ellos ya se encargan de todo el proceso ya no, entonces por la cliente porque ella quiere sabes que quiero para tal día, quiero para la feria, quiero que me llegue en la puerta de mi casa, ya es decisión de la

cliente, si le cuesta más, a veces le damos un precio EXWORD entonces después de ahí por más de que sale para afuera, ella costea todo.

**CCpep12** ¿Ha participado alguna vez en alguna feria de promoción a las exportaciones? ¿En cuántas ha participado? Y ¿Qué experiencia tiene de ello? ¿Le ayudó en el proceso de exportación?

**Entrevistado:** ¿Promociones...? 1 rueda de negocio sí, si he participado, aunque me he llevado una gran decepción, porque yo fui a una rueda de negocio, inclusive se llevó a cabo en la cámara de comercio de Lima. Organizado por Promperú, Entonces, pero, ya uno con la experiencia de los años de experiencia, ya ve que tipo de clientes están ahí, entonces yo no solamente voy porque no lo conozco, un gran importador un comprador estrella que vino de Estados Unidos, si este comprando está interesado o no, gusta o no del producto, yo llevo mi catálogo de producto y todo eso no, pues iba analizando y estudiando y de los que querían mate burilado de los 20 que querían, 5 pasaron mi prueba y los 15 no, eran puro relleno, ósea que, para cumplir los objetivos no PROMPERU habían contratado, sabes conoces a alguien que importa o exporta? llamaron a sus amistades, porque después yo fui a comer un restaurant, bueno yo conozco Lima no, yo fui y ellos estaban en otra mesa y el supuesto importador no, estaba ahí sentado con la que estaban ahí conversando, sí que dijiste? que el producto y esto, entre ellos se tuteaba, entonces yo dije, que es esto?, entonces ahí me di cuenta, entonces cuando regrese en la tarde, empecé a investigar y a analizar, que pedía, yo preguntaba a los otros artesanos que te dijo el y que te dijo el otro, entonces era como una prueba nada más, no invita a verdaderos importadores, no, igualito en Huancayo cuando hacen rueda de negocio, traen a todos los intermediarios de Lima, esos intermediarios que te baratean los mates los productos, entonces esos intermediarios están años ahí sirviéndose de los artesanos, diciéndole tan tanto esta tu producto mil me hacen, yo te pago mitad de precio pero mil me haces, por ahí le juegan a los artesanos. Por eso ya casi no participo, prefiero mantener a los clientes que están ahí en Estados Unidos busca otros clientes ya directos, de PROMPERU ya tengo malas experiencias, son las mismas situaciones ya aburre.

**CFmpc14** ¿Qué medios de cobro utiliza cuando realiza exportaciones?

**Entrevistado:** Todo es vía banco, todo es bancarizado.

Empresa: KunturDesings

Entrevista a Gerente: Katya Milagros Canto Lazo

**CPt01** ¿La empresa cuenta con maquinaria actualizada? Y ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?

**Entrevistado:** Para la producción, sí. Bueno nosotros tenemos caladoras, cortadoras eléctricas, chiquitas máquinas para corregir pequeñas cosas, varias cosas no.

**CPdmp02** ¿Cuenta con suficiente materia prima para producir el volumen requerido para una exportación? Y ¿Cuánta cantidad aproximadamente requiere ese tipo de producción?

**Entrevistado:** Si, normalmente depende del cliente, hay pequeños y los grandes normalmente salen 15 a 20 mil, a veces necesitamos para dos meses no.

**CPccp03** ¿Qué entiende por calidad? Y ¿Qué características de calidad cuenta sus productos?

**Entrevistado:** La calidad es la, lo mejor que se puede brindar de un producto. En calidad podemos ver durabilidad, el diseño, tipo de trabajo en el material no.

**CGct05** ¿Con qué frecuencia los trabajadores tienen capacitación?

**Entrevistado:** Mayormente son a dos meses, o a un mes no.

**CGcdr06** ¿Maneja algún método para medir el rendimiento de los trabajadores?

**Entrevistado:** No, solo cuanto hacen al día de cada producto de cada diseño.

**CGpe08** En un plan estratégico ¿Qué es lo primero que realiza? ¿Porqué?

**Entrevistado:** Bueno, en un plan estratégico realizamos estrategias para ingresar al mercado internacional Realizamos esto para ver que lineamientos o que cosa vamos a tratar para mejorar en ventas, en producción, en realidad en todo no.

**CCmti11** ¿Qué medio y modo de transporte utiliza su empresa? ¿Porque cree que es la más adecuada?

**Entrevistado:** Para la exportación, la mayoría todos los clientes es aéreo. Adecuada no sabría decirte, pero es el medio que llega más rápido.

**CCpep12** ¿Ha participado alguna vez en alguna feria de promoción a las exportaciones? ¿En cuántas ha participado? Y ¿Qué experiencia tiene de ello? ¿Le ayudó en el proceso de exportación?

**Entrevistado:** Si, ya no recuerdo ya, creo que es buena, porque es la única forma de que la empresa ingrese al mercado exterior no. ¿La feria? Bueno claro, consiguiendo clientes.

**CFmpc14** ¿Qué medios de cobro utiliza cuando realiza exportaciones?

**Entrevistado:** Transferencia bancaria.

**CFmpc14** ¿Actualmente la empresa está brindando crédito a sus clientes?

**Entrevistado:** Ahorita no tanto porque es a 10 días o 15 días, el periodo es más corto.

**Guía de observación**

Empresa: Artesanías Huaytapallana

**Guía de observación a las empresas en el tema de estudio****Tema por evaluar**

Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos

**Lugar de observación**

Instalaciones de las empresas de mates burilados en el anexo de Cochabamba

**Datos de observador**

Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar

Bach. Lucia Massielly Martinez Llanto

**Fecha de observación**

Definir la respuesta con: Si - No

N°	Ítems	SI	NO	Observación
1	La maquinaria de producción es moderna		X	La maquinaria es tradicional
2	El proceso de producción es automático		X	El proceso de producción es manual
3	El control de la calidad es óptimo	X		Cada proceso de la elaboración del producto es controlado arduamente
4	Se maneja adecuadamente el control del producto	X		Se verifica cada detalle desde la producción hasta la entrega del cliente
5	Existe un ambiente favorable para la producción	X		Si existe un ambiente ordenado y las áreas están separadas para cada proceso
6	El proceso de empaquetado cumple con los requisitos para una exportación segura	X		No es necesario el empaque, sino que respecto a la etiquetado, el producto lleva el nombre del autor y además cumple con los requerimientos para la exportación

7	La entrega del producto cumple con el tiempo pactado con los clientes.	<b>X</b>		La atención a los clientes cumple con el tiempo establecido
8	Cuenta con las suficientes áreas para el procedimiento de producción en una exportación	<b>X</b>		Si cuenta con las suficientes áreas adecuadas para una exportación
9	Existe una buena comunicación entre los trabajadores y el gerente	<b>X</b>		Es una empresa familiar y existe una buena comunicación asertiva entre los trabajadores
10	El nivel de compromiso de los trabajadores ayuda a la empresa a cumplir con sus expectativas.	<b>X</b>		Los trabajadores muestran voluntad y esfuerzo en cada trabajo que realizan

