



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y
TURISMO**

TESIS

**“FACTORES QUE LIMITAN LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS AL
MERCADO EXTRANJERO DESDE LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2019”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO(A) EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

PRESENTADO POR:

GINO VALENTIN VALDEZ CARDENAS

MISHEL BRIZZETI DEL AGUILA PEZO

ASESOR

Lic. Adm. NÉLIDA VALENCIA CORAL, Dra.

IQUITOS, PERÚ

2020



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS

COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS – VIRTUAL N° 007-CCGyT-FACEN-UNAP-2020

En la ciudad de Iquitos, a los **09** días del mes de **octubre** del año 2020, a horas: **09:00 a.m.** se dio inicio haciendo uso de la **plataforma Zoom** la sustentación pública de la Tesis titulada: **"FACTORES QUE LIMITAN LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS AL MERCADO EXTRANJERO DESDE LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2019"**, autorizado mediante **Resolución Decanal N°0778-2020-FACEN-UNAP** presentado por los Bachilleres en Negocios Internacionales y Turismo **GINO VALENTIN VALDEZ CARDENAS** y **MISHEL BRIZZETI DEL AGUILA PEZO**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADO (A) EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO** que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

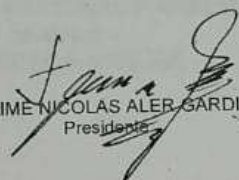
- | | |
|---|--------------|
| LIC. ADM. JAIME NICOLAS ALER GARDINI, Mg. | (Presidente) |
| LIC. ADM. VÍCTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Mg. | (Miembro) |
| LIC. NIT. STEVS RAYGADA PAREDES, Mg. | (Miembro) |
| LIC. ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra. | (Asesora) |

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: **SATISFACTORIAMENTE**

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones: La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **APROBADA** con la calificación **BUENA (14)**.

Estando los Bachilleres aptos para obtener el Título Profesional de Licenciado (a) en Negocios Internacionales y Turismo.

Siendo las **11:00 AM** del **09** de **octubre** del 2020, se dio por concluido el acto académico.


LIC. ADM. JAIME NICOLAS ALER GARDINI, Mg
Presidente


LIC. ADM. VÍCTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Mg.
Miembro


LIC. NIT. STEVS RAYGADA PAREDES, Mg.
Miembro

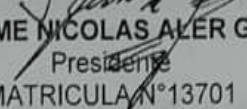

LIC. ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra.
Asesora

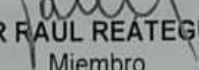
Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación


Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapiquitos.edu.pe
Teléfonos: 065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264

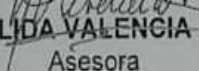


JURADO Y ASESOR


LIC. ADM. JAIME NICOLAS ALER GARDINI, Mg.
Presidente
MATRICULA N°13701


LIC. ADM. VÍCTOR PAUL REATEGUI PAREDES, Mg.
Miembro
MATRICULA N°01966


LIC. NIT. STEVS RAYGADA PAREDES, Mg.
Miembro
MATRICULA N°26395


LIC. ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra.
Asesora
MATRICULA N°02311

RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD

Resultado del análisis

Teléfono: (065) 26-8672 – Telefax (065) 26-8579

Página 2 de 25

E-mail: investigacion@unapikitos.edu.pe

Resultado del análisis

Archivo: TESIS RESUMEN GINO V. VALDEZ CÁRDENAS y MISHEL BRIZZETI DEL AGUILA PEZO.docx

Estadísticas

Sospechosas en Internet: 29,75%

Porcentaje del texto con expresiones en internet. Δ

Sospechas confirmadas: 44,52%

Confirmada existencia de los tramos en las direcciones encontradas. Δ

Texto analizado: 90,96%

Porcentaje del texto analizado efectivamente (no se analizan las frases cortas, caracteres especiales, texto roto).

Éxito del análisis: 100%

Porcentaje de éxito de la investigación, indica la calidad del análisis, cuanto más alto mejor.

Direcciones más relevantes encontradas:

Dirección (URL)	Ocurrencias	Semejanza
https://html.rincondelvago.com/proyecto-de-exportacion-del-poporo.html	180	7,24 %
https://es.scribd.com/document/428507289/37564-pdf	104	8,73 %
https://pt.scribd.com/document/37104540/GuiaExportador2007-1	82	3,64 %
https://es.slideshare.net/daniramirezq/costos-y-gastos-segun-incoterms	79	14,89 %
https://www.slideshare.net/sarahicarrola/guia-basica-del-exportador	77	14,13 %
https://repositorio.artesaniadecolombia.com.co/bitstream/001/2736/1/INST-D-1999_19.pdf	71	16,05 %

Texto analizado:

Resumen

El presente estudio, el cual buscó determinar los factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, fue manejado bajo una investigación tipo descriptivo cuantitativa transversal y un diseño no experimental, en el cual participaron 45 artesanos de la ciudad de Iquitos y a los que se les aplicó una encuesta la cual estuvo conformada por 18 interrogantes. Tras dicha encuesta, el estudio concluyó que el 54%, 56% y 67% de los encuestados considera que los factores económicos, factores comerciales y factores relacionados con el transporte afectan en gran manera la exportación de artesanías al mercado.

about:blank

20/02/2020

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a nuestros padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo nos han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en nosotros el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está con nosotros siempre.

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que nos apoyaron e hicieron posible que este trabajo se realice con éxito, en especial a nuestros padres por confiar, por los valores y principios que nos han inculcado.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	6
1.1. Antecedentes	6
1.2. Bases teóricas	12
1.3. Definición de términos básicos	23
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	25
2.1. Formulación de la hipótesis	25
2.2. Variables y su operacionalización	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	27
3.1. Tipo y diseño	27

3.2. Diseño muestral	27
3.3. Procedimientos de recolección de datos	28
3.4. Procesamiento y análisis de datos	29
3.5. Aspectos éticos	30
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	31
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	37
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	40
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	41
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	42
ANEXOS	
1. Estadística complementaria	
2. Instrumento de recolección de datos	
3. Consentimiento informado	

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Factores económicos que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos	31
Tabla 2. Factores comerciales que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos	32
Tabla 3. El desempeño del producto como factor limitante de la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos	33
Tabla 4. Factores de transporte que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos	34
Tabla 5. Compendio de factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos	35

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Factores económicos que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos	31
Figura 2. Factores comerciales que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos	32
Figura 3. El desempeño del producto como factor limitante de la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos	33
Figura 4. Factores de transporte que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos	34
Figura 5. Compendio de factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos	35

RESUMEN

El presente estudio, buscó determinar los factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, fue manejado bajo una investigación tipo descriptiva - cuantitativa – transversal con un diseño no experimental, en el cual participaron 45 artesanos de la ciudad de Iquitos y a los que se les aplicó una encuesta y estuvo conformada por 18 interrogantes. Tras dicha encuesta, el estudio concluyó que el 54%, 56% y 67% de los encuestados considera que los factores económicos, factores comerciales y factores respectivamente relacionados con el transporte afectaron en gran manera la exportación de artesanías al mercado extranjero; así como también el 54% de los encuestados consideran que el desempeño del producto afectó de manera regular la exportación de dichas artesanías al mercado extranjero. Dado a ello, se acepta la hipótesis alterna, es decir, los factores económicos, comerciales, relacionados al producto y al transporte, limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019, de forma significativa.

Palabras clave: exportación de artesanías, mercado extranjero.

ABSTRACT

The present study, sought to determine the factors that limit the export of handicrafts to the foreign market from the city of Iquitos, was handled under a descriptive-quantitative-cross-sectional investigation with a non-experimental design, in which 45 artisans from the city of Iquitos and to whom a survey was applied and was made up of 18 questions. After said survey, the study concluded that 54%, 56% and 67% of those surveyed consider that economic factors, commercial factors and factors related to transportation, respectively, greatly affected the export of handicrafts to the foreign market; as well as 54% of those surveyed consider that the performance of the product regularly affected the export of these crafts to the foreign market. Given this, the alternative hypothesis is accepted, that is, the economic, commercial factors, related to the product and transportation, significantly limit the export of handicrafts to the foreign market from the city of Iquitos, year 2019.

Keywords: export of handicrafts, foreign market.

INTRODUCCIÓN

El sector artesanal desempeña un papel determinante en el desarrollo económico local y en la lucha contra la pobreza. Es así que, promover nuevas formas de mercadeo, fomentar la participación en exposiciones y ferias, como también desarrollar redes comerciales, representa para los artesanos una oportunidad de mejora con el objetivo de subsistir.

