



**UNAP**



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

**TESIS**

**“FACTORES QUE DETERMINAN LA CULTURA EXPORTADORA EN LOS  
ARTESANOS DE LA CIUDAD DE IQUITOS 2023”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

**PRESENTADO POR:  
LUCERO DEL PILAR SALAS RAMOS**

**ASESOR:  
Lic. Adm. JOSÉ REGULO RAMIREZ DEL AGUILA, Mag.**

**IQUITOS, PERÚ**

**2024**

# ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
FACEN  
"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



## ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS VIRTUAL N°086-CCGyT-FACEN-UNAP-2024

En la ciudad de Iquitos, a los 11 días del mes de mayo del año 2024, a horas: 05:00 pm. se dio inicio haciendo uso de la **Plataforma Google Meet**, la sustentación pública de la Tesis titulada: "**FACTORES QUE DETERMINAN LA CULTURA EXPORTADORA EN LOS ARTESANOS DE LA CIUDAD DE IQUITOS 2023**", autorizado mediante **Resolución Decanal N°0931-2024-FACEN-UNAP.**, presentado por la Bachiller en Negocios Internacionales y Turismo **LUCERO DEL PILAR SALAS RAMOS**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADA 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. Nit. **RILKE CHONG VELA, Dr.** (Presidente)  
Lic. RR. II. **HECTOR ANIBAL MENACHO ROJAS, Mag.** (Miembro)  
Lic. Nit. **STEVs RAYGADA PAREDES, Mag.** (Miembro)


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: **APROBADAS** con la calificación **BUENA (15).**

Estando la Bachiller apta para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales y Turismo.

Siendo las **06:30 p.m.** del **11 de mayo** del 2024, se dio por concluido el acto académico.

  
Lic. Nit. **RILKE CHONG VELA, Dr.**  
Presidente

  
Lic. RR. II. **HECTOR ANIBAL MENACHO ROJAS, Mag.**  
Miembro

  
Lic. Nit. **STEVs RAYGADA PAREDES, Mag.**  
Miembro

  
Lic. Adm. **JOSE REGULO RAMIREZ DEL AGUILA, Mag.**  
Asesor

*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](mailto:facen@unapiquitos.edu.pe)  
Teléfonos: #065-234364 / 065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



## JURADO Y ASESOR

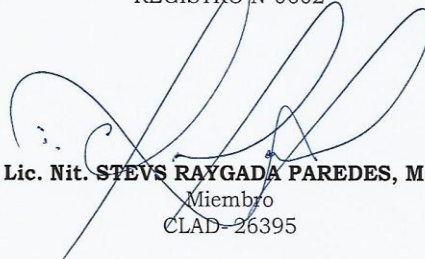
### JURADO Y ASESOR



**Lic. Nit. RILKE CHONG VELA, Dr.**  
Presidente  
CLAD- 22275



**Lic. RR. II. HECTOR ANIBAL MENACHO ROJAS, Mag.**  
Miembro  
REGISTRO N°0602



**Lic. Nit. STEVS RAYGADA PAREDES, Mag.**  
Miembro  
CLAD-26395



**Lic. Adm. JOSE REGULO RAMIREZ DEL AGUILA, Mag.**  
Asesor  
CLAD N°13327

## RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**FACEN\_TESIS\_SALAS RAMOS.pdf**

AUTOR

**LUCERO DEL PILAR SALAS RAMOS**

RECuento de palabras

**9999 Words**

Recuento de caracteres

**53010 Characters**

Recuento de páginas

**47 Pages**

Tamaño del archivo

**492.4KB**

Fecha de entrega

**Dec 14, 2023 3:24 PM GMT-5**

Fecha del informe

**Dec 14, 2023 3:24 PM GMT-5**

### ● 18% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 15% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

Resumen

## **DEDICATORIA**

Dedicado con mucho amor e infinita gratitud para mi madre, mi compañero de vida y mi pequeño hijo Matthew Elaluf Salas, y muy en especial a mi papá, Gabriel Salas, fallecido el 22.07.2022, ¡Lo estoy logrando papá!

Br.NIT. Lucero Del Pilar Salas Ramos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer principalmente a Dios, por ser la fuente de fe que me permite continuar con mis propósitos, pues su palabra me reconforta proporcionando sabiduría con el fin de tomar buenas y mejores decisiones en mi vida, a mis padres quienes han sido pilar importante durante mi vida universitaria brindándome, su apoyo incondicional e inagotable, a mi compañero de vida por brindarme su apoyo en el presente proyecto de investigación, a mi pequeño hijo quien es mi rayo de sol por el que aprendí a ser un mejor ser humano, con paciencia, resiliencia y mucha fortaleza, a la universidad por haberme brindado, docentes de alta calidad, compañeros, amigos y ahora colegas con los que pasé los mejores años de mi vida universitaria con mil anécdotas habiéndome afianzado una amistad sincera, regalándome amigos para una vida entera, a mi asesor quien me ha acompañado y aportado a mis conocimientos y experiencia en la culminación del presente trabajo de investigación con disciplina y profesionalismo, a todos ellos mi profunda gratitud y afecto.

Br.Nit. Lucero del Pilar Salas Ramos.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
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	9
1.3. Definición de términos básicos	13
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	15
2.1 Formulación de la hipótesis	15
2.2 Variables y su operacionalización	16
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño	17
3.2. Diseño muestral	18
3.3. Procedimientos de recolección de datos	20
3.4. Procesamiento y análisis de datos	21
3.5. Aspectos éticos	22
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	23
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	38

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	42
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	44
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	46
ANEXOS	
1. Matriz de consistencia	
2. Instrumento de recolección de datos	
3. Estadística complementaria	
4. Consentimiento informado	



## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Proceso de producción	23
Tabla 2 Proveedores	24
Tabla 3 Mercado objetivo	25
Tabla 4 Recursos financieros	26
Tabla 5 Recursos humanos	27
Tabla 6 Competidores	28
Tabla 7 Proceso de exportación	29
Tabla 8 Cultura exportadora	30
Tabla 9 <i>Los factores que determinan la cultura exportadora en los artesanos</i>	31
Tabla 10 <i>Variables predictivas de la cultura exportadora en los artesanos</i>	32
Tabla 11 <i>Influencia del factor proceso de producción en la cultura exportadora</i>	32
Tabla 12 <i>Influencia del factor proveedores en la cultura exportadora</i>	33
Tabla 13 <i>Influencia del factor mercado objetivo en la cultura exportadora</i>	34
Tabla 14 <i>Influencia del factor recursos financieros en la cultura exportadora</i>	34
Tabla 15 <i>Influencia del factor recursos humanos en la cultura exportadora</i>	35
Tabla 16 <i>Influencia del factor competidores en la cultura exportadora</i>	36
Tabla 17 <i>Influencia del factor proceso de exportación en la cultura exportadora</i>	36

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Proceso de producción	23
Figura 2 Proveedores	24
Figura 3 Mercado objetivo	25
Figura 4 Recursos financieros	26
Figura 5 Recursos humanos	27
Figura 6 Competidores	28
Figura 7 Proceso de exportación	29
Figura 8 Cultura exportadora	30

## RESUMEN

El presente informe de tesis tuvo como objetivo identificar los factores que determinan la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023, en el mismo se empleó un estudio tipo aplicada, nivel explicativo con un diseño no experimental, tomando como muestra a 157 artesanos a quienes se les empleo un cuestionario para la recolección de información. Los resultados arrojaron: fue determinante que las variables proceso de producción ( $p=0,022$ ), proveedores ( $p=0,001$ ), mercado objetivo ( $p=0,014$ ) y recursos financieros ( $p=0,000$ ) desempeñan un papel significativo en la predicción de la cultura exportadora. De manera específica el proceso de producción explica el 40,4% de la variable. Además, la coordinación con los proveedores explica el 46,2% de la variable. En la misma línea, la identificación del mercado objetivo explica el 45,8% de la variable. También, el manejo de los recursos financieros explica el 46,6% de la variable. De igual manera, el manejo de los recursos humanos explica el 41,2% de la variable. Se determinó que la identificación de los competidores explica el 38,7% de la variable. Por último, se determinó que el proceso de exportación explica el 41,2% de la variable. Todas ellas han demostrado influencia significativa al nivel 0,000.

Palabras clave: Cultura exportadora, proveedores, recursos financieros.

## ABSTRACT

The objective of this thesis report was to identify the factors that determine the export culture in the artisans of the City of Iquitos 2023, in which an applied type study was used, explanatory level with a non-experimental design, taking 157 artisans as a sample. to whom a questionnaire was used to collect information. The results showed: it was decisive that the variables production process ( $p=0.022$ ), suppliers ( $p=0.001$ ), target market ( $p=0.014$ ) and financial resources ( $p=0.000$ ) play a significant role in predicting culture. exporter. Specifically, the production process explains 40.4% of the variable. Furthermore, coordination with suppliers explains 46.2% of the variable. Along the same lines, the identification of the target market explains 45.8% of the variable. Also, the management of financial resources explains 46.6% of the variable. Similarly, human resources management explains 41.2% of the variable. It was determined that the identification of competitors explains 38.7% of the variable. Finally, it was determined that the export process explains 41.2% of the variable. All of them have demonstrated significant influence at the 0.000 level.

Keywords: Export culture, suppliers, financial resources.

## INTRODUCCIÓN

Los artesanos latinoamericanos se enfrentan a una serie de obstáculos en la exportación de sus productos. Estos incluyen el alto costo de sus materias primas y la competencia de los productos manufacturados de otros países, que suelen ser más baratos y de mayor calidad (Abril et al., 2019). El acceso limitado a determinadas tecnologías también limita su capacidad para innovar, lo que disminuye la calidad de sus productos y dificulta su competitividad (Gómez y Ortiz, 2018). La mayoría de estas empresas carecen de una visión del mercado global e ignoran las prácticas estándar y regulaciones aplicables en el mercado de exportación (Ponce et al., 2020). Además, muchas tienen infraestructura limitada para llevar a cabo marketing y promociones, lo que impide el crecimiento exponencial a nivel internacional. Finalmente, hay numerosos desafíos para la obtención de financiamiento, que, en última instancia, limitan la capacidad de estas empresas para crecer.

Los factores que determinan la cultura exportadora entre los artesanos del Perú son múltiples y complejos. Los artesanos tradicionalmente han contado con una disminución de mercados internos debido a la escasez de recursos y la estructura social (Del Aguila, 2019). Esto los obliga a exportar sus productos a mercados extranjeros con el objetivo de obtener una mejor visibilidad y mayor rentabilidad (Osorio J. V., 2021). Además, muchos artesanos no tienen acceso a información sobre insumos, datos de tendencias de los mercados internacionales ni una cultura de networking (Juro Y. G., 2019). Otro factor fundamental para poder exportar es la falta de capital y financiamiento. Muchos artesanos carecen de los recursos necesarios para hacer frente a los

costos asociados a la exportación como gastos de embalaje, transporte, facturación y garantía por períodos de entregas (Cutipa-Limache et al., 2022).

