



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

TESIS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN
DE MANTOS BORDADOS DE LA EMPRESA
ASOCIACIÓN ARTE Y CULTURA MONSEFUANA
AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, 2024

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autora

Bach: Torres Chimoy, Dayanara Tatiana

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4571-8492>

Asesor

DR. Rocero Salazar Cesar Ricardo

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1555-7851>

Línea de Investigación

Gestión, innovación, emprendimiento y competitividad que promueva
el crecimiento económico inclusivo y sostenido

Sublínea de Investigación

Investigación de mercado y de las necesidades del cliente

Pimentel – Perú

2023

APROBACIÓN DEL JURADO

TITULO DE LA INVESTIGACION

**Plan de negocios para la exportación de mantos bordados de la empresa
Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos,
2024**

Aprobación de informe de investigación

MG. MILKEN RICARTTE CHAVARRY BECERRA

Presidente del Jurado de Tesis

DR. ESPINOZA RODRIGUEZ HUGO REDIB

Secretario del Jurado de Tesis

DR. ROCERO SALAZAR CESAR RICARDO

Vocal del Jurado de Tesis

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe la **DECLARACIÓN JURADA**, es **egresada** del Programa de Estudios de **Negocios Internacionales** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy la autora del trabajo titulado:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MANTOS BORDADOS DE LA EMPRESA ASOCIACION ARTE Y CULTURA MONSEFUANA AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, 2024

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Torres Chimoy Dayanara Tatiana	DNI: 72281838	
--------------------------------	---------------	---------------------------------------------------------------------------------------

Pimentel 15 de mayo de 2024

NOMBRE DEL TRABAJO

TATIANA_TESIS_2024_2105.docx

AUTOR

DAYANARA TATIANA TORRES CHIMOY

RECuento de palabras

9617 Words

Recuento de caracteres

55216 Characters

Recuento de páginas

39 Pages

Tamaño del archivo

654.4KB

Fecha de entrega

May 27, 2024 5:28 PM GMT-5

Fecha del informe

May 27, 2024 5:29 PM GMT-5

● **18% de similitud general**

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

- 16% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a mis padres, a mi tío por su apoyo incondicional a mi pequeña hermana Tiffany , a Lorena, la que me motivó de todas las maneras posibles en realizar esta investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradecida con Dios, sus tiempos son perfectos. Y con las personas que me apoyaron en este largo proceso de crecimiento.

Índice

Índice de tablas, figuras y fórmulas (de ser necesario)	6
Resumen	7
I. INTRODUCCIÓN	8
1.1. Realidad problemática	8
1.2. Formulación del problema	8
1.3. Objetivos	9
1.4. Teorías relacionadas al tema	9
II. MATERIAL Y MÉTODO	10
2.1. Tipo de estudio y diseño de investigación	10
2.2. Escenario de estudio	10
2.3. Caracterización de sujetos	10
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	11
2.4.1 Técnicas de recolección de datos	11
2.4.2 Instrumentos de recolección de datos	12
2.5. Procedimientos para la recolección de datos	12
2.6. Procedimiento de análisis de datos	12
2.7. Criterios éticos	13
III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	14
3.1 Resultados	14
3.2 Discusión de resultados	14
3.3 Aporte práctico (propuesta, si el caso lo amerita)	14
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	15
4.1 Conclusiones	15
4.2 Recomendaciones	15
REFERENCIAS	16
ANEXOS	17

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal elaborar un plan de negocios integral para la exportación de mantos bordados de la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos en el año 2024. Se adoptó una metodología mixta, combinando análisis cualitativos y cuantitativos, con el fin de obtener una comprensión profunda del fenómeno estudiado. El método del estudio de caso fue empleado, y la recolección de datos se realizó mediante una guía de observación y una guía de entrevista aplicada a la gerente general de la asociación.

Los resultados obtenidos revelaron una favorable aceptación de los mantos bordados en ferias internacionales, lo que respalda el potencial significativo de estos productos artesanales en el mercado estadounidense. Además, se analizó detalladamente el nivel de producción de la empresa durante el período 2021-2023, identificando fluctuaciones influenciadas por la estacionalidad y la demanda en eventos específicos.

Como parte fundamental de la investigación, se propuso un plan de negocios integral que incluye estrategias específicas en áreas clave. Estas estrategias abarcan la capacitación en procesos de exportación, el desarrollo de un marketing cultural que resalte la riqueza cultural de los mantos bordados, la colaboración con entidades gubernamentales, la realización de investigaciones de mercado adicionales y el desarrollo de un plan de negocios exhaustivo. Estas propuestas se encuentran respaldadas por análisis financieros, proyecciones de producción, ingresos y flujos de caja, así como evaluaciones de rentabilidad.

Finalmente, se pudo concluir con la elaboración de un plan de negocios sólido y comprehensivo que sienta las bases para el éxito en la internacionalización de la empresa y el posicionamiento efectivo de sus productos artesanales en el mercado objetivo de Estados Unidos, aprovechando las oportunidades identificadas y abordando los desafíos clave de

manera estratégica.

Palabras Clave: Exportación, Mantos bordados, Plan de negocios, Mercado estadounidense, Artesanía peruana.

ABSTRACT

The main objective of this research was to develop a comprehensive business plan for the export of embroidered shawls from the company Asociación Arte y Cultura Monsefuana to the United States market in 2024. A mixed methodology was adopted, combining qualitative and quantitative analyses, in order to obtain an in-depth understanding of the phenomenon under study. The case study method was employed, and data collection was carried out through an observation guide and an interview guide applied to the association's general manager.

The results obtained revealed a favourable acceptance of the embroidered shawls at international fairs, which supports the significant potential of these handicraft products in the US market. In addition, the company's production level during the period 2021-2023 was analysed in detail, identifying fluctuations influenced by seasonality and demand at specific events.

As a fundamental part of the research, a comprehensive business plan was proposed that includes specific strategies in key areas. These strategies include training in export processes, developing cultural marketing that highlights the cultural richness of embroidered shawls, collaborating with government agencies, conducting additional market research and developing a comprehensive business plan. These proposals are supported by financial analyses, production, revenue and cash flow projections, as well as profitability assessments.

Ultimately, it was possible to conclude with the development of a solid and comprehensive business plan that lays the foundation for the successful internationalisation of the company and the effective positioning of its handicraft products in the US target market, taking advantage of identified opportunities and addressing key challenges in a strategic manner.

Keywords: Export, Embroidered edgings, Business plan, US market, Peruvian handicrafts.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática.

A lo largo de la historia mundial, el bordado textil y la artesanía han desempeñado un papel esencial en la expresión cultural y artística. Esta forma de expresión artística, arraigada en diversas tradiciones, ha trascendido las limitaciones geográficas y temporales al fusionar de forma única la funcionalidad con la estética. Desde los intrincados diseños bordados de la antigua China hasta las elaboradas piezas con hilos de oro de la Europa medieval, el bordado ha servido de vehículo de expresión narrativa e individual. Con el paso de las generaciones, las técnicas han evolucionado, incorporando influencias culturales y tecnológicas, pero la esencia fundamental del oficio ha perdurado. Hoy en día, el bordado se presenta como una forma de arte contemporáneo que amalgama tradición e innovación, desempeñando un importante papel como poderoso medio de preservar y transmitir identidades culturales únicas en un mundo cada vez más interconectado.

Hoy en día existe un nivel de atracción por rescatar lo nuestro y utilizarlo como moda, existen países que utilizan de manera eficaz su cultura, realizando así la exportación de bordados en zapatos, prendas de vestir como blusas, polos y camisas con colores referentes a la cultura de cada país, innovando y cayendo en el dinero fácil, perdiendo así su cultura, en esta investigación queremos seguir con la nueva moda y rescatando lo nuestro.

Analizamos el mercado artesano textil de Monsefú haciendo un estudio de las demandas de los productos y encontramos un producto innovador, los mantos bordados monsefuanas, rescatando sus colores e historia en ellas. Esta investigación se basa en la exportación de los mantos bordados hasta la actualidad al mercado estadounidense, enfocándonos en el distrito ya mencionado.

Por lo consiguiente pudimos observar la carencia de conocimiento por parte de la asociación estudiada para realizar este tipo de exportación al mercado de estados unidos.

Según COMEXPERU (2022), el 29.1% del total exportado corresponde a exportaciones no tradicionales. Recientemente, se ha suscitado un debate en el Congreso acerca de la derogación de los contratos temporales en el ámbito de la exportación no tradicional contemplados en el Decreto Ley N° 22342. El propósito del proyecto de ley es modificar el régimen laboral de los trabajadores dedicados a la exportación no tradicional para integrarlos al régimen laboral para actividades privadas establecido en el Decreto Legislativo N° 728, conocido como Ley de Productividad y Competitividad Laboral. Esta medida busca promover las exportaciones con el fin de propiciar cambios cualitativos en la estructura del comercio exterior. Es relevante destacar que este régimen laboral específico para actividades no tradicionales tiene una duración de 44 años desde su implementación en 2017.

El país está experimentando un período de notable avance en las actividades económicas relacionadas con la exportación. Este sistema no solo fomenta el desarrollo de una industria moderna y una mayor inversión, sino que también incrementa la competitividad y la flexibilidad laboral, aspectos fundamentales para el crecimiento de estos sectores productivos.

Es importante mencionar que los contratos laborales en los regímenes de exportación no tradicionales son ampliamente utilizados en industrias como la textil y la agrícola, ya que en última instancia permiten la contratación indefinida de trabajadores, siempre y cuando cumplan con los requisitos de exportación del producto. Por consiguiente, resulta crucial examinar el desempeño de este sector en nuestras exportaciones, dado que son sectores generadores de empleo y valor agregado.

Con relación a lo anteriormente expuesto, según SUNAT (2023), el valor de las exportaciones no tradicionales alcanzó la suma de US\$ 16,387 millones. Dichas exportaciones, que representan el 29.1% del total exportado, han evidenciado un crecimiento constante a partir del año 2007, con una tasa de crecimiento promedio anual

del 7%.

En el mes de enero de 2023, estas exportaciones ascendieron a US\$ 1,550 millones, lo que supone un aumento del 7.3% en comparación con el mismo período del año anterior. Dentro de estas cifras, destaca el desempeño del sector textil, que registró envíos por un valor de US\$ 144 millones, lo que representa un incremento del 17.8% y constituye el mejor resultado desde enero de 2012 (US\$ 162 millones). Esto posiciona al sector textil como el cuarto en términos de crecimiento durante el mes de enero.

Con respecto a las actualizaciones proporcionadas por AGROPERU (2023), se destaca la disposición de tecnología de vanguardia que beneficia al sector textil de camélidos. A través de la colaboración entre diversas autoridades regionales, micro y pequeñas empresas (MYPES) y emprendedores, el Instituto Tecnológico de la Producción (ITP) del Ministerio de Producción, mediante el Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica Textil (CITETextil), ha presentado los resultados del proyecto "Artesano 4.0". Este proyecto, gracias a la aplicación de tecnología avanzada, tiene como objetivo mejorar la calidad de producción de la fibra de alpaca.

De acuerdo con el informe de ADEX, la artesanía peruana se proyectaba para cerrar el año 2022 con despachos por un valor de US\$ 42 millones. Sin embargo, debido a las circunstancias coyunturales del país, no se logró alcanzar la meta establecida. Se espera que con las nuevas autoridades en el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo se abran nuevas oportunidades laborales para los artesanos, con el objetivo firme de revitalizar esta actividad que genera miles de empleos. Según la gerencia de manufacturas de ADEX, entre enero y noviembre de 2022, los despachos de artesanía en Perú ascendieron a US\$ 40 millones, reflejando un crecimiento del 7.1%. El mercado estadounidense lideró el ranking como primer destino, con US\$ 25 millones 440 mil, concentrando el 63.3% del total.

Además, según un artículo publicado por Gestión en 2019, el gerente del Comité Textil de la Sociedad Nacional de Industria, Martín Reaño, destaca que la demanda internacional hacia los textiles ha aumentado debido al mayor valor agregado que están empleando los artesanos exportadores para dirigirse a mercados exigentes como Estados Unidos.

TRABAJOS PREVIOS

La investigación llevada a cabo por Purisaca (2020) tuvo como propósito analizar la relación entre la mercadotecnia y las exportaciones de la Asociación de Artesanos de Monsefú durante el año 2020. Los resultados obtenidos confirmaron la favorable recepción de los textiles peruanos en el mercado internacional, lo cual sugiere una conexión sólida entre las estrategias de mercadotecnia y el éxito en las exportaciones.