La artesanía es una actividad local que cada día se conecta más con el mundo. Se articula en redes con el fin de consolidar procesos que les permita participar en los mercados globales en mejores condiciones y con un volumen importante. (Gutiérrez, 2019, p. 2)

A medida que los artesanos se asocian para crear productos y responder a una demanda global, pueden generarse organizaciones dentro de su contexto, que logran la fuerza e impacto suficientes para participar y mantenerse como unidades productivas que dinamizan las economías y crean condiciones de bienestar para las familias.

El sector artesanal en el Perú, ha estado olvidado en los últimos años y, sin embargo, cuenta con un elevado potencial de crecimiento, existiendo mano de obra calificada no empleada, donde la inversión inicial que la reactive no es necesariamente elevada y que fundamentalmente se concentre en la actividad de exportación. Por otro lado, PromPerú (2018) señala que “El sector artesano fija su estrategia comercial para el mercado externo en función de las virtudes estructurales del producto, es decir, de factores determinados por la agregación de valor cultural tanto como la funcionalidad” (p.12).

En el país las exportaciones de artesanías no están organizadas de tal forma que permitan a los artesanos directamente acceder a los beneficios que se generan al lograr un mercado con precios más favorables.

A nivel local, la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, presenta una serie de limitaciones, a pesar de que el sector artesano fija su estrategia comercial para el mercado externo en función de las virtudes estructurales del producto, es decir, de factores determinados por la agregación de valor cultural tanto como la funcionalidad, en los cuales la competencia es muy significativa como lo es igualmente el aspecto económico, relativo especialmente a precios.

Es así que, la aspiración de exportar el producto artesanal se desvanece cuando el artesano se enfrenta con diversas dificultades, especialmente con aquellas que están más directamente relacionadas con el proceso mismo de las exportaciones. Es ese aspecto del trabajo se busca identificar más a fondo las limitaciones de la exportación de artesanías, a fin de que esta permita establecer estrategias de solución.

Formulación del problema

Problema general

¿Qué factores limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019?

Problemas específicos

- ¿Qué factores económicos limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019?

- ¿Qué factores comerciales limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019?
- ¿Qué factores relacionados al producto limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019?
- ¿Qué factores de transporte limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019?

Objetivos

Objetivo general

Determinar los factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019.

Objetivos específicos

- Identificar los factores económicos que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019.
- Identificar los factores comerciales que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019.
- Identificar los factores relacionados al producto que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019.
- Identificar los factores de transporte que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019.

Justificación

La investigación es muy útil para mejorar el conocimiento de los artesanos en cuanto a las exportaciones de artesanía desde la ciudad de Iquitos; asimismo brindándoles herramientas a tomar en cuenta para su ejecución de sus actividades y poder sacar ventaja de las mismas.

Fue conveniente realizar la investigación porque alcanzó el conocimiento de los factores que limitan la exportación de artesanía, pues, es preciso que los artesanos lo conozcan para que las fortalezas de las artesanías sean mejoradas y las debilidades sean convertidas en fortalezas por alguna cambio o innovación que necesitan, esto permitió la investigación descriptiva y transeccional que se empleó con la rigurosidad científica.

Socialmente fue importante porque los artesanos tuvieron la oportunidad de aplicar cambios cuando conozcan los inconvenientes que tienen el producto que no les permiten extender sus exportaciones, es así que, se espera que los artesanos eleven su calidad de vida gracias a las exportaciones.

Tiene relevancia práctica porque resolvió varios indicadores que se derivan del problema general que permitió a los artesanos aplicar innovaciones de sus productos de exportación.

Académicamente tuvo aporte al acervo científico de la especialidad de negocios internacionales en la Universidad de la Amazonía Peruana y a su vez a otras universidades.

La investigación fue viable bajo los aspectos metodológicos ya que se empleó un proceso coordinado, iniciando de la teoría, dimensiones e indicadores, las

cuales estuvieron plasmadas por preguntas en el Instrumento de recolección de datos, facilitaron respuesta a la problemática presente en cuanto a la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos.

Económicamente fue viable porque la investigación fue financiada con recursos propios, por lo que no hubo inconveniente para cumplir con el cronograma de actividades pre establecidos.

Limitaciones

Se puede considerar las siguientes limitaciones que fueron superadas:

- En el momento de aplicar las encuestas a los artesanos que no se encuentran en su centro de expendio o no tengan tiempo para contestar la encuesta, para esto se volvió a realizar nuevas coordinaciones.
- Falta de disponibilidad de algunos profesionales, debido al desinterés que evidenciaban, para ello se convocó a una reunión, explicando cada pregunta de la encuesta a aplicar, además se señaló los objetivos de estudio y se hizo hincapié en que se cuidará y protegerá la identidad de los encuestados, ya que en el instrumento no se escribieron su nombre o cualquier tipo de identificación.
- Desconfianza de la institución para proporcionar información sobre el proceso de recaudación fiscal y el índice de contribuyentes que evaden sus impuestos, para ello se presentó una solicitud indicando el propósito del estudio, y dando fe que la información no se manipulo.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

Saccarola (2015) en su trabajo de investigación denominada: *Internacionalización de las Mypymes dedicadas a la venta de artesanías del Canton Atacames*. (Tesis de pregrado) Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Esmeraldas-Ecuador. Tuvo como propósito analizar las variables antes mencionadas, el tipo de estudio fue descriptivo con un diseño no experimental, se tomó como muestra a 200 personas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento.

Concluyo que: Las Mypymes artesanales de la ciudad Canton Atacames tienen buenas condiciones y están aptas para llevar una buena exportación de sus productos pero por las carencias de conocimientos de los mercados dichas empresas no explotan sus riquezas con las cuales ellas cuentan; además, en la ciudad de Canton Atacames, los productos artesanales más comercializadas son de otros países ya que les generan más ingresos y ganancias mientras que a sus artesanías locales no le brindan mucha importancia, asimismo los países que optan por elegir los productos artesanales de Ecuador son China, EE.UU, Japón, etc. Sus productos son de buena calidad y precios accesibles para sus clientes, de manera que mientras más aumente la exportación y comercialización de productos artesanales de Ecuador mayor será su incremento de beneficios tanto para el país como para las Mypymes.

Sosa (2015) en su tesis denominada: *La incidencia de la artesanía importada en la ciudad de Otavalo y su impacto en la economía local*. (Tesis de maestría) Universidad Internacional Del Ecuador, Quito-Ecuador. Tuvo como finalidad analizar las variables antes mencionadas, el tipo de estudio fue descriptivo con un diseño no experimental, se tomó como muestra a 34 personas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento.

Concluyo que: La mayor parte de comercialización de artesanías es en la ciudad de Otavalo, son de otros países los cuales muestran un nivel de 30% de productos que son comercializados, asimismo a los comerciantes de Otavalo lo que les interesa es tener ganancias y beneficios sin importándoles de qué lugar son fabricados dichos productos, además el crecimiento del sector artesanal de la ciudad de Otavalo está siendo perjudicada por la producción similar de otros países ya que ellos tienen técnicas y estrategias actualizadas para la exportación de sus productos a diferencia de los de Otavalo, en lo que implementaran nuevos métodos para llevar un buen desarrollo de sus productos artesanales para que de esa manera también incrementar la economía local.

Quelal (2018) en su trabajo de investigación denominada: *Plan para la exportación de artesanías de madera de San Antonio de Ibarra hacia el mercado colombiano*. (Tesis de maestría) Universidad Técnica Del Norte, Ibarra-Ecuador. Tuvo como propósito analizar las variables antes mencionadas, el tipo de estudio fue descriptivo con un diseño no

experimental, se tomó como muestra a 152 personas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento.

Concluyo que, los artesanos no cuentan con muchos conocimientos sobre técnicas y precios de exportación, ya que muchos de ellos no tienen apoyo gubernamental para el adecuado proceso de conseguir las materias primas, además la madera artesanal de la ciudad de Ecuador es un producto muy competente principalmente por los países de China, Alemania, Italia, etc.

Por otro lado, los artesanos de San Antonio de Ibarra carecen de informaciones actuales sobre exportaciones con aranceles bajos, de modo que, implementaran estrategias para incrementar sus exportaciones y conseguir las adecuadas materias primas para el apropiado proceso de la elaboración del producto, con la intención de obtener beneficios y crecimiento en el mercado exportador.

