



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

TESIS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE
BOLSOS PARA DAMAS A BASE DE ALGODÓN
NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN
LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA
DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 – 2022

PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autor:
Salazar Medina César Alexander

Asesor:
Carrión Mesones Jean Michell

Línea de Investigación:
Logística y Comercio Internacional

Pimentel – Perú
2018

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE
BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN
NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN
LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA
DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 – 2022**

Aprobación de tesis

Mg. Jean Michell Carrion Mezones

Asesor metodólogo

Presidente del Jurado de Tesis

Secretario del Jurado de Tesis

Vocal del Jurado de Tesis

Dedicatoria

Primero a Dios, por bendecirme y cuidarme, brindarme sabiduría y valor para tomar las decisiones que me ayudan a ser mejor persona, dar lo mejor de mí y compartirlo con los demás. Por la bendición de mi familia y las personas que me rodean. Por no permitir que decline en los momentos difíciles y acompañarme para afrontarlos.

A mis padres Irma y Francisco por su apoyo incondicional y por su confianza. Por su sacrificio y esfuerzo para poder darme la oportunidad de estudiar y culminar mi carrera. Desde ya, sabes que su esfuerzo no es en vano y cada día pienso en ellos, su bienestar, en dar lo mejor de mí para ser un buen profesional y a la vez hacer que ellos se sientan orgullosos.

A mis hermanos, aunque no podamos estar juntos, sé que me apoyan, a mi sobrino, por la oportunidad de darle lo mejor y enseñarle en cada etapa de su vida.

A mis amigos por la dicha de conocerlos, ser como una familia y por llegar a ser muy importantes en mi vida. Por su ayuda, por las amanecidas y todos los buenos y malos momentos. Es para mí motivo de mucha felicidad saber que logramos todos juntos culminar esta etapa, fue un anhelo desde que iniciamos y me brinda mucha satisfacción saber que lo logramos.

Decirles el gran amor y aprecio que siento por ustedes, a seguir emprendiendo y a mantener esta bonita relación.

Agradecimiento

A Dios por guiarme y protegerme en todo momento en cada paso, gracias a él que me ha permitido alcanzar una de mis mayores metas.

A mi asesor, Mg. Carrión Mezones Jean Michell, por compartir sus conocimientos, brindando lo mejor de sí en todo este proceso, además de su respeto, paciencia y disposición por atendernos siempre a pesar de lo agotador que resulte. Gracias por demostrar cada día el amor que tiene por la carrera y la docencia.

A la representante de la asociación de artesanas por su buena disposición y apoyo en el desarrollo de este trabajo.

Al coordinador de la Escuela de Negocios Internacionales, por su tiempo y disposición que brinda a todos los estudiantes para resolver cada duda o problema.

A mi familia por estar apoyarme siempre.

A mis amigos y profesores de la Universidad Señor de Sipán, que a lo largo de estos años me han impartido sus conocimientos para formarme como profesional y persona.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A
BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA
ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE,
LAMBAYEQUE, 2017 – 2022**

**BUSINESS PLAN FOR THE EXPORTATION OF BAGS FOR LADIES BASED ON
COTTON NATIVE TO THE UNITED STATES MARKET IN THE ASSOCIATION
OF ARTISANS SANTA ANITA MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022**

Cesar Alexander Salazar Medina¹

RESUMEN

Esta investigación inició con el planteamiento del problema ¿De qué manera un plan de negocio permitirá la exportación hacia Estados Unidos de bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo en la Asociación Santa Anita de Morrope, 2017-2022?. Siendo su principal objetivo elaborar un plan de negocio para la exportación de bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo hacia el mercado de Estados Unidos de la asociación de artesanas Santa Anita de Morrope, Lambayeque, 2017-2022., el diseño utilizado es no experimental-transversal, con enfoque cuantitativo. La muestra fue no probabilística, para la recolección se realizó entrevista a la presidenta de la asociación y a un especialista del Cite Sipan y a través del análisis documental se analizó datos económicos y demográficos acerca del mercado destino de los bolsos. Se aplicó una encuesta a mujeres estadounidenses para conocer el grado aceptación de los bolsos. Los resultados de la investigación se obtuvieron de los objetivos específicos, como un diagnóstico situacional de la Asociación de Artesanas Santa Anita de Mórrope, un análisis del mercado meta de los bolsos para dama, un análisis de la capacidad exportadora de la asociación y la realización del plan de negocio. Se pudo concluir que este negocio de exportación es factible, dado su nivel de rentabilidad.