Por otro lado, el trabajo de Seminario (2018) abordó la problemática de la falta de conocimiento por parte de los artesanos monsefuanos para exportar sus productos, específicamente las blusas bordadas, al mercado chileno. A través de su investigación, identificó esta carencia como un obstáculo significativo y desarrolló un plan de negocios para facilitar la exportación de dichas prendas a Chile. Sin embargo, señaló que la asociación podría enfrentar dificultades debido a la escasez de mano de obra y la necesidad de exportar grandes cantidades para ingresar a este mercado.

Por último, Tineo (2018) exploró en su investigación las tradiciones familiares arraigadas en los artesanos de Monsefú, las cuales representan una fuente productiva y económica en su vida diaria. Destacó la importancia de estas tradiciones en la preservación de la cultura monsefuana y en la comercialización de sus productos como arte. Asimismo, identificó la falta de conocimiento como un factor limitante para la exportación de productos

artesanales hacia Estados Unidos. Propuso el diseño de una marca colectiva como estrategia para mejorar la inserción de los productos en el mercado estadounidense.

En la investigación de Montoya y Peralta (2018), se aborda profundamente la recurrente problemática de la falta de conocimiento sobre exportaciones en el ámbito artesanal, particularmente entre los artesanos de Monsefú. El estudio destaca el marcado individualismo de estos artesanos en la creación de sus obras manuales, a pesar de la notable aceptación que dichos productos disfrutaban entre el público extranjero, especialmente durante la celebrada feria FEXTICUM. Este evento se resalta como una plataforma crucial para la exposición internacional de las artesanías locales, proporcionando una ventana hacia mercados externos.

Los bordados manuales, que representan el 90% de los artículos más valorados por su rica paleta de colores y simbolismos arraigados en la cultura Muchick, emergen como el estandarte de la identidad artesanal monsefuana. La singularidad y la apreciación de estos productos subrayan el potencial exportador y el valor cultural intrínseco que poseen.

Esta investigación subraya la concordancia con hallazgos previos respecto a la excelencia y la originalidad de las artesanías manuales de Monsefú, pero también refleja una preocupante falta de apoyo institucional. La identificación de estas barreras es fundamental para el desarrollo de estrategias dirigidas a fortalecer las capacidades de exportación de los artesanos. La participación en ferias internacionales y eventos como el FEXTICUM no solo valida la calidad y el atractivo de las artesanías monsefuanas, sino que también resalta la urgencia de un soporte más robusto y sistemático por parte del Estado y otras entidades para potenciar el alcance global de estos productos.

Por ende, la propuesta de Montoya y Peralta sugiere un enfoque integrador que busca

superar el individualismo mediante la promoción de la colaboración entre artesanos, la ampliación de su conocimiento en procesos de exportación, y un llamado a un mayor respaldo gubernamental y de organizaciones privadas. El fin último es posicionar efectivamente al distrito de Monsefú y sus artesanías en el mercado global, respetando y preservando su riqueza cultural.

Por su parte, Según Corrales (2017), se propone la comercialización de prendas de alpaca en Europa, con un enfoque en los países nórdicos, especialmente Suecia, debido a su favorable entorno económico y preferencias arancelarias. A pesar de la competencia tanto nacional como internacional, se destaca la calidad y prestigio de la fibra de alpaca. La estrategia empresarial incluye un plan detallado para alcanzar los objetivos, comenzando con productos demandados como chompas y cardigans de alpaca, fijando precios basados en costos y ofreciendo descuentos por volumen. La distribución se realizará mediante canales tradicionales y ventas en línea, respaldadas por una promoción tanto online como offline. Se asegurará el abastecimiento oportuno de materiales trabajando con proveedores locales en el Departamento de Arequipa. Con una inversión inicial de US\$36,230.00 y sólidas proyecciones financieras, el proyecto muestra una rentabilidad económica y financiera atractiva, con una tasa interna de retorno del 89% anual y un valor actual neto significativamente positivo, lo que confirma su viabilidad.

Esta investigación cobra especial relevancia debido a la necesidad de analizar y comprender las exportaciones de mantos bordados de la Asociación Arte y Cultura Monsefuana hacia el mercado estadounidense durante el periodo 2021-2023. El estudio busca aportar a la solución de los desafíos que enfrenta dicha asociación en su proceso de internacionalización y acceso a nuevos mercados. La presente investigación contribuye a responder las expectativas y demandas de la comunidad artesanal de Monsefú, al brindar información valiosa sobre la situación actual de las exportaciones, niveles de producción y

estrategias a implementar para mejorar su competitividad en el mercado internacional. Esto permitirá a los artesanos tomar decisiones informadas y aprovechar de manera más efectiva las oportunidades comerciales con Estados Unidos. Además, este estudio es necesario e importante debido al gran potencial que tiene la artesanía textil peruana, en particular los mantos bordados, para posicionarse en mercados extranjeros de alta demanda como el estadounidense. Identificar los factores que influyen en las exportaciones y proponer estrategias adecuadas, puede impulsar el desarrollo económico de esta actividad artesanal y mejorar la calidad de vida de los involucrados.

1.2. Formulación del problema.

¿Cómo debe ser el plan de negocios para la exportación de mantos bordados de la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos, 2024?

1.3. Objetivos

Objetivo general

Elaborar el plan de negocios para la exportación de mantos bordados de la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos, 2024.

Objetivos específicos

1. Analizar la situación nacional e internacional de los mantos bordados para determinar su aceptación en el mercado de Estados Unidos, 2024.
2. Analizar el nivel de producción en la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana durante el periodo 2021-2023.
3. Proponer un plan de negocios de exportación de mantos bordados de la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos, 2024.

1.4. Teorías relacionadas al tema.

Según Acuerdos Comerciales.

El Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú – EE.UU. el cual fue firmado en Washington D.C. en el año 2006; entrando en Vigencia el 1 Febrero del año 2009.

En este acuerdo se negociaron muchos capítulos, en los cuales encontramos:

Trato Nacional y Acceso a Mercados, Textiles y Vestido, Reglas de Origen, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio.

Viendo así que entre los principales productos exportados al mercado estadounidense podemos encontrar el área de textiles.

Estos son otros productos exportados a dicho mercado: minerales, productos pesqueros, textiles, artesanías, café, cacao, espárragos, alcachofa, uva, mango, mandarina, paprika, petróleo crudo.

EE.UU. es uno de los principales mercados de destino de exportación de productos peruanos.

Desde el año 1991, mediante la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA)

El Perú contó con preferencias arancelarias unilaterales otorgadas por los EE.UU. para el ingreso de ciertas mercancías, la cual estuvo vigente hasta el año 2001. Nuevamente en el año 2002, mediante la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA) este país otorga nuevamente preferencias arancelarias, las cuales eran renovadas cíclicamente, y que estuvieron vigentes hasta diciembre del año 2010.

Después de lo mencionado, en el año 2004, previos resultados y disposición de los sectores involucrados, se inicia los convenios para un tratado de libre comercio, el

cual, otorgaría la estabilidad indispensable para el incremento de inversiones en el sector exportador.

A partir de 2009, el APC vigente entre el Perú y Estados Unidos. Permitió potenciar el desarrollo económico del Perú a través del comercio, con perspectivas de comercio nunca antes experimentadas, teniendo de forma consolidada un acceso perenne a mercados muy grandes.

Fecha de suscripción 12 de abril de 2006. Fecha de entrada en vigencia 1 de febrero de 2009.

Según se puede explicar en el artículo citado, el 1 de febrero del año 2009 pudo entrar en vigencia el tratado de libre comercio, el cual permitió el desarrollo económico del Perú, para proporcionar una apertura comercial integral permanente. En el caso de los textiles nos acogemos a las preferencias arancelarias, desde ese día hemos tenido facilidades en estados unidos, estas se llevan a cabo gracias al tratado de libre comercio, la facilidad es que puede ingresar con arancel cero.

Según la Legislación Peruana de Exportación e Importación

- Decreto supremo N° 060 – 91 – EF.

Este decreto, eliminó toda restricción de carácter arancelario que afectaban las importaciones, específicamente, las licencias de importación. Las personas naturales y jurídicas pueden realizar operaciones de exportación sin el requisito de estar previamente registradas como tales.

Para ser exportador en Perú se requiere contar con RUC (registro único de contribuyentes). Pero asimismo una persona natural puede efectuar operaciones de exportación sin la necesidad de tener un RUC, siempre y cuando siga ciertas condiciones.

No es necesario tener un ruc para poder realizar la exportación, también puede elaborarse si una persona es persona natural, siempre bajo ciertas condiciones, en mención al valor FOB Y el registro de solo tres operaciones por año como máximo. Si en caso queremos realizar una exportación mayor, con esto me refiero si el valor FOB sobrepasa los tres mil dólares o en otro caso es que realicemos más exportaciones por año, tenemos que acceder a un RUC para poder realizar la exportación.

- Decreto legislativo N° 668

Ley Marco del Comercio Exterior, que garantiza la libertad de las operaciones de comercio exterior y el comercio interior como condición primordial para el desarrollo del país dejando así sin efecto cualquier restricción para la importación y exportación de bienes, sin deterioro de las medidas de prevención y protección de la salud pública, medio ambiente, orden sanitario, flora y fauna silvestre, patrimonio cultural y defensa de la moral y la seguridad interna y externa.

Decreto legislativo que deja sin efecto la restricción de cualquier patrimonio cultural, para la exportación e importación al mercado exterior.

- LEY N° 27790 – Ley de Organización y Funciones del MINCETUR.

Esta ley menciona que MINCETUR dirige y supervisa la política del comercio exterior y así mismo del turismo. MINCETUR tiene la responsabilidad de promocionar las exportaciones y los contratos comerciales internacionales, en organización con los Ministerios de Relaciones Exteriores y MEF.

Con singularidad de la reglamentación arancelaria, así como la política de turismo, en conformidad con la política general del Estado y en coorganización con los sectores e instituciones asociados a su ámbito.

Así mismo MINCETUR permite representar a la nación en foros y organismos internacionales de comercio, contribución económica y esquemas de incorporación debidamente coordinada con el Ministerio de Economía y Finanzas.

MINCETUR es el ente encargado de política de turismo en el comercio exterior.

- DECRETOS LEY N° 25629 Y N° 25909.

Este decreto ley, establece la obligatoriedad del refrendo del MEF en medidas designadas a limitar el libre flujo de artículos importadas y exportadas.

-ARANCEL DE ADUANAS – DS N° 238 – 2011 – EF

El arancel de aduanas del Perú es una herramienta básica, que fue elaborada en base a la nomenclatura común decretada por la Comunidad Andina (NANDINA). Con la inserción de sub partidas adicionales.

La NANDINA constituye la nomenclatura arancelaria común de la comunidad andina.

Decreto legislativo n°183

Este decreto nos dice que corresponde al Ministerio de Economía y Finanzas planificar, encabezar y verificar los objetivos sobre tributación, financiación, política aduanera, entre otros en beneficio para la actividad económica nacional.

Decreto legislativo n° 1053 ley general de aduanas

Este decreto tiene por objetivo regularizar el vínculo jurídico que se implanta entre la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) y las personas naturales y jurídicas que participan en la entrada, estancia, partida y salida de los artículos o mercancías hacia y desde el territorio aduanero.

T.U.O de la ley del I.G.V E I.S.C – capítulo IX

Artículo 33° - exportación de bienes y servicios

Este artículo nos menciona que la exportación de bienes y servicios, tanto como los acuerdos de construcción, realizados en el exterior, no serán perjudicados con el

Impuesto General a las Ventas.

Se estimará exportación de bienes, la venta de bienes muebles que elabore un sujeto domiciliado en el país a favor de un sujeto no domiciliado, indistintamente de que la transmisión de propiedad suceda en el país o en el exterior, continuamente que estos bienes sean elemento de tramitación aduanera de exportación definitiva.

Ley N° 28977

Dicha ley tiene como objetivo implementar el marco legal al ser aplicado en la tramitación aduanera de productos o mercancías que ingresan o salen del país y brindar así las medidas requeridas para la ejecución de los acuerdos relativos a procedimientos aduaneros así como también facilitando el comercio comprendido en los Acuerdos Comerciales.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo de estudio y diseño de investigación.

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo y es de tipo descriptivo y propositivo. Es descriptiva porque pretende describir y analizar la realidad actual de los mantos bordados en el mercado nacional e internacional, identificando las características, situaciones y factores relevantes relacionados con su gestión y procesos. Además, es propositiva debido a que busca proponer un plan de negocios para la Asociación Arte y Cultura Monsefuana a fin de mejorar sus ventas en el mercado de Estados Unidos.

En cuanto al diseño de investigación, se trata de un diseño no experimental, ya que no se manipularán variables de forma deliberada. Se observarán y analizarán los fenómenos en su contexto natural, sin intervenir en ellos. Específicamente, se utilizará un diseño no experimental transeccional o transversal, donde se recopilarán datos en un momento único y determinado.