Empresa: Artesanías Primavera

## Guía de observación a las empresas en el tema de estudio

### Tema por evaluar

Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos

### Lugar de observación

Instalaciones de las empresas de mates burilados en el anexo de Cochabamba

### Datos de observador

Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar

Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto

### Fecha de observación

Definir la respuesta con: Si - No

N°	Ítems	SI	NO	Observación
1	La maquinaria de producción es moderna	<b>X</b>		Trabajan con máquinas modernas para agilizar su producción
2	El proceso de producción es automático		<b>X</b>	El proceso de producción es manual
3	El control de la calidad es óptimo	<b>X</b>		Cada proceso de la elaboración del producto es controlado arduamente
4	Se maneja adecuadamente el control del producto	<b>X</b>		Manejo de producto adecuado
5	Existe un ambiente favorable para la producción		<b>X</b>	Están en proceso de renovación por lo cual el ambiente se encuentra desordenado
6	El proceso de empaquetado cumple con los requisitos para una exportación segura	<b>X</b>		No es necesario el empaque, sino que respecto a la etiquetado, el producto lleva el nombre del autor y además cumple con los



				requerimientos para la exportación
7	La entrega del producto cumple con el tiempo pactado con los clientes.	X		La entrega del producto se realiza en el tiempo acordado y el manejo de tiempo se controla de acuerdo con eso
8	Cuenta con las suficientes áreas para el procedimiento de producción en una exportación		X	En estos momentos no se encuentran con ambientes establecidos
9	Existe una buena comunicación entre los trabajadores y el gerente	X		La empresa es familiar y también cuenta con trabajadores externos, pero entre todos existe una comunicación asertiva
10	El nivel de compromiso de los trabajadores ayuda a la empresa a cumplir con sus expectativas.	X		Los trabajadores muestran voluntad y esfuerzo en cada trabajo que realizan

Empresa: Artesanías Kolibri

## Guía de observación a las empresas en el tema de estudio

### Tema por evaluar

Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos

### Lugar de observación

Instalaciones de las empresas de mates burilados en el anexo de Cochabamba

### Datos de observador

Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar

Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto

### Fecha de observación

Definir la respuesta con: Si - No

N°	Ítems	SI	NO	Observación
1	La maquinaria de producción es moderna		X	La maquinaria de producción es tradicional
2	El proceso de producción es automático		X	El proceso es manual
3	El control de la calidad es óptimo	X		Para ventas nacionales
4	Se maneja adecuadamente el control del producto		X	No tienen suficiente conocimiento para realizar un buen control de calidad
5	Existe un ambiente favorable para la producción		X	No existe espacios establecidos, además existe desorden en el espacio de trabajo
6	El proceso de empaquetado cumple con los requisitos para una exportación segura		X	No exportan
7	La entrega del producto cumple con el tiempo pactado con los clientes.	X		Cumplen con el tiempo pactado con los clientes nacionales, pero no tienen clientes internacionales
8	Cuenta con las suficientes áreas para el procedimiento de producción en una exportación		X	El espacio es pequeño y no está organizado adecuadamente

9	Existe una buena comunicación entre los trabajadores y el gerente	X		La empresa es familiar y si existe una buena comunicación
10	El nivel de compromiso de los trabajadores ayuda a la empresa a cumplir con sus expectativas.	X		Los trabajadores muestran voluntad y esfuerzo en cada trabajo que realizan

Empresa: Arte Alfaro E.I.R.L

## Guía de observación a las empresas en el tema de estudio

### Tema por evaluar

Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos

### Lugar de observación

Instalaciones de las empresas de mates burilados en el anexo de Cochabamba

### Datos de observador

Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar

Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto

### Fecha de observación

Definir la respuesta con: Si - No

N°	Ítems	SI	NO	Observación
1	La maquinaria de producción es moderna		X	La maquinaria es tradicional
2	El proceso de producción es automático		X	El proceso de producción es manual
3	El control de la calidad es óptimo	X		Eficiencia de control de calidad
4	Se maneja adecuadamente el control del producto	X		Manejo del producto adecuado
5	Existe un ambiente favorable para la producción		X	Descuido del ambiente laboral, desorden en las áreas de trabajo
6	El proceso de empaquetado cumple con los requisitos para una exportación segura	X		No es necesario el empaque, sino que respecto al etiquetado, el producto lleva el nombre del autor y además cumple con los requerimientos para la exportación
7	La entrega del producto cumple con el tiempo pactado con los clientes.	X		La atención a los clientes es rápida y amable
8	Cuenta con las suficientes áreas para el procedimiento de producción en una exportación	X		Cuenta con ambientes amplios, pero todavía no se encuentra organizado

9	Existe una buena comunicación entre los trabajadores y el gerente	X		La empresa es familiar y si existe una buena comunicación
10	El nivel de compromiso de los trabajadores ayuda a la empresa a cumplir con sus expectativas.	X		Los trabajadores muestran voluntad y esfuerzo en cada trabajo que realizan

Empresa: Centro Artesanal y Cultural El mate de Oro

## Guía de observación a las empresas en el tema de estudio

### Tema por evaluar

Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos

### Lugar de observación

Instalaciones de las empresas de mates burilados en el anexo de Cochas

### Datos de observador

Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar

Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto

### Fecha de observación

Definir la respuesta con: Si - No

N°	Ítems	SI	NO	Observación
1	La maquinaria de producción es moderna		X	La maquinaria de producción es tradicional
2	El proceso de producción es automático		X	El control es manual
3	El control de la calidad es óptimo	X		Revisan detalle a detalle cada proceso de producción
4	Se maneja adecuadamente el control del producto	X		Manejo del producto adecuado
5	Existe un ambiente favorable para la producción	X		Cuentan con ambientes ordenados y disponibles para una buena producción
6	El proceso de empaquetado cumple con los requisitos para una exportación segura	X		No es necesario el empaque, sino que respecto a la etiquetado, el producto lleva el nombre del autor y además cumple con los requerimientos para la exportación
7	La entrega del producto cumple con el tiempo pactado con los clientes.	X		La entrega del producto se realiza en el tiempo acordado y el manejo de tiempo se controla de acuerdo con eso

8	Cuenta con las suficientes áreas para el procedimiento de producción en una exportación	X		Cuentan con un espacio grande y las áreas están organizadas correctamente
9	Existe una buena comunicación entre los trabajadores y el gerente	X		Es una empresa netamente familiar y todos los miembros aportan ideas y la comunicación es asertiva
10	El nivel de compromiso de los trabajadores ayuda a la empresa a cumplir con sus expectativas.	X		Los trabajadores muestran voluntad y esfuerzo en cada trabajo que realizan

Empresa: KunturDesings

## Guía de observación a las empresas en el tema de estudio

### Tema por evaluar

Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos

### Lugar de observación

Instalaciones de las empresas de mates burilados en el anexo de Cochabamba

### Datos de observador

Bach. Helen Tatiana Aguirre Paucar

Bach. Lucia Massiely Martinez Llanto

### Fecha de observación

Definir la respuesta con: Si – No

N°	Ítems	SI	NO	Observación
1	La maquinaria de producción es moderna	<b>X</b>		Trabajan con máquinas modernas para agilizar su producción
2	El proceso de producción es automático		<b>X</b>	El proceso es manual
3	El control de la calidad es óptimo	<b>X</b>		Supervisan a detalle cada proceso del producto
4	Se maneja adecuadamente el control del producto	<b>X</b>		Manejo del producto adecuado
5	Existe un ambiente favorable para la producción	<b>X</b>		Cuentan con ambientes adecuados y ordenados
6	El proceso de empaquetado cumple con los requisitos para una exportación segura	<b>X</b>		No es necesario el empaque sino que respecto a la etiquetado, el producto lleva el nombre del autor y además cumple con los requerimientos para la exportación
7	La entrega del producto cumple con el tiempo pactado con los clientes.	<b>X</b>		La atención a los clientes es rápida y amable
8	Cuenta con las suficientes áreas para el procedimiento de producción en una exportación	<b>X</b>		Tienen las áreas necesarias para un proceso de exportación