Valverde y Zuloeta (2016) en su tesis denominada: *Oportunidad de negocio en el mercado canadiense para incentivar las exportaciones peruanas de artesanía de cerámica producida en la Región Cajamarca, Periodo 2017-2021*. (Tesis de pregrado) Universidad Privada Del Norte, Cajamarca-Perú.

Tuvo como objetivo analizar las variables antes mencionadas, el tipo de estudio fue descriptivo con un diseño no experimental, se tomó como muestra 18 personas a quienes se les aplicó la técnica de la entrevista y como instrumento la ficha de entrevista.

Concluyo que, el mercado canadiense cuenta con muchas características positivas (cualitativas y cuantitativas), esto permite que la ciudad de Cajamarca realice sus exportaciones de cerámica artesanal de la mejor manera e incluso motiva a que dicha región elabore más cerámicas con la intención de incrementar sus exportaciones de dichos productos; asimismo, las exportaciones de cerámica artesanales de nuestro país tiene una gran competencia con los del país de china, sin embargo, la ciudadanía canadiense opta por elegir nuestros productos ya que son de buena calidad y precios accesibles, motivos por el cual, dicha región está logrando un buen crecimiento y rentabilidad de las exportaciones de cerámicas artesanales.

Muñoz (2017) en su investigación denominada: *Perfil del mercado norteamericano como oportunidad para la exportación de los productos artesanales de madera-Provincia de Trujillo 2017*. (Tesis de pregrado) Universidad César Vallejo, Trujillo-Perú. Tuvo como finalidad analizar las variables antes mencionadas, el tipo de estudio fue descriptivo con un diseño no experimental, se tomó como muestra a 54 personas a quienes se les aplicó la técnica de la entrevista y el cuestionario como instrumento.

Concluyo que, los artesanos dedicados a la exportación de madera de la ciudad de Trujillo no tienen muchos conocimientos sobre los precios de dichos productos, además no hacen uso de los medios actualizados el cual también no cuentan con etiquetas, empaques y embalajes apropiados para una buena exportación; además, el mercado norteamericano es acogedor, como una oportunidad para la exportación

de madera artesanal de la ciudad de Trujillo, ya que sus productos son de buena calidad y precios accesibles para los ciudadanos norteamericanos.

Muchari (2017) en su trabajo de investigación denominada: *Factores de elaboración y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica en el centro artesanal Shosaku Nagase, Ayacucho 2016-2017*. (Tesis de pregrado) Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, Ayacucho-Perú. Tuvo como finalidad analizar las variables antes mencionadas, el tipo de estudio fue explicativo, con un diseño no experimental, se tomó como muestra a 34 Mypes a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento.

Concluyo que, el bajo nivel de competitividad es el resultado de las insuficiencias en la sucesión de la elaboración de la cerámica, es de vital importancia que la empresa artesanal Shosaku Nagase tenga un buen desarrollo de su competitividad para que de esa manera logre el incremento de la elaboración de la cerámica con la intención de satisfacer las expectativas de sus clientes.

Los talleres de cerámica tienen deficiencias en el medio organizativo y administrativo competente en las gestiones empresariales, por ser empresas de propietarios familiares, de igual modo, otro factor que afecta a la adecuada comercialización de la cerámica es la carencia de conocimientos actualizados y la falta de la tecnología, el cual está impidiendo elaborar diseños innovadores conforme a las tendencias del mercado.

Llanos y Tirado (2015) en su tesis denominada: *Análisis de las exportaciones de artesanías de la Región Loreto, Periodo: 2009-2013*. (Tesis de pregrado) Universidad Nacional De La Amazonía Peruana, Iquitos-Perú.

Tuvo como propósito analizar las variables antes mencionadas, el tipo de estudio fue analítico-descriptivo, con un diseño no experimental, se tomó como muestra a todas las exportaciones de artesanías realizadas por la región Loreto durante el periodo 2009-2013.

Concluyo que, las exportaciones de las artesanías de la región Loreto tuvieron comportamientos de variaciones (positivas y negativas) en el periodo 2009-2013, en algunos años eran favorables y otros no, como por ejemplo en el año 2010 la región de Loreto tuvo un crecimiento adecuado de las exportaciones artesanales con el 77.37% de incremento en sus productos, pero en el año 2011 la región tuvo deficiencias y su nivel de exportación bajo a un -35.46%, de tal forma que implementaron técnicas y estrategias para mejorar estos tipos de percances por lo que lograron el incremento deseado en el año 2012 con un 5.64%.

Posteriormente, no tomaron mucho interés en sus labores, motivos por el cual perjudicaron al crecimiento de la exportación de artesanías lo que bajo a un nivel de -39.84%, además, dichas empresas artesanales deben desarrollar una buena administración y gestión de sus actividades, con la única intención de incrementar sus ventas y exportaciones, ya que permitirá obtener un buen posicionamiento en el mercado extranjero.

1.2. Bases teóricas

Artesanía

Por su parte, Indacochea (2001) sostiene que “las artesanías hablan de una declaración del carácter social de un pueblo, están destinadas al uso ordinario, pero también pueden ser adornos, artículos decorativos o regalos debido a su gran belleza que son únicas” (p. 23).

De acuerdo, al Centro de Comercio Internacional (2003) menciona que, una artesanía puede caracterizarse como un artículo hecho a mano, o con la ayuda de instrumentos o métodos mecánicos. El trabajo minucioso se entrega con materiales de activos comunes manejables, su tendencia se basa en su utilización, su sentido, su significado o su imaginación.

Según la UNESCO (2009) menciona que, una artesanía son aquellos productos artesanales que son hechos ya sea completamente a mano, o con la ayuda de aparatos manuales o incluso métodos mecánicos, dado que el compromiso inmediato del artesano es que siga siendo el componente más importante del producto acabado.

Perspectivas de los mercados

Podemos decir, que los mercados internacionales están demandando progresivamente cada vez más las artesanías como componentes caracterizados en un mundo globalizado. En la actualidad, naciones como México, Perú, Guatemala y Colombia en América Latina, se muestran como pioneros en este comercio, por la calidad y la cantidad

de sus artículos. Específicamente, México y Perú por ser países líderes en convocatoria del turismo Internacional, son vendedores naturales de artesanías. (Centro de Comercio Internacional, 2003)

Recomendaciones para el artesano exportador

Antes de considerar exportar, y como paso inicial, consideraremos las propuestas que se acompañan, como lo muestran Otero y Tranier (2011):

- Seleccione cuidadosamente el artículo y el mercado ideal, basándose en una investigación previa.
- Una vez que se haya elegido el mercado, deberá estudiarlo, incluido una investigación de campo allí.
- Evalúe todos los datos obtenidos y procure estructurar un procedimiento de mercado y elaborar un plan de marketing.
- Trate de estar atento a los cambios de tendencias y de modas.
- Mantenga en la parte superior de la lista de prioridades ya que existen numerosos sectores comerciales que se encuentra ya segmentados.
- Comprender y considerar los canales de distribución.
- Establecer los precios pensando en sus gastos, pero además en la competencia.
- Busque y establezca relaciones sólidas con los clientes o importadores exclusivos que le representen permanentemente y

promuevan activamente ventas y den servicio a clientes en todo el mercado. (p. 44)

Comercio Internacional

Según el Banco Nacional de Comercio Exterior (2007) lo define como:

El intercambio de bienes entre espacios económicos diversos, la sistematización de la actividad de comercio exterior, intervienen agentes públicos y privados, no sólo entre los países, entre agentes de un país con agentes extranjeros de empresas privadas o públicas que actúan ajustadas a legislaciones nacionales y de intercambio comercial o mercantil. (p. 21)

1) Factores que Influyen en la Decisión de Ingresar a un Mercado Extranjero

La principal razón por la cual grandes organizaciones eligen extender sus operaciones al extranjero es porque ven su competitividad amenazada o decayendo; para seguir compitiendo, estas organizaciones deben avanzar rápidamente para obtener posiciones importantes en mercados clave como, por ejemplo, Europa, América Latina, Estados Unidos y Japón. (Deresky, 2007)

Una parte de las razones reactivas por las que las organizaciones eligen comenzar sus operaciones en el extranjero son:

- La globalización de sus competidores.
- Demanda de los consumidores.

Una parte de las razones proactivas por las que las organizaciones necesitan comenzar actividades en el extranjero son las siguientes:

- Economías a escala
- Oportunidades de Crecimiento.
- Acceso a recursos y ahorro en costos.
- Incentivos.