2.2. Variables, operacionalización

2.2.1. Variables de estudio

Las variables de estudio consideradas dada la naturaleza del estudio son:

Variable Independiente: Plan de negocios: Constituye una estrategia central, destinada a crear un plan detallado y sólido para la exportación de chales bordados.

Variable Dependiente: Exportación: La exportación de textiles está dentro de las exportaciones con arancel cero que ingresan al mercado de Estados Unidos, por lo que este producto no tendría problemas para ingresar a dicho mercado debido a que se encuentra dentro del tratado de libre comercio.

2.2.2. Operacionalización de Variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica/Instrumento
Plan de negocios	- Análisis del mercado	Oferta Demanda	Entrevista / Guía de entrevista
	- Marketing Mix	Producto Precio Plaza Promoción	Entrevista / Guía de entrevista
	- Análisis FODA	Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas	Entrevista / Guía de entrevista
	- Estudio económico - financiero	Flujo de caja Punto de equilibrio	Entrevista / Guía de entrevista
Exportación	- Acceso al mercado estadounidense	- Arancel cero para exportación de textiles	Entrevista / Guía de entrevista
	- Tratado de Libre Comercio	- Requisitos del TLC Perú-EE.UU.	Entrevista / Guía de entrevista

Elaboración propia

2.3. Población de estudio

La población de estudio está conformada por los artesanos textiles de la Asociación Arte y Cultura Monsefuana, incluyendo a la directora y los asociados. Debido a la naturaleza

cualitativa y descriptiva-explicativa del estudio, y al tamaño relativamente pequeño de la población, no requirió seleccionar una muestra probabilística. En su lugar, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, incluyendo a todos los miembros disponibles y dispuestos a participar en la investigación, con el fin de obtener una comprensión profunda del fenómeno estudiado desde las perspectivas y experiencias de los actores involucrados directamente en la asociación y la producción de mantos bordados. El escenario de estudio donde se llevó a cabo el trabajo de campo y recolección de datos fue la ciudad de Monsefú, ubicada en la región Lambayeque, Perú, donde se encuentra la Asociación Arte y Cultura Monsefuana, organización conformada por los artesanos textiles objeto de estudio.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1 Técnicas de recolección de datos

Para la presente investigación se utilizaron como técnicas la entrevista abierta a profundidad y el análisis documental, de tal manera que nos permitió realizar un análisis certero tanto de la situación actual, como de lo ocurrido con las exportaciones del producto en cuestión por parte de la empresa asociación Arte y Cultura monsefuana. Durante los años 2021, 2022 y 2023.

Se consideró además que la entrevista abierta a profundidad es una técnica de alta relevancia, dado que permitió la interacción con los miembros de la mencionada asociación, permitiendo de esta manera, recoger información clara y precisa para el presente estudio.

Cabe precisar, que el análisis documental fue realizado en base a fuentes secundarias de información como son páginas de internet, artículos científicos y otros estudios del tema en cuestión.

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos

Durante este proceso de investigación para recopilar la información se utilizó el método de análisis documental y para la entrevista abierta a profundidad, una guía de entrevista, con la finalidad de recolectar toda la información requerida de los actores del

objeto de estudio. Para el análisis documental, se consideró una guía de análisis, pues se tuvo en cuenta la revisión de información relevante como exportaciones, análisis del mercado peruano e internacional, situación de la producción nacional, países a los que se exporta el producto o similares, entre otros.

TÉCNICA	INSTRUMENTO	FINALIDAD	LABOR
ENTREVISTA	GUIA DE ENTREVISTAS	Es una situación de interrelación o charla entre personas (el entrevistador y el entrevistado)	Obtener información precisa del director y/o asociados de la asociación arte y cultura monsefuana
DOCUMENTOS	ANALISIS DOCUMENTAL	Obtener datos de fuente secundarias (libros, revistas, folletos y periódicos)	Se aplicará a la tesis para obtener datos necesarios de antecedentes de la tesis realizada y asimismo información sobre el tema a tratar

Validez y confiabilidad.

La validez de instrumentos de recolección de datos (la entrevista abierta a profundidad) se hará mediante un juicio de expertos, los cuales determinarán la validez y estará compuesto por tres especialistas de la materia de estudio: un metodólogo, un estadístico y un especialista de acuerdo a la línea de investigación que se desarrolla el presente proyecto.

- MAGISTER, Fatima de la Merced Pinglo Jurado, experta en la materia de negocios internacionales.
- METODÓLOGA, Rosa Ysabel Bazán Valque, experto en la materia de negocios internacionales.

- DOCENTE. Danna Jimenez Boggio, experto en la materia de negocios internacionales.

Para el análisis documental fue utilizado fuentes de investigaciones ya realizadas referentes a esta investigación, puesto que este es producto novedoso y no se ha encontrado plan de exportación exacto de dicho producto en ninguna fuente, así que tuvimos que realizar varias investigaciones acerca de la exportación de textiles a este mercado, así como también analizamos la examinación de los decretos ley, los cuales sirvieron como información confiable para poder indagar la exportación de estos mantos hacia el mercado estadounidense, cabe resaltar que también utilizamos los sitios web, donde nos brinda información actual acerca de la economía actual, dichos sitios web están mencionados en los anexos.

2.5. Procedimientos para el análisis de datos

Este procesamiento se realizó al redactar de forma metodológica la recopilación de información, la misma que fue obtenida a través de la entrevista y análisis documental. Para el procesamiento de la información, se hizo uso de Microsoft Excel lo que nos permitió organizar los resultados de esta investigación a través de una tabla, donde realizamos la validez con los docentes a cargo, también utilizamos Microsoft Word el cual nos permitió realizar y grabar la entrevista a profundidad durante este proceso.

Criterio de Inclusión

- Presidente de la asociación Arte y cultura Monsefuana.

Criterio de Exclusión.

- Asociados y colaboradores de la asociación Arte y Cultura monsefuana.

2.6. Criterios éticos

Se consignará aquellos aspectos que tengan relación con la redacción, considerando las normas y reglamento estipulado en las normas APA séptima edición para las citas y referencias bibliográficas. Además, se considerará el aspecto ético personal en el proceso de la redacción de la presente investigación, en base a los principios específicos establecidos en los artículos 5 y 6 en el Código de Ética en Investigación de la USS S.A.C. De acuerdo a Concytec (2019) “La integridad científica es el resultado de la adhesión a valores y buenas prácticas para conducir y aplicar los resultados del quehacer científico”, por lo que serán considerados los siguientes principios: honestidad intelectual, objetividad e imparcialidad, veracidad, justicia y responsabilidad, y transparencia.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados

En el este capítulo se exponen los resultados de la investigación realizada. Los cuales han sido obtenidos a través del instrumento de recolección de datos que fue la guía de observación y guía de entrevista, esta última constó de 10 preguntas y se aplicó la gerente general de la Asociación Arte y Cultura Monsefuana, la señora Manuela Jacqueline Ayasta Caicedo.

Resultados de la entrevista aplicada a dueña de la asociación arte y cultura monsefuana.

- **Primer objetivo de la investigación: Analizar la situación nacional e internacional de los mantos bordados para determinar su aceptación en el mercado de Estados Unidos, 2024.**

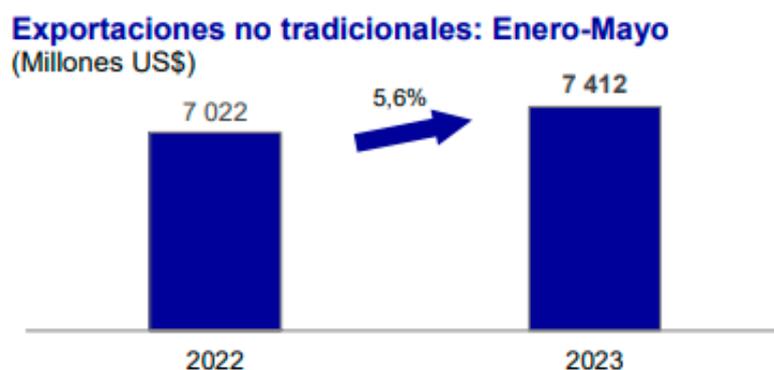
Según la versión otorgada por la directora de la asociación, nos indica que no ha realizado hasta el día de hoy exportación alguna acerca de sus productos ya que desconoce la forma de cómo realizarlo, así mismo nos contó que estos bordados tienen acogida en el extranjero, puesto que ella ha sido llevada a ferias internacionales en las cuales los mantos peruanos sobresalieron de entre otros países, por otro lado en las investigaciones realizadas podemos observar que este producto es un producto nuevo en el mercado y no hay investigaciones exactas acerca de este novedoso producto.

Según la revista Perú Moda nos indica que los productos artesanales y piezas textiles únicas suelen tener buena aceptación entre los consumidores que valoran piezas hechas a mano y con técnicas tradicionales. Estados Unidos es un mercado grande y diverso, por lo que hay nichos de consumidores interesados en artesanías y textiles étnicos de diversas culturas. El éxito comercial depende de factores como la calidad, diseños atractivos, comercialización efectiva y precios accesibles para el mercado objetivo; a menudo estos productos se comercializan a través de tiendas

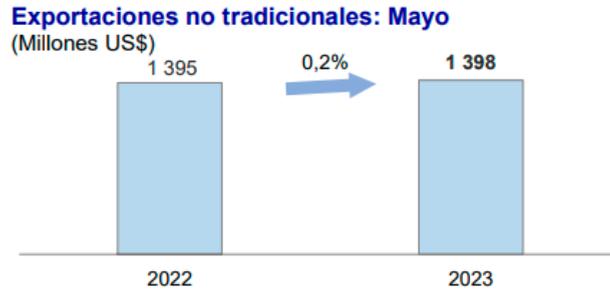
especializadas, ferias artesanales, sitios web y plataformas de venta en línea, así mismo la certificación de productos hechos a mano y el respaldo de organizaciones que promueven el trabajo artesanal también puede influir positivamente.

Según SUNAT durante el periodo comprendido entre enero y mayo de 2023, las exportaciones no tradicionales experimentaron un aumento significativo, alcanzando un total de 7.412 millones de dólares. Este aumento del 5,6% en comparación con el mismo periodo de 2022 se atribuye principalmente a dos factores determinantes. En primer lugar, hubo un notable crecimiento del 4,2% en los volúmenes exportados de productos agrícolas y pesqueros, lo que indica un sólido desempeño en sectores clave. En segundo lugar, hubo un aumento medio del 1,3% en los precios de los productos textiles y mineros no metálicos, lo que pone de relieve la valoración de categorías específicas en el mercado internacional.

Estos resultados positivos reflejan una tendencia al alza de las exportaciones no tradicionales, lo que pone de relieve la resistencia y la competitividad de la oferta exportadora. La diversificación de productos, con énfasis en los sectores agrícola, pesquero y textil, surge como un motor clave de este crecimiento. El aumento de los volúmenes exportados y la valorización de ciertos productos indican una respuesta positiva de los mercados internacionales. Este escenario favorable subraya la importancia de la adaptabilidad y la calidad competitiva en el contexto de las exportaciones no tradicionales, consolidando la posición del país en la escena mundial.

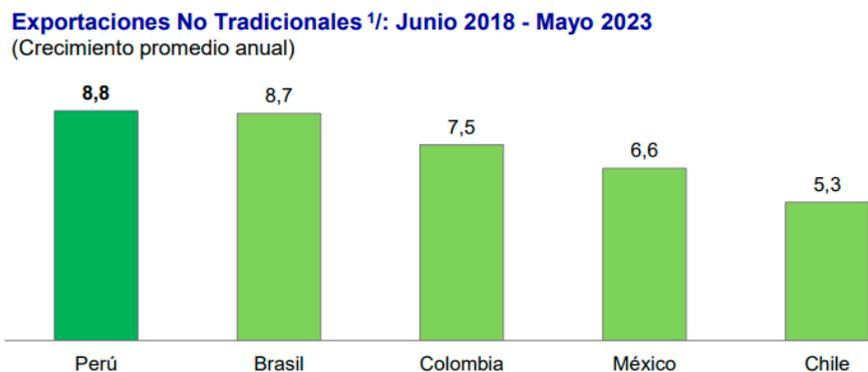


BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ



Fuente: BCRP (Banco Central de Reserva del Perú)

En cuanto a las exportaciones, Perú ostenta la mayor tasa de crecimiento anual de los últimos cinco años, con una expansión media anual del 8,8%. Este desempeño se atribuye principalmente al aumento de los envíos de productos agrícolas, textiles, químicos, pesqueros y siderúrgicos. La significativa expansión anual pone de manifiesto la vitalidad y competitividad de la economía peruana en el ámbito de las exportaciones. El aumento sostenido, especialmente en sectores clave como el agrícola, el textil y el pesquero, indica una continua capacidad para responder a la demanda internacional y diversificar la oferta exportable. Este crecimiento sostenido posiciona al Perú como un actor protagónico en el mercado global, consolidando su presencia y resiliencia en un contexto económico dinámico y desafiante.