¹ Adscrito a la escuela académica de Negocios Internacionales , Universidad Señor de Sipan , Pimentel ,Perú , email: smedinacesar@crece.uss.edu.pe , código ORCID : <https://orcid.org/0000-0003-0862-0864>

Palabras Claves: Algodón nativo, Bolsos, Estados Unidos, Exportación, Plan de negocio, TIR, VAN.

BUSINESS PLAN FOR THE EXPORTATION OF BAGS FOR LADIES BASED ON COTTON NATIVE TO THE UNITED STATES MARKET IN THE ASSOCIATION OF ARTISANS SANTA ANITA MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022

ABSTRACT

This investigation began with the approach of the problem in what way a business plan will allow the export to the United States of bags for women made from native cotton in the Santa Anita Association of Morrope, 2017-2022? Its main objective is to develop a business plan for the export of handbags for women made from native cotton to the United States market of the artisan association Santa Anita of Morrope, Lambayeque, 2017-2022., The design used is no experimental-transversal, with a quantitative focus. The sample was not probabilistic, for the collection an interview was made to the president of the association and to a specialist of the Cite Sipan and through the documentary analysis economic and demographic data about the destiny market of the bags. A survey was applied to American women to know the degree of acceptance of the bags. The results of the research were obtained from the specific objectives, such as a situational diagnosis of the Santa Anita de Mórrope Artisan Association, an analysis of the target market for women's handbags, an analysis of the association's export capacity and the realization of the business plan. It was concluded that this export business is feasible, given its level of profitability.

Keywords: Bags, Business Plan, Export, Native Cotton, TIR, United States, VAN.

INDICE

Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Problema de investigación	1
1.2. Formulación del problema	5
1.3. Hipótesis.....	5
1.4. Objetivos	5
1.5. Justificación e importancia del estudio	5
1.6. Antecedentes	7
1.7. Aspectos teóricos	10
1.7.1. Plan de negocios	10
1.7.2. Exportación	19
II. MÉTODO	27
2.1. Enfoque, tipo, diseño y métodos de investigación	27
2.1.1. Enfoque.....	27
2.1.2. Tipo de investigación	27
2.1.3. Diseño de investigación	28
2.1.4. Métodos de investigación	29
2.2. Población y muestra.....	29
2.3. Variables y operacionalización	30
2.3.1. Variable I.....	30
2.3.2. Variable II	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
2.5. Validación y confiabilidad de instrumentos	34
2.6. Aspectos éticos	35

2.7. Criterios de rigor científico	35
III. Resultados	37
3.1. Resultados en tablas y figuras.....	37
3.1.1. Diagnóstico situacional de la Asociación de Artesanas Santa Anita de Mórrope.....	37
3.1.2. Análisis del mercado meta de los bolsos para dama elaborados a base de algodón en la asociación de artesanas Santa Anita	43
3.1.3. Análisis la capacidad exportadora de bolsos de algodón nativo para dama en la asociación Santa Anita	61
3.1.4. Realización de un plan de negocio para exportación de bolsos de algodón nativos de la asociación Santa Anita al mercado de Estados Unidos	63
3.2. Discusión de resultados	65
3.3. Aporte científico	68
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	114
4.1. Conclusiones	114
4.2. Recomendaciones	115
Referencias	116
ANEXOS	119