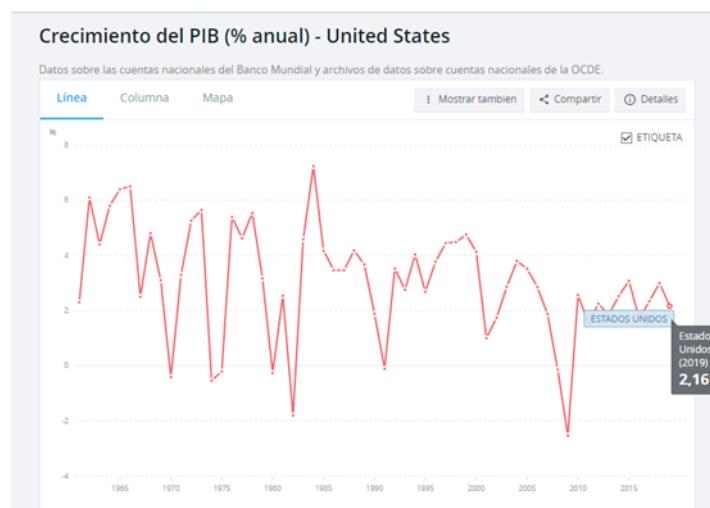
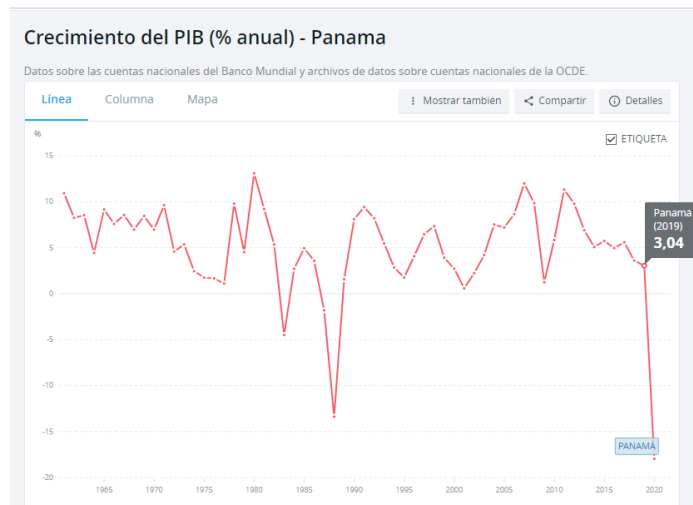


9	Existe una buena comunicación entre los trabajadores y el gerente	X		Es una empresa familiar y si existe una comunicación asertiva
10	El nivel de compromiso de los trabajadores ayuda a la empresa a cumplir con sus expectativas.	X		Los trabajadores muestran voluntad y esfuerzo en cada trabajo que realizan

## Apéndice C

### Capturas de los documentos de consulta

a) % PBI 2019





## c) Tránsito Marítimo

**Rutas Encontradas** CONTENEDORES NUEVA BÚSQUEDA

Costa Centroamerica Costa Este Panamá Costa Norte Brasil

[VER MAPA PARA ESTA RUTA](#)

Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)			Mercadería Consolidada Tm/m³	Días de tránsito (**)	Frecuencia de salida (***)	Líneas navieras
		Contenedores 20 pies	40 pies	40 pies refrigerado				
Callao	Guayaquil (Ecuador)	633	812	2,420	47	2	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Puerto Caldera (Costa Rica)	967	1,250	3,250	85	15	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Corinto (Nicaragua)	1,220	1,380	2,660	100	14	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Quetzal (Guatemala)	1,280	1,640	2,900	100	14	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Puerto Cortes (Honduras)	1,200	1,690	3,000	100	15	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Acajulia (El Salvador)	1,120	1,552	3,140	100	14	SEMANAL	Ver líneas

[VER MAPA PARA ESTA RUTA](#)

Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)			Mercadería Consolidada Tm/m³	Días de tránsito (**)	Frecuencia de salida (***)	Líneas navieras
		Contenedores 20 pies	40 pies	40 pies refrigerado				
Callao	Balboa (Panamá)	1,308	1,615	2,131	78	4	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Miami (Estados Unidos)	1,519	2,200	3,538	75	16	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Port Everglades (Estados Unidos)	2,128	3,451	4,594	80	19	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Charleston (Estados Unidos)	1,580	2,031	4,035	106	19	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Norfolk (Estados Unidos)	1,580	2,031	4,035	97	18	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Baltimore (Estados Unidos)	1,472	2,031	4,035	75	23	SEMANAL	Ver líneas
Callao	New York (Estados Unidos)	1,838	2,139	4,094	70	16	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Montreal (Canadá)	2,394	2,960	5,112	220	19	SEMANAL	Ver líneas

## d) Arancel AV

## Derechos de aduana ①

Por producto 96020010 – Unhardened gelatin, worked and articles thereof

Exportado desde **Perú a Estados Unidos de América**

Año arancelario: **2021 (HS Rev.2017)**

Fuente: ITC (Market Access Map)

Régimen arancelario ①	Arancel aplicado ①	EAV ①	Nota
MFN duties (Applied) ⓘ	3%	3%	
Preferential tariff for Peru ⓘ	0%	0%	Detalles del acuerdo comercial ▲
Información del acuerdo	Reglas de origen	Certificado de origen	
<b>NOMBRE</b> FTA, Peru-United States  <b>EN VIGOR</b> 2009-02-01  <b>TIPO</b> Free trade agreement  <b>ALCANCE</b> Bilateral,Country-Country  <b>ESTADOS MIEMBROS</b> Estados Unidos de América,Perú	<input type="checkbox"/> Chapter On Rules Of Origin <input type="checkbox"/> Customs Administration <input type="checkbox"/> Full Text Of Agreement <input type="checkbox"/> Product-Specific Rules Of Origin	<input type="checkbox"/> Certificate Of Origin	
<a href="#">CONOZCA MÁS</a>			

## Derechos de aduana <sup>1</sup>

Por producto 9602001000 – Materias vegetales o minerales para tallar trabajadas y manufacturas de estas materias; manufacturas moldeadas o talladas de cera parafina estearina gomas o resinas naturales o pasta para modelar y demás manufacturas moldeadas o talladas no expresadas ni comprendidas en otra parte; gelatina sin endurecer trabajada excepto la de la partida 35.03 y manufacturas de gelatina sin endurecer. Cápsulas de gelatina para envasar medicamentos alimentos y cosméticos

Exportado desde **Perú a Ecuador**  
 Año arancelario: **2020 (HS Rev.2017)**  
 Fuente: ITC (Market Access Map)

Régimen arancelario <sup>1</sup>	Arancel aplicado <sup>1</sup>	EAV <sup>1</sup>	Nota
MFN duties (Applied) <sup>2</sup>	5%	5%	
Preferential tariff for CAN countries <sup>3</sup>	0%	0%	Detalles del acuerdo comercial <sup>▲</sup>

Información del acuerdo	Reglas de origen	Certificado de origen
<b>NOMBRE</b> Regional group, Andean Community	Chapter On Rules Of Origin	Certificate Of Origin
<b>INACTIVE</b> 2006-01-01	Product-Specific Rules Of Origin	
<b>TIPO</b> Customs union		
<b>ALCANCE</b> Plurilateral,Country-Country		
<b>ESTADOS MIEMBROS</b> Bolivia (Estado Plurinacional de), Chile, Colombia,		

## Derechos de aduana <sup>1</sup>

Por producto 96020010 – Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y manufacturas de estas materias; manufacturas moldeadas o talladas de cera, parafina, estearina, gomas o resinas naturales o pasta para modelar y demás manufacturas moldeadas o talladas no expresadas ni comprendidas en otra parte; gelatina sin endurecer trabajada (excepto la de la partida 3503), y manufacturas de gelatina sin endurecer. Materias vegetales o minerales para tallar trabajada incluso sus manufacturas

Exportado desde **Perú a Panamá**  
 Año arancelario: **2013 (HS Rev.2012)**  
 Fuente: ITC (Market Access Map)

Régimen arancelario <sup>1</sup>	Arancel aplicado <sup>1</sup>	EAV <sup>1</sup>	Nota
MFN duties (Applied) <sup>2</sup>	10%	10%	

## Remedios comerciales <sup>1</sup>

Por producto 96020010 – Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y manufacturas de estas materias; manufacturas moldeadas o talladas de cera, parafina, estearina, gomas o resinas naturales o pasta para modelar y demás manufacturas moldeadas o talladas no expresadas ni comprendidas en otra parte; gelatina sin endurecer trabajada (excepto la de la partida 3503), y manufacturas de gelatina sin endurecer. Materias vegetales o minerales para tallar trabajada incluso sus manufacturas