2) Formas de Ingresar a un Mercado Extranjero

La forma en que una persona o empresa desea ingresar en el mercado extranjero depende de muchos factores que deben tomarse en cuenta, tanto externa (tamaño y crecimiento del mercado, el riesgo, las regulaciones gubernamentales, ambiente competitivo, y la infraestructura local) como interna de la empresa (objetivos, la necesidad de control, las capacidades, recursos internos y la flexibilidad de ser administrada). (Morales, 2000)

3) Exportación

Por su parte, el Banco Nacional de Comercio Exterior (2007) menciona que la exportación “es la operación logística que consiste en la salida de productos o servicios peruanos fuera del mercado nacional, es decir hacia el extranjero, con un fin determinado como: su venta, exhibición, degustación, entre otros” (p. 28).

- **Actitud del exportador:** En el comercio exterior, el tamaño de una empresa ya no es tan significativo. En efecto, “los artesanos deberán

asumir compromisos serios para lograr tal objetivo, así como investigar y explorar nuevos mercados, efectuar una planeación cuidadosa y seguir una estrategia clara de ventas". (Banco Nacional de Comercio Exterior, 2007, p. 33)

- **Ventajas empresariales de exportar**

Según Morales (2000) menciona algunas ventajas que se obtienen de la actividad exportadora son:

- Mejora de la competitividad e imagen de la empresa.
- Mayor estabilidad financiera de la empresa por flujos en otras divisas.
- Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- Reducción de costos por mayores volúmenes de venta.
- Créditos menos caros. (p. 52)

- **Algunos puntos de cuidado cuando se exporta**

De la misma línea, Morales (2000) considera que cuando exporte deberá cuidar especialmente algunos aspectos, como:

- Considerar la capacidad de producción para atender los volúmenes demandados.
- Cumplir con las especificaciones técnicas y características requeridas de su producto.

- Calcular adecuadamente costos y precios de venta, para no perder utilidades ni vender debajo de sus costos.
- Contar con contratos internacionales que consideren los derechos y obligaciones de las partes.
- Contratar seguros.
- Conocer la confiabilidad del cliente y su historial de pago. (Morales, 2000, p. 58)

4) Elementos generales de la exportación

Según el Banco Nacional de Comercio Exterior (2007) menciona que como empresario exportador debemos tener en cuenta los siguientes elementos sobre la exportación de artesanías.

Punto de partida: un producto que ofrecer: para Morales (2000) considera que primero debemos identificar el producto que se venderá en los mercados extranjeros, seleccionar el mercado y la forma de ingresar a éste, son tres de los elementos clave para una exitosa operación de exportación.

Las fuentes de información: asimismo, Morales (2000) menciona que “el éxito en el proceso de exportación depende, entre otros factores, de una buena recopilación de información” (p. 43). Por ello es recomendable que las empresas que desean exportar por primera vez o diversificar sus mercados en el exterior, realicen en primera instancia una investigación documental que les permita establecer un plan estratégico de negocios de exportación dándole a la actividad exportadora un horizonte de

permanencia y no un carácter transitorio o coyuntural, de una actividad marginal dentro de la producción y las ventas de la empresa.

Plan de Exportación. Ante ello, Morales (2000) sostuvo que el plan de exportación es una descripción, análisis y planificación detallados de las actividades de exportación que la empresa planea desarrollar, sirve como herramienta para presentar a agentes externos que puedan tener una influencia importante en el proceso de exportación, por ejemplo, a los bancos para obtener apoyo y financiación.

Arancel. Por su parte, Czinkota (2008) considera que “el arancel es un impuesto o gravamen que se debe pagar por concepto de la importación o exportación de mercancías” (p. 56), es decir que los aranceles se aplican en el comercio exterior para agregarle valor al precio de las mismas en el mercado de destino.

5) Remisión de la factura proforma

Por otro lado, Otero y Tranier (2011) sostiene que, ante el requerimiento de cotización de un comprador externo, el artesano exportador o comercializador de artesanía deberá suministrar una factura proforma (cotización), con el objeto de facilitar al importador la solicitud previa de licencias o permisos de importación y el establecimiento del instrumento de pago a favor del exportador.

6) Formulación del precio

Del mismo modo, Otero y Tranier (2011) menciona que “la fijación del precio es un elemento central en la fórmula de comercialización, aunque

debe reconocerse que todos los elementos de la fórmula son interdependientes” (p. 36). Así, la diferenciación de los productos modificará los costos y, por consiguiente, los precios. Los canales de comercialización dependen del producto y su elección determina un costo, que a su vez repercute en el precio.

7) Aceptación de las condiciones

Ante ello, Sulser y Pedroza (2004) consideran que el importador en el exterior confirma al exportador peruano la compra de la mercancía y la aceptación de las condiciones de la negociación, y procede según éstas a la apertura de la carta de crédito en el banco corresponsal, a la remisión de las letras o pagarés, o al giro por el valor acordado.

8) Confirmación de la carta de crédito

Según MINCETUR (2010) afirma que cuando el banco comercial peruano recibe copia de la carta de crédito del banco corresponsal garante u otro documento que se convenga como garantía de pago, o el giro y comunica al exportador para que este inicie los trámites para el despacho de la mercancía.

9) Factura comercial

Por su parte, Davila (2008) sostiene que la factura comercial,

Es una cuenta por los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizado por las autoridades aduaneras del país del importador como el documento básico para determinar el valor en aduana de las

mercancías sobre el cual se aplicarán los derechos de importación. (p. 62)

Por lo tanto, podemos decir que es un documento imprescindible en cualquier transacción comercial.

10) Lista de empaque

Según Indacochea (2001) menciona que generalmente la factura comercial, proporciona información sobre el tipo y número de empaques y embalajes; su contenido, peso y volumen por bulto, así como las condiciones de manejo y transporte.

11) Contratación del transporte

Sin embargo, el Centro de Comercio Internacional (2003) considera que “el exportador contratará el medio y la compañía de transporte más adecuados (en consideración a la clase de mercancía, los costos y las necesidades de disponibilidad), en los términos acordados con el comprador” (p. 12). Es decir que, las modalidades de transporte que más se utilizan a nivel internacional son el aéreo y el marítimo, con excepción de la mercancía destinada a países vecinos en los que el transporte terrestre tiene una importancia mayor.

12) Certificación de origen de la mercancía

En caso de que el importador requiera certificar el origen de la mercancía, por ser un requisito para la nacionalización o para obtener preferencias arancelarias en el país de destino, el exportador iniciará los siguientes trámites:

Verificación de la información y determinación de criterios de origen: Ratificada una certificación de origen, se verifica la información y determina el criterio de origen de los productos a exportar con base en las disposiciones existentes para los distintos esquemas preferenciales, los cuales son consignados en la planilla «Determinación de Origen». (Banco Nacional de Comercio Exterior, 2007, p. 73)

Radicación y aprobación del certificado de origen: Los certificados de Origen para los productos artesanales de exportación que vayan a gozar de las preferencias arancelarias otorgadas en los diferentes acuerdos comerciales y esquemas preferenciales, o cuando sea exigible por el país de destino. (Banco Nacional de Comercio Exterior, 2007, p. 73)

Diligenciamiento del documento de exportación

Asimismo, Deresky (2007) menciona que cuando el exportador desee realizar un embarque único o fraccionado con datos provisionales, dentro de los tres meses siguientes a la fecha de aceptación de la autorización de embarque deberá proceder al diligenciamiento y presentación de la declaración definitiva relacionando los embarques efectuados con cifras definitivas.

13) Solicitud de “vistos buenos”

Para Otero y Tranier (2011) mencionan que “la exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscripto en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno” (p. 52).

Por ende, este requisito debe cumplirse en forma previa a la exportación de los productos de la artesanía.

14) Permiso de embarque de exportación

Según el Banco Nacional de Comercio Exterior (2007) sostuvo en su libro que una vez presentado la Declaración de Exportación con sus anexos respectivos, si se encuentra bien encaminado y reúne los requisitos exigidos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque o la declaración definitiva, según el caso, procediendo al aforo de la mercancía y autorizando su embarque a través de un Permiso de Embarque de exportación, documento de destinación aduanera a través del cual la Aduana certifica la salida legal de las mercancías hacia el exterior.

Factores que limitan la exportación de artesanías

Por su parte, Palomino y García (2007) manifiestan que existe cuatro factores que intervienen en la exportación de artesanías, las que se describen a continuación:

Factores económicos: la cual implica diversos aspectos como son el nivel de ingresos del artesano, la inflación, el PBI y el crecimiento económico, factores que intervienen antes de la exportación.