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de segmentación.....	23
Tabla 2. Operacionalización.....	32
Tabla 3. FODA de la asociación de artesanas de Morrope	38
Tabla 4. Fortalezas de la asociación.....	38
Tabla 5. Oportunidades de la asociación.....	40
Tabla 6. Debilidades de la Asociación	41
Tabla 7. Principales ciudades metropolitanas	44
Tabla 8. Religiones de Estados Unidos.....	45
Tabla 9. Cantidad de población según el rango de edades	46
Tabla 10. Población según rango de edades	47
Tabla 11. Cuadro comparativo de los principales indicadores económicos de Estados Unidos	49
Tabla 12. Edad de los encuestados	51
Tabla 13. Edades de los encuestados.....	51
Tabla 14. Frecuencia de compra de las estadounidenses encuestadas	53
Tabla 15. Características que valorar el consumidor estadounidense al comprar un bolso	54
Tabla 16. Lugar de compra de los bolsos en Estados Unidos	55
Tabla 17. Interés por productos de algodón nativo	56
Tabla 18. Medios a través de los cuales las encuestadas les gustaría recibir información sobre los bolsos.....	57
Tabla 19. Apreciación de las encuestas sobre el producto.	58
Tabla 20. Recomendación de los bolsos de algodón nativo.....	59
Tabla 21. Interés de las encuestadas por adquirir productos similares o personalizados	60
Tabla 22. Ficha técnica.....	76
Tabla 23. Idiomas en Estados Unidos	79
Tabla 24. Porcentaje de la población según el rango de edades.....	79
Tabla 25. Cantidad de población según el rango de edades	80
Tabla 26. Sistema político.....	81
Tabla 27. Producto bruto Interno	83
Tabla 28. PBI.....	83
Tabla 29. Crecimiento del PBI expresado en porcentajes	83
Tabla 30. Ingreso per cápita en Estados Unidos.....	84
Tabla 31. Saldo de la Hacienda Pública de Estados Unidos	85
Tabla 32. Endeudamiento Estados Unidos.....	86
Tabla 33. Tasa de inflación en Estados Unidos.....	87
Tabla 34. Tasa de desempleo en Estados Unidos.....	88
Tabla 35. Balanza de transacciones corrientes en Estados Unidos	89
Tabla 36. Tendencia de la balanza de transacciones comerciales en Estados Unidos	90
Tabla 37. Tasa aplicable en Estados Unidos	92
Tabla 38. Población total en Estados Unidos	93
Tabla 39. Población.....	93
Tabla 40. Población de Florida.....	93
Tabla 41. Ficha Técnica del Producto	97
Tabla 42. Peso de total de un envío mensual de 25 bolsos.....	100
Tabla 43. Costo de envío mensual a través de exporta fácil.....	100

Tabla 44. Costos para la producción de un bolso de algodón nativo	104
Tabla 45. Costo total de producción mensual	105
Tabla 46. Costos Fijos.....	105
Tabla 47. Costos variables.....	105
Tabla 48. Producción anual.....	108
Tabla 49. Costo de producción proyectado	108
Tabla 50. Costos Operativos	108
Tabla 51. Costos operativos proyectados	109
Tabla 52. Costos Administrativos	109
Tabla 53. Costos Administrativos proyectados.....	109
Tabla 54. Costos de ventas	110
Tabla 55. Costos de ventas	110
Tabla 56. Costo de financiamiento.....	110
Tabla 57. Ingresos proyectados	111
Tabla 58. Estado de Ganancias y pérdidas proyectado	112
Tabla 59. Flujo de caja proyectado	113