Exportado desde **Perú a Panamá**  
 Fuente: ITC (Market Access Map)

*Panamá no aplica ningún remedio comercial en el producto seleccionado*

## e) % Crecimiento de importaciones de mates burilados

Producto: 960200 - Materias vegetales o minerales para tallar

Grupo de productos: Ninguno  
 Grupo de países: Ninguno  
 Grupo de socios: Ninguno

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú en 2020 <sup>i</sup>  
 Producto: 960200 Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y manufacturas de estas materias; manufacturas ... <sup>i</sup>  
 Las exportaciones de Perú representan 0,1% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 31  
 La distancia media de los países importadores es 3959 km y la concentración de las exportaciones es de 0,23

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Datos IED Datos arancelarios Normas voluntarias

Descargar líneas por página: Por defecto (25 por página)

Comercio bilateral	Importadores	Valor exportado en 2020 (Miles de USD)	Saldo comercial en 2020 (Miles de USD)	Participación de las exportaciones para Perú (%)	Cantidad exportada en 2020	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2015-2020 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2011-2020 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2010-2020 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones bilaterales del país socio entre 2015-2020 (% p.a.)	Distancia media entre los países socios y todos los mercados preferenciales (km)	Concentración de los proveedores de los países socios	Arancel medio (reajustado) aplicado por Perú
	Mundo	971	-1.737	100	93	Toneladas	10.441	3	-6	-29		100	3			
	Estados Unidos de América	395	-16	40,7	21	Toneladas	18.810	0	-14	-45	1	27,8	7	8.446	0,14	3
	Ecuador	145	145	14,9	21	Toneladas	8.905	45	37	17	82	0,2	-6	5.007	0,25	3
	Panamá	133	133	13,7	3	Toneladas	44.333	72	30	-17	96	0,03	0	2.419	0,35	11,7
	Argentina	119	119	12,3	28	Toneladas	4.250	-13	-13	-2	25	1	3	7.191	0,36	3
	Chile	41	36	4,2	10	Toneladas	4.100	46	25	390	44	0,4	2	6.577	0,25	3
	República Dominicana	31	31	3,2	1	Toneladas	31.000				75	0,06	2	2.919	0,34	10
	Colombia	20	-1.651	2,1	5	Toneladas	4.000	-22	-20	-34	90	0,2	8	10.359	0,29	3
	Bolivia, Estado Plurinacional de	16	16	1,6	2	Toneladas	9.000	127	-15	-69	96	0,05	0	8.332	0,21	3
	América	17	14	1,8	0	Toneladas		1		73	2		-1	2.052	0,24	3
	Antigua y Barbuda	13	13	1,3	0	Toneladas		65	60		139	0	9	3.543	1	20
	Italia	10	10	1	0	Toneladas		-12		74	9	2,3	-3	1.754	0,39	3
	Zona Neo	5	5	0,5	0	Toneladas				-39						3
	Canadá	4	4	0,4	0	Toneladas		-30		-59	6	2,8	-5	3.280	0,82	3
	Países Bajos	4	4	0,4	0	Toneladas		-27		-32	18	1,4	-14	2.011	0,10	0

## f) Doing Business

Estados Unidos - Índice Doing Business										
Fecha	Índice	Doing Business	Apertura de un negocio	Permisos de construcción ▲	Obtención de electricidad	Registro de propiedades	Crédito	Inversionistas minoritarios	Impuestos	Comercio
2019	82,75	8°	53°	26°	54°	38°	3°	50°	37°	3
2018	82,54	6°	49°	36°	49°	37°	2°	42°	36°	3
2017	82,45	8°	51°	39°	36°	36°	2°	41°	36°	3
2016	82,46	7°	45°	37°	32°	37°	2°	39°	34°	3
2015	81,96	7°	44°	33°	11°	29°	90°	25°	47°	
2014	82,14	7°	41°	43°	58°	30°	1°	21°	44°	1

Panamá - Índice Doing Business										
Fecha ▲	Índice	Doing Business	Apertura de un negocio	Permisos de construcción	Obtención de electricidad	Registro de propiedades	Crédito	Inversionistas minoritarios	Impuestos	Comercio
2019	66,12	79°	48°	108°	30°	81°	22°	99°	174°	5
2018	65,27	79°	39°	88°	18°	83°	29°	96°	180°	5
2017	66,19	70°	43°	73°	23°	84°	20°	70°	170°	5
2016	66,19	67°	41°	70°	19°	84°	19°	69°	166°	5
2015	66,24	66°	37°	67°	9°	61°	35°	76°	0°	
2014	67,81	55°	36°	63°	30°	66°	45°	75°	165°	

Ecuador - Índice Doing Business										
Fecha	Índice	Doing Business	Apertura de un negocio	Permisos de construcción	Obtención de electricidad	Registro de propiedades	Crédito	Inversionistas minoritarios	Impuestos	Comercio
2019	57,94	123°	168°	113°	94°	75°	112°	125°	143°	10
2018	57,83	118°	168°	105°	85°	74°	105°	124°	145°	10
2017	57,97	114°	166°	76°	95°	69°	101°	118°	137°	9
2016	57,49	114°	165°	72°	99°	68°	97°	112°	132°	9
2015	57,62	114°	162°	69°	8°	80°	74°	117°	2°	
2014	57,96	115°	157°	59°	116°	79°	86°	136°	133°	11

## Apéndice D

### Perfil de expertos

#### *HOJA DE VIDA*

#### *MIGUEL ANGEL CAPUÑAY REATEGUI*



#### *Actualmente:*

- Consultor en temas de negocios internacionales
- Asesor Legal en Los Olivos SAC
- Gerente de Operaciones en ACARE PERU SAC
- Fundador, director y Gerente en JURIS ADUANAS SRL
- Asesor Legal en RAMSEY SA
- Consultor para ADEX, PROMPERU, MINCETUR, ESAN, Málaga Web & Asociados y CONAFU

#### *Formación académica:*

- Estudios Doctorales en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Cataluña
- Master of Laws por la Universidad Estatal de Kiev “T.G. Shevchenko”
- Maestro en Docencia para la educación Superior por la Universidad Andrés Bello de Chile”
- Egresado de la Maestría en Derecho Empresarial por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
- Segunda Especialización en Comercio Exterior por ADEX
- Título Profesional de Abogado por la UNMSM Y Jurista en Derecho Internacional por la Universidad Estatal de Kiev “T.G. Shevchenko”

#### *Ámbito académico:*

- Docente a nivel postgrado en Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo de Chiclayo, Universidad Señor de Sipán de Chiclayo, Universidad Nacional de Trujillo, Universidad Ricardo Palma.
- Docente a nivel pregrado en Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

**Talleres y seminarios desarrollados:**

- Herramientas para analistas de inteligencia de mercados internacionales
- Herramientas de inteligencia comercial para oportunidades de exportación e importación
- Proceso de internacionalización de las empresas, retos y oportunidades. “ADN ADUANERO”.

**Artículos/Notas:**

- Aporte al diario **El peruano** con el tema de “Plan de reactivación 2021 para el sector exportador”
- Aporte al diario **Gestión** con el tema de “A mayor inestabilidad, mayor
- Aporte al diario **Gestión** con el tema “Exportaciones 2019: a tiempo de corregir”
- Aporte al diario **El Peruano** con el tema “El futuro de las empresas ‘born global’ peruanas (II)”
- Aporte al diario **El Peruano** con el tema “El futuro de las empresas ‘born global’ peruanas (I)”
- Aporte al diario **El Peruano** con el tema “TLC Perú-UE, cinco años después”



**HOJA DE VIDA****Syntia Marcia Campos Del Pino****RUC: 20426095861****Dirección: Psje. Las Begonias 241 – S.A. Cajas****Celular: 966828773****E-mail: syntiacampos@gmail.com****Formación académica:****Carrera profesional:**

- MG. GESTIÓN PÚBLICA - Egresada de la “Universidad de San Martín de Porres y EUCIM Business School / USMP - EUCIM”
- ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS – Titulada y Egresada de la “Universidad Nacional del Centro del Perú”
- Técnico Informático – Titulada y Egresada del Instituto de Educación Superior Tecnológico “SAN PEDRO” - Escuela Superior Técnica “CEDEGEN”- Huancayo.