Fuente: SUNAT 2023

- **Segundo objetivo de la investigación: Analizar el nivel de producción en la empresa Asociación Arte y cultura Monsefuana durante el periodo 2021 – 2023.**

Según la versión otorgada por la asociación al respecto, señala lo siguiente.

La empresa expone una amplia gama de productos artesanales que van desde trajes y capas hasta bolsos, carteras, blusas, faldas, camisas y diversos accesorios. La versatilidad de su oferta refleja la artesanía y la atención al detalle que caracterizan la producción. Sin embargo, la producción no es constante y está sujeta a fluctuaciones, siendo especialmente destacada durante acontecimientos especiales como fiestas nacionales o ferias locales. Durante estos periodos, la demanda experimenta un aumento significativo, tanto por parte de la comunidad local como de los visitantes extranjeros, lo que se traduce en un incremento sustancial de las ventas. En algunos meses, las transacciones pueden superar los 3.000 soles, lo que demuestra el potencial y la aceptación en el mercado de los productos artesanales que ofrece la empresa.

El análisis de estas fluctuaciones revela la importancia de la estacionalidad en la dinámica empresarial de la compañía. La capacidad de la empresa para adaptarse a estos cambios en la demanda y aprovechar las oportunidades que se presentan en eventos específicos es esencial para su éxito a largo plazo. Los eventos festivos y las ferias locales actúan como catalizadores del crecimiento, proporcionando un telón de fondo propicio para la comercialización de productos únicos y artesanales. Este enfoque estratégico de sincronizar la producción con los acontecimientos clave del calendario demuestra la capacidad de la empresa para comprender y responder a las tendencias del mercado.

Además, la empresa demuestra una notable resistencia y flexibilidad al gestionar eficazmente los recursos durante los periodos de menor demanda. Este enfoque equilibrado de la producción y la gestión de existencias indica una sólida comprensión de la dinámica empresarial, lo que permite a la empresa mantener su competitividad y presencia en el

mercado artesanal. En última instancia, la combinación de artesanía de calidad, adaptabilidad estratégica y gestión eficaz posiciona a la empresa con fuerza en el sector, preparada para aprovechar las oportunidades que ofrece un mercado artesanal en constante evolución.

Mantos bordados diseño pavos reales	
Costo fijo unitario	10
Costo fijo total	600,000
Costo variable unitario	6
Costo variable total	360,000
Costo total unitario	16
Capacidad producción real (unidades)	60,000
Margen de utilidad sobre el costo	75%
Total Costos	960,000
Precio Unitario	64
Total Ventas anuales	3,840,000

Mantos bordados diseño Flores monsefuanas	
Costo fijo unitario	10
Costo fijo total	600,000
Costo variable unitario	6
Costo variable total	360,000
Costo total unitario	16
Capacidad producción real (unidades)	60,000
Margen de utilidad sobre el costo	75%
Total Costos	960,000
Precio Unitario	64
Total Ventas anuales	3,840,000

Mantos bordados diseño primaveral	
Costo fijo unitario	10
Costo fijo total	600,000
Costo variable unitario	6
Costo variable total	360,000
Costo total unitario	19
Capacidad producción real (unidades)	60,000
Margen de utilidad sobre el costo	75%
Total Costos	960,000
Precio Unitario	64
Total Ventas anuales	3,840,000

$$P = \frac{\text{COSTO TOTAL UNITARIO}}{1 - \text{MARGEN DE UTILIDAD SOBRE EL COSTO}}$$

$$P = \frac{16}{1 - 0,75} = S/.64$$

- **Tercer objetivo de la investigación: Proponer un plan de negocios de mantos bordados de la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos, 2024.**

El gerente se encuentra en una encrucijada con respecto a la propuesta actual. Su estado de ánimo es ambivalente, alimentado por el entusiasmo generado por las ventas a clientes extranjeros y la buena acogida de su producto en ferias internacionales. Sin embargo, este entusiasmo se ve contrarrestado por la falta de conocimientos sobre los procesos de exportación. La gerente y sus colaboradores desconocen los pasos necesarios para llevar a cabo una exportación con éxito. Tras la entrevista, se proporcionó información detallada a la gerente y sus colaboradores, sugiriéndoles una estrategia que consiste en presentar su producto como una novedad tanto en términos de mercado como de producto. Aunque el producto no es nuevo para ellos, se presenta como algo innovador para el mercado estadounidense.

La dualidad de la situación del directivo se deriva del contraste entre el éxito actual en las ventas y el reconocimiento internacional, y la incertidumbre relacionada con la expansión a través de las exportaciones. La falta de conocimientos en este ámbito supone un reto importante. Sin embargo, la propuesta estratégica de posicionar el producto como novedad en el mercado estadounidense demuestra un enfoque proactivo. Aprovechar la

familiaridad local con el producto y presentarlo como innovador a escala internacional podría ser esencial para superar las barreras de entrada. Esta estrategia se basa en una cuidadosa categorización del mercado y del producto, buscando capitalizar el interés ya generado en las ferias internacionales y abrir nuevas puertas de crecimiento y expansión.

En términos de análisis, la situación pone de relieve la importancia de una planificación estratégica sólida y la necesidad de superar los obstáculos mediante planteamientos innovadores. La gerente y su equipo han identificado una importante oportunidad en el mercado estadounidense, pero el desconocimiento de los procesos de exportación podría obstaculizar este potencial. La propuesta de presentar el producto como una novedad demuestra un profundo conocimiento del mercado y sugiere una estrategia que podría mitigar las barreras iniciales. Sin embargo, será crucial desarrollar un plan detallado y ejecutable de entrada en el mercado estadounidense, que garantice que la empresa pueda aprovechar al máximo las oportunidades internacionales que se le presenten.

Las estrategias propuestas se detallan a continuación:

a) Capacitación en Procesos de Exportación:

La puesta en marcha de programas de formación dirigidos a los artesanos textiles, con especial atención a los procesos de exportación, es una estrategia fundamental para potenciar su participación en el ámbito internacional. Estos programas detallados abordarían a fondo aspectos críticos, como la documentación requerida, los procedimientos aduaneros y las complejidades logísticas que entraña el envío internacional. El objetivo central es dotar a los artesanos de herramientas prácticas y conocimientos profundos que les permitan no solo superar las barreras actuales, sino también aprovechar plenamente las oportunidades que se presentan en el mercado mundial. Este enfoque formativo pretende proporcionar a los artesanos una comprensión

detallada de los requisitos y procesos inherentes a la exportación. Más allá de la información teórica, pretende impartir orientación práctica para afrontar los retos logísticos y burocráticos inherentes a la expansión internacional. Al dotar a los artesanos de conocimientos prácticos, fomenta su autonomía y su capacidad para tomar decisiones con conocimiento de causa, reforzando así su posición en el mercado mundial.

Este enfoque estratégico reconoce la importancia de la formación específica para cada etapa del proceso de exportación, desde la preparación de la documentación hasta la gestión de la cadena de suministro. Al proporcionar una base sólida de conocimientos y aptitudes, pretende mejorar la competitividad de los artesanos textiles en la escena mundial. La formación se centra no solo en superar los obstáculos prácticos, sino también en promover una mentalidad empresarial y estratégica que permita a los artesanos no solo ampliar su presencia internacional, sino también contribuir de forma sostenible al desarrollo económico de sus comunidades a través del comercio mundial.

b) Desarrollo de Estrategia de Marketing Cultural

La concepción de una Estrategia de Marketing Cultural implica la formulación de un plan destinado a destacar no solo la excelencia de los mantos bordados, sino también su profundo significado cultural. Al hacer hincapié en la narrativa histórica y cultural que acompaña a cada pieza, se pretende potenciar el atractivo del producto en el mercado internacional, destacando su autenticidad y singularidad de forma distintiva. El principal objetivo de esta estrategia es ir más allá de la mera presentación de la calidad del producto, profundizando en la riqueza cultural que encierra cada manto bordado. La narrativa histórica y cultural asociada a estas creaciones artesanales no solo añade profundidad al producto, sino que lo diferencia de una manera única en el mercado global. Al resaltar los aspectos culturales, buscamos establecer una conexión emocional con los consumidores internacionales, ofreciéndoles no solo un producto de alta calidad, sino también una auténtica experiencia cultural. Esta estrategia implica no solo destacar el

componente estético y artesanal, sino también comunicar la historia y el patrimonio cultural que representa cada manto. Con ello, se pretende captar la atención de un mercado internacional diverso y agradecido, haciendo hincapié en la singularidad cultural de estos productos. En última instancia, el desarrollo de esta estrategia busca posicionar los mantos bordados no solo como artículos de moda excepcionales, sino también como portadores de una rica tradición cultural que puede resonar poderosamente en el ámbito mundial.

c) Colaboración con Entidades Gubernamentales

La estrategia de "Colaboración con entidades gubernamentales" representa un paso fundamental para promover la exportación de productos artesanales, especialmente en el contexto de la industria del mantón bordado. Esta iniciativa se centra en establecer colaboraciones estratégicas con entidades gubernamentales y organizaciones especializadas que apoyan y promueven activamente la exportación de productos artesanales. La conexión con los organismos gubernamentales es esencial, ya que tienen un interés inherente en estimular la actividad exportadora como medio para fortalecer la economía local y proyectar la riqueza cultural a escala internacional. Colaborar con estas entidades puede ofrecer una serie de ventajas, desde asesoramiento sobre trámites aduaneros hasta la obtención de la financiación y los recursos necesarios para exportar con eficacia. Estas alianzas estratégicas pueden abrir las puertas a programas de asesoramiento especializado, proporcionando orientación práctica sobre los requisitos reglamentarios y las normas internacionales. La colaboración con entidades gubernamentales también puede allanar el camino a la financiación para apoyar la inversión necesaria para mejorar la calidad del producto, el envasado y otros aspectos esenciales para competir en los mercados internacionales.

Además, estas asociaciones pueden reforzar la voz del sector artesanal a nivel gubernamental, abogando por políticas y medidas que faciliten la exportación de

productos artesanales. Esto contribuye no solo a la expansión individual de los artesanos, sino también al desarrollo sostenible del sector en su conjunto.

La estrategia de colaboración con entidades gubernamentales se erige como un componente estratégico clave para empoderar a los artesanos textiles. Mediante el establecimiento de alianzas con entidades gubernamentales y organizaciones especializadas, los artesanos pueden no solo superar las barreras logísticas y financieras, sino también contribuir al fortalecimiento de la infraestructura de apoyo a la artesanía, generando un impacto positivo a largo plazo en la industria y su proyección global.

d) Investigación de Mercado Adicional:

La ejecución de "Estudios de mercado adicionales" surge como estrategia fundamental, dirigida a realizar estudios de mercado más detallados, centrados especialmente en el mercado estadounidense y otros destinos potenciales para los mantones bordados. La atención se dirige hacia un conocimiento profundo de las preferencias de los consumidores, las tendencias del mercado y la dinámica de la competencia. Este análisis exhaustivo es una fuente de información inestimable, que aporta datos cruciales para adaptar la estrategia de exportación y lograr un posicionamiento eficaz de los mantones bordados en el ámbito internacional. El estudio de mercado se propone como una herramienta esencial para comprender las demandas y expectativas específicas de los consumidores en los destinos potenciales. El análisis va más allá de las preferencias estilísticas, abarcando las tendencias actuales del mercado y evaluando la posición de la competencia. Al profundizar en estas áreas, se busca información detallada que sirva de guía estratégica para ajustar no solo el diseño de los mantos bordados, sino también su presentación y comercialización, garantizando así una respuesta eficaz a las necesidades del mercado internacional.

Este enfoque estratégico reconoce la dinámica cambiante de los mercados mundiales y subraya la importancia de mantenerse al día de las últimas tendencias y

preferencias de los consumidores. Una investigación detallada no solo proporciona información sobre cómo adaptar los productos a las expectativas del mercado objetivo, sino que también ofrece una ventaja competitiva al fundamentar la toma de decisiones estratégicas. En última instancia, este análisis en profundidad contribuirá a una estrategia de exportación más informada y eficaz, posicionando sólidamente los mantones bordados en los mercados internacionales identificados.

e) Desarrollo de un Plan de Negocios Integral:

Emprender el desarrollo de un "Plan de Negocio Integral" constituye una estrategia central, destinada a crear un plan detallado y sólido para la exportación de chales bordados. Este proceso abarcaría un análisis financiero exhaustivo, estrategias de marketing, proyecciones de ventas y un enfoque minucioso de la gestión logística. Un plan completo y bien estructurado no solo sería una herramienta estratégica, sino que también serviría de guía esencial para los artesanos, proporcionándoles una visión clara y coherente de la dirección que deben tomar para maximizar el éxito en la exportación de sus productos textiles.