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo referencial del plan de negocios	12
Figura 2. Mezcla de Marketing	17
Figura 3. Amenazas de la asociación	42
Figura 4. Gráfico de las principales ciudades	44
Figura 5. Gráfico de las religiones de Estados Unidos	45
Figura 6. Calidad de la población según el rango de edades.....	46
Figura 7. Edades en porcentajes.....	47
Figura 8. Frecuencia de compra de un bolso.....	53
Figura 9. Características que valora al comprar una bolsa.....	54
Figura 10. Lugar donde se compra un bolso para dama.....	55
Figura 11. Mayor información acerca de productos hechos de algodón nativo.....	56
Figura 12. Medio a través del cual requieren ver más productos.....	57
Figura 13. Precio del producto	58
Figura 14. Recomendación del producto	59
Figura 15. Interés en comprar el producto	60
Figura 16. Chalina Parda.....	69
Figura 17. Chalina Fina.....	69
Figura 18. Chalina Parda a Crochet para niño	69
Figura 19. Chalina Parda a Crochet en Conchitas.....	69
Figura 20. Chalina Parda para Niño	70
Figura 21. Chalina parda con rayas	70
Figura 22. Chalina Parda Fifa: Alto 1.50 m / Ancho 50 cm.....	70
Figura 23. Chalina Parda Perú:	70
Figura 24. Cuadro FODA de los bolsos para dama de algodón nativo	78
Figura 25. Idiomas en Estados Unidos en porcentaje	79
Figura 26. Estructura de edades en porcentajes	80
Figura 27. Cantidad de la población en edades	81
Figura 28. Crecimiento del PBI	84
Figura 29. PBI USD	85
Figura 30. Saldo de hacienda pública	86
Figura 31. Porcentaje de endeudamiento	87
Figura 32. Tasa de inflación.....	88
Figura 33. Tasa de desempleo.....	89
Figura 34. Balanza de transacciones corrientes	90
Figura 35. Transacciones corrientes.....	91
Figura 36. Diseño del producto.....	96
Figura 37. Presentación del producto.....	96
Figura 38. Distribución Indirecta	99
Figura 39. Distribución física internacional.....	101
Figura 40. Flujograma de proceso de elaboración	103
Figura 41. Plan de recursos humanos.....	107

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Problema de investigación

Internacional

En Mexico, Duarte (2017) en su artículo Políticas Públicas para el Desarrollo Regional de las Artesanías resalta “La actividad artesanal es fuente de ingreso y empleo para más de 8.5 millones de artesanos mexicanos, especialmente en zonas rurales. Es necesario que esta actividad se convierta en una alternativa que reduzca la pobreza y estabilice su economía” (p.232). Donde expone la falta de estudios e investigaciones regionales por parte del gobierno para el sector artesanal cuyo desarrollo ha sido muy escaso. Esto evidencia además la falta de apoyo por parte de diferentes instituciones para incrementar la venta de sus productos o diversificar sus mercados. Señala también que la actividad artesanal en su mayoría la realizan personas de baja condición económica ubicadas en territorios rurales e indígenas.

Correa y Gonzales (2016) en su artículo denominado El Sector Artesanal en México y el Combate Contra la Pobreza resaltó que “Los artesanos cuentan con empleos mal remunerados, obligados a veces a desplazarse a las ciudades para comercializar sus productos, o buscar la alternativa de migrar a los Estados Unidos enfrentando una serie de peligros que pueden conducirlos a la muerte ” (p.235). Esto demuestra la realidad de los artesanos en su país la cual es muy lamentable debido a la falta de apoyo por parte del Estado mexicano. Situación similar podemos observar en nuestro país donde las artesanas tienen que ir a las ciudades para poder vender sus productos ya que son muy pocas las personas que conocen su vivienda o lugar donde elaborar sus diversos trabajos.

Según Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2015) en su revista Artífices, afirma que “el sector artesanías vincula más de 350.000 personas dedicadas a oficios artesanales, representando el 15% del empleo de la industria manufacturera. Esta población corresponde a jefes de hogar y la integran un 60% de mujeres y 40% de hombres” (p. 2). En el cual la tejeduría y cestería la practican un 58% de artesanos cuyos trabajos muestran la historia de sus antepasados y los conocimientos que adquirieron de los mismos. Este artículo indicó que la elaboración de artesanías es desarrollada en su mayoría por

mujeres cuya labor es de artesana y cabeza de hogar a la vez. También enfatiza que la elaboración de artesanías es la fuente de sustento para sus familias. Se identificó también la falta de proyecciones para la venta de sus productos por parte de los artesanos como un plan de negocio o plan de marketing.