**Especializaciones:**

- Curso: “Prospectiva y Gestión de Escenarios” – Promperú 2017
- Capacitación en: Capacitación en Habilidades Interpersonales Laborales, Liderazgo coherente en la dirección de personas, Herramientas de Información Comercial – DAEC, Responsabilidad administrativa, civil y penal de funcionarios y servidores públicos. Promperú – UPC 2017
- Capacitación en Cadenas de Valor y Servicios Ecosistémicos (metodología Value Links) – GIZ Cooperación Alemana – Mincetur – Promperú 2016.
- Curso Asesoría en Internacionalización de Empresas Agroalimentarias para organizaciones de Promoción del Comercio Edición 2 – BID – INDES –2015
- Diplomado Programa de especializado de Formación de Promotores de comercio Exterior – Mincetur – USIL – 2015
- Empresarial – TOT en TGE – GIZ – PERMANET – MINCETUR – PROMPERU - 2014
- Diplomado Especializado en Proyectos de Inversión – CORLAD 2014

- I Diplomado Especializado en Operaciones y Logística – CORLAD JUNIN 2014
- Curso de Comercio Exterior a Distancia – ADEX 2013
- Curso Derecho Administrativo – USAID 2012
- Curso Despacho Aduanero – USAID 2012
- Diplomado en Gestión de Procesos (Calidad) – Universidad Continental 2012
- Diplomado en Formulación de Proyectos – Universidad Continental 2012

**Experiencia laboral:**

- PROMPERU MRC- HUANCAYO. – Promotor del Sector de Industria de la vestimenta y Home Decor / Promotor del Sector Pesca de la Oficina de Promperú Macro Región Centro, atendiendo a las empresas productoras, transformadoras y comercializadoras del sector textil, home decor y pesca de las regiones de Pasco, Huánuco, Ayacucho, Huancavelica y Junín.
- INSTITUTO CONTINENTAL. - Docencia en cursos de especialización de negocios internacionales. En los cursos de Negocios Internacionales, Legislación Peruana para el Comercio Internacional.
- PROMPERU – LIMA. - Especialista de café y cacao del Departamento de Agronegocios de Promperú.
- UNIVERSIDAD ROOSEVELT. - Docencia en cursos de especialización de negocios internacionales. En los cursos de Gestión Aduanera, Exportación e Importación y Desarrollo de Producto.
- 176
- UNIVERSIDAD CONTINENTAL. - Docencia en cursos de especialización de negocios internacionales. En los cursos de Costos, Precios y Cotizaciones Internacionales.
- PROMPERU MRC- HUANCAYO. – Promotor del Sector de Agronegocios de la Oficina de Promperú Macro Región Centro, atendiendo a las empresas productoras, transformadoras y comercializadoras del sector agroindustria de las regiones de Pasco, Huánuco, Ayacucho, Huancavelica y Junín.

- INSTITUTO CONTINENTAL. - Docencia en cursos de especialización de negocios internacionales. En los cursos de Seguros y Transportes Internacionales / Precios y Cotizaciones Internacionales.
- PROMPERU MRC- HUANCAYO. - Consultoría de seguimiento y monitoreo de BPCJ, Consultora Junior de Programa 5s, Monitoreo en Ferias Internacionales y Ruedas de Negocios.
- CAMDELP CONSULTORES E.I.R.L.- Gerente, Consultora en temas de comercio exterior.
- SETEJE - ALL INVEST – CÁMARA DE COMERCIO HUANCAYO. – Consultoría Rueda de Negocios para empresas agroindustriales en la ciudad de Lima.
- DIRCETUR JUNIN – HUANCAYO. - Elaboración de Estudios de Mercado que contribuyan a identificar oportunidades comerciales para productos exportables de la Región Junín.
- UNCP – HUANCAYO. - Elaboración de Planes de Exportación
- COMPLEJO EDUCATIVO INGENIERIA- Formulación de Gestión por Procesos
- SHOWEN GROUP – Formulación de Proyecto de Formación de Entrenamiento y Capacidades para pymes de extrema pobreza
- RESERVA PAISAJISTICA NOR YAUYOS COCHAS – Formulación de Proyecto Turístico “Turismo Rural Nor Yauyos Cochas”

**Talleres y temas desarrollados:**

- Exportación: Pasos para Exportar
- Gestión de Calidad – 5” S”
- Comercio Justo - Indicadores de BPCJ
- Liderazgo de mujeres - BPCJ
- Inocuidad Alimentaria, BPA y Requisitos Fitosanitarios para Exportación
- Costos de Producción
- Procesos de Ruta Exportadora

## Apéndice E

### Evidencias de entrevistas a expertos

Entrevista a experto: Miguel Ángel Capuñay Reategui

**CPcep03** ¿Cuáles son los estándares de calidad que exige el mercado extranjero en el sector de artesanías? ¿Cuáles considera que estas empresas deben obtener o mejorar?

**Entrevistado:** ¿En el sector de artesanías? Ninguna, no exigen nada, artesanías ingresan así nada más que yo sepa. Bueno yo creo que estas empresas deberían, deberían tener por lo menos buenas prácticas de manufactura, claro ellos lo suyo es artesanías no, artesanías, pero deberían tener pues este dentro de las buenas prácticas de manufactura debería pues debería haber un, pues una especie de buenas prácticas para la artesanía y me imagino que la entidad que administra esa certificación de buenas prácticas de manufactura, manufactura es proceso no, fabricación, transformación aquí si bien no hay un proceso de maquinaria de equipos hay un proceso de elaboración no de convertir una arcilla en un producto artesanal, en un producto cerámico no. Entonces yo creo que si es que los productores de mates burilados tuvieran, tuvieran una especie de buenas prácticas de manufactura adecuadas a la artesanía yo creo que le darían mayor valor a sus productos a sus mates burilados yo creo que sus mates burilados serían más reconocidos mejor reconocidos por los usuarios los consumidores no, imagínate que tengan la etiqueta de buenas prácticas en cada uno de los mates pues yo como cliente voy y veo ah caramba que bien, aya ok, este es un producto seguro es un producto de calidad ya yo le compro, ok, así cueste lo que cueste osera le da mayor valor creo yo. Ahora el tema es determinar si es que a nivel de buenas prácticas de manufactura hay algo similar a lo que es artesanías les soy sincero desconozco ese tema en realidad. Ahora un cliente pues, un cliente podría pedirles a los artesanos no, necesito una certificación de calidad, pero ya ok, pero quien es la entidad que va a emitir ese certificado de calidad, ah bueno si usted me dice si usted importador me dice cuál va a ser la entidad ya yo lo tramito ante ese entidad pero si no me dice pues cómo voy a saber no. Entonces en mi opinión señoritas yo supongo que a nivel de manufactura debería haber algunas normas de calidad, algunas normas para la elaboración de estos, de estándares de calidad en el tema de artesanías, ¿Cuáles son? Desconozco realmente, debe haber.