Factores comerciales: pues en ella se identifica diversos factores como la balanza comercial la cual debe ser analizada para tener una perspectiva clara del mercado, el comercio bilateral que contribuirá a las

negociaciones, los acuerdos comerciales en beneficio al desarrollo comercial, los gravámenes, regulaciones y normas, y los incoterms.

Factores relacionados al desempeño del producto: en la cual se puede identificar aspectos como las importaciones y exportaciones en el Perú, la participación en el mercado nacional e internacional, y la oferta exportadora que satisfaga los requerimientos del importador extranjero.

Factores de transporte: la cual abarca aspectos relacionados a la modalidad de transporte, el flete y seguros, la frecuencia y el tiempo de transporte.

1.3. Definición de términos básicos

Aranceles. Son tasas o impuestos que son aplicados principalmente a todos los bienes y servicios que están obligados a ser importados y exportados, asimismo son derechos tributarios que las empresas deberán pagar y cancelar al estado mediante la aduana para la apropiada importación y exportación de sus productos. (Camara de Comercio y la Produccion de Puno, 2017)

Artesano. Es la persona dedicada a elaborar productos especialmente artesanales, en lo que utilizan plenamente sus habilidades y herramientas manuales con la intención de realizar trabajos propios de su comunidad basándose en sus costumbres y creencias. (Davila, 2008)

Actividad artesanal. Son las labores y trabajos que realizan las personas artesanales para fabricar productos artísticos y creativos sin la ayuda de maquinarias actualizadas, además es la elaboración de

productos especialmente trabajados de manera manuales. (MINCETUR, 2010)

Certificaciones. Documento o registro en la que se está garantizado y asegurando un bien o un servicio, e incluso es una garantía que se otorga a una persona ya que puede ser de carácter público o privado para la validez de sus actividades realizadas. (Llanos y Tirado, 2015)

Demanda. Son las cantidades de bienes y servicios que las personas anhelan conseguir para satisfacer sus necesidades, de manera que están dispuestos a pagar cualquier precio con la finalidad de obtener lo deseado por su persona. (Palomino y García, 2007)

Factura proforma. Es un título valor que el vendedor emite mediante la realización de una compraventa que principalmente fue al crédito, solicitando que el comprador facilite su acuerdo mediante el recibimiento de los bienes y servicios definidos en el determinado título. (Palomino y García, 2007)

Mercado internacional. Es el conjunto de actividades desempeñadas principalmente para fines comerciales (importaciones y exportaciones) en el cual son realizadas por diferentes empresas y organizaciones de distintos países. (MINCETUR, 2010)

Valor agregado. Es el componente, elemento o ingrediente adicional que un artículo o producto adquiere de manera extra con la finalidad de ofrecer incentivos más notables dentro del reconocimiento del comprador. (Valverde y Zuloeta, 2016)

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de la hipótesis

Hipótesis general

Hi: Los factores económicos, comerciales, relacionados al producto y al transporte, limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019, en forma significativa.

2.2 Variables y su operacionalización

Variable: Evasión tributaria.

Operacionalización variable Factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorización	Valoración	Medio de verificación
Factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero	Comercialización de productos artesanales al mercado internacional, tomando en cuenta lineamientos que permitan su exportación.	Factores económicos	Nivel de ingresos	Ordinal	Nunca A veces Siempre	1 2 3	Encuesta.
			Inflación				
			Producto bruto interno				
			Crecimiento				
		Factores comerciales	Balanza comercial				
			Comercio bilateral				
			Acuerdos comerciales				
			Gravámenes				
			Regulaciones y normas				
		Desempeño del producto	Incoterms				
			Importaciones				
			Exportaciones peruanas				
			Participación				
		Factores de transporte	Oferta exportadora				
			Modalidad de transporte				
			Fletes y seguros				
Frecuencia							
Tiempo							

Fuente: adecuación de teoría planteada por Palomino y García (2007)

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño

La presente investigación fue de tipo descriptiva según Hernández, Fernández, y Baptista (2014); pues con los objetivos se pretendió analizar detalladamente la problemática de la exportación de artesanía, se analizaron aspectos relacionados a aquellos factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos.

Además, fue cuantitativa y transversal, ya que fue abordada bajo un diseño no experimental, por la que no hubo ninguna intervención con la variable estudiada y fue evaluada tal como se ha descrito, siendo analizada de acuerdo a las dimensiones e indicadores. Además, fue ejecutada en un solo periodo.

El esquema del diseño se muestra de la siguiente manera:



Donde:

M: Muestra

O: Control y seguimiento de existencias = Observación.

3.2. Diseño muestral

Población: en la presente investigación la población total estuvo conformada por artesanos de la ciudad de Iquitos, las cuales suman un

numero de 45 artesanos quienes nos proporcionaron información para nuestra investigación según PromPerú (2016).

Muestra: de tal manera la muestra es un censo que estuvo compuesta por la totalidad de la población, es decir se tomará en cuenta a los 45 artesanos de la ciudad de Iquitos.

M = 45

Unidad de muestreo = artesano.

3.3. Procedimientos de recolección de datos

Procedimiento

La recolección de datos se desarrolló después de obtener la validez de los instrumentos, pues tras ello se coordinó con los artesanos de la ciudad de Iquitos la fecha y la hora oportuna para poder realizar el llenado de los instrumentos, de tal manera permitió conocer el interés y el compromiso para colaborar con la investigación, en el cual se hizo firmar el documento de consentimiento informado requerido por la Universidad.

Técnica

La técnica es la encuesta, mediante éste se formuló una serie de preguntas directamente relacionadas a las dimensiones indicadores de la variable.

Instrumento

Es el cuestionario de preguntas, las que se elaboraron a partir de los indicadores de la variable expuesta, las que finalmente será aplicada a la muestra establecida.

Confiabilidad

Para determinar la confiabilidad del presente estudio, fue necesario utilizar el programa SPSS 24, donde el Alfa de Cronbach establecido la fiabilidad de los instrumentos, de ese modo obtener un resultado confiable que posteriormente fue analizado.

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	45	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	45	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,761	18

3.4. Procesamiento y análisis de datos

Para el análisis de datos se realizó en base a un proceso calculado que ayudaron a observar el comportamiento de la muestra de estudio, a través de tablas y figuras mediante el Software SPSS, que a su vez permitió el análisis detallado para la obtención de resultados más relevantes.

3.5. Aspectos éticos

Con respecto a los derechos de autor el presente estudio ha considerado la utilización de las Normas APA 6ª ed. para su respectivo desarrollo, es decir se ha aplicado las diferentes modalidades de citas para evitar el plagio.

Por otro lado, se ha considerado la protección y privacidad de la información adquirida en las encuestas, así mismo se ha tenido en cuenta el anonimato de las respuestas recogidas en el cuestionario y se aplicó el consentimiento informado a la muestra tomada en la investigación.

La aplicación del instrumento no tuvo efectos negativos sobre los seres humanos a quienes se aplicó la encuesta o a otros actores, por lo que se tomó este aspecto con suma responsabilidad.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Tabla 1. Factores económicos que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos

	Frecuencia	Porcentaje
Alta	98	54%
Media	71	39%
Baja	11	7%
TOTAL	180	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los artesanos de la ciudad de Iquitos

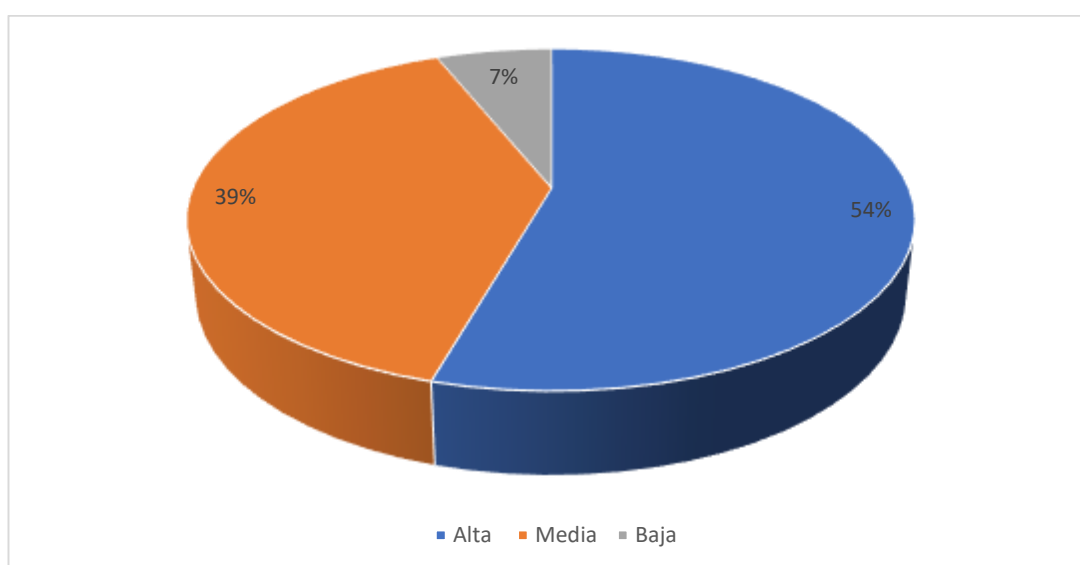


Figura 1. Factores económicos que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos

Análisis:

Tal y como se muestra en la tabla N° 1 y figura N° 1, el 54% de los encuestados considera que los factores económicos afectan en gran manera la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, un 39% consideran que dichos factores afectan de manera media y solo un 7% consideran que estos casi no afectan la exportación de dichas artesanías, ello debido a que la gran mayoría de los encuestados a pesar de considerar que el crecimiento económico del país beneficia a las actividades artesanales,

también consideran que el bajo ingreso económico de los artesanos es una limitación muy grande a la hora de exportar y que la inflación afecta en gran medida las actividades comerciales.