En Ecuador, Schumacher (2015) en un artículo denominado *La artesanía ecuatoriana y el mercado norteamericano: el caso Allegory*, relata un caso exitoso en el cual se logró posicionar su producto artesanal en el mercado estadounidense logrando obtener ganancias de hasta 16.000 dólares en un mes de trabajo. El autor relata: “la vida en Estados Unidos ha cambiado y la gente ha perdido la conexión con la naturaleza.; se buscó rescatar su conexión con los objetos, pues la gente desea conocer el proceso de producción de las cosas que usa” (p.26). esto nos muestra el interés de los consumidores estadounidenses por los diferentes trabajos hechos a mano, ya que estos representan la cultura y también brindan una “personalización” para el cliente debido a que no son realizados con el uso de grandes tecnologías, ni son producidos en grandes series como la vestimenta, aparatos electrónicos, etc.

Nacional

Sierra Exportadora (2015) informó para el diario *Gestión* que la artesanía peruana tiene como destino más de 30 mercados en el mundo, donde destaca Estados Unidos concentrando más del 50% de las exportaciones. Nueva Zelanda, Australia y Alemania son también importantes mercados. En el 2014 los envíos de artesanías al mercado mundial tuvieron una ligera recuperación y alcanzaron los US\$ 64 millones. Pese a que este resultado reflejó una caída del 3%, en comparación al año 2013, la caída de ese último año fue de un 8%, con relación al 2012, lo que corrobora una tendencia de recuperación.

Esto demuestra la aceptación de productos artesanales por parte de los principales mercados internacionales y la recuperación que tienen las exportaciones de estos productos. Una manera de incrementar estas cifras es fomentar programas de financiamiento y capacitación por parte de Sierra Exportadora y PromPerú a los diferentes artesanos del país.

Burns (2017) en su publicación llamada *La Artesanía en el Perú en los Últimos Cuarenta Años* afirma que:

En el Perú la artesanía es un instrumento de inclusión social y de desarrollo económico que se expresa en muchas líneas artesanales y diversas técnicas; existen tres líneas artesanales que son las más importantes: los textiles, la cerámica y la joyería que juntas representan el 72% de la producción de la artesanía peruana. Cada línea tiene sus propias especificidades según la región y de acuerdo a la materia prima que tienen a su alcance los artesanos para desarrollarlas; por tanto, la cerámica de Chulucanas es muy diferente que una cerámica mayéutica del Cusco o que una cerámica de la selva; esto hace que las artesanías peruanas tengan enorme riqueza y diversidad. (p.19).

La diversidad de regiones en nuestro país es una ventaja debido a que contamos con un sinnúmero de recursos naturales los cuales son usados como materia prima para la elaboración de distintos trabajos. Pero, a pesar de los diferentes programas del Estado para promocionar y vender los productos de los artesanos, estos no lograron beneficiar a todos en su mayoría. Hace falta para ellos un plan de negocio que ayude a vender sus productos en diferentes mercados sin la presencia del artesano.

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2015) informó en una comunicación denominada *Perú y Canadá acuerdan promover la exportación de artesanía peruana*:

Con la finalidad de dinamizar el sector artesanal peruano, las regiones Cusco, Piura, Puno y Ucayali con el Gobierno Canadiense, mediante su Oficina de Facilitación del Comercio (TFO Canadá), y el Mincetur, iniciaron la implementación de la iniciativa “Perú-Canadá, Trade and Branding Initiative”. Este proyecto, ofrecerá soporte y capacitación a un total de 250 artesanos de las regiones de Cusco, Piura, Puno y Ucayali, para que elaboren productos que vallan acorde con las tendencias y preferencias de sus mercados, lo que creará una mayor demanda de artesanía peruana en el mercado canadiense. (p.1).

Este informe muestra los esfuerzos por parte del gobierno en alianza con el gobierno de Canadá para promover la exportación de las artesanías peruanas al mercado canadiense. También menciona las diferentes actividades brindadas a los artesanos, lo que resulta muy importante para la elaboración de sus trabajos los cuales a través de las capacitaciones a los artesanos tendrán mejor acogida por los consumidores canadienses. Estos esfuerzos son un

gran apoyo a las diferentes comunidades donde laboran los artesanos ya que son fuente de empleo para sus pobladores.