El énfasis principal de esta estrategia está en la elaboración meticulosa de un plan de negocio que aborde todos los aspectos cruciales del proceso de exportación. Esto implica un riguroso análisis financiero, en el que se evalúen los costes, los márgenes de beneficio y las posibles inversiones. Además, se desarrollarían estrategias de marketing específicas para los chales bordados, teniendo en cuenta los aspectos culturales y estéticos que los hacen únicos. Las proyecciones de ventas proporcionarían una previsión de la demanda potencial en los mercados de destino, lo que permitiría una planificación más precisa.

Además, el enfoque detallado de la gestión logística dentro del plan de negocio garantizará que los artesanos estén plenamente preparados para los retos operativos de la exportación. Esto abarcaría desde la producción hasta la entrega, garantizando la

eficiencia y la calidad en cada etapa del proceso. En última instancia, este plan integral se convierte en una herramienta estratégica y educativa para los artesanos, proporcionándoles un marco sólido para lograr el éxito en la exportación de sus chales bordados, alineando sus objetivos con una estrategia clara y bien definida.

Análisis FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materias primas de calidad, lo cual se transforma en una ventaja competitiva. • Las telas a utilizar son originales y 100% algodón. • El personal con que se trabajará para la confección, se encuentra capacitado en talleres de corte y confección. • Adaptabilidad de la mano de obra para acoplarse a diversos escenarios cambiantes. • Diseños coloridos y exclusivos. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuestro producto es poco conocido.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existen pocas tiendas que ofrecen prendas especiales. • Falta de creatividad por parte de la competencia. • Aprovechamiento de modas y tendencias. • Ampliar canales de distribución, permitirá una mayor penetración de mercado. • Métodos eficientes de comercialización y promoción de productos. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios bajos. • Posible desplazamiento de algodón nacional por parte de algodón transgénico. • Cambios en tendencias hacia prendas sintéticas. • Creciente sector informal y pirataje de marcas.

COSTOS

Mantos bordados diseño pavos reales	
Costo fijo unitario	10
Costo fijo total	600,000
Costo variable unitario	6
Costo variable total	360,000
Costo total unitario	16
Capacidad producción real (unidades)	60,000
Margen de utilidad sobre el costo	75%
Total Costos	960,000
Precio Unitario	64
Total Ventas anuales	3,840,000

Mantos bordados diseño Flores monsefuanas	
Costo fijo unitario	10
Costo fijo total	600,000
Costo variable unitario	6
Costo variable total	360,000
Costo total unitario	16
Capacidad producción real (unidades)	60,000
Margen de utilidad sobre el costo	75%
Total Costos	960,000
Precio Unitario	64
Total Ventas anuales	3,840,000

Mantos bordados diseño primaveral	
Costo fijo unitario	10
Costo fijo total	600,000
Costo variable unitario	6
Costo variable total	360,000
Costo total unitario	19
Capacidad producción real (unidades)	60,000
Margen de utilidad sobre el costo	75%
Total Costos	960,000
Precio Unitario	64
Total Ventas anuales	3,840,000

COSTOS TOTALES	2,880,000
VENTAS TOTALES	11,520,000

$$P = \frac{\text{COSTO TOTAL UNITARIO}}{1 - \text{MARGEN DE UTILIDAD SOBRE EL COSTO}}$$

P=	16	= S/.64
	1 - 0,75	

PROYECCIÓN DE PRODUCCION Y PROYECCION DE INGRESOS POR VENTAS

PROYECCION DE PRODUCCION Y UNIDADES VENDIDAS										
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
DISEÑO PAVAS	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
Talla S	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
Talla M	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000
Talla L	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
DISEÑO FLORES	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
Talla S	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
Talla M	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000
Talla L	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
DISEÑO PRIMAVERAL	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
Talla S	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
Talla M	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000
Talla L	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000

PROYECCION DE INGRESOS POR VENTAS										
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
DISEÑO PAVAS	3,840,000	3,840,000	3,840,000	3,840,000	3,840,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000
Talla S	1,280,000	1,280,000	1,280,000	1,280,000	1,280,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000
Talla M	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	2,880,000	2,880,000	2,880,000	2,880,000	2,880,000
Talla L	640,000	640,000	640,000	640,000	640,000	960,000	960,000	960,000	960,000	960,000
DISEÑO FLORES	3,840,000	3,840,000	3,840,000	3,840,000	3,840,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000
Talla S	1,280,000	1,280,000	1,280,000	1,280,000	1,280,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000
Talla M	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	2,880,000	2,880,000	2,880,000	2,880,000	2,880,000
Talla L	640,000	640,000	640,000	640,000	640,000	960,000	960,000	960,000	960,000	960,000
DISEÑO PRIMAVERAL	3,840,000	3,840,000	3,840,000	3,840,000	3,840,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000	5,760,000
Talla S	1,280,000	1,280,000	1,280,000	1,280,000	1,280,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000
Talla M	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	2,880,000	2,880,000	2,880,000	2,880,000	2,880,000
Talla L	640,000	640,000	640,000	640,000	640,000	960,000	960,000	960,000	960,000	960,000

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA (en nuevos soles)											
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos por ventas		11,520,000	11,520,000	11,520,000	11,520,000	11,520,000	17,280,000	17,280,000	17,280,000	17,280,000	17,280,000
Costos de Producción		-2,880,000	-2,880,000	-2,880,000	-2,880,000	-2,880,000	-1,440,000	-1,440,000	-1,440,000	-1,440,000	-1,440,000
Gastos Adm. Y Vtas.		-2,304,000	-2,304,000	-2,304,000	-2,304,000	-2,304,000	-2,304,000	-2,304,000	-2,304,000	-2,304,000	-2,304,000
Gastos Financieros		-460,800	-460,800	-460,800	-460,800	-460,800	-460,800	-460,800	-460,800	-460,800	-460,800
Depreciación		-87,044	-87,044	-87,044	-87,044	-87,044	-87,044	-87,044	-87,044	-87,044	-87,044
Utilidad antes de Impuestos		5,788,156	5,788,156	5,788,156	5,788,156	5,788,156	12,988,156	12,988,156	12,988,156	12,988,156	12,988,156
Impuesto (IR)		-1,736,447	-1,736,447	-1,736,447	-1,736,447	-1,736,447	-3,896,447	-3,896,447	-3,896,447	-3,896,447	-3,896,447
Depreciación		87,044	87,044	87,044	87,044	87,044	87,044	87,044	87,044	87,044	87,044
Inv. en Activos Fijos	-870,440	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inv. en Cap. De Trabajo	-5,000,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5,000,000
Valor de Recupero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	150,000
FLUJO DE CAJA	-5,870,440	4,138,753	4,138,753	4,138,753	4,138,753	4,138,753	9,178,753	9,178,753	9,178,753	9,178,753	14,328,753

Gastos administrativos y ventas	20%
Gastos financieros	16%

COSTOS TOTALES	2,880,000
VENTAS TOTALES	11,520,000
Depreciación (10%)	87,044

VAN (40%) económico	11,929,425
TIR económico	75%

Maquinaria y equipo	Precio U	Precio Total
(10) maquinas de coser industrial	50,000	500,000
(7) Remalladoras industrial	2,000	14,000
(10) tableros para cortes	100	1,000
(20) Estanteria	200	4,000
(5) planchas	70,000	350,000
(12) Tijeras	100	1,200
(12) Reglas	20	240
Total		870,440

3.2 Discusión de resultados

Los resultados obtenidos convergen con los hallazgos de Purisaca (2020), quien confirmó la favorable recepción de los textiles peruanos a nivel global, lo cual se alinea con la aceptación de los mantos bordados en ferias internacionales y el potencial identificado en el mercado estadounidense.

Existe una relación con los estudios de Seminario (2018), Montoya y Peralta (2018), quienes identificaron la carencia de conocimientos en exportación como un obstáculo relevante para los artesanos monsefuanos, aspecto que es abordado en la presente investigación mediante estrategias de capacitación y desarrollo de un plan de negocios integral.

Por su parte, Tineo (2018), quien destacó la relevancia de las tradiciones familiares de los artesanos de Monsefú para la preservación de su cultura y la comercialización de sus productos, lo cual se aborda en la estrategia propuesta de marketing cultural para resaltar la riqueza cultural de los mantos bordados.

Mientras que la presente investigación se centra exclusivamente en los mantos bordados, algunos trabajos previos, como el de Corrales (2017), se enfocaron en productos diferentes, como las prendas de alpaca, lo cual representa una divergencia en cuanto al objeto de estudio.

Si bien la presente investigación se enfoca en el mercado estadounidense, algunos trabajos previos, como el de Corrales (2017), exploraron mercados alternativos, como Europa, lo que constituye una divergencia en cuanto a los mercados objetivo analizados.

Aunque los trabajos previos identificaron desafíos y propusieron soluciones generales, la presente investigación presenta un nivel de detalle más profundo al proponer un plan de negocios integral con estrategias específicas en áreas como capacitación, marketing cultural, colaboración con entidades gubernamentales, investigación de mercado y desarrollo de un plan de negocios detallado.

Un aspecto clave que merece una discusión más profunda es el rol que desempeñan las entidades gubernamentales y las organizaciones privadas en el fomento de las exportaciones de productos artesanales. Si bien los trabajos previos como el de Montoya y Peralta (2018) reconocen la falta de apoyo institucional, la presente investigación va un paso más allá al proponer una estrategia de colaboración con estas entidades. Esta propuesta se sustenta en el potencial que tiene la participación activa de organismos estatales y privados para brindar asesoramiento, capacitación, financiamiento y respaldo en la superación de barreras logísticas y burocráticas que enfrentan los artesanos. Tal enfoque podría resultar crucial para fortalecer las capacidades exportadoras y facilitar el acceso a mercados internacionales, lo que a su vez contribuiría al desarrollo económico sostenible de las comunidades artesanales.

Otro aspecto relevante a discutir es la importancia de la investigación de mercado adicional y el desarrollo de un plan de negocios integral, estrategias propuestas en la presente investigación. Si bien algunos trabajos previos han abordado parcialmente estas cuestiones, la profundidad y el detalle con el que se plantean en este estudio representan una contribución significativa. La realización de estudios de mercado exhaustivos, centrados en comprender las preferencias de los consumidores, las tendencias del mercado y la dinámica de la competencia, puede proporcionar una ventaja competitiva crucial al fundamentar la toma de decisiones estratégicas. Aunado a ello, el desarrollo de un plan de negocios integral que abarque análisis financiero, estrategias de marketing, proyecciones de ventas y enfoques logísticos detallados, puede servir como una guía esencial para los artesanos, proporcionándoles una visión clara y coherente de la dirección a seguir para maximizar el éxito en la exportación de sus productos.

Por tanto, si bien existen convergencias sustanciales en cuanto a la aceptación de productos textiles peruanos, la falta de conocimiento sobre exportaciones y la importancia de la preservación cultural, también se observan divergencias en aspectos como los productos específicos analizados, los mercados objetivo y el nivel de detalle en las estrategias propuestas. Estas convergencias y divergencias permiten situar la presente

investigación en el contexto de los trabajos previos, resaltando sus contribuciones y aportaciones únicas al campo de estudio.

3.3 Aporte práctico

La exportación de textiles está dentro de las exportaciones con arancel cero que ingresan al mercado de estados unidos, por lo que este producto no tendría problemas para ingresar a dicho mercado debido a que se encuentra dentro del tratado de libre comercio.

Como consecuencia de lo investigado, sabemos que los bordados tienen gran acogida en las ferias internacionales. Por lo que se recomienda exportar dicho producto, con cultura, esto quiere decir incluir en cada bordado alguna ficha en la cual narré historia o el porqué de dicho bordado haciéndolo único. Dicho esto, se estaría vendiendo un valor agregado que es la narración de la cultura monsefuana en base a sus bordados. Se sabe así también que al mercado estadounidense le llama la atención la cultura de otros países y sus bordados, haciendo de este producto un producto muy atractivo para ellos.

Se recomienda también ingresarlo en tiendas culturales ya que esos lugares son los lugares visitados por las personas de otros países.

Otra forma de poder exportar y vender este producto es la creación de una página web en la cual incluya un carrito de compras y así poder realizar la venta de dichos productos mediante catálogos en línea.