**CGce07** Es importante implementar la cultura exportadora en este sector ¿Por qué?

**Entrevistado:** Por supuesto que sí señorita, la cultura exportadora es el conjunto de actividades que realiza las entidades promotoras de exportaciones del país con la finalidad de sensibilizar

con la finalidad de inocular en las venas de los empresarios de los artesanos pues la internacionalización como modus operandi como mecanismos como actividad empresarial principal, tenemos que hacer cambiar al empresario y sobre todo al artesano de Cochas hacerle ver que producir artesanías para el mercado local es bueno pero es mucho mejor si es que producimos los mates burilados de calidad con diseños muy eh diferenciados muy innovadores estoy seguro que su producto tendría mayor valor y mayor reconocimiento en el mercado internacional, por lo tanto ellos tienen que ser conscientes de que todos esos talleres todos esos seminarios todos esos miércoles de exportador que organiza Promperú que organiza el Gobierno Regional son pieza elemental pieza fundamental para que pues tomen conciencia del proceso de internacionalización de sus actividades y empiecen hacer más competitivos y su actividad mucho más rentable en beneficio de ellos mismos en beneficio de su comunidad en beneficio de la población de Cochas en beneficio de la provincia de Huancayo de la región Junín y en beneficio del país. He dicho.

**CCi09** ¿En qué incoterms se recomienda exportar en este sector? ¿Porqué?

**Entrevistado:** Bueno yo siempre recomiendo para la exportación hacerlo en FOB si va ser marítimo o en FCA si va ser aéreo, porque recomiendo esto porque bajo estos incoterms el exportador peruano no tiene, no tendría la obligación de contratar el flete, el flete marítimo el flete aéreo, lo cual de por sí ya reduce su inversión cierto, reduce su inversión porque no tiene que invertir en el flete y también reduce sus riesgos, reduce su tiempo de estar dedicándose a esa actividad de buscar flete no, entonces mayor facilidad mayor comodidad y más más fácil el proceso es cuando el exportador exporta bajo el termino FOB o FCA. Esa es mi opinión.

**CCmti11** ¿Qué medio y modo de transporte se recomienda utilizar para la exportación de este producto?

**Entrevistado:** Pues este producto yo creo que no es, no es frágil este producto eh no requiere un tratamiento especial en cuanto a cuidado, sobreprotección eh hay que tratarlo con pinzas esto se envasa se empaca se embala y puede viajar fácilmente vía marítima por lo tanto yo creo que el medio de transporte más adecuado y sobre todo más barato para las partes para ambas partes es el transporte marítimo, Ahora dependiendo de la urgencia, dependiendo de la urgencia con la que el cliente requiera su mercancía puede optarse también por el transporte aéreo siempre en cuando creo yo el comprador pague el flete, en cuyo caso el incoterm debería ser en FCA, entienden, porque en FCA ustedes saben que el flete lo paga el comprador, recuerdan no su clase de incoterms.

**CFct15** ¿Cuán importante es contar con recursos económicos disponibles en una empresa?

**Entrevistado:** Pues simplemente es sumamente importante señorita porque un carro no puede andar sin gasolina un camión no puede avanzar sin petróleo y en el caso empresarial el dinero es la gasolina que va permitir que este bus que este carro que este tractor llamado empresa avance los recursos financieros son sumamente importantes sin ellos no podemos implementar el proceso productivo sin ellos no podemos implementar una estrategia de marketing sin ello no podemos desarrollar una estrategia logística que permita que la carga llegue a destino a manos del consumidor por lo tanto los recursos financieros y económicos son sumamente importantes.

Entrevista a experto: Syntia Marcia Campos del Pino

**Investigador:** Buenas tardes, profesora, primeramente, muchas gracias, profesora por brindarnos un pequeño espacio. Actualmente, nosotros estamos realizando nuestra tesis titulada “La capacidad exportadora de las empresas de mate burilado del Anexo de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos”, para lo cual estábamos requiriendo su apoyo por favor.

**Entrevistado:** Ok Helen.

**CPccp03** ¿Cuáles son los estándares de calidad que exige el mercado extranjero en el sector de artesanías? ¿Cuáles considera que estas empresas deben obtener o mejorar?

**Entrevistado:** Bueno, dentro de los estándares de calidad que generalmente suelen pedir los compradores internacionales es uno primero basado en la ficha técnica, los artesanos generalmente no manejan eh, especificaciones técnicas en través de esta herramienta, es importante porque esta herramienta te permite mantener estándares, mantener diseños, entonces ellos generalmente cuando piden el tema de volúmenes te piden que sea en función de esa ficha técnica, eso es uno. Ahora en el tema de lo que es el control calidad, creo que la mayoría lo cumple, pero si no manejan una ficha técnica, con que controlo ese tema de calidad, que es también les van a pedir no, que cumplan eso. Y ya en el tema lo que son regulaciones, cumplir quizá o los artesanos no saben el tema de lo que son algunas regulaciones con lo que son mates burilados, no hemos tenido inconvenientes con el tema de lo que son despachos, pero si hay que comprender o entender siempre que esto al ser el tema de una calabacita con semillas, hacerle entender a la persona que está comprando ya sea el mercado destino o cuando le hagan la inspección en aduanas de que esas semillas están secas y que no hay ningún

inconveniente no, aclarar eso, porque si no igual van a tener inconvenientes al desaduanar eso en el mercado destino, creo que principalmente serían las limitantes.

¿Qué cosas deberían de mejorar los empresarios?

Manejo de las fichas técnicas es vital, porque esa es una herramienta como te digo que va a permitir manejar estándares. Porque el tema del burilado es un arte, un arte que el pulso de cada persona es diferente, entonces si me mandan a hacer un volumen de 100 mates por decir, si yo hago solo 10 mates no voy a poder cumplir los 100, voy a pedir a otra persona que me ayude, esa persona tiene que tener el mismo pulso, la misma técnica y la forma adecuada de que eso lo haga es a través de esa ficha técnica, yo le doy la ficha técnica a cualquiera y cualquiera lo podría hacerlo, entonces esa es una herramienta que si sirve, eso le serviría bastante para el manejo del diseño mismo, diseño de tamaños, control de calidad, todos los procesos y lo otro es incursionar en nuevos diseños, realmente los diseños que solemos hacer acá el tema del mate burilado es un tema muy tradicional y el gringo que está afuera te va a comprar la técnica o un turista que viene va a decir bonito me lo llevo, pero si tú quieres comercializar el producto allá, tiene que ser con temas de allá, tiene que ser con la cultura viva de esa zona, con la técnica que se tiene pero con esa cultura del lugar en donde se va a comercializar. Creo que haciendo esas dos cosas el mate podría tener una bastante acogida en el mercado internacional.

**CGce07** Es importante implementar la cultura exportadora en este sector ¿Por qué?

**Entrevistado:** Es importante fomentar la cultura exportadora porque ahí aprendemos he, el paso a paso de como exportar, generalmente los artesanos de acá de Cochas no exportan, si tú me preguntas por cifras de exportación solo tengo pocas empresas que, si exportan, eso no quiere decir que no exportan porque hay algunas empresas que hacen el trabajo aquí en Junín, hay personas que están en Lima y esas personas de Lima son las que comercializan el producto. Entonces porque no lo hacen, si tú les preguntas te van a decir no, no conozco el proceso, me ha ido mal, he tenido malas experiencias, es justamente por desconocimiento, entonces necesitan ese tema de cultura exportadora para poder conocer los temas, si conocieran los temas y cada vez, tú sabes que cuando hacen la practica van aprendiendo más y más, entonces si ellos ya hubieran tenido una pequeña experiencia, con los pasos pequeños que ellos hubieran aprendido, la siguiente hubieran aprendido más mas y si hubieran empezado a desenvolver de forma propia, pero ahorita no lo hacen, lo hacen a través de intermediarios, entonces si es importante la cultura exportadora.