Tabla 2. Factores comerciales que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos

	Frecuencia	Porcentaje
Alta	152	56%
Media	73	27%
Baja	45	17%
TOTAL	270	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los artesanos de la ciudad de Iquitos

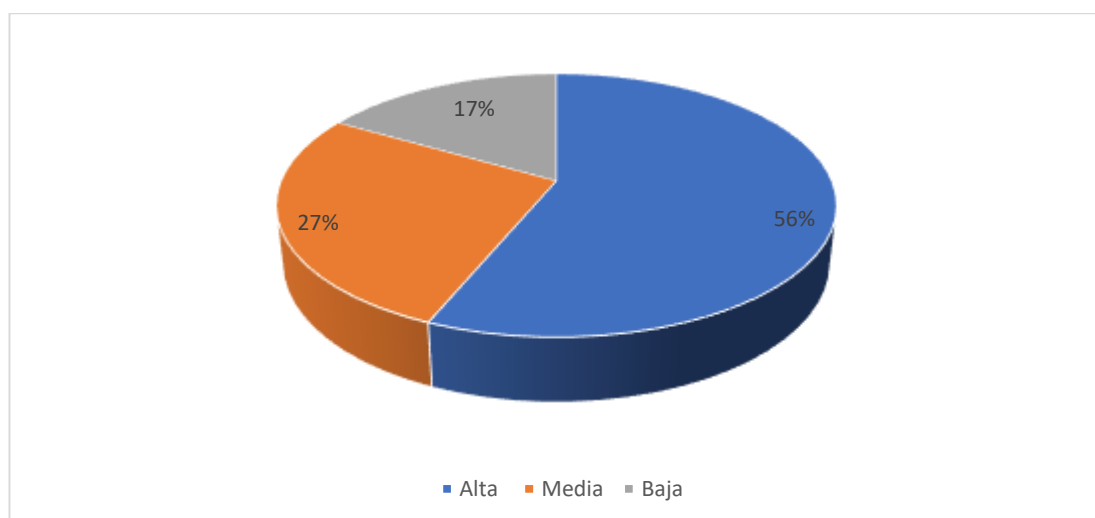


Figura 2. Factores comerciales que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos

Análisis:

Tal y como se muestra en la tabla N° 2 y figura N° 2, el 56% de los encuestados considera que los factores comerciales afectan en gran manera la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, un 27% consideran que dichos factores afectan de manera media y un 17% consideran que estos casi no afectan la exportación de dichas artesanías, ello debido a que a pesar que nuestro país exporta mayor cantidad de productos

de los que importa y que, el comercio entre países facilita la exportación de gran cantidad de productos, la gran mayoría considera que los acuerdos comerciales no contribuyen mucho a la exportación de la artesanía; asimismo, mencionaron que el gravamen para la exportación de este tipo de productos aún es muy elevado y que los términos de comercio internacional no les resultan muy claras y precisos.

Tabla 3. El desempeño del producto como factor limitante de la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos

	Frecuencia	Porcentaje
Alta	49	27%
Media	98	54%
Baja	33	19%
TOTAL	180	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los artesanos de la ciudad de Iquitos

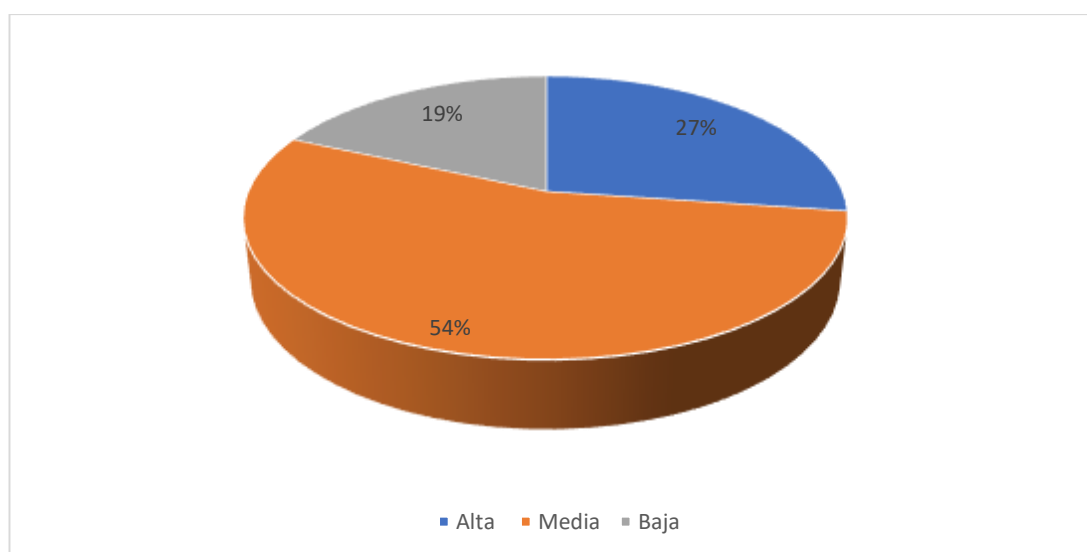


Figura 3. El desempeño del producto como factor limitante de la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos

Análisis:

Tal y como se muestra en la tabla N° 3 y figura N° 3, el 54% de los encuestados considera que el desempeño del producto afecta medianamente

la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, un 27% consideran que dicho desempeño afecta de manera alta y solo 19% consideran que esto casi no afectan la exportación de dichas artesanías, esto debido a que la gran mayoría de los encuestados consideran que la ciudad no cuenta con importaciones de productos artesanales extranjeros que afecten el comercio local, cuenta con gran potencial y una amplia oferta para la exportación de productos artesanales locales al extranjero, estos no poseen una buena participación en el mercado internacional por lo que a la fecha aún no es reconocida por la exportación de sus artesanías.

Tabla 4. Factores de transporte que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos

	Frecuencia	Porcentaje
Alta	121	67%
Media	52	29%
Baja	7	4%
TOTAL	180	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los artesanos de la ciudad de Iquitos

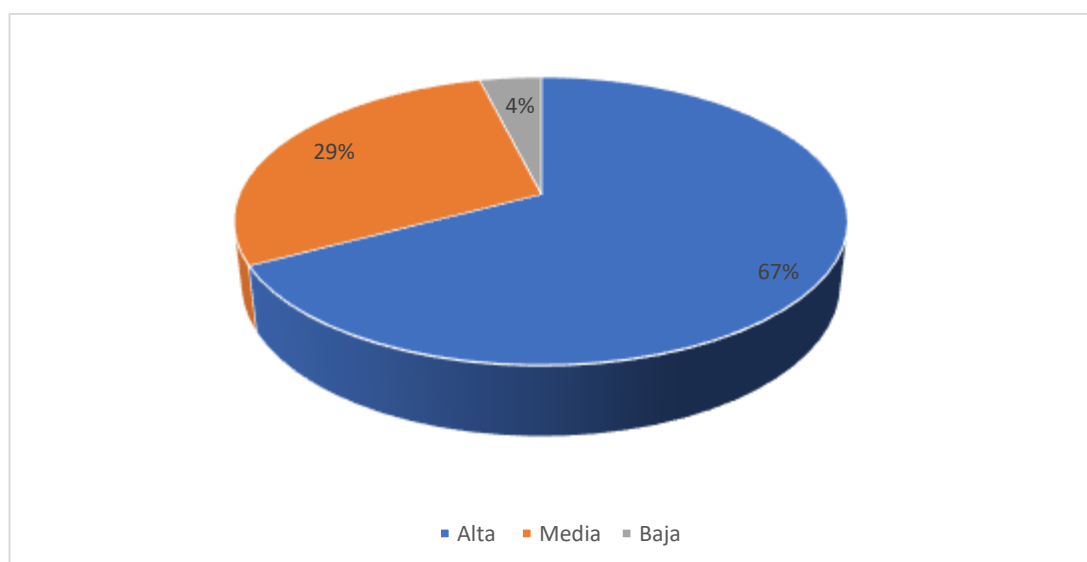


Figura 4. Factores de transporte que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos

Análisis:

Tal y como se muestra en la tabla N° 4 y figura N° 4, el 67% de los encuestados consideran que los factores relacionados con el transporte afectan en gran manera la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, un 29% consideran que dichos factores afectan de manera media, solo un 4% consideran que estos casi no afectan la exportación de dichas artesanías, esto ya que la ciudad de Iquitos no cuenta con los medios de transporte adecuados para la exportación de este tipo de productos; asimismo, la gran mayoría de los encuestados consideran que los costos para exportar artesanías aún son muy elevados y los procesos de transporte (especialmente el acuático) no siempre cumplen con el tiempo de entrega programado.

Tabla 5. Compendio de factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos

	Factores económicos		Factores comerciales		Desempeño del producto		Factores de transporte	
Alta	98	54%	152	56%	49	27%	121	67%
Media	71	39%	73	27%	98	54%	52	29%
Baja	11	7%	45	17%	33	19%	7	4%
Total	180	100%	270	100%	180	100%	180	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los artesanos de la ciudad de Iquitos

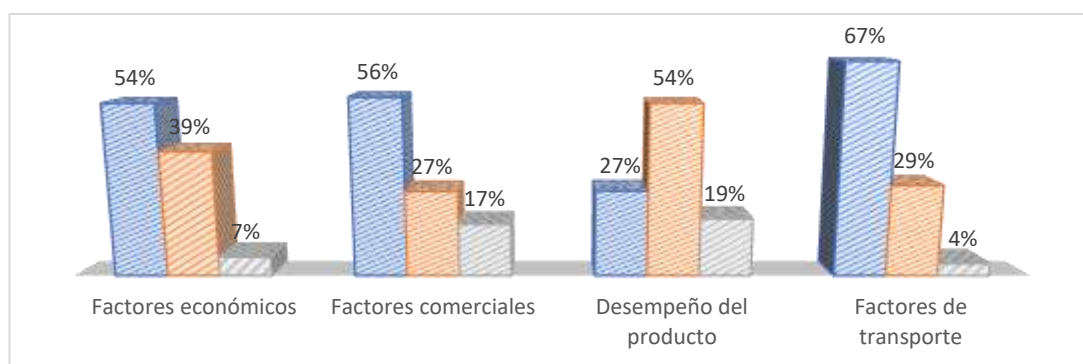


Figura 5. Compendio de factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos

Tal y como se muestra en la tabla N° 5 y figura N° 5, el 54%, 56% y 67% de los encuestados considera que los factores económicos, factores comerciales y factores relacionados con el transporte afectan en gran manera la exportación de artesanías al mercado extranjero, también el 54% de los encuestados consideran que el desempeño del producto afecta de manera regular la exportación de dichas artesanías al mercado extranjero, pues estos no cuentan con los estándares de calidad exigidos por mercados del primer mundo, por lo que se debe mejorar esto.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

La exportación de productos al mercado extranjero es una gran opción para el incremento de las ventas y la mejora de los ingresos de la población local, ya que esta abre nuevos mercados, por un lado, son más exigentes, sin embargo, están dispuestos a pagar un mejor precio por ellos, es por ello que tras la evaluación de los factores que limitan la exportación de artesanías el mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, se logró encontrar que la gran mayoría de los encuestados perciben que los factores económicos, son un punto que afectan en gran manera dicha exportación, ello debido a que el bajo ingreso económico de los artesanos es una limitación muy grande a la hora de exportar y que la inflación afecta en gran medida las actividades comerciales, esto coincide con lo planteado por Llanos y Tirado (2015) mencionan que muchos de los artesanos no cuentan con los recursos económicos suficientes para poder realizar exportaciones por sí solos, por lo que la única manera de lograr exportar sus productos sería mediante la agrupación o asociación. Esto hace ver que el factor económico puede ser manejado mediante la asociación, por lo que se podría lograr la exportación de sus productos, si se logra trabajar en grupo.

Por otro lado, el estudio también logró identificar que los factores comerciales es un criterio que afecta en gran manera la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, debido a que los acuerdos comerciales no contribuyen mucho a la exportación de la artesanía; asimismo, mencionaron que el gravamen para la exportación de este tipo de productos aún es muy elevado y que los términos de comercio internacional no les resultan muy claros y precisos. Estos resultados son similares a los

encontrados por Quelal (2018) en los que logró identificar que la legislación en el país de Ecuador es mucho más abierta para la exportación de productos artesanales, es decir, el gobierno de Ecuador brinda incentivos, capacita y asesora a los artesanos en sus mismas comunidades de manera periódica, a fin de que las exportaciones realizadas se incrementen y la calidad de los productos exportados mejoren cada vez más. Esto nos hace ver las deficiencias en cuanto a la labor de la Dirección de Comercio Exterior y Artesanía – DIRCETUR en temas de capacitación y asesoría para la exportación de este tipo de productos, lo que afecta de manera directa a los productores.

Finalmente, se logró identificar que los factores relacionados con el transporte afectan en gran manera la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, teniendo presente que la ciudad de Iquitos no cuenta con los medios de transporte adecuados para la exportación de este tipo de productos, los costos para exportar artesanías aún son muy elevados y los procesos de transporte (especialmente el acuático) no siempre cumplen con el tiempo de entrega programado; ante ello, una situación similar se logró encontrar en la investigación de Sosa (2015), menciona que la falta de carreteras bien mantenidas ocasiona gran cantidad de pérdidas a los productores de artesanías locales, ya que se hace necesario de carreteras asfaltadas para evitar el daño de los artículos, tal cual poseen las ciudades vecinas. Esto nos muestra la gran desventaja que posee la ciudad a la hora de exportar, ya que si se desea exportar la única manera de realizarlo es mediante vuelos o por vía acuática, esto incrementa en gran medida los

costos, y que al no poseer accesos a las vías terrestres que son más baratos que los anteriores representa una gran barrera para dichas exportaciones.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

- Los factores económicos afectan en gran manera la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos ya que el bajo ingreso económico de los artesanos es una limitación muy grande a la hora de exportar dado a los gastos iniciales del proceso de exportación hasta el embarque de la mercancía.
- Los factores comerciales afectan en gran manera la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos ya que los acuerdos comerciales no contribuyen mucho a la exportación de la artesanía, el gravamen para la exportación de este tipo de productos aún es muy elevado y los términos de comercio internacional no les resultan muy claros y precisos.
- El desempeño del producto afecta medianamente la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, ya que los productos artesanales no poseen una buena participación en el mercado internacional por lo que a la fecha aún no es reconocida por la exportación de sus artesanías.
- Los factores relacionados con el transporte afectan en gran manera la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, ya que no cuenta con los medios de transporte adecuados para la exportación de este tipo de productos y, los costos para exportar artesanías aún son muy elevados.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

- Se recomienda establecer estrategias de asociación entre todos los artesanos para de este modo poder cubrir todas las exigencias económicas que amerita la exportación de artesanías al mercado extranjero.
- Se recomienda a los artesanos una vez asociados, contratar los servicios de un experto en la exportación de este tipo de productos, el cual les asesore y brinde de manera clara todos los procesos, estándares y requisitos necesarios para realizar dicha labor.
- Se recomienda a los artesanos analizar los estándares de calidad para productos artesanales manejados por el mercado extranjero para de este modo adecuarlos y poder exportar sin mayores problemas.
- Se recomienda a todo el grupo de artesanos establecer alianzas estratégicas con los medios de transporte aéreo o puede ser fluvial a fin de que estos, puedan brindarles precios más favorables y lograr un mínimo de exportación en un determinado periodo y de este modo salir beneficiados ambos lados.

CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Banco Nacional de Comercio Exterior. (2007). *Guía Básica del Exportador* (Doceava ed.). México: Bancomext.
- Camara de Comercio y la Produccion de Puno. (2017). Puno, segundo exportado en la macroregion sur. *Boletín Comercio Exterior*.
- Centro de Comercio Internacional. (2003). *Marketing de la Artesanía y las Artes Visuales: Función de la Propiedad Intelectual Guía práctica*. Ginebra, Suiza: CCI/OMPI.
- Czinkota, M. (2008). *Marketing Internacional* (Octava ed.). Colombia: Cengage Learning Editores, S.A.
- Davila, R. (2008). *Procesos de Comercialización Empresarial* (Quinta ed.). Colombia: Cengage Learning Editores, S.A.
- Deresky, H. (2007). *International Management* (Sexta ed.). Estados Unidos, New York: Prentice Hall.
- Indacochea, A. (2001). *Ayacucho competitivo*. Lima, Perú: CARE –USAID CENTRUM.
- Llanos, D., & Tirado, F. (2015). *Análisis de las exportaciones de artesanías de la Región Loreto, periodo: 2009-2013*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Iquitos, Perú.
- MINCETUR. (2010). *Plan estratégico nacional de exportaciones de artesanías*. Lima, Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Morales, C. (2000). *Plan de exportación: Lleve sus productos a todo el mundo* (1era ed.). México: Unidos.

- Muchari, J. (2017). *Factores de elaboración y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica en el centro artesanal Shosaku Nagase, Ayacucho 2016-2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Católica Los Angeles De Chimbote, Ayacucho-Perú.
- Muñoz, K. (2017). *Perfil del mercado norteamericano como oportunidad para la exportación de los productos artesanales de madera – Provincia de Trujillo 2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Cesar vallejos, Trujillo, Perú.
- Otero, R., & Tranier, J. (2011). *Guía para Exportar Artesanías*. Buenos Aires, Argentina: Consejo Federal de Inversiones.
- Palomino, O., & García, L. (2007). *Estudio de viabilidad para la exportación de artesanías elaboradas en Guadua a Alemania*. Tesis de pregrado, Universidad de la Salle , Bogotá, Colombia.
- PromPerú. (2016). Desarrollo e Innovación de Productos Turísticos en Regiones 2014. *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, I, 1 - 168*.
Obtenido de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/847/Agenda_desarrollo_innovacion_productos_turisticos_regiones_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quelal, S. (2018). *Plan para la exportación de artesanías de madera de San Antonio de Ibarra hacia el mercado colombiano*. Tesis de Maestría, Universidad Técnica Del Norte, Ibarra, Ecuador.
- Saccarola, D. (2015). *Internacionalización de las Mypymes dedicadas a la venta de artesanías del Canton Atacames*. Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica Del Ecuador, Esmeraldas, Ecuador.

- Sosa, E. (2015). *La incidencia de la artesanía importada en la Ciudad De Otavalo y su impacto en la economía local*. Tesis de maestría, Universidad Internacional Del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Sulser, R., & Pedroza, J. (2004). *Exportación efectiva*. México: Fiscales ISEF.
- UNESCO. (2009). *La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera*. Lima, Perú: UNESCO/CCI.
- Valverde, D., & Zuloeta, G. (2016). *Oportunidad de negocio en el mercado canadiense para incentivar las exportaciones peruanas de artesanía de cerámica producida en la Region Cajamarca, periodo 2017 - 2021*. Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú.

ANEXOS

1. Estadística complementaria

Factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero																			
DIMENSION ES	Factores económicos				Factores comerciales						Desempeño del producto					Factores de transporte			
N° Ord.	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	P17	P 1 8	
Artesano 1	3	3	1	3	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	
Artesano 2	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	
Artesano 3	2	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
Artesano 4	3	3	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	
Artesano 5	3	3	3	1	1	1	3	3	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	
Artesano 6	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	1	
Artesano 7	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	1	
Artesano 8	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	
Artesano 9	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	1	1	
Artesano 10	3	3	3	1	2	1	3	2	1	1	2	1	2	3	1	1	1	1	
Artesano 11	3	3	1	3	1	1	2	3	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	
Artesano 12	3	3	3	1	1	2	3	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	
Artesano 13	3	3	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	3	2	1	1	1	
Artesano 14	3	3	3	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1	
Artesano 15	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	
Artesano 16	3	3	1	3	2	2	3	2	2	1	1	2	2	3	2	1	1	1	
Artesano 17	3	3	1	1	1	1	2	3	2	2	1	1	1	3	2	1	1	1	
Artesano 18	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	
Artesano 19	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	2	
Artesano 20	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	1	
Artesano 21	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	1	1	1	
Artesano 22	3	1	3	3	1	1	2	3	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	
Artesano 23	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	
Artesano 24	1	1	2	3	1	3	1	1	3	3	3	3	1	1	3	2	2	2	
Artesano 25	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	1	
Artesano 26	3	3	1	1	1	1	3	3	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	
Artesano 27	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	
Artesano 28	3	3	3	1	2	2	3	3	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	
Artesano 29	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	
Artesano 30	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	3	1	2	2	3	
Artesano 31	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	
Artesano 32	3	3	1	3	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	
Artesano 33	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	
Artesano 34	3	3	3	1	1	1	2	3	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	
Artesano 35	2	2	3	1	1	1	3	3	2	1	2	1	1	3	1	1	1	1	
Artesano 36	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	

Artesano 37	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1
Artesano 38	3	1	1	3	2	1	2	2	2	1	1	2	2	3	2	1	1	1
Artesano 39	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
Artesano 40	1	1	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1
Artesano 41	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1
Artesano 42	3	3	2	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	1	3	2	2	2
Artesano 43	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
Artesano 44	3	3	3	3	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
Artesano 45	3	3	1	3	1	2	2	3	1	1	1	2	1	3	2	1	1	1

2. Instrumento de recolección de datos

Con la finalidad de identificar los factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019, se aplica el siguiente cuestionario de preguntas a los artesanos que tengan conocimiento sobre los métodos y procesos de exportación. Por lo que, se le pide total sinceridad en su respuesta.

Factores económicos		Siempre	A veces	Nunca
1	¿Considera que el bajo ingreso económico es una limitación para exportar artesanía?			
2	¿Considera que la inflación en nuestro país afectaría a las actividades comerciales?			
3	¿Considera que el PBI es un factor que contribuye al comercio de la región?			
4	¿Considera que el crecimiento económico del país beneficia las actividades artesanales?			
Factores comerciales		Siempre	A veces	Nunca
5	¿Considera que nuestro país exporta productos más de lo que importa?			
6	¿Considera que el acuerdo comercial entre dos países facilita la exportación de la artesanía?			
7	¿Considera que los acuerdos comerciales contribuyen a la fácil exportación de la artesanía?			
8	¿Considera que el gravamen de los productos artesanales contribuye a la exportación?			
9	¿Considera que las normas ayudan a los empresarios para facilitar el proceso de exportación de artesanías?			
10	¿Considera que los términos de comercio internacional son claras y precisas para la exportación?			
Desempeño del producto		Siempre	A veces	Nunca
11	¿Considera que las importaciones de productos artesanales afectan el comercio local?			
12	¿Considera que el Perú es reconocida por la exportación de artesanías?			
13	¿Considera que los productos artesanales tienen buena participación en el mercado internacional?			
14	¿Considera que la ciudad de Iquitos existe amplia oferta exportadora de artesanías?			
Factores de transporte		Siempre	A veces	Nunca
15	¿Considera que los medios de transporte para la exportación son apropiados?			
16	¿Considera que el costo de los fletes y seguros se adecuan a los precios del producto a exportar?			
18	¿Considera que el proceso de transporte cumple con el tiempo programado de entrega del producto?			

3. Consentimiento informado

Por la presente declaro que he leído el cuestionario de la investigación titulada: Factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero desde la ciudad de Iquitos, año 2019, del Sr. tiene como objetivo determinar los factores que limitan la exportación de artesanías al mercado extranjero.

He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación como participante.

Nombre del participante:

.....

Su participación en este estudio no implica ningún riesgo de daño físico ni psicológico para usted. Es así que todos los datos que se recojan, serán estrictamente **anónimos y de carácter privados**. Asimismo, los datos entregados serán absolutamente **confidenciales** y sólo se usarán para los fines científicos de la investigación. El responsable de esto, en calidad de **custodio de los datos**, será el Investigador Responsable del proyecto, quien tomará todas las medidas necesarias para cautelar el adecuado tratamiento de los datos, el resguardo de la información registrada y la correcta custodia de estos.

Desde ya le agradecemos su participación.

.....

NOMBRE

Investigador Responsable