Uno de los principales problemas que enfrentan los artesanos de Iquitos para realizar actividades de exportación es la falta de recursos económicos y técnicos necesarios para acceder a los mercados internacionales. La mayoría de ellos carecen de financiamiento para realizar actividades como capacitación, promoción, contratación de profesionales de la comercialización, entre otras. Otro factor problemático importante es la escasa conectividad de Iquitos con el mundo exterior, la dificultad para realizar transacciones financieras y el costo de la infraestructura para conectarse con plataformas de bienes y servicios externos. Estos inconvenientes no sólo afectan la sensibilidad de los precios de los productos de los artesanos, sino también los costos de contratación de seguros y otras herramientas para exportar sus mercancías.

Por último, es necesario mencionar que no siempre los artesanos de la ciudad están conscientes de los beneficios que trascienden la economía local cuando se exportan sus productos. Esto, en conjunto con la falta de asesoramiento académico para dar cabida a su participación comercial, provoca que muchos artesanos no vean el valor de su trabajo y de exportar sus productos al exterior.

Ante la situación descrita se formuló la siguiente interrogante ¿Qué factores determinan la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023? Como específicos se plantearon: ¿Cuál es el grado de influencia del factor proceso de producción en la cultura exportadora en los artesanos de la

Ciudad de Iquitos 2023?; ¿Cuál es el grado de influencia del factor proveedores en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?; ¿Cuál es el grado de influencia del factor mercado objetivo en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?; ¿Cuál es el grado de influencia del factor recursos financieros en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?; ¿Cuál es el grado de influencia del factor recursos humanos en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?; ¿Cuál es el grado de influencia del factor competidores en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?; ¿Cuál es el grado de influencia del factor proceso de exportación en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?

Por este motivo, la presente investigación tiene como objetivo general: Identificar los factores que determinan la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023; como objetivos secundarios se formularon: Conocer el grado de influencia del factor proceso de producción en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023; Conocer el grado de influencia del factor proveedores en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023; Conocer el grado de influencia del factor mercado objetivo en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023; Conocer el grado de influencia del factor recursos financieros en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023; Conocer el grado de influencia del factor recursos humanos en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023; Conocer el grado de influencia del factor competidores en la cultura exportadora en los artesanos de la

Ciudad de Iquitos 2023; Conocer el grado de influencia del factor proceso de exportación en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.

La presente investigación fue de vital importancia, ya que se identifican los factores que determinaban la cultura exportadora en los artesanos. Posteriormente, se justificó lo siguiente:

Desde el punto de vista teórico, la cultura exportadora pudo respaldarse teóricamente mediante fuentes confiables como informes, libros, revistas y sitios web. Por ejemplo, en el caso de la innovación, varios autores abordan el tema desde el punto de vista teórico, destacando el papel que jugaba la innovación en la gestión de las exportaciones.

También se justificó de manera práctica, teniendo en cuenta que los beneficiarios con el estudio fueron los artesanos, ya que con el estudio pudieron identificar las deficiencias que afectaban a la cultura exportadora, donde a la vez ayudó a disminuir riesgos y así aprovechar para aplicar nuevas estrategias de exportación.

La justificación metodológica estuvo basada en solucionar falencias encontradas con el estudio, es decir, los resultados obtenidos a través del instrumento ayudaron a aplicar soluciones a los problemas que actualmente estaban padeciendo los artesanos.

El estudio fue viable, ya que el investigador contó con todos los recursos necesarios para desarrollar el proyecto. Además, el equipo detrás del proyecto estuvo correctamente compuesto, asegurándose de que los miembros incluyan todos los conocimientos necesarios y fueran competentes para llevar



a cabo la investigación de manera adecuada. En relación con los recursos financieros, se necesitó un presupuesto específico para llevar a cabo el estudio. Además, se determinaron los costos para aquellos que se encargaron de financiar las compras y los gastos, tanto internos como externos, a incluir los financieros directos e indirectos.

En cuanto a los recursos materiales, fue esencial definir los bienes y herramientas necesarios para el desarrollo exitoso de la investigación. Esto incluyó todos los equipos, programas informáticos y hardware que se requirieron durante el proceso.

En el proceso de desarrollo de la investigación, se identifican limitaciones que retrasaron el avance del proyecto, pero que, a su vez, eran solucionables. Por ello, existía escasa información para plasmar en mis antecedentes, lo que condujo a la necesidad de recopilar datos de autores que hablaran en el sector textil. Además, se experimentó desconfianza por parte de las personas que fueron encuestadas (artesanos). Para abordar este problema, se procedió a explicar la importancia, el objetivo y en qué consistía el estudio, con el fin de mitigar cualquier reserva por parte de los participantes.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Antecedentes**

En el 2021, se realizó una investigación descriptivo correlacional, con una población de 125 empresas exportadoras; donde la investigación tuvo como objetivo determinar las características empresariales que influyen en la exportación de tapices artesanales al mercado de USA con la SPN 5805000000 para el periodo 2004 al 2019. Llegando a la conclusión que, Desde el año 2004 hasta 2019, se encontró una estrecha relación entre la SUNAT, el líder en exportaciones de diseños artesanales, y las empresas exportadoras. La SUNAT ocupa el primer puesto en el sector debido al promedio anual de exportaciones, que asciende a \$3 089,61.00 y dirigidas principalmente al mercado estadounidense: como también, la SUNAT se encuentran las personas naturales con 32 empresas y un promedio anual de exportación de \$989.48.00. Por lo tanto, se afirma que la SUNAT tiene una gran influencia en la exportación de tapices artesanales con un 25.6% (Osorio, 2021).

En el 2021, se desarrolló una investigación tipo descriptivo de corte transversal y de diseño no experimental, conformada por una población de 10 artesanos; teniendo como objetivo identificar las ventajas que presenta el cooperativismo en la exportación de productos textiles artesanales tejidos con cuerdas en qallwa elaborados por la asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús de Sayamud, ubicado en la provincia de San Miguel- Cajamarca. Concluyendo que, las ventajas del

cooperativismo pueden ser aprovechados para que logren llevar a cabo los procesos de exportación de sus creaciones textiles con el objetivo de ahorrar costos por medio de la realización de la actividad sin intermediarios; así, pueden beneficiarse de las ventajas del modelo cooperativo (Bazan, 2021).

En el 2021, se elaboró una pesquisa tipo correlacional con diseño no experimental y de corte transversal, tomando como población a 18 personas; teniendo como objetivo analizar la relación que existe entre la cultura exportadora y la competitividad empresarial de la empresa Agrofosfatos ubicada en el departamento de Piura. El autor concluyó que, los resultados de la encuesta han mostrado que las perspectivas de la cultura exportadora son ampliamente favorables. Mayoritariamente, el (77,8%) de los responsables perciben que existe una buena gestión del desarrollo exportador, esto también se refleja en el ámbito de la competitividad empresarial, donde el nivel alto de aceptación es predominante, mientras que el 11.1% lo percibe como baja. Por tanto, es posible afirmar que a medida que la cultura exportadora se acentúe, contribuye a generar una mayor organización entre los empresarios exportadores, dando como resultado una competitividad empresarial más eficaz (Lizana, 2021).

En el 2020, se realizó un estudio de carácter descriptivo y con un diseño no experimental, cuya población de estudio fue de 55 artesanos; tuvo como objetivo determinar el impacto financiero de los factores que influyen en la competitividad de las PYMES exportadoras peruanas del sector textil durante el periodo 2016 al 2018. En conclusión, el impacto

financiero de los factores que influyen en la competitividad es significativo durante los periodos, esto se ha visto reflejado en la mejora de los márgenes de ganancias de las empresas, el aumento de las exportaciones y la reducción de los costos generales. Además, el sector textil también ha recibido un incremento en su reputación debido a los buenos resultados conseguidos durante este periodo. Por lo tanto, se puede concluir que el impacto financiero de los factores que influyen en la competitividad del sector textil peruano ha sido positivo y tiene el potencial de tener una mayor influencia en el desarrollo económico del país (Manyari y Zuzunaga, 2020).

En el 2019, se ejecutó una investigación tipo deductivo de diseño no experimental y de corte transversal, cuya población fue de 36 personas de asociaciones artesanales; en donde tuvo como objetivo determinar cómo es la cultura exportadora de las asociaciones de artesanías de la ciudad de Abancay. El autor concluyó que, el 64% de las asociaciones de artesanías se relacionan con la línea textil, que incluye tejidos hechos a mano, telar, ganchillo y bordado. La línea de cerámica alcanza el 17%, y los trabajos de madera abarcan un 8%, mientras que las otras líneas artesanales representan el 8%. El último 3% de estas asociaciones se relaciona con la línea de madera, esto indica que la línea textil es la línea artesanal mayoritaria entre las asociaciones de artesanías (Juro, 2019).

## 1.2. Bases teóricas

### **Variable. Factores que determinan la cultura exportadora**

De acuerdo al libro de Tabra y Lavanda en el 2005 “cultura exportadora del peruano” señala que es restrictiva, limitándolos rápidamente a ser negativos debido a la imposibilidad de alcanzar el éxito deseado en el mercado. Por lo tanto, es necesario generar una mentalidad exportadora que permita realizar negocios internacionales y acostumbrar a buscar nuevos mercados exteriores, este proceso requiere de tiempo, esfuerzo, gasto de recursos y una organización eficiente, especialmente en un entorno competitivo (Arribasplata, 2020).

La cultura exportadora en los artesanos se refiere a la mentalidad y la tramitación de conocimientos y habilidades en el ámbito de la exportación. Se trata de un enfoque que busca promover y fomentar la exportación de productos artesanales hacia mercados internacionales (Acosta-Márquez et al., 2021).

Además, la cultura exportadora implica que los artesanos se familiaricen con los procesos y requisitos necesarios para exportar sus productos, así como con las tendencias y demandas del mercado internacional, esto implica conocer sobre temas como el embalaje, la logística, los acuerdos comerciales, las normas y regulaciones internacionales, entre otros (Ponce et al., 2020).

La cultura exportadora es de suma importancia para los artesanos, ya que les permite ampliar su mercado, aumentar sus ventas y mejorar su situación económica. A través de la exportación, los artesanos pueden

dar a conocer sus productos en otros países, lo que les brinda la oportunidad de acceder a nuevos clientes y mercados más grandes. Como también, la exportación puede ser una manera de preservar y promover la cultura y las tradiciones de un país o región; los artesanos transmiten a través de sus productos la identidad y el patrimonio cultural de su comunidad, y al exportarlos tienen la oportunidad de difundir y dar a conocer su cultura a nivel internacional (Zapata, 2021; Arauco, 2021).

El objetivo de la cultura exportadora en los artesanos es fomentar y promover la exportación de sus productos a nivel internacional, esta cultura implica adquirir conocimientos y habilidades relacionadas con la comercialización y exportación, así como la adopción de estrategias y prácticas que permitan expandir su mercado y aumentar sus ventas a nivel global. Al promover la cultura exportadora, los artesanos pueden beneficiarse de las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales, como la posibilidad de llegar a un mayor número de clientes y consumidores, diversificar sus fuentes de ingresos y aumentar sus ganancias (Lechuga-Cardozo et al., 2020).