Las estrategias de promoción de este producto se deben centrar en que son realizados a mano, las exigencias de parte del consumidor americano son entorno principalmente a la buena calidad del producto y sus acabados, los colores de los bordados y las figuras.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

El análisis exhaustivo de la situación nacional e internacional de los mantos bordados ha permitido determinar su favorable aceptación en el mercado de Estados Unidos para el año 2024. Los resultados estadísticos, aunados a la positiva recepción en ferias internacionales, respaldan el potencial de este producto artesanal en el mercado estadounidense, destacando su singularidad cultural y atractivo para los consumidores que valoran artículos étnicos y hechos a mano.

El análisis del nivel de producción de la Asociación Arte y Cultura Monsefuana durante el período 2021-2023 ha revelado una tendencia fluctuante influenciada por la estacionalidad y la demanda en eventos específicos. Si bien la empresa ha demostrado capacidad de adaptación y flexibilidad en la gestión de recursos, los datos cuantitativos sugieren la necesidad de optimizar los procesos productivos y aprovechar al máximo las oportunidades de crecimiento.

La propuesta de un plan de negocios integral para la exportación de mantos bordados al mercado de Estados Unidos en 2024 representa una contribución significativa de esta investigación. Las estrategias detalladas en áreas clave, como capacitación en procesos de exportación, marketing cultural, colaboración con entidades gubernamentales, investigación de mercado adicional y desarrollo de un plan de negocios exhaustivo, brindan una hoja de ruta sólida para el éxito en la internacionalización de la empresa.

Finalmente, la presente investigación ha logrado elaborar un plan de negocios sólido y comprehensivo para la exportación de mantos bordados de la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos en el año 2024. Este plan integra estrategias específicas fundamentadas en un análisis profundo de la situación actual, el nivel de producción de la empresa y las oportunidades en el mercado estadounidense. Al abordar

desafíos clave como la falta de conocimiento en procesos de exportación, la necesidad de preservar la riqueza cultural y la importancia de una investigación de mercado exhaustiva, el plan de negocios propuesto sienta las bases para el éxito en la internacionalización de la empresa y el posicionamiento efectivo de sus productos en el mercado objetivo.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda aprovechar la aceptación anticipada de los mantos bordados en el mercado estadounidense para establecer una sólida estrategia de posicionamiento. Esto implica resaltar los elementos culturales y artesanales que los diferencian, empleando técnicas de marketing efectivas y canales de comercialización adecuados, como tiendas especializadas y plataformas de venta en línea.

Se recomienda implementar un sistema de planificación y control de la producción que permita anticipar y responder de manera más eficiente a las fluctuaciones de la demanda. Esto puede lograrse mediante la implementación de técnicas de pronóstico de ventas, gestión de inventarios y programación de la producción, lo que permitiría maximizar la utilización de recursos y satisfacer la demanda de manera óptima.

Se recomienda la implementación rigurosa del plan de negocios propuesto, asignando recursos adecuados y estableciendo un sistema de monitoreo y evaluación continua. Además, se sugiere mantener una estrecha comunicación y colaboración con las entidades gubernamentales y organizaciones privadas relevantes, con el fin de aprovechar al máximo el apoyo disponible y garantizar el éxito de las estrategias planteadas.

Se recomienda la implementación integral del plan de negocios propuesto, asegurando la asignación de recursos adecuados, tanto humanos como financieros, para ejecutar eficazmente cada una de las estrategias detalladas. Además, es fundamental mantener una comunicación constante y una estrecha coordinación entre todos los actores involucrados, incluyendo la gerencia, los artesanos, las entidades gubernamentales y las organizaciones privadas relevantes. Esto permitirá aprovechar al máximo las sinergias y el

apoyo disponible, a la vez que se monitorea continuamente el progreso y se realizan ajustes cuando sea necesario. La implementación exitosa de este plan de negocios integral tiene el potencial de impulsar el crecimiento sostenible de la empresa, fortalecer su competitividad en el mercado internacional y contribuir al desarrollo económico de la comunidad artesanal de Monsefú.

REFERENCIAS

Asociación de Exportadores. (19 de enero de 2023). *Artesanía peruana cerraría el 2022 con despachos por US\$ 42 millones.*

<https://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/artesania-peruana-cerraria-el-2022-con-despachos-por-us-42-millones/#:~:text=ARTESAN%C3%8DA%20PERUANA%20CERRAR%C3%8DA%20EL%202022%20CON%20DESPACHOS%20POR%20US%24%2042%20MILLONES&text=El%20presidente%20del%20Comit%C3%A9%20de,US%24%2065%20millones%20del%202012.>

Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (19 de mayo de 2023). *Cusco:*

Ponen a disposición tecnología de vanguardia beneficiando así el sector textil camélidos. <https://www.agroperu.pe/cusco-ponen-a-disposicion-tecnologia-de-vanguardia-en-beneficio-del-sector-textil-camelidos/>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (25 de febrero de 2022). *El 29.1% del total exportado son exportaciones no tradicionales.*

¿Cómo afectarían su rendimiento los cambios al régimen laboral del sector?

[https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/el-291-del-total-exportado-son-exportaciones-no-tradicionales-como-afectarian-su-rendimiento-los-cambios-al-regimen-laboral-del-](https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/el-291-del-total-exportado-son-exportaciones-no-tradicionales-como-afectarian-su-rendimiento-los-cambios-al-regimen-laboral-del-sector#:~:text=En%202021%2C%20las%20exportaciones%20no,seg%C3%BAn%20cifras%20de%20la%20Sunat.)

[sector#:~:text=En%202021%2C%20las%20exportaciones%20no,seg%C3%BAn%20cifras%20de%20la%20Sunat.](https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/el-291-del-total-exportado-son-exportaciones-no-tradicionales-como-afectarian-su-rendimiento-los-cambios-al-regimen-laboral-del-sector#:~:text=En%202021%2C%20las%20exportaciones%20no,seg%C3%BAn%20cifras%20de%20la%20Sunat.)

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2022). *Según*

Sunat el valor de las exportaciones no tradicionales concentró una suma de

US\$ 16,387 millones. [https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/el-291-del-](https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/el-291-del-total-exportado-son-exportaciones-no-tradicionales-como-afectarian-su-rendimiento-los-cambios-al-regimen-laboral-del-sector#:~:text=En%202021%2C%20las%20exportaciones%20no,seg%C3%BAn%20cifras%20de%20la%20Sunat.)

[total-exportado-son-exportaciones-no-tradicionales-como-afectarian-su-
rendimiento-los-cambios-al-regimen-laboral-del-sector](#)

- Corrales, M. (2017). *Proyecto de exportación de prendas de vestir de alpaca a Suecia*. [Trabajo de investigación de Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10757/624051>
- Gestión (16 de enero de 2019). *Exportadores textiles peruanos apuestan por mayor valor agregado*. <https://gestion.pe/economia/exportadoras-textiles-peruanas-apuestan-mayor-agregado-255835-noticia/>
- Montoya, S. & Peralta, A. (2018). *Propuesta de mejora para el desarrollo de la actividad artesanal del distrito de Monsefú* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Institucional USAT. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1544/1/TL_MontoyaSanchezLariza_PeraltaAvilaRoxana.pdf
- Promperú (2019). *Requisitos de acceso a mercados (RAM)*. <https://ram.promperu.gob.pe/>
- Purisaca, E. (2020). *Mercadotecnia y exportaciones de la asociación de artesanos de Monsefú-Chiclayo en el año 2020*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63086/Purisaca_SEM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Seminario, K. (2018). *Plan de negocios para la exportación de blusas bordadas a mano al mercado de Chile de la asociación Arte y Cultura Monsefuana – Lambayeque, 2018-2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9709/Seminario>

o%20Iman%2C%20Kathy%20Yasmine.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tineo, G. (2018). *Propuesta de diseño de una marca colectiva para la exportación de artesanía de los productores y artesanos de la ciudad de Monsefú hacia los Estados Unidos de América al año 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5243/Tineo%20Salas%2c%20Gianella%20Elizabeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INVENTARIOS

Se utilizó los siguientes materiales para esta investigación:

- Manto bordado.
- Guía de entrevista.
- Análisis de documentos
- Laptop.
- Lapiceros.
- Presupuesto económico.

INSTRUMENTOS

- Guía de entrevistas
- Análisis documental

DOCUMENTOS ILUSTRATIVOS

ENTREVISTA

CARGO: Directora de la Asociación Arte y Cultura Monsefuana.

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR: Jacqueline Ayasta.

LUGAR: 28 de julio – Monsefú

FECHA: 22 de Setiembre

HORA: 4: 15 pm

Buenas tardes mi nombre es Dayanara Tatiana Torres Chimoy, soy de la escuela de negocios internacionales de la facultad de ciencias empresariales, estoy realizando una entrevista a usted la señora Jacqueline Ayasta gerente de la asociación ARTE Y CULTURA MONSEFUANA, para poder obtener la información deseada para resolver mi tesis titulada LA EXPORTACIÓN DE MANTOS BORDADOS AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS 2021 – 2023.

1. ¿QUÉ TIPOS DE PRODUCTOS ARTESANALES ELABORA?

Los productos artesanales que elaboro son varios, entre ellos están los vestuarios, mantos, bolsos, carteras, blusas, faldas, camisas y accesorios.

2. ¿CUÁNTO PRODUCE MENSUALMENTE?

Depende, hay meses muy buenos, como son las fiestas patrias o las ferias, en las que muchos pobladores y hasta gente extranjera vienen a visitar la ciudad. Normalmente (en días no especiales) mis ventas pueden superar hasta los S/.3000.00

3. ¿QUÉ TÉCNICAS SON LAS QUE UTILIZA?

Tengo un legado histórico conocido por nuestro bordado a mano, esta forma que adoptamos toda mi familia comenzó con mi abuelo, hacemos las cosas con amor y cosas del corazón, con cada detalle que identifique el sacrificio y empeño que ponemos en nuestro

trabajo.

4. ¿QUÉ MATERIALES UTILIZA PARA LA ELABORACIÓN DE MANTOS BORDADOS?

Para la elaboración de mantos bordados se necesita: tela tul, algodón pima e hilos de colores dependiendo del bordado que sugiera el cliente o los colores.

5. SI ALGUNA ASOCIACION LE BRINDA APOYO PARA REALIZAR SU PRIMERA EXPORTACIÓN. ¿QUÉ PRODUCTOS DESEARÍA EXPORTAR?

Los productos que desearía exportar son los mantos bordados, las blusas o camisas bordadas, o bolsos.

6. ¿QUÉ CONOCIMIENTO TIENE USTED ACERCA DEL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE MANTOS BORDADOS EN LAMBAYEQUE?

Tengo varios colegas en este ámbito, sin ir muy lejos en el parque existen varias personas que producen mantos bordados, en Lambayeque los mantos bordados son girados para imágenes esculpidas con las temáticas doradas y brillosos, mientras que en monsefú los bordados son más culturales, enfocados en las flores y animales como son la pava real y sus hilos son multicolores.

7. ¿QUÉ INFORMACIÓN PUEDE BRINDARNOS ACERCA DEL PRECIO DE MANTOS BORDADOS?

El precio de los mantos bordados se distingue por el tamaño y la complejidad del producto. Muchos mantos bordados son realizados a mano (como es el caso de nuestra asociación). Mientras que otras asociaciones sus mantos bordados son más baratos ya que son realizados a máquina, bordados sin dedicación.

8. EXISTEN BORDADOS DE DISTINTOS TAMAÑOS Y COMPLEJIDAD ¿CUAL ES LA FORMA DE COTIZACIÓN COMERCIAL DE ESTE PRODUCTO?

La forma de cotización comercial depende del tamaño y complejidad como lo menciona. Si el bordado es a máquina, el precio es más cómodo que el precio de un bordado, llegando este desde 25 soles a 920 soles

9. ¿PODRÍA DECIRNOS CUAL ES SU PRINCIPAL COMPETIDOR INTERNACIONAL?

Desde que visitamos esa feria internacional y mi equipo fue elegido para representar el país pudimos observar que nuestro principal competidor es México. No nos quedamos chicos ante ese país, puesto que los estadounidenses decidieron por nuestros bordados, logrando formar colas para que puedan aprender a realizar nuestros bordados a mano.

10. SEGÚN LA INFORMACION DICTADA POR SU PERSONA, NUESTRO PRINCIPAL COMPETIDOR ES MÉXICO CON SUS COLORIDOS BORDADOS. ¿PODEMOS SER UN BUEN COMPETIDOR ANTE MEXICO?