Local

Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo (2015) en un en una nota de prensa denominada Se presentó propuesta de tecnología accesible para potenciar la cadena de valor del algodón nativo, a través de su gerente el Econ. Lindon Vela declaró que hace falta cambiar a una escala industrial para beneficiar a nuestros productores y la clave es tecnología e innovación; la intención es mejorar la calidad del hilo que trabajan nuestros artesanos sin perder la línea artesanal, pero haciéndolo más sostenible.

En esta reunión estuvieron presentes autoridades de la municipalidad de Chiclayo, Mórrope, CITE Sipan y SENASA. Se tuvo como tema principal la innovación en tecnología para que los artesanos puedan utilizar en el proceso producción con el algodón nativo. La problemática tratada fue la capacidad de producción limitada que reflejan los diferentes artesanos en sus trabajos. Una solución presentada en la reunión fue la adquisición de máquinas desmotadoras de algodón nativo utilizadas ya en Lima por empresarios dedicados al sector textil utilizando el producto mencionado.

La situación problemática que afronta la Asociación de artesanas Santa Anita es de no contar con un estudio controlado de todos los procesos, costos, gastos, promoción de venta en los que se incurren al elaborar sus productos. Este Plan de Negocio se enfoca en especial hacia los bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo. Estos bolsos elaborados por las artesanas son muy variados y coloridos para el consumidor nacional como internacional. Existe también un desconocimiento por parte de los miembros de la asociación acerca de cómo llegar al cliente, ya que lo que hacen mayormente para vender sus productos es asistir a las diferentes ferias y exposiciones desarrolladas a nivel local en el departamento de Lambayeque.

El trabajo se realizó con la asociación de la señora Nélide Sanchez Santamaría, quien es representante y administradora de la asociación de artesanas Santa Anita ubicado en el caserío de Arbosol en Mórrope, Lambayeque.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera un plan de negocio permitirá la exportación hacia Estados Unidos de bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo en la Asociación Santa Anita de Morrope, 2017-2022?

1.3. Hipótesis

El plan de negocio permitirá la exportación de bolsos para dama elaborados a base algodón nativo al mercado de Estados Unidos de la asociación de artesanas Santa Anita Morrope – Lambayeque, 2017-2022.

1.4. Objetivos

Objetivo general

Elaborar un plan de negocio para la exportación de bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo hacia el mercado de Estados Unidos de la asociación de artesanas Santa Anita de Morrope, Lambayeque, 2017-2022.

Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico situacional de la Asociación de Artesanas Santa Anita de Mórrope.

Analizar el mercado meta de los bolsos para dama elaborados a base de algodón en la asociación de artesanas Santa Anita.

Analizar la capacidad exportadora de bolsos de algodón nativo para dama en la asociación Santa Anita.

Realizar un plan de negocio para exportación de bolsos de algodón nativos de la asociación Santa Anita al mercado de Estados Unidos.

1.5. Justificación e importancia del estudio

Cada año aumenta la preferencia por parte de consumidores europeos y norteamericanos hacia productos elaborados artesanalmente. Esto ha sido demostrado en las conclusiones de los diferentes trabajos y artículos citados relacionados a esta investigación. A medida que avanza la globalización se despierta aún más el interés por el cuidado del

medio ambiente y las tendencias de compra se orientan a productos que no dañen su entorno y generen desarrollo en las poblaciones vulnerables.

Las artesanas de la asociación Santa Anita venden sus productos a nivel local en ferias o pedidos que realizan algunos visitantes en su mayoría turistas extranjeros los que adquieren sus productos a un precio nacional y luego venden estos en el extranjero a un valor más elevado obteniendo un margen amplio de ganancia en comparación con las artesanas. Esta situación motiva a realizar el estudio para que las artesanas puedan vender su producto directamente al mercado extranjero obteniendo un margen de ganancia más alto.