Por su parte, Sánchez y Arroyo (2022), mencionan las características que determinan la cultura exportadora en el sector artesanal, las cuales son: 1) Conocimiento del mercado internacional, los artesanos que tienen una cultura exportadora están familiarizados con los gustos y preferencias del mercado internacional; tienen conocimiento sobre los productos que son demandados en otros países y adaptan su oferta en función de ello. 2) Habilidades de comunicación, los artesanos exportadores son capaces de comunicar de forma eficaz los valores y

características de sus productos a los clientes extranjeros, es decir, saben cómo presentar sus productos de manera atractiva y persuasiva.

3) Adaptabilidad, los artesanos exportadores son flexibles y se adaptan fácilmente a los cambios en el mercado internacional. 4) Calidad y excelencia, los artesanos exportadores se caracterizan por la alta calidad y excelencia de sus productos. 5) Innovación, los artesanos exportadores están constantemente buscando nuevas ideas y tendencias para incorporar a sus productos.

Además, Burga y Flores (2021), expresan que existe varias estrategias de exportación que una empresa puede seguir para ingresar a los mercados internacionales. Algunas de estas estrategias incluyen: a) Exportación indirecta, la empresa utiliza intermediarios, como agentes de comercialización o distribuidores, para vender sus productos en el extranjero. b) Exportación directa, la empresa establece su propia red de distribución en el extranjero., puede establecer oficinas de ventas, abrir sucursales o establecer alianzas estratégicas con empresas locales. c) Fabricación bajo contrato, la empresa contrata a un fabricante en el extranjero para producir sus productos y luego los exporta y los comercializa bajo su propia marca.

El ámbito artesanal, pilar fundamental de la cultura y tradición de muchas naciones, enfrenta en la era de la globalización un reto significativo: la internacionalización de sus productos. Sin embargo, la adaptación de estos productos tradicionales a un mercado global exige considerar diversos factores que influyen directamente en la cultura exportadora de estos artistas del trabajo manual. Según Apaestegui y Quispe (2017),

existen siete factores claves que juegan un papel determinante en la formulación de una estrategia de exportación efectiva. Estos factores comprenden: Proceso de producción: la manera en que se elaboran los productos artesanales, la eficiencia de este proceso y la capacidad para adaptarse a los estándares internacionales (Apaestegui & Quispe, 2017). Proveedores: la calidad y confiabilidad de los proveedores de materiales y servicios, que pueden influir directamente en la calidad final del producto (Lechuga-Cardozo et al., 2020). Mercado objetivo: la identificación, comprensión y adaptación a las preferencias, normas y regulaciones del mercado al que se desea exportar (Sasaki *et al.*, 2020). Recursos financieros: la disponibilidad y gestión de los recursos financieros para soportar las actividades de exportación y enfrentar los posibles riesgos asociados (Apaestegui y Quispe, 2017; Sasaki *et al.*, 2020). Recursos Humanos: las habilidades, capacidades y actitudes del equipo de trabajo involucrado en el proceso de exportación (Apaestegui y Quispe, 2017). Competidores: la identificación y análisis de competidores en el mercado objetivo, y la capacidad para diferenciarse y ofrecer propuestas de valor únicas (Lechuga-Cardozo et al., 2020). Proceso de exportación: la familiaridad y manejo de los trámites, normativas y logísticas relacionadas con la exportación de productos al mercado objetivo (Sasaki et al., 2020).

Bazalar (2023) propone una evaluación de esta cultura basándose en indicadores cruciales: el nivel de información de mercados internacionales, la capacidad para identificar oportunidades de negocio, la obtención de certificaciones pertinentes, la participación en



actividades de promoción comercial, la adopción de herramientas para acceder a mercados, el nivel de inversión en educación y el dominio de idiomas. Estos indicadores no solo reflejan la preparación técnica y estratégica de los artesanos, sino también su disposición y capacidad para integrarse en un entorno comercial global.

### **1.3. Definición de términos básicos**

**Artesanos.** Son aquellas personas que fabrican artículos manufacturados a mano utilizando herramientas manuales y/o habilidades tradicionales (Abril et al., 2019).

**Competitividad.** Una evaluación basada en factor sobre cual producto, servicio o país ofrece el mejor producto a precio más barato, considerando también otros rasgos como productividad, calidad o innovación (Acosta-Márquez et al., 2021).

**Cultura exportadora.** Se refiere a una cultura en la que se colocan objetos, creencias o experiencias particulares en el mercado internacional. Se refiere al movimiento de cultura, hallazgos o productos nacionales fuera de su ubicación comercial tradicional normalmente desde un país en desarrollo a uno en desarrollo más avanzado (Arauco, 2021).

**Exportación indirecta.** El proceso a través del cual una empresa transmite los bienes y servicios a otra es un país extranjero agrandar objetivos para minimizar los riesgos o para optimizar las obtenciones (Arribasplata, 2020).

**Marketing.** Un proceso concerniente a la formación de precios, promoción de productos y/o distribución de bienes y servicios para hacer satisfactoria Clientela (Bazan, 2021).

**Mercado global.** Se refiere al espacio económico y comercial que se caracteriza por intercambios de bienes, servicios, trabajo y capital en todo el mundo (Burga y Flores, 2021).

**Patrimonio cultural.** Se trata de los hábitos y tradiciones de la sociedad y de ciertos países, que forman parte del legado de una cultura (Del Aguila, 2019).

**Promociones.** Son cualquier estrategia llevada a cabo para mejorar el reconocimiento general y promover un producto, un servicio o una marca en una marca, estas conllevan ofertas especiales con descuentos, ofertas, etc., que ayudan a crear conciencia de marca entre los consumidores (Osorio J. , 2021).

## CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 2.1 Formulación de la hipótesis

#### Hipótesis general

**Hi:** Los factores que determinan la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023, son el proceso de producción, mercado objetivo y proceso de exportación.

#### Hipótesis específicas

**Hi1:** El factor proceso de producción influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.

**Hi2:** El factor proveedores influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.

**Hi3.** El factor mercado objetivo influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.

**Hi4.** El factor recursos financieros influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.

**Hi5.** El factor recursos humanos influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.

**Hi6.** El factor competidores influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.

**Hi7.** El factor proceso de exportación influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.

## **2.2 Variables y su operacionalización**

### **Variables**

**Independientes.** proceso de producción, proveedores, mercado objetivo, recursos financieros, recursos humanos, competidores procesos de exportación.

**Dependiente.** Cultura exportadora

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo y diseño

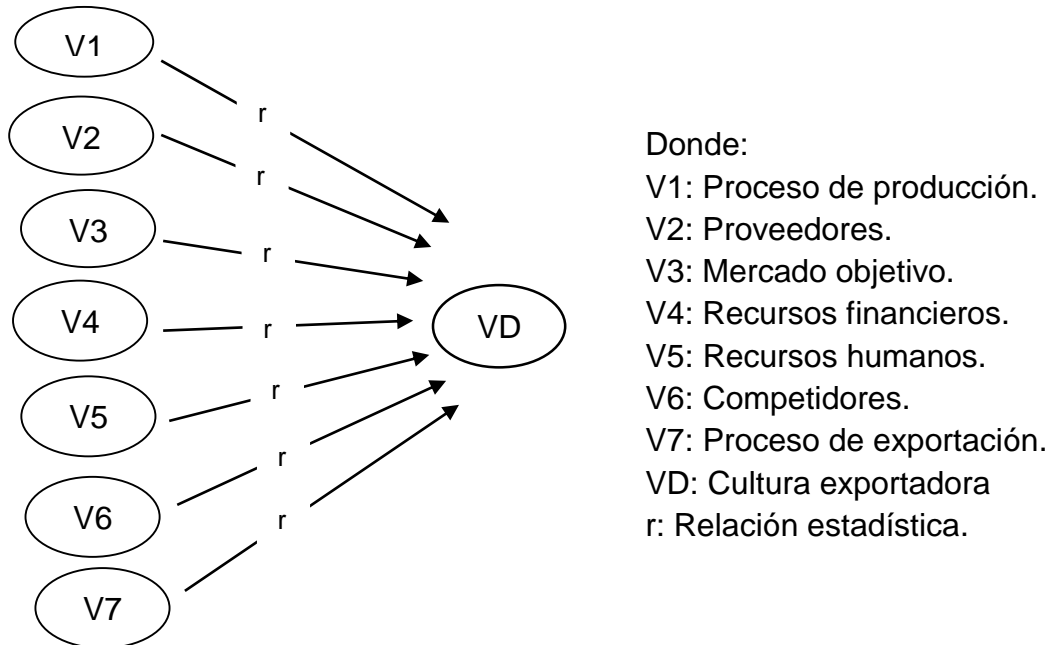
De acuerdo con lo señalado por el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (2020), los aspectos metodológicos de la investigación en cuestión fueron aplicados desde una perspectiva de estudio aplicada. Esto implica que, para la búsqueda de soluciones al problema planteado acerca del impacto de los factores sobre la cultura exportadora de los artesanos, se tomó en consideración teorías y procedimientos que eran aptos para fundamentar adecuadamente las variables obtenidas por el investigador.

Por su parte, Arias y Covinos (2021), sugieren que el nivel fue explicativo-causal el cual identificó los comportamientos, causas, contextos y hechos relacionados con un fenómeno para entender o comprender por qué ocurrían ciertas acciones. Esto se debía a que un análisis de causa-efecto se centraba en establecer una ponderación entre variables independientes y dependientes para comprender los factores que determinaban la cultura exportadora de los artesanos. Al comparar dichas variables, se podría entender el origen y el contexto en el que los artesanos desarrollaron sus producciones para destinarlas al exterior.

Por consiguiente, el diseño empleado en esta investigación fue una investigación no experimental, que implicó un estudio que no manipuló deliberada o intencionalmente la variable dependiente. Esta, a su vez, estuvo claramente determinado por los factores que identificaban la

cultura exportadora en los artesanos. La investigación se basó en la observación de los fenómenos naturales para luego comprender y analizar los resultados de cada uno de ellos (Arias y Covinos, 2021).

### Esquema del diseño:



### 3.2. Diseño muestral

**Población:** La población objeto de estudio estuvo conformada por los artesanos de la Ciudad de Iquitos en el año 2023, los mismos que sumaron un total de 265 personas, siendo los principales informantes para la recolección de información. Estaban inscritos en el Registro Nacional de Artesano (RNA), ya que era el lugar donde los artesanos se inscribían para trabajar de manera formal.

### **Criterio de selección:**

### **Criterio de inclusión**

- Artesanos ubicados en la Ciudad de Iquitos con un tiempo de 6 meses a más en el sector artesanal.
- Los artesanos que estén inscritos en el RNA y trabajen formalmente.
- Los artesanos que desean colaborar con el estudio.

### **Criterio de exclusión**

- Los artesanos que no estén ubicados en la misma ciudad de Iquitos.
- Los artesanos que no estén inscritos en el RNA y trabajen informales.
- Aquellos que no desean participar de la investigación.

**Muestra:** Debido al tamaño considerable de la población, tomamos como referencia para recolectar datos estadísticos, resultó indispensable emplear la fórmula muestral para recabar información que reflejara de manera verdaderamente fidedigna las características de dicha población. De esta forma, obtuvimos una muestra representativa.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

95%

<b>Z =</b>	<b>1,96</b>
<b>E =</b>	<b>0,05</b>
<b>p =</b>	<b>0,5</b>
<b>q =</b>	<b>0,5</b>

N = 265

n =	3,8416	*	0,25	*	265
	0,0025	*	264	+	0,9604

n =	254,506	157
	1,62	

Por lo tanto, la muestra de la investigación estuvo conformada por 157 artesanos de la Ciudad de Iquitos.