**CCi09** ¿En qué incoterms se recomienda exportar en este sector? ¿Porqué?

**Entrevistado:** A ver el incoterm es una negociación, es una negociación que se tienen con el comprador. Ya ahora, el INCOTERM va a depender como tú quieras venderlo, por ejemplo, si hablamos ahorita de ventas directas a un cliente final, como lo están haciendo ya algunos artesanos ya ahorita gracias al tema de ICOMERS, al tema de que ya sus plataformas manejan carritos de compra, si fuera ese el caso, tendrían que tener es hasta el DDP, pero sino lo mínimo que yo debo de conocer para hacer una exportación es el FOB, ya, ahora en el peor de los casos, yo nunca he exportado yo nunca he tenido experiencia, ya lo hago en EXW no, ya que vengan acá a mi taller, de acá que se lleven, eso es por ejemplo para las empresas que nunca han hecho una exportación y no conocen de todo el proceso y la documentación, pero si ya lo hacen desde su planta y lo hacen como exportación debería de ser como INCOTERM EXW como mínimo, lo otro es FOB que es netamente hasta puerto, de ahí ya sale no. Como te digo va a depender mucho como negocien, porque así como nosotros en el mercado nosotros no queremos arriesgar para exportar, el comprador también a veces no tiene la experiencia para comprar entonces te va a decir si no me lo traes hasta acá tampoco te compro, el tema de INCOTERMS es un tema de negociación, importa mucho tanto el comprador como en este caso el exportador que vende negocien no, y él te cuente su experiencia yo he comprado, yo ya compro, siempre lo compro así, entonces él te va a decir cómo va a negociar porque el precio que tú das no influye con el tema del INCOTERM, el precio que tú haces, das un precio y en función al INCOTERM ya va incrementándose el tema de lo que son los costos adicionales no, pero ya es por un tema de exportación.

**CCmti11** ¿Qué medio y modo de transporte se recomienda utilizar para la exportación de este producto?

**Entrevistado:** Medio de transporte, mira el medio de transporte depende, por ejemplo, si fueran cosas pequeñas, que lo puedes mandar por aéreo, pero si ya fueran volúmenes grandes ósea en aéreo tú sabes el costo que te fletean es en función de peso y volumen, peso no tiene pero el volumen puede ser muy grande, entonces va a diferir mucho no, entonces en función creo yo en la cantidad que te vayan a pedir y al diámetro o volumen que tengas de los productos que vayas a exportar, ahora por el tema de que también son cosas muy pequeñas las que te piden, lo que ahora está la mayoría haciendo es mandándolo por un tema aéreo no y aparte de que hay beneficios a través de SERPOST, DHL que se puede manejar, pero si es un volumen grande mejor, que tome un poquito más su tiempo y que sea vía marítimo si el volumen es grande. Por eso te digo, a veces depende mucho si tú vas a mandar por un tema marítimo, tú



tienes que guardar las condiciones de tu producto, si embalas bien, no habría ningún inconveniente como te digo es para volúmenes grandes, pero es cierto lo que te han dicho ya por la humedad podría hongear el pobre producto.

**CFct15** ¿Cuán importante es contar con recursos económicos disponibles en una empresa

**Entrevistado:** A ver tener como decir un capital para poder realizar una negociación es necesario. Te explico porque, porque desde el tema de materia prima, cuando tu hablas con los señores de los mates, ellos te van a decir ya yo tengo mates no, y ellos lo que hacen es que una vez al año comprar hasta por camionadas el tema de lo que son los mates, entonces el capital siempre hay que tenerlo, porque no es que la materia prima se tenga siempre, sino viene de temporada en temporada entonces hay que tener esa materia prima disponible, para la materia prima hay que tener financiamiento y dinero a la mano, ahora el otro el tema de mano de obra lo podrían manejar, va a depender de eso, y por lo demás creo que el costo no se sumaría más de eso no, ósea los demás costos si se pueden asumir, pero creo que en el tema de materia prima es algo en lo que si deberían de invertir y tener, porque el tema de negociación generalmente te dicen hasta que yo no vea el producto que este final tampoco te cancelo no, el tema del cliente, entonces tu para eso necesitas tener capital mínimo para la materia prima y la mano de obra que puedes ser tu y la gente de confianza hasta que te hagan un pago recién puedes cancelarle no.

**Investigador:** Muchas gracias, profesora por su tiempo y disponibilidad.

## Apéndice F

### Cuestionario a expertos para la selección del mercado

#### Cuestionario a expertos para la selección del mercado de mates burilados

Mediante este cuestionario el experto deberá de designar el peso correspondiente a los ítems de acuerdo con su criterio.

**Apellidos y Nombres:** Capuñay Reategui Miguel Ángel

Visualice cada uno de los ítems y coloque un peso correspondiente a cada uno de ellos según su criterio. Además, explique el porqué de su elección (La sumatoria del % que se coloque en los ítems deberá llegar al 100%)

Ítems	Peso	Motivo/Razón
% Crecimiento de importaciones de Mate Burilado	20%	Porque si habido mayores importaciones de mates burilados eso significa que hay demanda por ese producto en los países de destino.
Población	20%	Pues un país con una población por encima de 40 millones de habitantes asegura un mercado potencial, un mercado disponible y un mercado efectivo importantes.
% PBI 2019	10%	Pues si un país refleja un buen porcentaje quiere decir que ese país cuenta con una economía estable o creciente.
Tránsito marítimo	40%	Hoy en día la variable flete que implica costo de transporte pues impacta fuertemente en el precio final del producto en destino.
Arancel AV	5%	Porque siendo arancel un impuesto aplicado a las importaciones impacta también en el precio final del producto.
Doing Business	5%	Si el país destino se encuentra en altos puestos en el doing business significa que nuestro cliente potencial empresa importadora encontrará facilidades para hacer negocios.
Total	100%	

Gracias por su disponibilidad.

### Cuestionario a expertos para la selección del mercado de mates burilados

Mediante este cuestionario el experto deberá de designar el peso correspondiente a los ítems de acuerdo con su criterio.

**Apellidos y Nombres:** Campos del Pino Syntia Marcia

Visualice cada uno de los ítems y coloque un peso correspondiente a cada uno de ellos según su criterio. Además, explique el porqué de su elección (La sumatoria del % que se coloque en los ítems deberá llegar al 100%)

Ítems	Peso	Motivo/Razón
% Crecimiento de importaciones de Mate Burilado	30%	Es importante saber el crecimiento y preferencia de la oferta exportable, tanto en volúmenes como en mercados
Población	10%	La población no determina necesariamente el consumo sino el perfil del consumidor
% PBI 2019	10%	El país que presenta un porcentaje alto quiere decir que cuenta con una buena economía.
Tránsito marítimo	15%	Es importante saber que medio de transporte me genera competitividad, pero no necesariamente es el marítimo y si lo es determinar porque
Arancel AV	25%	Es importante porque de este dependerá el precio final, contar con preferencia arancelaria en el mercado en destino hace atractivo la demanda del producto
Doing Business	10%	Es una herramienta que presenta indicadores empresariales genéricos no es específico para el sector o producto
Total	100%	

Gracias por su disponibilidad.