Claro, nosotros seguimos manteniendo la cultura viva mientras que los demás (MEXICO) se inclinan por la nueva moda, Estoy segura que podemos llegar a ser un buen competidor y mantener nuestra cultura viva

VALIDACIÓN (ENTREVISTA A LA DIRECTORA)

Tabla 1

ACTIVIDAD ECONOMICA		
Producción	¿Qué tipos de productos artesanales elabora?	
	¿Cuánto es lo que produce mensualmente?	
	¿Qué técnicas son utilizadas en la elaboración de mantos bordados?	
DOCUMENTACIÓN		
Información del producto	¿Qué materiales utiliza para la elaboración de mantos bordados?	
	Si alguna asociación le brinda apoyo para realizar su primera exportación ¿qué productos desearía exportar?	
Contrato de compraventa internacional	¿Qué conocimiento tiene usted acerca del nivel de producción de mantos bordados en Lambayeque?	
	¿Qué información puede brindarnos acerca del precio de los mantos bordados o bordados en general?	
	Existen bordados de distintos tamaños y complejidad ¿cuál es la forma de cotización comercial de este producto?	
	Podría brindarnos conocimiento acerca de ¿cuál es su principal competidor internacional conforme a este producto?	
	Según la información obtenida, nuestro principal competidor es México con sus coloridos bordados ¿podemos ser un buen competidor ante México?	

JUICIO DE EXPERTOS

Estimado Mag /

Doctor(a).....

Por la presente, reciba usted mi saludo cordial y fraterno; al mismo tiempo solicito de su sapiencia profesional para que emita juicios sobre “PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE MANTOS BORDADOS MONSEFUANOS AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS 2018 – 2021” Que se le presenta.

Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto en la materia y se necesita su valiosa opinión; para tal fin debe marcar con un aspa (x) para cada indicador en la columna que considere conveniente.

Tenga a bien evaluar los siguientes ítems del cuestionario aplicado a de acuerdo a las siguientes categorías:

De acuerdo (A) (3)	En desacuerdo (D) (2)	Totalmente de acuerdo (TD) (1)

Le agradezco profundamente su fina atención.

Atentamente:

Adjunto:

- Cuadro de operacionalización de variables
- Instrumento de recolección de los datos (cuestionario) con alternativas para su validación.
- Ficha de validación.

CUSTIONARIO

Tabla 13

N°	ÍTEM	VALORACIÓN		
		A	D	T
1	¿Qué certificaciones y requisitos exigen en el mercado estadounidense para el ingreso de productos como son los textiles bordados?			
2	¿Qué ferias internacionales se llevan a cabo en estados unidos que tenga relación con los productos textiles culturales?			
3	¿Cuáles son las restricciones y facilidades que tiene estados unidos para el ingreso de estos productos?			
4	¿Cuáles son los canales de distribución que mayormente son utilizados en estados unidos?			
5	¿Qué ventajas considera como principales estrategias de promoción para la venta de textiles en el mercado de estados unidos?			
6	¿Cuáles considera usted que son las exigencias que tiene los consumidores estadounidenses respecto a los productos como son los mantos bordados monsefuanos?			
7	¿Qué tipo de exportación recomienda para su ingreso en el mercado de estados unidos?			
8	¿Qué estrategia considera usted que se debe utilizar para fijar el precio al momento de ingresar al mercado de estados unidos?			
9	De acuerdo a su experiencia qué lugar seria el ideal para vender un producto como los mantos bordados monsefuanos a) Supermercados b) Tiendas locales c) Tiendas culturales d) Tienda de accesorios e) Tiendas especializadas (artesanía)			
10	Considera que con un plan de negocio es viable la exportación de mantos bordados a estados unidos			

11	De acuerdo a su experiencia ¿qué estrategia de crecimiento le recomendaría a la asociación arte y cultura monsefuana (la empresa con la que estamos realizando este proyecto)?			
----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

Se le agradece cualquier observación, sugerencia o recomendación sobre algún de los acápite propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Validado por el Mag. Dr(a): _____

Especialidad: _____

Tiempo de docencia universitaria: _____

Tiempo de experiencia profesional: _____

Tiempo de experiencia en investigación científica: _____

Fecha.....
.....

Mag. Dr. (a)

VALIDACIÓN A EXPERTOS

Experto:

Danna Jimenez Boggio

PREGUNTA	RESPUESTA
<i>¿Qué certificaciones y requisitos exigen en el mercado estadounidense para el ingreso de productos como son los textiles bordados?</i>	Certificado de origen, es por acogerse a las preferencias arancelarias, certificado de calidad (por el cliente) Luego no hay otro certificado obligatorio para el ingreso de estados unidos.
<i>¿Qué ferias internacionales se llevan a cabo en estados unidos que tengan relación con los productos textiles culturales?</i>	Malibu Arts Festival Smart jewelry show LAMKT CHA MEGA
<i>¿Cuáles son las restricciones y facilidades que tiene estados unidos para el ingreso de estos productos?</i>	No es una restricción, pero hay que enviar un documento llamado ISF10+2 si es via marítima. Con respecto a las facilidades se llevan a cabo según las facilidades del tratado de libre comercio, estas partidas de los textiles están incluidas dentro del tratado, ingresando con arancel 0
<i>¿Cuáles son los canales de distribución que mayormente son utilizados en estados unidos?</i>	Canal de distribución indirecto en el cual se tiene que adicionar a un bróker o agente o representante en destino, salvo que esta vaya a una empresa peruana que labora en estados unidos, pero si es una empresa netamente norteamericana quizá pueda tener algunos inconvenientes con respecto al

canal de distribución, pero si es alguna empresa peruana el canal de distribución puede ser directo.

¿Qué ventajas considera como principales estrategias de promoción para la venta de textiles en el mercado de estados unidos?

Las estrategias de promoción se deben centrar porque son productos hechos a mano, tienen un valor agregado, y un plus para la adquisición de este tipo de productos en los estados unidos, otro tipo de promoción bastante demandada en los estados unidos es contar con una página web para ellos es necesario y les crea cierto estado de confiabilidad y formalidad, quizá las compras se pueden hacer por este medio si es interactiva y tiene su carrito de compras y la participación en ferias internaciones.

¿Cuáles considera usted que son las exigencias que tiene los consumidores estadounidenses respecto a los productos como son los mantos bordados monsefuanos?

Las exigencias entorno al consumidor norteamericano principalmente es entorno a la calidad del producto, tiene que tener buenos acabados, tiene que llevar colores que a ellos les llame la atención, verificar tendencias de consumo, debería tener una etiqueta donde describe que está hecho a mano, ellos lo compran mucho cuando el tema tiene que ver con historia, quizá en una etiqueta o caja debería ir la historia de la asociación, como elaboran manualmente, o como son personas artesanas de bajos recurso, si estos mantos tienen figuras o símbolos culturales, explicarles de que trata ese símbolo

	o que representa y explicarles su historia y significado.
<i>¿Qué tipo de exportación recomienda para su ingreso en el mercado de estados unidos?</i>	El tipo de exportación debería ser directa siempre y cuando vaya a alguna empresa peruana que venda artesanías en estados unidos, y exportación indirecta si este producto va para una empresa netamente americana
<i>¿Qué estrategia considera usted que se debe utilizar para fijar el precio al momento de ingresar al mercado de estados unidos?</i>	Vigilar el costo de producción, agregar el valor agregado (sujeto a que es un producto elaborado a mano e implementar el precio)
<i>De acuerdo a su experiencia qué lugar sería el ideal para vender un producto como los mantos bordados monsefuanos</i> a) Supermercados b) Tiendas locales c) Tiendas culturales d) Tienda de accesorios e) Tiendas especializadas (artesanía)	Tiendas culturales Las tiendas de accesorios Las tiendas especializadas No opto por las otras tiendas porque allí no irán a buscar estos productos.
<i>Considera que con un plan de negocio es viable la exportación de mantos bordados a estados unidos</i>	En el plan de negocio visualizar tema como la visión misión que objetivos tiene la asociación de artesanos, a donde quieren llegar, cuales sus costos, cuanto sería el precio, ver el tema de rentabilidad, para determinar qué tan viable puede ser ese negocio, es necesario implementarlo, es necesario gestionarlo para mantener una guía

	básica donde esta asociación pueda seguir.
<i>De acuerdo a su experiencia qué estrategia de crecimiento le recomendaría a la asociación arte y cultura monsefuana (la empresa con la que estamos realizando este proyecto)</i>	La estrategia de crecimiento es la de mercado nuevo, y producto nuevo, es un producto nuevo no para ellas, pero es un producto nuevo probablemente para el mercado de destino

Experto:

MAGISTER: PINGLO
JURADO FATIMA DE LA
MERCED

PREGUNTA	RESPUESTA
<i>¿Qué certificaciones y requisitos exigen en el mercado estadounidense para el ingreso de productos como son los textiles bordados?</i>	Exigencia de los siguientes documentos: Ficha técnica. Cotización. Información del precio. Instrucciones de embarque. Factura comercial. Certificado de origen. Guía de remisión. Booking confirmation Packing list. Poder especial al operador logístico. Bill of lading.
<i>¿Qué ferias internacionales se llevan a cabo en estados unidos que tengan relación con los productos textiles culturales?</i>	Malibu Arts Festival Smart jewelry show LAMKT CHA MEGA
<i>¿Cuáles son las restricciones y facilidades que tiene estados unidos para el ingreso de estos productos?</i>	Estados unidos no tiene ninguna restricción para el ingreso de nuestro producto al mercado
<i>¿Cuáles son los canales de distribución que</i>	Canal de distribución indirecto en el cual se tiene que adicionar a un

<i>mayormente son utilizados en estados unidos?</i>	bróker o agente o representante en destino
<i>¿Qué ventajas considera como principales estrategias de promoción para la venta de textiles en el mercado de estados unidos?</i>	El mercado de estados unidos tiene gran tendencia por los textiles artesanales por eso es que ingresan gran variedad de ferias internacionales
<i>¿Cuáles considera usted que son las exigencias que tiene los consumidores estadounidenses respecto a los productos como son los mantos bordados monsefuanos?</i>	El valor agregado y la majestuosidad de sus detalles bordados
<i>¿Qué tipo de exportación recomienda para su ingreso en el mercado de estados unidos?</i>	Exportación indirecta
<i>¿Qué estrategia considera usted que se debe utilizar para fijar el precio al momento de ingresar al mercado de estados unidos?</i>	El valor agregado. Netamente concentrándome en los productos elaborados a mano
<i>De acuerdo a su experiencia qué lugar sería el ideal para vender un producto como los mantos bordados monsefuanos</i> a) Supermercados b) Tiendas locales	Tiendas culturales y tiendas especializadas.

-
- c) *Tiendas culturales*
 - d) *Tienda de accesorios*
 - e) *Tiendas especializadas (artesanía)*

¿Considera que con un plan de negocio es viable la exportación de mantos bordados a estados unidos?

Claro hoy en día los planes de negocio para rescatar la cultura con muy viables

De acuerdo a su experiencia qué estrategia de crecimiento le recomendaría a la asociación arte y cultura monsefuana (la empresa con la que estamos realizando este proyecto)

Seguir expandiéndose en este ambiente hasta llegar al reconocimiento extranjero. Es un producto nuevo y rescata totalmente nuestra cultura.

Experto:

METODOLOGA. BAZAN
VALQUE ROSA YSABEL

PREGUNTA

¿Qué certificaciones y requisitos exigen en el mercado estadounidense para el ingreso de productos como son los textiles bordados?

RESPUESTA

Exigencia de los siguientes documentos:
Ficha técnica.
Cotización.
Información del precio.
Guía de remisión.
Booking confirmation
Packing list.
Poder especial al operador logístico.
Bill of lading.

¿Qué ferias internacionales se llevan a cabo en estados unidos que tengan relación con los productos textiles culturales?

Malibu Arts Festival

¿Cuáles son las restricciones y facilidades que tiene estados unidos para el ingreso de estos productos?

No existe restricción alguna para el ingreso de los productos a estados unidos

¿Cuáles son los canales de distribución que mayormente son utilizados en estados unidos?

Canal de distribución directo, canal de distribución indirecta.

¿Qué ventajas considera como principales estrategias de promoción para la venta de textiles en el mercado de estados unidos?

La atracción que tienen los compradores estadounidenses por la artesanía y cultura de distintos países

¿Cuáles considera usted que son las exigencias que tiene los consumidores estadounidenses respecto a los productos como son los mantos bordados monsefuanos?

El buen acabado de los textiles, el color y trasfondo. El diseño de los bordados llamativos.

¿Qué tipo de exportación recomienda para su ingreso en el mercado de estados unidos?

Exportación indirecta si no se conoce al mercado que va dirigido. Exportación directa si el mercado conocido o la tienda dirigida es una tienda peruana.

¿Qué estrategia considera usted que se debe utilizar para fijar el precio al momento de ingresar al mercado de estados unidos?

El valor agregado, este producto va dirigido a tiendas específicas donde los consumidores buscan específicamente un producto.