**Muestreo:** En esta investigación se utilizó el muestreo probabilístico, el cual se refiere a aquellos procesos de selección de individuos o grupos de los que se obtienen datos provenientes de los sujetos de una población determinada. Esta técnica garantizó la obtención de datos realmente representativos de la población objeto de estudio.

### 3.3. Procedimientos de recolección de datos

La recopilación de información comenzó con la coordinación inicial con artesanos independientes y representantes de asociaciones de artesanos, con el objetivo de generar interés en el desarrollo de la investigación. Para este proceso, se utilizó un documento de consentimiento informado. Una vez establecido el acuerdo, se requiere el momento adecuado para aplicar los instrumentos que facilitarían la recolección de datos.

Es importante destacar que la técnica seleccionada para recopilar datos fue la encuesta, ya que nuestro objetivo era comprender la percepción de los artesanos sobre los factores clave en la cultura exportadora.



Asimismo, para el registro de los datos se empleó un cuestionario, el cual correspondía a las variables independientes y variables dependientes, distribuidas de la siguiente manera, donde las variables independientes estaban conformadas por los siguientes (proceso de producción, 1 ítems; proveedores 2 ítems; mercado objetivo 3 ítems; recursos financieros 4 ítems; recursos humanos 5 ítems; competidores 6 ítems; procesos de exportación 7 ítems). En cuanto a la variable dependiente, la cultura exportadora estuvo compuesta por 1 ítems, los mismos que fueron respondidos a través de la escala de Likert con cinco opciones de respuesta (Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre).

Por otro lado, para asegurar la efectividad del cuestionario, se llevó a cabo su validación. Para este proceso, se contó con la colaboración de tres expertos en el área, quienes evalúan la consistencia y coherencia de las variables, indicadores, ítems y las opciones de respuesta propuestas.

Se ha determinado que las variables de factores determinantes muestran un índice de 0.908; para la cultura exportadora un índice de 0.740.

### **3.4. Procesamiento y análisis de datos**

La información obtenida fue analizada utilizando dos programas estadísticos esenciales para el procesamiento y presentación de los datos. Estos programas permitieron describir el comportamiento de las variables y responder a las preguntas planteadas en la investigación.

Utilizamos Excel para tabular los datos cuantitativos. Estos datos fueron clasificados según el número de personas encuestadas y las respuestas a cada ítem. Se realizó una sumatoria agrupada de los datos para cada indicador, categorizados por variable, mostrando así la frecuencia y los porcentajes.

En cuanto al programa SPSS v26, se empleó para ejecutar el análisis de confiabilidad de los datos mediante el estadístico Alfa de Cronbach. Además, se llevó a cabo una prueba de regresión lineal para discernir la relación entre las variables independientes y dependientes. También se calcularon correlaciones, se realizó el análisis ANOVA y se determinaron coeficientes para establecer la significancia de las relaciones causa-efecto.

### **3.5. Aspectos éticos**

El estudio garantizó la confidencialidad y respeto de la información descrita en todo el informe, siguiendo las Normas Internacionales APA 7ª edición. Además, se respetó plenamente la decisión de los participantes respecto a su involucramiento en la investigación. De igual forma, la información recabada se utiliza exclusivamente con fines educativos. Los datos fueron procesados manteniendo su integridad, asegurando que no se realizarán modificaciones que puedan perjudicar o comprometer a los encuestados de ninguna manera.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### RESULTADOS DESCRIPTIVOS

Tabla 1

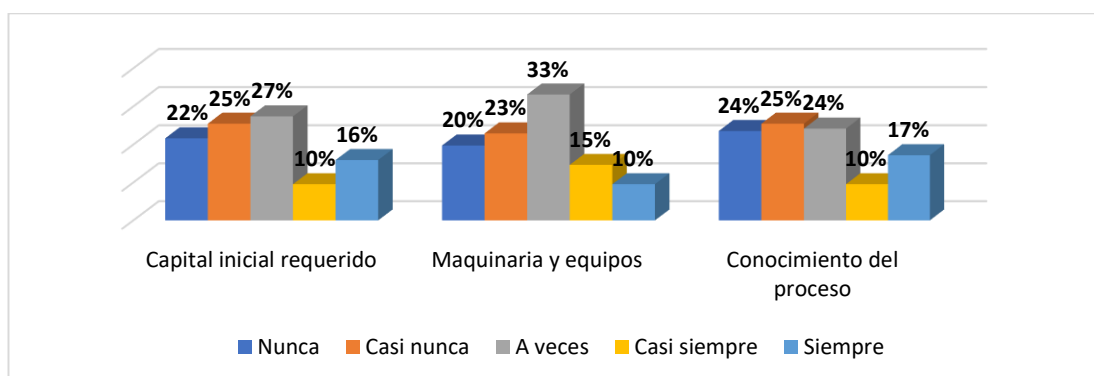
*Proceso de producción*

	N		CN		AV		CS		S	
	N	%	n	%	N	%	n	%	n	%
Capital inicial requerido	34	22%	40	25%	43	27%	15	10%	25	16%
Maquinaria y equipos	31	20%	36	23%	52	33%	23	15%	15	10%
Conocimiento del proceso	37	24%	40	25%	38	24%	15	10%	27	17%

Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

Figura 1

*Proceso de producción*



Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 27% de los artesanos encuestados manifiestan que el capital inicial disponible a veces ha influido en su decisión de exportar. De la misma forma, el 33% indica que la maquinaria y equipos con los que cuenta a veces son adecuados para la producción a gran escala requerida para la exportación. Sin embargo, el 25% sostiene que casi nunca

ha La maquinaria y equipos con los que cuenta son adecuados para la producción a gran escala requerida para la exportación.

Tabla 2

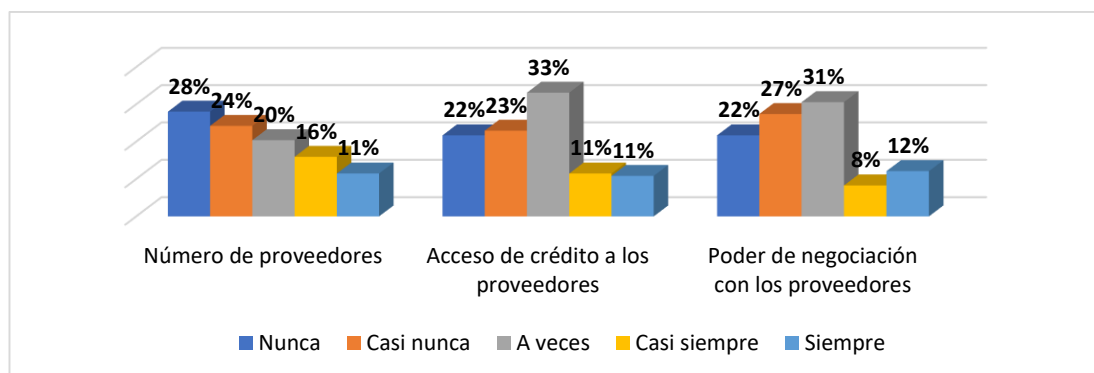
*Proveedores*

	N		CN		AV		CS		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Número de proveedores	44	28%	38	24%	32	20%	25	16%	18	11%
Acceso de crédito a los proveedores	34	22%	36	23%	52	33%	18	11%	17	11%
Poder de negociación con los proveedores	34	22%	43	27%	48	31%	13	8%	19	12%

Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

Figura 2

*Proveedores*



Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

En este factor proveedor se logra identificar que, el 28% de los artesanos encuestados indican que nunca cuentan con suficientes proveedores para satisfacer las demandas del mercado internacional. Pero el 33% refiere que a veces tiene facilidad para acceder a créditos con sus proveedores cuando necesita aumentar la producción para exportar. De la misma forma, el 31% menciona que a veces tiene un buen poder de negociación con sus proveedores para obtener términos favorables.

Tabla 3

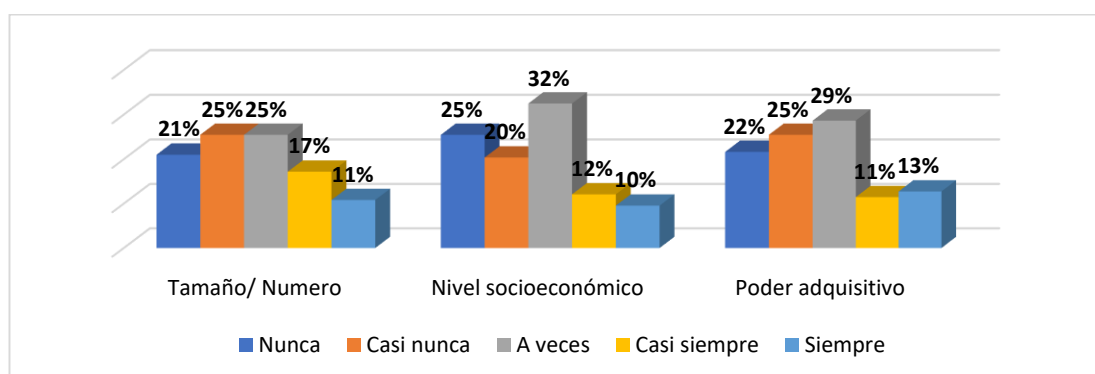
*Mercado objetivo*

	N		CN		AV		CS		S	
	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Tamaño/ Numero	3	21%	4	25%	4	25%	2	17%	1	11%
	3		0		0		7		7	
Nivel socioeconómico	4	25%	3	20%	5	32%	1	12%	1	10%
	0		2		1		9		5	
Poder adquisitivo	3	22%	4	25%	4	29%	1	11%	2	13%
	4		0		5		8		0	

Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

Figura 3

*Mercado objetivo*



Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

En la tabla y figura 3 se observa que, el 25% de los artesanos encuestados dan a conocer que casi nunca ha identificado adecuadamente el tamaño del mercado objetivo para sus artesanías en el extranjero. Sin embargo, el 32% de los encuestados expresan que el nivel socioeconómico del mercado a veces influye en su capacidad para fijar precios competitivos en la exportación. Del mismo modo, el 29% refiere que el poder adquisitivo de su mercado objetivo a veces es adecuado para comprar sus artesanías a un precio rentable.