## Apéndice G

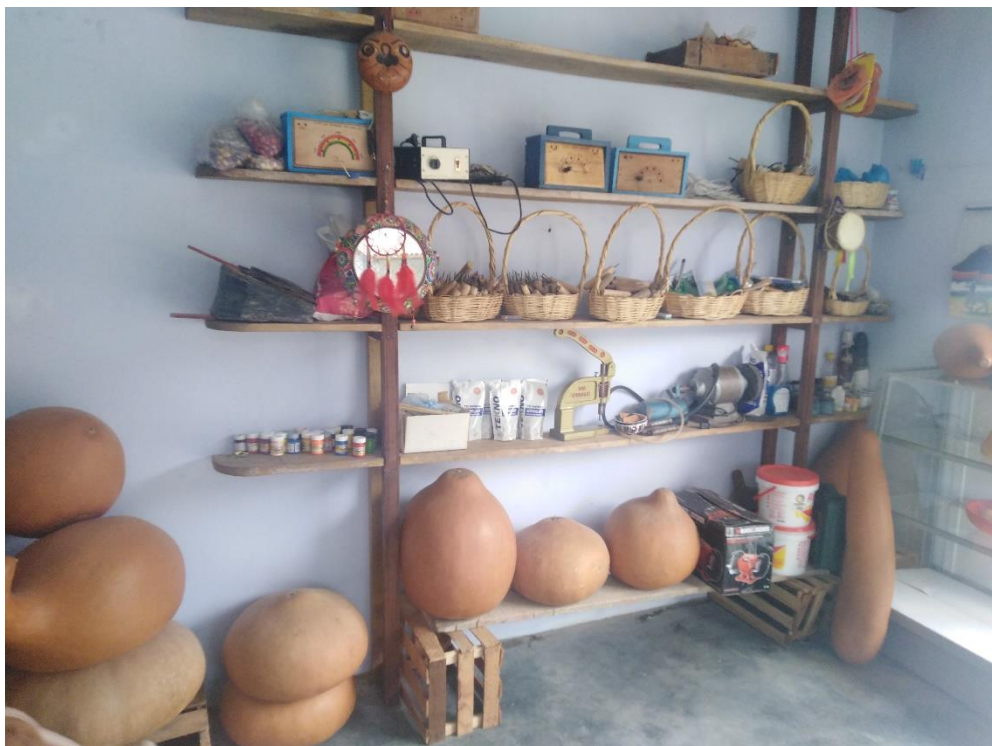
### Evidencias





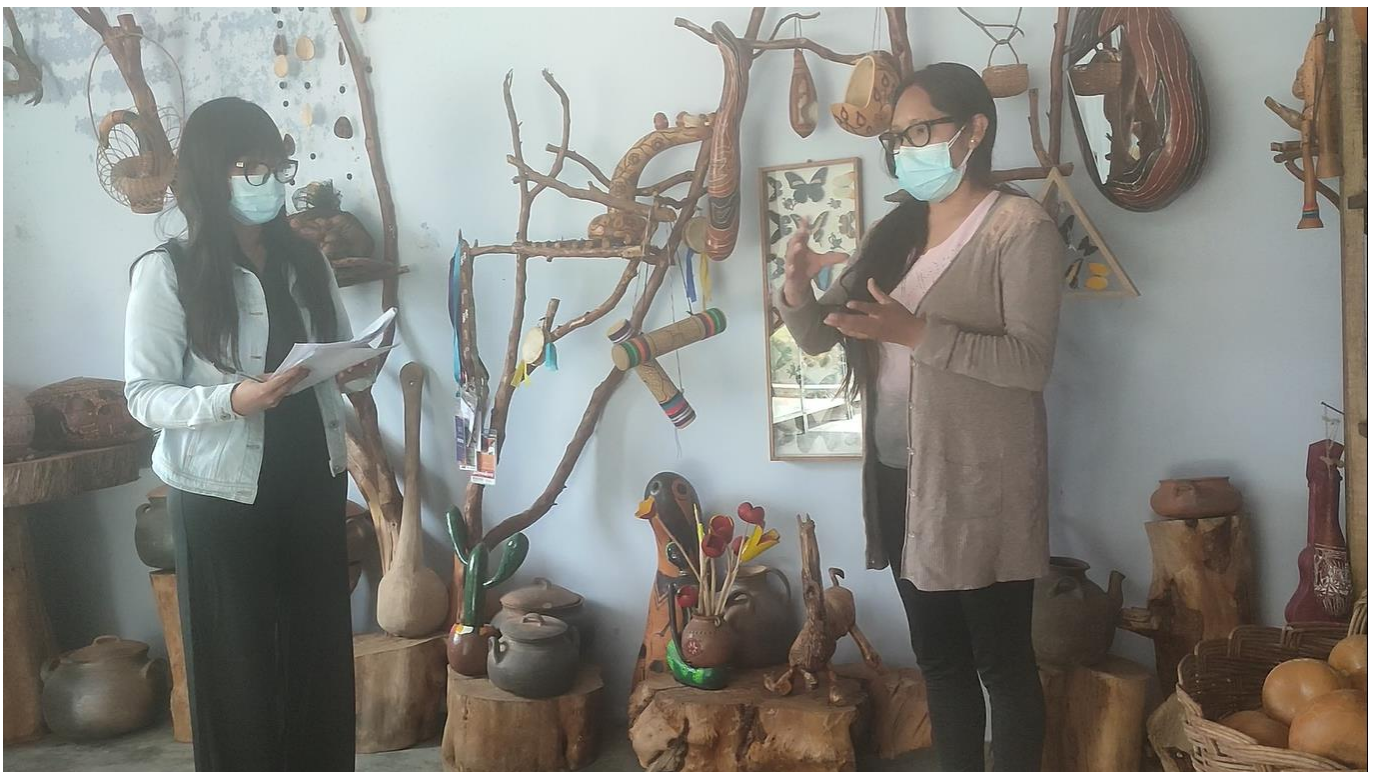






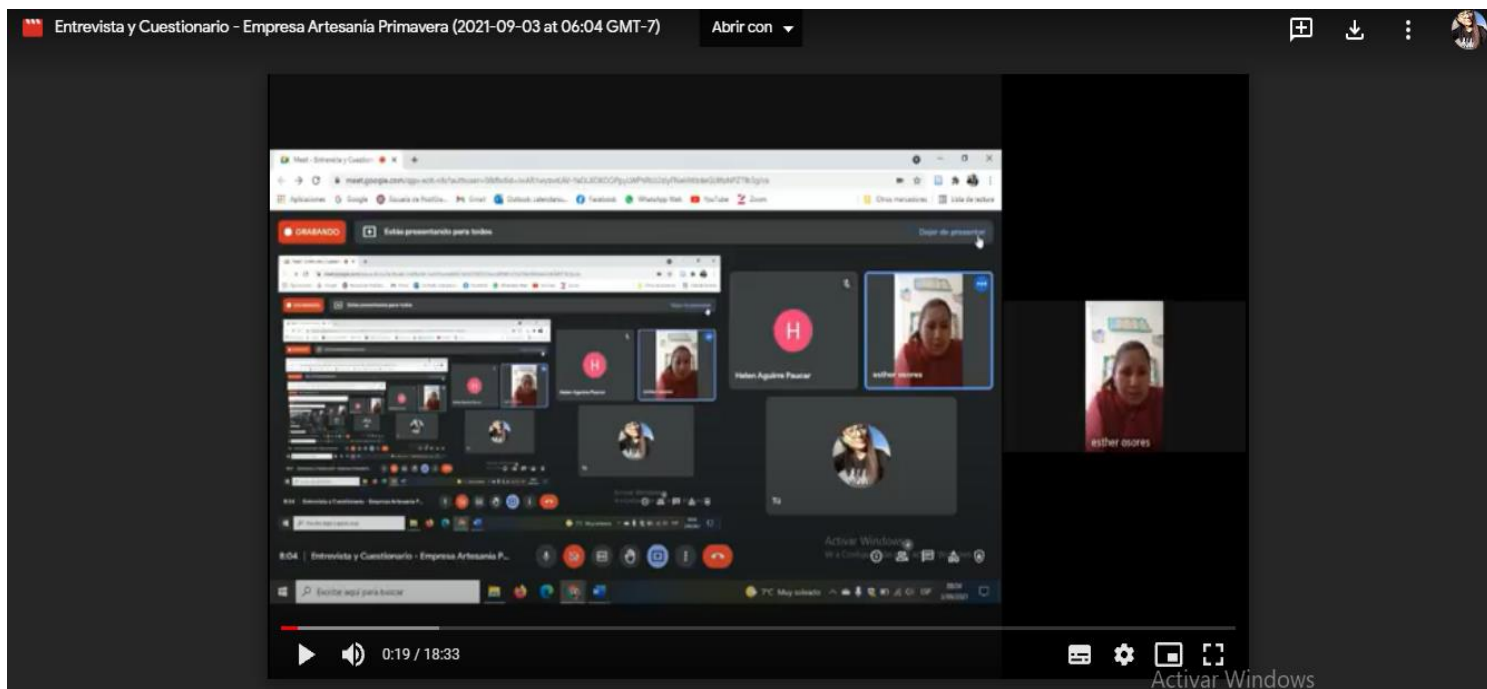












## Apéndice H

### Evidencias de entrevista a expertos