De acuerdo a su experiencia qué lugar sería el ideal para vender un producto como los mantos bordados monsefuanos

- a) Supermercados
- b) Tiendas locales
- c) Tiendas culturales
- d) Tienda de accesorios
- e) Tiendas especializadas (artesanía)

Tiendas culturales

Tiendas de accesorios

Tiendas especializadas

¿Considera que con un plan de negocio es viable la exportación de mantos bordados a estados unidos?

Claro, este es un producto nuevo para el mercado, mediante estudio del tema y asesoramiento a la empresa este producto puede llegar a ser muy viable en el mercado de estados unidos.

De acuerdo a su experiencia ¿qué estrategia de crecimiento le recomendaría a la asociación arte y cultura monsefuana (la empresa con la que estamos realizando este proyecto)?

La asociación arte y cultura monsefuana es una empresa que tiene mucho futuro, la mano de obra es indispensable, así que la recomendación es que si este producto se vuelve viable, tendría que aumentar la mano de obra para poder abastecer a todos sus consumidores eficazmente.

ANEXOS

PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es aquel donde los ingresos totales se igualan a los costes totales. Vendiendo por encima de dicho punto, se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas

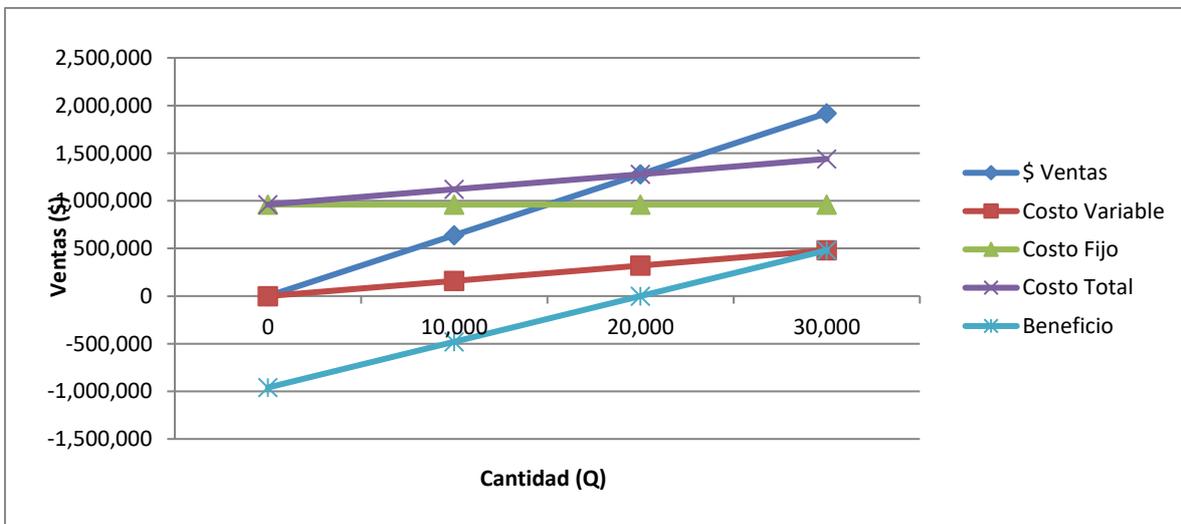
Datos iniciales

Precio Venta	64	
Coste Unitario	16	
Gastos Fijos Anual	960,000	
Pto. Equilibrio	20,000	Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	1,280,000	\$ de Equilibrio

Datos para el gráfico

Q Ventas	0	10,000	20,000	30,000
\$ Ventas	0	640,000	1,280,000	1,920,000
Costo Variable	0	160,000	320,000	480,000
Costo Fijo	960,000	960,000	960,000	960,000
Costo Total	960,000	1,120,000	1,280,000	1,440,000
Beneficio	-960,000	-480,000	0	480,000

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 20000.0 unidades mes



EVIDENCIAS



DIRECTORA DE LA ASOCIACION
ARTE Y CULTURA MONSEFUANA





MANTO BORDADO A
MANO
SIMBOLO: TEJEDORAS
ARTESANALES

Rochelle Blok
<http://rochelleblok.com.br>
Imagens © Stämpeln Upt. 17/06/2014



DISEÑO DE SIMBOLO EN EL MANTO BORDADO, REPRESENTANDO LAS PAVAS REALES MONSEFUANAS.



DISEÑO DE SIMBOLO EN EL MANTO BORDADO, REPRESENTANDO LAS FLORES PRIMAVERALES MONSEFUANAS.

DISEÑO PRIMAVERAL



DISEÑO DE SIMBOLO EN EL MANTO BORDADO, REPRESENTANDO LAS FLORES MONSEFUANAS.

DISEÑO FLORAL



COLABORADORAS Y SOCIAS DE LA ASOCIACION ARTE Y CULTURA
MONSEFUANA.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

CARTA DE ACEPTACIÓN

Pimentel, 10 de noviembre de 2023

Quien suscribe:

Sra. Manuela Jacqueline Ayasta Caicedo

Gerente general de la Asociación Arte y Cultura Monsefuana.

Autoriza:

Permiso para recojo de información pertinente en función a la elaboración de su tesis “La exportación de mantos bordados al mercado de Estados Unidos 2021 – 2023”

Por el presente, el que suscribe, señor (a) Jacqueline Ayasta Caicedo, representante legal de la Asociación Arte y Cultura Monsefuana, AUTORIZO a la alumna Torres Chimoy Dayanara Tatiana, identificada con DNI N° 72281939, estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y autora de la tesis “ La exportación de mantos bordados al mercado de Estados Unidos”, al uso de dicha información que conforma el expediente técnico de nuestra asociación, para uso exclusivamente académicos de la elaboración de su tesis ya mencionada.

Atentamente.

Manuela Jacqueline Ayasta Caicedo
Gerente General de la Asociación
Arte y Cultura Monsefuana
DNI: 16555397

Pimentel, 20 de noviembre de 2023

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la Investigación: **"Plan de negocios de mantos bordados de la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos, 2024"**

Investigador Responsable: Dayanara Tatiana Torres Chimoy

Institución: Universidad Señor de Sipán

Introducción: Usted ha sido invitado(a) a participar en un estudio de investigación relacionado con las exportaciones de mantos bordados al mercado estadounidense. Antes de decidir si desea participar, es importante que comprenda el propósito del estudio, los procedimientos, los riesgos y los beneficios involucrados. Le pedimos que lea detenidamente la siguiente información y realice cualquier pregunta que considere necesaria.

Propósito del Estudio: El propósito de este estudio proponer un plan de negocios de mantos bordados para la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos. Se busca comprender la situación actual, los niveles de producción y proponer un plan de negocios para mejorar la competitividad en el mercado de EEUU.

Procedimientos: Si acepta participar en este estudio, se le solicitará participar en una entrevista personal y/o proporcionar información relevante sobre las exportaciones de mantos bordados. La entrevista tendrá una duración aproximada de 20 minutos y se llevará a cabo en de forma virtual.

Riesgos y Beneficios: No se prevén riesgos significativos asociados con su participación en este estudio. La información recopilada se mantendrá confidencial y no se utilizará para ningún otro propósito que no sea esta investigación.

Los beneficios potenciales de esta investigación incluyen el aporte de conocimientos valiosos sobre las exportaciones de mantos bordados, lo cual puede ser útil para la toma de decisiones informadas y el fortalecimiento de la competitividad en el mercado internacional.

Confidencialidad: Toda la información recopilada en este estudio se mantendrá estrictamente confidencial. Su identidad no se revelará en ningún informe o publicación resultante del estudio.

Participación Voluntaria: Su participación en este estudio es completamente voluntaria.

Usted tiene el derecho de negarse a participar o de retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna consecuencia negativa.

Contacto: Si tiene alguna pregunta o inquietud sobre este estudio, no dude en comunicarse con Torres Chimoy, Dayanara Tatiana al celular: 930156410.

Consentimiento: He leído y comprendido la información proporcionada en este consentimiento informado. Todas mis preguntas han sido respondidas de manera satisfactoria. Acepto participar voluntariamente en este estudio de investigación.

Nombre del Participante: Mg. Pinglo Jurado Fátima de la Merced

Firma del Participante:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pinglo Jurado', written in a cursive style.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la Investigación: **"Plan de negocios de mantos bordados de la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos, 2024"**

Investigador Responsable: Dayanara Tatiana Torres Chimoy

Institución: Universidad Señor de Sipán

Introducción: Usted ha sido invitado(a) a participar en un estudio de investigación relacionado con las exportaciones de mantos bordados al mercado estadounidense. Antes de decidir si desea participar, es importante que comprenda el propósito del estudio, los procedimientos, los riesgos y los beneficios involucrados. Le pedimos que lea detenidamente la siguiente información y realice cualquier pregunta que considere necesaria.

Propósito del Estudio: El propósito de este estudio proponer un plan de negocios de mantos bordados para la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos. Se busca comprender la situación actual, los niveles de producción y proponer un plan de negocios para mejorar la competitividad en el mercado de EEUU.

Procedimientos: Si acepta participar en este estudio, se le solicitará participar en una entrevista personal y/o proporcionar información relevante sobre las exportaciones de mantos bordados. La entrevista tendrá una duración aproximada de 20 minutos y se llevará a cabo en de forma virtual.

Riesgos y Beneficios: No se prevén riesgos significativos asociados con su participación en este estudio. La información recopilada se mantendrá confidencial y no se utilizará para ningún otro propósito que no sea esta investigación.

Los beneficios potenciales de esta investigación incluyen el aporte de conocimientos valiosos sobre las exportaciones de mantos bordados, lo cual puede ser útil para la toma de decisiones informadas y el fortalecimiento de la competitividad en el mercado internacional.

Confidencialidad: Toda la información recopilada en este estudio se mantendrá estrictamente confidencial. Su identidad no se revelará en ningún informe o publicación resultante del estudio.

Participación Voluntaria: Su participación en este estudio es completamente voluntaria.

Usted tiene el derecho de negarse a participar o de retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna consecuencia negativa.

Contacto: Si tiene alguna pregunta o inquietud sobre este estudio, no dude en comunicarse con Torres Chimoy, Dayanara Tatiana al celular: 930156410.

Consentimiento: He leído y comprendido la información proporcionada en este consentimiento informado. Todas mis preguntas han sido respondidas de manera satisfactoria. Acepto participar voluntariamente en este estudio de investigación.

Nombre del Participante: Metodologa Bazán Valque Rosa Ysabel

Firma del Participante:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rosa Ysabel', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la Investigación: **"Plan de negocios de mantos bordados de la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos, 2024"**

Investigador Responsable: Dayanara Tatiana Torres Chimoy

Institución: Universidad Señor de Sipán

Introducción: Usted ha sido invitado(a) a participar en un estudio de investigación relacionado con las exportaciones de mantos bordados al mercado estadounidense. Antes de decidir si desea participar, es importante que comprenda el propósito del estudio, los procedimientos, los riesgos y los beneficios involucrados. Le pedimos que lea detenidamente la siguiente información y realice cualquier pregunta que considere necesaria.

Propósito del Estudio: El propósito de este estudio proponer un plan de negocios de mantos bordados para la empresa Asociación Arte y Cultura Monsefuana al mercado de Estados Unidos. Se busca comprender la situación actual, los niveles de producción y proponer un plan de negocios para mejorar la competitividad en el mercado de EEUU.

Procedimientos: Si acepta participar en este estudio, se le solicitará participar en una entrevista personal y/o proporcionar información relevante sobre las exportaciones de mantos bordados. La entrevista tendrá una duración aproximada de 20 minutos y se llevará a cabo en de forma virtual.

Riesgos y Beneficios: No se prevén riesgos significativos asociados con su participación en este estudio. La información recopilada se mantendrá confidencial y no se utilizará para ningún otro propósito que no sea esta investigación.

Los beneficios potenciales de esta investigación incluyen el aporte de conocimientos valiosos sobre las exportaciones de mantos bordados, lo cual puede ser útil para la toma de decisiones informadas y el fortalecimiento de la competitividad en el mercado internacional.

Confidencialidad: Toda la información recopilada en este estudio se mantendrá estrictamente confidencial. Su identidad no se revelará en ningún informe o publicación resultante del estudio.

Participación Voluntaria: Su participación en este estudio es completamente voluntaria.

Usted tiene el derecho de negarse a participar o de retirarse del estudio en cualquier momento, sin ninguna consecuencia negativa.

Contacto: Si tiene alguna pregunta o inquietud sobre este estudio, no dude en comunicarse con Torres Chimoy, Dayanara Tatiana al celular: 930156410.

Consentimiento: He leído y comprendido la información proporcionada en este consentimiento informado. Todas mis preguntas han sido respondidas de manera satisfactoria. Acepto participar voluntariamente en este estudio de investigación.

Nombre del Participante: Danna Jimenez Boggio

Firma del Participante:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Danna Jimenez Boggio', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