Tabla 4

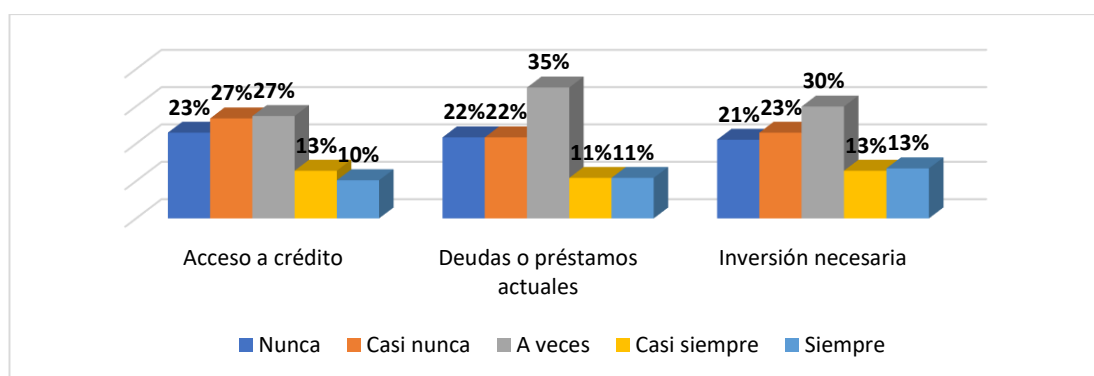
*Recursos financieros*

	N		CN		AV		CS		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Acceso a crédito	36	23%	42	27%	43	27%	20	13%	16	10%
Deudas o préstamos actuales	34	22%	34	22%	55	35%	17	11%	17	11%
Inversión necesaria	33	21%	36	23%	47	30%	20	13%	21	13%

Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

Figura 4

*Recursos financieros*



Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

En este factor, el 27% de los artesanos señalan que casi nunca ha utilizado efectivamente el crédito disponible para respaldar sus actividades de exportación. Además, el 35% indica que las deudas o préstamos actuales a veces afectan su capacidad para invertir en exportaciones. Por su parte, el 30% de los artesanos señalan que a veces tienen los recursos financieros adecuados para realizar la inversión necesaria en la exportación.

Tabla 5

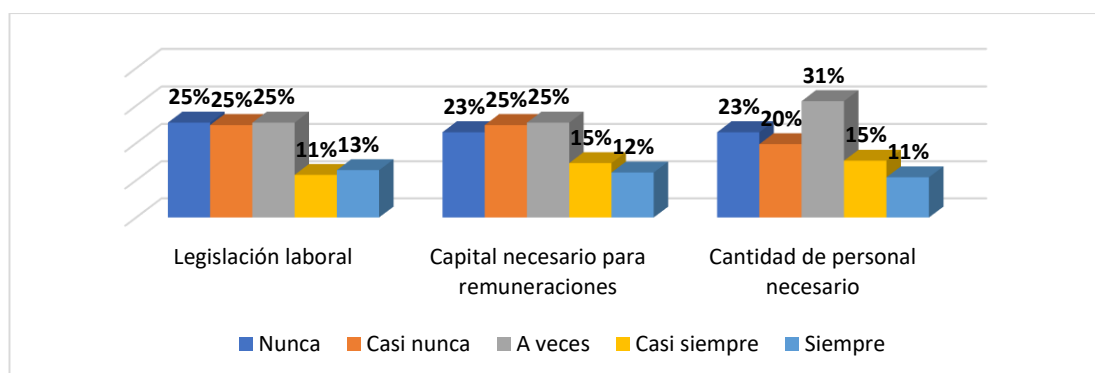
*Recursos humanos*

	N		CN		AV		CS		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Legislación laboral	4	25	3	25	4	25	1	11	2	13
Capital necesario para remuneraciones	3	23	3	25	4	25	2	15	1	12
Cantidad de personal necesario	3	23	3	20	4	31	2	15	1	11
	6	%	9	%	0	%	3	%	9	%
	6	%	1	%	9	%	4	%	7	%

Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

Figura 5

*Recursos humanos*



Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

En la tabla y figura 5 se evidencia que, el 25% de los artesanos encuestados manifiestan que casi nunca están bien informado sobre la legislación laboral relacionada con la exportación de artesanías. Asimismo, el 25% de los encuestados revelan que casi nunca tienen capital para ofrecer remuneraciones competitivas a su personal en el contexto de la exportación. Pero el 31% de ellos indican que a veces cuenta con la cantidad adecuada de personal para satisfacer las demandas de exportación.

Tabla 6

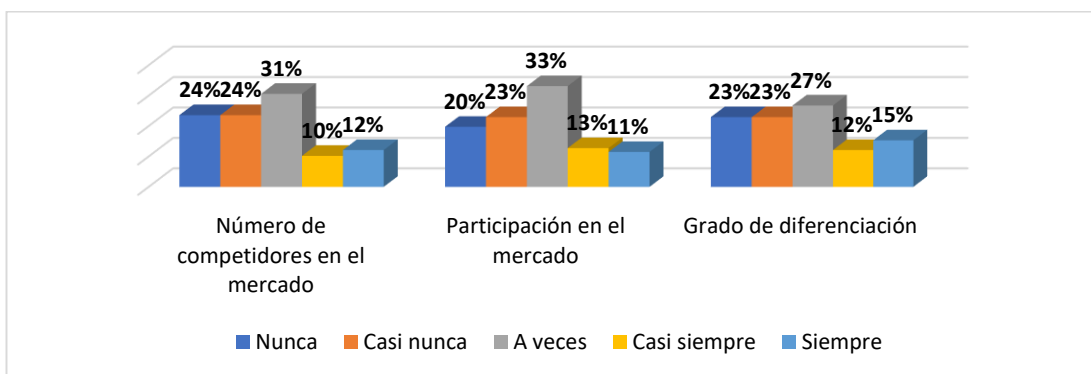
*Competidores*

	N		CN		AV		CS		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Número de competidores en el mercado	37	24%	37	24%	48	31%	16	10%	19	12%
Participación en el mercado	31	20%	36	23%	52	33%	20	13%	18	11%
Grado de diferenciación	36	23%	36	23%	42	27%	19	12%	24	15%

Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

Figura 6

*Competidores*



Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

En este factor, el 31% de los encuestados manifiesta que a veces investiga la cantidad de competidores en el mercado internacional para sus productos. Asimismo, el 33% de los artesanos señalan que la participación en el mercado internacional a veces podría aumentar su visibilidad y reconocimiento a nivel global. También, el 27% de los artesanos revela que la diferenciación de sus productos a veces es suficiente para atraer a consumidores internacionales.



Tabla 7

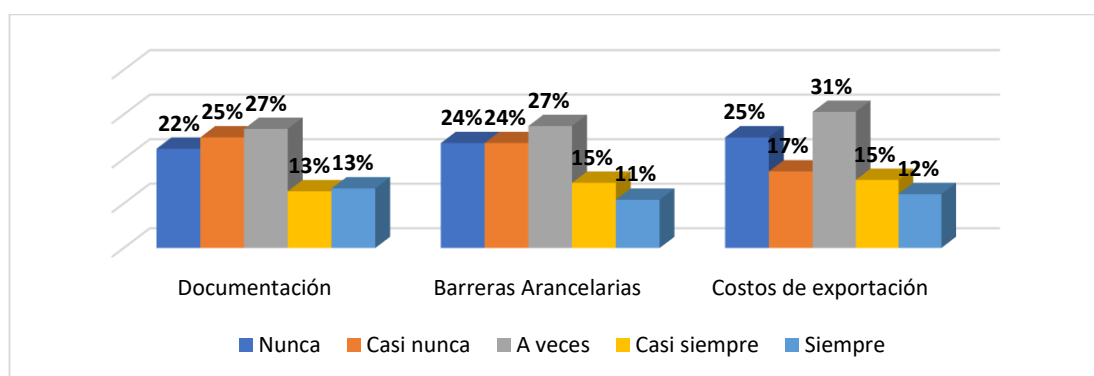
*Proceso de exportación*

	N		CN		AV		CS		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Documentación	35	22%	39	25%	42	27%	20	13%	21	13%
Barreras Arancelarias	37	24%	37	24%	43	27%	23	15%	17	11%
Costos de exportación	39	25%	27	17%	48	31%	24	15%	19	12%

Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

Figura 7

*Proceso de exportación*



Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

En este último factor de proceso de exportación se evidencia que, el 27% de los artesanos señalan que a veces está informado sobre la documentación requerida para exportar sus artesanías. Igualmente, el 27% a veces está dispuesto a explorar nuevos mercados con menores barreras arancelarias para mejorar las oportunidades de exportación. Asimismo, el 31% de los artesanos a veces está bien informado sobre los costos totales asociados con la exportación de sus artesanías.

Tabla 8

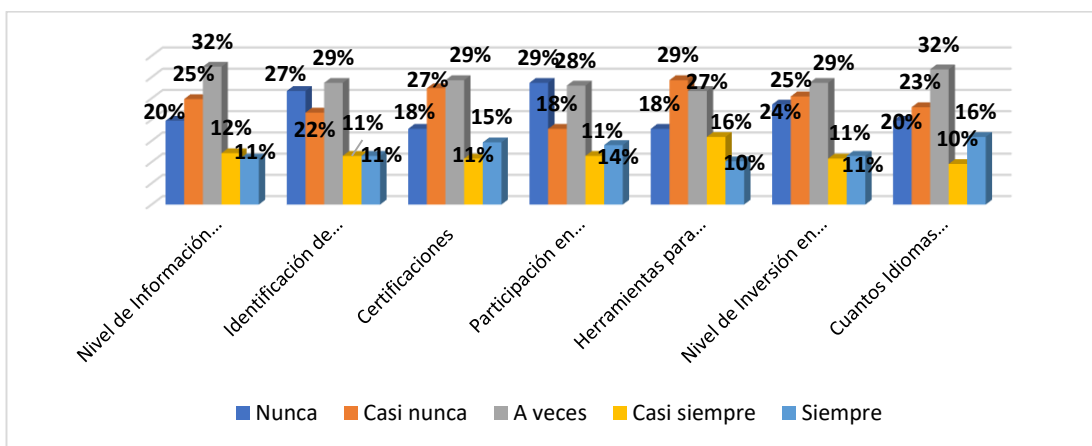
*Cultura exportadora*

	N		CN		AV		CS		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Nivel de Información de Mercados Internacionales	31	20%	39	25%	51	32%	19	12%	17	11%
Identificación de Oportunidades de Negocio	42	27%	34	22%	45	29%	18	11%	18	11%
Certificaciones	28	18%	43	27%	46	29%	17	11%	23	15%
Participación en promoción comercial.	45	29%	28	18%	44	28%	18	11%	22	14%
Herramientas para acceder a mercados	28	18%	46	29%	42	27%	25	16%	16	10%
Nivel de Inversión en educación	37	24%	40	25%	45	29%	17	11%	18	11%
Cuantos Idiomas maneja	31	20%	36	23%	50	32%	15	10%	25	16%

Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

Figura 8

*Cultura exportadora*



Fuente: encuesta aplicada a los artesanos de la Ciudad de Iquitos

Respecto a la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos, se identifica que, el 32% de ellos señalan que a veces realiza estudios de mercados Internacionales. También, el 29% de los encuestados refieren que a veces identifica mercados potenciales o nichos de mercado. También, el

29% sostiene que a veces su producto o servicio cuenta con certificación de comercio justo. Sin embargo, el 29% de los artesanos nunca cuenta con material promocional de sus productos/servicios: publicaciones, folletos, carteles, etc. Como también, el 29% expresa que casi nunca saben qué organismos del estado puede apoyar en su proyecto de internacionalización. Por su parte, el 29% de ellos a veces invierte en capacitación para usted. Por último, el 32% sostiene que a veces domina el idioma inglés para realizar los negocios.

## RESULTADOS INFERENCIALES

Tabla 9

*Los factores que determinan la cultura exportadora en los artesanos*

Modelo	Resumen		ANOVA	Durbin-Watson
	R	R cuadrado	Sig.	
1	0,817	0,677	0,000	1,886

Variable dependiente: Cultura exportadora

Predictores: (Constante), proceso de producción, proveedores, mercado objetivo, recursos financieros, recursos humanos, competidores, proceso de exportación.

Tras llevar a cabo el análisis de regresión lineal múltiple, se ha logrado determinar que, según las variables predictoras examinadas, existe una relación de 0,677 ( $R^2$ ) las que son determinantes de la cultura exportadora. En otras palabras, las variables como el proceso de producción, proveedores, mercado objetivo, recursos financieros, recursos humanos, competidores, proceso de exportación explican el 67,7% de la cultura exportadora. Además, la significancia del ANOVA, con un valor de 0,000, indica que el modelo se ajusta de manera significativa para predecir el nivel de cultura exportadora.

Por lo tanto, los resultados obtenidos pueden generalizarse, respaldados por el hecho de que el índice Durbin-Watson se sitúa en el nivel de 1,886.

Tabla 10

*Variables predictivas de la cultura exportadora en los artesanos*

Modelo		Coeficientes estandarizados		t	Sig.
		Beta			
1	(Constante)			2,881	<b>0,005</b>
	Proceso de producción	0,160		2,312	<b>0,022</b>
	Proveedores	0,238		3,496	<b>0,001</b>
	Mercado objetivo	0,178		2,481	<b>0,014</b>
	Recursos financieros	0,248		3,589	<b>0,000</b>
	Recursos humanos	0,122		1,705	<b>0,090</b>
	Competidores	0,040		0,554	<b>0,580</b>
	Proceso de exportación	0,017		0,221	<b>0,826</b>

Variable dependiente: Cultura exportadora.

A partir de los resultados previamente expuestos, la tabla 10 revela que las variables Proceso de producción ( $p=0,022$ ), Proveedores ( $p=0,001$ ), Mercado objetivo ( $p=0,014$ ) y Recursos financieros ( $p=0,000$ ) desempeñan un papel significativo en la predicción de la cultura exportadora. En contraste, las variables Recursos humanos ( $p=0,090$ ), Competidores ( $p=0,580$ ) y Proceso de exportación ( $p=0,826$ ) no muestran una capacidad significativa para predecir el nivel de cultura exportadora.

Tabla 11

*Influencia del factor proceso de producción en la cultura exportadora*

Modelo	Resumen		ANOVA	Coeficientes		
	R	R cuadrado	Sig.	(Constante)	Proceso de producción	Sig.
2	0,636	0,404	0,000	9,258	1,172	0,000

Variable dependiente: Cultura exportadora

Predictores: (Constante), proceso de producción

Además, en la tabla 11 se destaca un coeficiente de correlación (R) de 0,636, indicando una relación positiva moderada. Asimismo, el coeficiente de determinación ( $R^2$ ) de 0,404 revela que el 40,4% de la variabilidad en la cultura exportadora se explica mediante las variables analizadas. En cuanto al análisis de varianza (ANOVA), la significancia de 0,000, siendo inferior a 0,05, sugiere la viabilidad de construir un modelo de regresión lineal con la variable en consideración. En consecuencia, se identifican una constante de 9,258 y un coeficiente de 1,172. La persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora el proceso de producción, se experimenta un aumento significativo en el nivel de cultura exportadora.

Tabla 12

*Influencia del factor proveedores en la cultura exportadora*

Modelo	Resumen		ANOVA	Coeficientes		
	R	R cuadrado	Sig.	(Constante)	Proveedores	Sig.
3	0,680	0,462	0,000	8,244	1,343	0,000

Variable dependiente: Cultura exportadora

Predictores: (Constante), proveedores

Asimismo, en la tabla 12 se evidencia un coeficiente de correlación (R) de 0,680, indicando una relación positiva moderada. Asimismo, el coeficiente de determinación ( $R^2$ ) de 0,462 revela que el 46,2% de la variabilidad en la cultura exportadora se explica mediante la variable analizada. En cuanto al análisis de varianza (ANOVA), la significancia de 0,000, siendo inferior a 0,05, sugiere la viabilidad de construir un modelo de regresión lineal con la variable en consideración. En consecuencia, se identifican una constante de 8,244 y un coeficiente de 1,343. La persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora la coordinación con los proveedores, se experimenta un aumento significativo en el nivel de cultura exportadora.

Tabla 13

*Influencia del factor mercado objetivo en la cultura exportadora*

Modelo	Resumen		ANOVA	Coeficientes		
	R	R cuadrado	Sig.	(Constante)	Mercado objetivo	Sig.
4	0,677	0,458	0,000	7,673	1,394	0,000

Variable dependiente: Cultura exportadora

Predictores: (Constante), mercado objetivo.

En la misma línea, en la tabla 13 se evidencia un coeficiente de correlación (R) de 0,677, indicando una relación positiva moderada. Asimismo, el coeficiente de relación causal ( $R^2$ ) de 0,458 revela que el 45,8% de la variabilidad en la cultura exportadora se explica mediante la variable analizada. En cuanto al análisis de varianza (ANOVA), la significancia de 0,000, siendo inferior a 0,05, sugiere la viabilidad de construir un modelo de regresión lineal con la variable en consideración. En consecuencia, se identifican una constante de 7,673 y un coeficiente de 1,394. La persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora la identificación del mercado objetivo, se experimenta un aumento significativo en el nivel de cultura exportadora.

Tabla 14

*Influencia del factor recursos financieros en la cultura exportadora*

Modelo	Resumen		ANOVA	Coeficientes		
	R	R cuadrado	Sig.	(Constante)	Recursos financieros	Sig.
5	0,683	0,466	0,000	7,393	1,423	0,000

Variable dependiente: Cultura exportadora

Predictores: (Constante), recursos financieros.

En la tabla 14 se evidencia un coeficiente de correlación (R) de 0,683, indicando una relación positiva moderada. Asimismo, el coeficiente de relación causal ( $R^2$ ) de 0,466 revela que el 46,6% de la variabilidad en la cultura exportadora se explica mediante la variable analizada. En cuanto al análisis de varianza (ANOVA), la significancia de 0,000, siendo inferior a 0,05, sugiere la viabilidad de construir un modelo de regresión lineal con la variable en consideración. En consecuencia, se identifican una constante de 7,393 y un coeficiente de 1,423. La persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora el manejo de los recursos financieros, se experimenta un aumento significativo en el nivel de cultura exportadora.

Tabla 15

*Influencia del factor recursos humanos en la cultura exportadora*

Modelo	Resumen		ANOVA	Coeficientes		
	R	R cuadrado	Sig.	(Constante)	Recursos humanos	Sig.
6	0,642	0,412	0,000	8,922	1,236	0,000

Variable dependiente: Cultura exportadora

Predictores: (Constante), recursos humanos.

En la tabla 15 se evidencia un coeficiente de correlación (R) de 0,642, indicando una relación positiva moderada. Asimismo, el coeficiente de relación causal ( $R^2$ ) de 0,412 revela que el 41,2% de la variabilidad en la cultura exportadora se explica mediante la variable analizada. En cuanto al análisis de varianza (ANOVA), la significancia de 0,000, siendo inferior a 0,05, sugiere la viabilidad de construir un modelo de regresión lineal con la variable en consideración. En consecuencia, se identifican una constante de 8,922 y un coeficiente de 1,236. La persistente significancia de 0,000 indica que a

medida que mejora el manejo de los recursos humanos, se experimenta un aumento significativo en el nivel de cultura exportadora.

Tabla 16

*Influencia del factor competidores en la cultura exportadora*

Modelo	Resumen		ANOVA	Coeficientes		
	R	R cuadrado	Sig.	(Constante)	Competidores	Sig.
7	0,622	0,387	0,000	8,384	1,287	0,000

Variable dependiente: Cultura exportadora

Predictores: (Constante), competidores.

En la tabla 16 se identifica un coeficiente de correlación (R) de 0,622, indicando una relación positiva moderada. Asimismo, el coeficiente de relación causal ( $R^2$ ) de 0,387 revela que el 38,7% de la variabilidad en la cultura exportadora se explica mediante la variable analizada. En cuanto al análisis de varianza (ANOVA), la significancia de 0,000, siendo inferior a 0,05, sugiere la viabilidad de construir un modelo de regresión lineal con la variable en consideración. En consecuencia, se identifican una constante de 8,384 y un coeficiente de 1,287. La persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora la identificación de los competidores, se experimenta un aumento significativo en el nivel de cultura exportadora.

Tabla 17

*Influencia del factor proceso de exportación en la cultura exportadora*

Modelo	Resumen		ANOVA	Coeficientes		
	R	R cuadrado	Sig.	(Constante)	Proceso de exportación	Sig.
8	0,642	0,412	0,000	8,437	1,284	0,000

Variable dependiente: Cultura exportadora

Predictores: (Constante), proceso de exportación.

Por último, en la tabla 17 se identifica un coeficiente de correlación (R) de 0,642, indicando una relación positiva moderada. Asimismo, el coeficiente de



relación causal ( $R^2$ ) de 0,412 revela que el 41,2% de la variabilidad en la cultura exportadora se explica mediante la variable analizada. En cuanto al análisis de varianza (ANOVA), la significancia de 0,000, siendo inferior a 0,05, sugiere la viabilidad de construir un modelo de regresión lineal con la variable en consideración. En consecuencia, se identifican una constante de 8,437 y un coeficiente de 1,284. La persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora del proceso de exportación, se experimenta un aumento significativo en el nivel de cultura exportadora.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

La exportación de productos artesanales es una actividad económica cada vez más relevante en la ciudad de Iquitos. Sin embargo, no todos los artesanos tienen las mismas oportunidades de participar en este mercado global. Para entender mejor los factores que determinan la cultura exportadora en los artesanos de Iquitos en el 2023, realizamos una investigación exhaustiva que nos permitió identificar y analizar los aspectos claves que influyen en su capacidad para exportar sus productos. A través de esta discusión de resultados, se busca brindar una visión panorámica sobre esta importante temática y contribuir al fortalecimiento de la cultura exportadora en la comunidad artesanal de Iquitos.

Los resultados del estudio evidencian que, el proceso de producción es un factor determinante clave en la cultura exportadora, ya que explicó un 40,4% de esta última. Además, la significativa cifra de 0,000 pone de manifiesto que a medida que se optimiza el proceso de producción, se produce un impacto significativo en el nivel de cultura exportadora. Este resultado presenta una similitud con el estudio Juro (2019), quien determinó que muchos artesanos no tienen acceso a información sobre insumos, datos de tendencias de los mercados internacionales ni una cultura de networking.

Además, se pudo constatar que la coordinación con los proveedores es un elemento determinante con un impacto del 46,2% en dicha cultura. Asimismo, se observó que una mejor coordinación con los proveedores conlleva a una influencia significativa en el nivel de cultura exportadora, como lo demuestra la constante significancia de 0,000. De esta manera, se concluye que la

colaboración y buena relación con los proveedores es un factor clave en el desarrollo de una cultura exportadora sólida en los artesanos de Iquitos. Al respecto, de manera coincidente, el estudio de Lizana (2021), concluyo que el 77,8% de los responsables perciben que existe una buena gestión del desarrollo exportador, esto también se refleja en el ámbito de la competitividad empresarial, donde el nivel alto de aceptación es predominante.

En la misma línea, se determinó que la identificación del mercado objetivo representa un 45,8% de dicha cultura. Este porcentaje se basa en la persistente significancia de 0,000, lo cual sugiere que a medida que se fortalece la identificación del mercado objetivo, se genera un impacto importante en el nivel de cultura exportadora. Por lo tanto, se puede concluir que una adecuada identificación del mercado objetivo es un factor crucial en el desarrollo de una cultura exportadora sólida en los artesanos de la ciudad de Iquitos. Según el aporte teórico de Zapata (2021) indica que, a través de la exportación los artesanos pueden dar a conocer sus productos en otros países, lo que les brinda la oportunidad de acceder a nuevos clientes y mercados más grandes.

Se pudo constatar que el manejo adecuado de los recursos financieros es un factor determinante en la cultura exportadora de los artesanos. De hecho, se encontró que este factor explica el 46,6% de la misma, evidenciando una marcada influencia en su nivel. Esto se ve respaldado por el valor altamente significativo de 0,000, lo que sugiere que a medida que se mejora el manejo de los recursos financieros, se observa una notable mejoría en la cultura exportadora de estos artesanos. Cutipa-Limache et al. (2022) en su trabajo

hallo que, un factor fundamental para poder exportar es la falta de capital y financiamiento.

En consecuencia, se ha comprobado que el adecuado manejo de los recursos humanos es un factor determinante en la cultura exportadora de los artesanos de la ciudad de Iquitos en el año 2023. Cabe destacar que este factor representa el 41,2% de la cultura exportadora, lo cual evidencia su alto impacto en el tema de estudio. Asimismo, la significativa puntuación de 0,000 demuestra que a medida que se optimiza la gestión de los recursos humanos, se produce una influencia positiva y relevante en el nivel de cultura exportadora. Como sucede en el estudio realizado por Abril et al. (2019) señalaron que los artesanos latinoamericanos se enfrentan a una serie de obstáculos en la exportación de sus productos, estos incluyen el alto costo de sus materias primas y la competencia de los productos manufacturados de otros países, que suelen ser más baratos y de mayor calidad. Asimismo, Cutipa-Limache et al. (2022) concluyo que muchos artesanos carecen de los recursos necesarios para hacer frente a los costos asociados a la exportación como gastos de embalaje, transporte, facturación y garantía por períodos de entregas.

Asimismo, se obtuvo como resultado que la identificación de los competidores representa un 38,7% en dicha cultura. Además, se encontró que esta relación es altamente significativa, con un valor de 0,000, lo que indica que a medida que se perfecciona la identificación de los competidores, se produce un impacto relevante en el nivel de cultura exportadora. Así también, los resultados de Gómez y Ortiz (2018) se aproxima a los resultados evidenciados, pues identifico que el acceso limitado a determinadas

tecnologías también limita su capacidad para innovar, lo que disminuye la calidad de sus productos y dificulta su competitividad.

Se destaca como resultado final que el proceso de exportación es un factor determinante en un 41,2% en la cultura exportadora de los artesanos de la ciudad de Iquitos en el año 2023. Este hallazgo es respaldado por un valor altamente significativo de 0,000, lo que sugiere que un mejoramiento en el proceso de exportación conlleva a un aumento significativo en el nivel de cultura exportadora. Al respecto el estudio realizado por Ponce et al. (2020) identificaron que la mayoría de estas empresas carecen de una visión del mercado global e ignoren las prácticas estándar y regulaciones aplicables en el mercado de exportación.

Se evidenció que factores como el Proceso de producción, Proveedores, Mercado objetivo y Recursos financieros tuvieron un peso determinante (con puntuaciones de 0,022, 0,001, 0,014 y 0,000 respectivamente) en la cultura exportadora de los artesanos de la ciudad de Iquitos en el año 2023. No obstante, se encontró que variables como Recursos humanos, Competidores y Proceso de exportación (con puntuaciones de 0,090, 0,580 y 0,826 respectivamente) no presentaron una influencia significativa en la predicción de dicho nivel cultural. Esta similitud en los resultados guarda cierta relación con el estudio de Manyari y Zuzunaga (2020), concluyeron el impacto financiero de los factores que influyen en la competitividad del sector textil peruano ha sido positivo y tiene el potencial de tener una mayor influencia en el desarrollo económico del país.

## CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Fue determinante que las variables Proceso de producción ( $p=0,022$ ), Proveedores ( $p=0,001$ ), Mercado objetivo ( $p=0,014$ ) y Recursos financieros ( $p=0,000$ ) desempeñan un papel significativo en la predicción de la cultura exportadora. En contraste, las variables Recursos humanos ( $p=0,090$ ), Competidores ( $p=0,580$ ) y Proceso de exportación ( $p=0,826$ ) no muestran una capacidad significativa para predecir el nivel de cultura exportadora.

Asimismo, se determinó que el proceso de producción explica el 40,4% de la cultura exportadora, ante ello, la persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora el proceso de producción, se experimenta una influencia significativa en el nivel de cultura exportadora.

Además, se determinó que la coordinación con los proveedores explica el 46,2% de la cultura exportadora, ante ello, la persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora la coordinación con los proveedores, se experimenta una influencia significativa en el nivel de cultura exportadora.

En la misma línea, se determinó que la identificación del mercado objetivo explica el 45,8% de la cultura exportadora, ante ello, la persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora la identificación del mercado objetivo, se experimenta una influencia significativa en el nivel de cultura exportadora.

También, se determinó que el manejo de los recursos financieros explica el 46,6% de la cultura exportadora, ante ello, la persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora el manejo de los recursos financieros, se experimenta una influencia significativa en el nivel de cultura exportadora.

De igual manera, se determinó que el manejo de los recursos humanos explica el 41,2% de la cultura exportadora, ante ello, la persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora el manejo de los recursos humanos, se experimenta una influencia significativa en el nivel de cultura exportadora.

Se determinó que la identificación de los competidores explica el 38,7% de la cultura exportadora, ante ello, la persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora la identificación de los competidores, se experimenta una influencia significativa en el nivel de cultura exportadora.

Por último, se determinó que el proceso de exportación explica el 41,2% de la cultura exportadora, ante ello, la persistente significancia de 0,000 indica que a medida que mejora el proceso de exportación, se experimenta una influencia significativa en el nivel de cultura exportadora.

## **CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES**

Se recomienda a la Municipalidad Provincial de Maynas, implementar programas de capacitación y asesoría específicas para los artesanos locales sobre estrategias de exportación, con la finalidad fortalecer el conocimiento y las capacidades de los artesanos, contribuyendo así a la consolidación de una cultura exportadora en la comunidad.

Se recomienda a la Asociación de Artesanos de Iquitos implementar un sistema de seguimiento y evaluación del proceso de producción, esto con la finalidad de medir la eficacia de las mejoras introducidas, identificar áreas de oportunidad continua y garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Se aconseja al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo establecer políticas de apoyo financiero y técnico específicamente orientadas a los proveedores de insumos para artesanos en la Ciudad de Iquitos. Esto con la finalidad de optimizar la producción y asegurar la sostenibilidad de la cadena exportadora artesanal en la región.

Se recomienda a la Municipalidad Provincial de Maynas, establecer un centro de información y asesoramiento para los artesanos, esto con la finalidad de brindar apoyo logístico, legal y financiero.

Se sugiere al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en conjunto con el Ministerio de economía y finanzas a promover la accesibilidad a líneas de financiamiento preferenciales para proyectos artesanales exportadores, esta acción pretende facilitar el acceso a recursos financieros a tasas favorables.

Se recomienda a la Municipalidad Provincial de Maynas, dirigir un programa de capacitación en gestión de recursos humanos para los artesanos, esto con



la finalidad de fortalecer sus habilidades organizativas, mejorar la productividad y fomentar un ambiente laboral más efectivo.

Se recomienda a la Asociación de Artesanos de Iquitos establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas y empresas locales, con la finalidad de crear redes de colaboración que fortalezcan la posición de los artesanos frente a la competencia, promoviendo la comercialización conjunta y el intercambio de conocimientos para impulsar la calidad y diversidad de los productos artesanales en la ciudad.

Se recomienda a la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Loreto, organizar talleres y capacitaciones para los artesanos locales sobre las mejores prácticas en procesos de exportación, esto con la finalidad de fortalecer sus habilidades y conocimientos, permitiéndoles aprovechar de manera más efectiva las oportunidades de mercado internacional y mejorar la competitividad de sus productos.

## CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Abril, X., Vélez, C., & Yungasaca, B. (2019). Modelo de Gestión para la Internacionalización de Artesanías en el Azuay. Caso específico: Macana Ikat Gualaceo. *UDA AKADEM*, 1(4), 9–33. doi:<https://doi.org/10.33324/udaakadem.v1i4.236>
- Acosta-Márquez, M., Morales, T., & Ruíz, M. (2021). Trabajo Artesanal. Valor cultural e influencia globalizada. *Neumann Business Review*, 7(1), 26 - 39. doi:<http://dx.doi.org/10.22451/3006.nbr2021.vol7.1.10056>
- Apaestegui, N., & Quispe, R. N. (2017). *Cultura exportadora en la asociación artesanas Pañon Tacabambino, Provincia de Chota – Cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de Nueva York – EE.UU, 2018*. Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11884/Apaestegui%20Bustamante%20Nerly%20-%20Quispe%20Chil%C3%B3n%20Rosy%20Neydy.pdf>
- Arauco, R. (2021). *Nivel de cultura exportadora en la empresa bullfrog Peru S.A.C. en el año 2019*. Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte, Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/29160>
- Arias, J. L., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Lima, Perú: Enfoques Consulting EIRL. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Arribasplata, A. (2020). *Fomento de la cultura exportadora en la provincia de san miguel, para la exportación de textiles al mercado de NEW YORK - EE. UU, 2020*. Tesis pregrado, Universidad Privada del Norte, Cajamarca - Perú. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24552/Arribasplata%20Hernandez%2c%20Ander%20Ronaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bazalar, L. J. (2023). *Cultura exportadora y competitividad de las PYMES en la Región Lima, 2021*. Tesis de maestría, Universidad Nacional José

- Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/7900/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bazan, L. (2021). *Cooperativismo y exportación de textiles artesanales en sagrado corazón de Jesús, Sayamud Bajo - San Miguel, Cajamarca, 2020*. Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/30414>
- Burga, D., & Flores, E. (2021). *Plan de exportación de ponchos para la microempresa nativa textil hacia California*. Tesis de pregrado, Universidad de Otavalo, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uotavalo.edu.ec/bitstream/52000/293/1/UO-PG-COM-2021-01.pdf>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (2020). *Guía práctica para la formulación y ejecución de proyectos de investigación y desarrollo (i+d)*. Lima. Obtenido de <http://books.instituto-idema.org/sites/default/files/GU%C3%8DA%20PR%C3%81CTICA%20PARA%20LA%20FORMULACI%C3%93N%20Y%20EJECUCI%C3%93N%20DE%20PROYECTOS%20DE%20INVESTIGACI%C3%93N%20Y%20DESARROLLO-04-11-2020.pdf.pdf>
- Cutipa-Limache, A. M., Escobar-Mamani, F., Carpio, A., & Fernández, R. F. (2022). Capacidad de innovación y su influencia en el nivel de innovación de micro y pequeñas empresas exportadoras de artesanía textil del sur de Perú. *Investigación y Desarrollo*, 30(2), 96-126. doi:<https://doi.org/10.14482/indes.30.2.658.406>
- Del Aguila, M. (2019). *Relación entre patrones de innovación estructurales y tecnológicos, y cultura exportadora en pequeños industriales y artesanos de la APIAT, 2019*. Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte, Trujillo. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23238>
- Gómez, X. M., & Ortiz, R. (2018). Hidalgo, ¿Potencial exportador? *Ciencias Sociales Revista Multidisciplinaria*, 89-110. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/449/4492119003/4492119003.pdf>

- Juro, Y. (2019). *Cultura exportadora en las asociaciones de artesanías de la Ciudad de Abancay, 2015*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Abancay, Peru. Obtenido de [https://repositorio.unamba.edu.pe/bitstream/handle/UNAMBA/768/T\\_0479.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unamba.edu.pe/bitstream/handle/UNAMBA/768/T_0479.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Juro, Y. G. (2019). *Cultura exportadora en las asociaciones de artesanías de la ciudad de Abancay, 2015*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Abancay. Obtenido de <https://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/768>
- Lechuga-Cardozo, J., Leyva-Cordero, O., & Núñez-García, A. (2020). Estrategia de internacionalización en la industria artesanal: el caso Galapa-Colombia. *Revista Academia y Negocios* , 5(2), 99-106. Obtenido de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3514119](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3514119)
- Lizana, C. (2021). *Cultura exportadora y competitividad empresarial de la empresa Agrofosfatos Sac – 2020*. Tesis de pregrado, Universidad a las Peruanas, Piura, Perú. Obtenido de <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/10419>
- Manyari, X., & Zuzunaga, G. (2020). *Impacto financiero de los factores que influyen en la competitividad de las Pymes exportadoras peruanas del sector textil: 2016-2018*. Tesis de pregrado, Universidad San Ignacion de Loyola, Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/41420ff0-fac3-4d64-bd21-5b5a15bb7f3b/content>
- Osorio, J. (2021). *Factores empresariales que influyen en la exportación de tapices artesanales a los Estados Unidos de Norteamérica para el periodo 2004 al 2019*. Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú, Lima – Perú. Obtenido de [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5081/J.Osorio\\_Tesis\\_Titulo\\_Profesional\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5081/J.Osorio_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Osorio, J. V. (2021). *Factores empresariales que influyen en la exportación de tapices artesanales a los Estados Unidos de Norteamérica para el periodo 2004 al 2019*. Tesis de pregrado, Universidad Tecnológico del Perú, Lima. Obtenido de

- [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5081/J.Osorio\\_Tesis\\_Titulo\\_Profesional\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5081/J.Osorio_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ponce, J. M., Pastor, J. R., & Miño, G. E. (2020). Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio. *Revista Espacios*, 41(14), 1-6. Obtenido de <http://ww.revistaespacios.com/a20v41n14/a20v41n14p25.pdf>
- Ponce, J., Pastor, J., & Miño, G. (2020). Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio. *Revista Espacios*, 41(14), 1-6. Obtenido de <http://ww.revistaespacios.com/a20v41n14/a20v41n14p25.pdf>
- Sánchez, L., & Arroyo, S. (2022). La innovación administrativa y tecnológica como estrategia para enfrentar los retos actuales del mercado inmobiliario en vertical: una revisión teórica. *Revista Economía Teoría y práctica*, 30(57), 71-94. doi:<http://dx.doi.org/10.24275/etypuam/ne/572022/Sanchez>
- Sasaki, I., Nummela, N., & Ravasi, D. (2020). Managing cultural specificity and cultural embeddedness when internationalizing: Cultural strategies of Japanese craft firms. *Journal of International Business Studies*, 52(1), 245–281. doi:<https://doi.org/10.1057/s41267-020-00330-0>
- Zapata, A. (2021). *Ventajas de la asociatividad para promover la exportación de artesanías textiles de Huancayo*. Tesis de pregrado, Universidad Continental, Huancayo. Obtenido de <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/9590>

# **ANEXOS**

## 1. Matriz de consistencia

Título de la investigación	Pregunta de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y procesamiento	Instrumento de recolección
Factores que determinan la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.	<p><b>Problema general</b> ¿Qué factores determinan la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023??</p> <p><b>Problemas específicas</b>  <b>1.</b> ¿Cuál es el grado de influencia del factor proceso de producción en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?  <b>2.</b> ¿Cuál es el grado de influencia del factor proveedores en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?  <b>3.</b> ¿Cuál es el grado de influencia del factor mercado objetivo en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?  <b>4.</b> ¿Cuál es el grado de influencia del factor recursos financieros en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?  <b>5.</b> ¿Cuál es el grado de influencia del factor recursos humanos en la cultura exportadora en los</p>	<p><b>Objetivo general</b> Identificar los factores que determinan la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos</b>  <b>1.</b> Conocer el grado de influencia del factor proceso de producción en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.  <b>2.</b> Conocer el grado de influencia del factor proveedores en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.  <b>3.</b> Conocer el grado de influencia del factor mercado objetivo en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.  <b>4.</b> Conocer el grado de influencia del factor recursos financieros en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.  <b>5.</b> Conocer el grado de influencia del factor recursos humanos en la cultura</p>	<p><b>Hipótesis general</b> <b>Hi:</b> Los factores que determinan la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023, son el proceso de producción, mercado objetivo y proceso de exportación.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b>  <b>Hi<sub>1</sub>:</b> El factor proceso de producción influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.  <b>Hi<sub>2</sub>:</b> El factor proveedores influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.  <b>Hi<sub>3</sub>:</b> El factor mercado objetivo influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.  <b>Hi<sub>4</sub>:</b> El factor recursos financieros influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.  <b>Hi<sub>5</sub>:</b> El factor recursos humanos influye significativamente en la</p>	<p><b>Tipo de estudio:</b> Aplicada Nivel explicativo</p> <p><b>Diseño de estudio:</b> No experimental</p>	<p><b>Población:</b> conformada por 265 artesanos de la Ciudad de Iquitos, 2023.</p> <p><b>Muestra:</b> Conformada por 157 artesanos</p> <p><b>Procesamiento de datos:</b> Excel SPSS</p>	<p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

	<p>artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?</p> <p><b>6.</b> ¿Cuál es el grado de influencia del factor competidores en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?</p> <p><b>7.</b> ¿Cuál es el grado de influencia del factor proceso de exportación en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023?</p>	<p>exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.</p> <p><b>6.</b> Conocer el grado de influencia del factor competidores en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.</p> <p><b>7.</b> Conocer el grado de influencia del factor proceso de exportación en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.</p>	<p>cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.</p> <p><b>Hi<sub>6</sub>.</b> El factor competidores influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.</p> <p><b>Hi<sub>7</sub>.</b> El factor proceso de exportación influye significativamente en la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos 2023.</p>			
--	--	---	---	--	--	--



## 2. Instrumento de recolección de datos

### ENCUESTA APLICADO A LOS ARTESANOS

La presente información que nos proporcione será solo de conocimiento del investigador, pues dicho instrumento tiene como propósito conocer los factores que determinan la cultura exportadora en los artesanos de la Ciudad de Iquitos, 2023. Por lo tanto, se le pide marcar con una (x) la respuesta de acuerdo a su percepción y con total responsabilidad responder de acuerdo a la escala de medición:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	FACTORES DETERMINANTES	Escala de medición				
		1	2	3	4	5
	<b>Proceso de producción</b>					
1	El capital inicial disponible ha influido en su decisión de exportar.	1	2	3	4	5
2	La maquinaria y equipos con los que cuenta son adecuados para la producción a gran escala requerida para la exportación.	1	2	3	4	5
3	Ha buscado formación o capacitación adicional para mejorar el proceso de producción con miras a la exportación.	1	2	3	4	5
	<b>Proveedores</b>					
4	Cuenta con suficientes proveedores para satisfacer las demandas del mercado internacional.	1	2	3	4	5
5	Tiene facilidad para acceder a créditos con sus proveedores cuando necesita aumentar la producción para exportar.	1	2	3	4	5
6	Tiene un buen poder de negociación con sus proveedores para obtener términos favorables.	1	2	3	4	5
	<b>Mercado objetivo</b>					
7	Ha identificado adecuadamente el tamaño del mercado objetivo para sus artesanías en el extranjero.	1	2	3	4	5
8	El nivel socioeconómico del mercado influye en su capacidad para fijar precios competitivos en la exportación.	1	2	3	4	5
9	El poder adquisitivo de su mercado objetivo es adecuado para comprar sus artesanías a un precio rentable.	1	2	3	4	5
	<b>Recursos financieros</b>					
10	Ha utilizado efectivamente el crédito disponible para respaldar sus actividades de exportación.	1	2	3	4	5

11	Las deudas o préstamos actuales afectan su capacidad para invertir en exportaciones.	1	2	3	4	5
12	Tiene los recursos financieros adecuados para realizar la inversión necesaria en la exportación.	1	2	3	4	5
	<b>Recursos humanos</b>					
13	Está bien informado sobre la legislación laboral relacionada con la exportación de artesanías.	1	2	3	4	5
14	Tiene suficiente capital para ofrecer remuneraciones competitivas a su personal en el contexto de la exportación.	1	2	3	4	5
15	Cuenta con la cantidad adecuada de personal para satisfacer las demandas de exportación.	1	2	3	4	5
	<b>Competidores</b>					
16	Ha investigado la cantidad de competidores en el mercado internacional para sus productos.	1	2	3	4	5
17	La participación en el mercado internacional podría aumentar su visibilidad y reconocimiento a nivel global.	1	2	3	4	5
18	La diferenciación de sus productos es suficiente para atraer a consumidores internacionales.	1	2	3	4	5
	<b>Proceso de exportación</b>					
19	Está informado sobre la documentación requerida para exportar sus artesanías.	1	2	3	4	5
20	Está dispuesto a explorar nuevos mercados con menores barreras arancelarias para mejorar las oportunidades de exportación.	1	2	3	4	5
21	Está bien informado sobre los costos totales asociados con la exportación de sus artesanías.	1	2	3	4	5
	<b>CULTURA EXPORTADORA</b>					
22	Realiza estudios de mercados Internacionales.	1	2	3	4	5
23	Identifica mercados potenciales o nichos de mercado.	1	2	3	4	5
24	Su producto o servicio cuenta con certificación de comercio justo.	1	2	3	4	5
25	Cuentan con material promocional de sus productos/servicios: publicaciones, folletos, carteles, etc.	1	2	3	4	5
26	Sabes qué organismos del estado pueden apoyarte en tu proyecto de internacionalización.	1	2	3	4	5
27	Invierte en capacitación para usted.	1	2	3	4	5
28	Domina el idioma inglés para realizar los negocios.	1	2	3	4	5

### 3. Estadística complementaria

#### Escala: Factores determinantes

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	157	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	157	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,908	21

#### Escala: Cultura exportadora

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	157	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	157	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,740	7

#### 4. Consentimiento informado

Por la presente declaro que he leído cuestionario de la investigación titulada:

.....  
.....

....., del Sr. .... tiene como objetivo medir .....

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