La Asociación no cuenta con un control de sus costos y procesos de producción lo cual hace que fijen su precio de venta sin saber el costo incurrido en sus productos. El proceso para elaborar un producto es totalmente manual. Esta situación no permite que la asociación cumpla con un considerable pedido de productos, debido a factores como el tiempo de producción, adquisición de materia prima y mano de obra.

La asociación se proyecta a ingresar a nuevos mercados y por ello tienen que ser capaces de satisfacer la demanda por parte de sus futuros clientes.

El ingreso de productos importados de países como china e India hacen que disminuya la compra de artesanías en nuestro país. Estos productos son elaborados en grandes series y con uso de tecnología en todo su proceso de producción lo que hace que su costo sea considerablemente menor al costo de producción de los productos elaborados por nuestros artesanos.

Esta problemática hace reducir las ventas y producción de los artesanos a causa de que los consumidores peruanos en su mayoría, por diversos factores entre los que destaca el poder adquisitivo, al momento de realizar una compra se fijan en el precio. Esta situación puede considerarse una amenaza debido a que los artesanos no tienen otra opción que dejar de producir artesanías y buscar oficios que les resulten más rentables.

Este proyecto se desarrolla para mejorar la calidad de vida y fomentar el desarrollo económico de las personas que integran la asociación de artesanas Santa Anita. La producción de artesanías es la actividad principal a la que se dedican las artesanas de la asociación y a través de la venta de sus trabajos mantienen la economía del hogar. Esta realidad brinda un motivo para elaborar este plan de negocio.

Para el desarrollo de este proyecto se cuenta con el apoyo de todos los miembros de la asociación los cuales muestran preocupación por mejorar su situación, para que puedan vender su producto a mercados internacionales y poder tener control y conocimiento acerca de sus costos. También la necesidad de mejorar su eficiencia disminuyendo el tiempo de producción haciendo que puedan cumplir con mayor cantidad de pedidos.

1.6. Antecedentes

Internacional

En Mexico, Aleman (2017) en su tesis llamada *Desarrollo de un plan de negocios para la exportación de artesanías de cobre al mercado alemán*, esta investigación exploratoria tuvo como objetivo desarrollar un plan de negocio para determinar la viabilidad de la exportación de artesanías michoacanas elaboradas de cobre hacia Alemania. El autor Desarrolló su investigación frente a la problemática en la que los artesanos cuentan con dificultades para diversificar sus mercados. En su investigación el autor concluyó que “el consumidor europeo es exigente y busca productos para personalizar sus hogares y que sean funcionales. Según el autor la exportación genera ingresos en los artesanos, y evita la desaparición del oficio, mejorando su competitividad y calidad de vida”. (p.194). También se demostró la viabilidad del plan de negocios para un inversionista brindando un tiempo de recuperación de valor de 8 meses. El autor describió la tendencia actual de los consumidores (en el caso alemán), el cual es muy similar en la mayoría de países desarrollados.

En Ecuador los autores Aumala y Chamba (2015) en su tesis titulado *Proyecto de Emprendimiento Empresarial de Exportación de Artesanías Textiles Otavaleñas de Alta Calidad Orientadas al Mercado de Nueva York*. Esta investigación propositiva-descriptiva tuvo por objetivo la creación de una microempresa exportadora de artesanías textiles con los estándares de calidad exigidos en el mercado exterior y determinar la capacidad productiva de sus proveedores para cubrir la demanda establecida. Los autores enfrentaron la problemática que limitaba la exportación de artesanías textiles de la ciudad de Otavala hacia Estados Unidos. Entre los resultados encontrados por los autores destacan la falta de conocimientos legales por parte de los artesanos para realizar una exportación y la dependencia de los telares para incrementar su capacidad productiva. El análisis financiero de este proyecto dio como resultado la viabilidad y rentabilidad con un 34.59% la puesta en marcha de la microempresa.

En Colombia, Campos (2014) en su trabajo de grado llamado *Diseño de un Plan Exportador a Europa de Mochilas Wayuu de la Empresa Artesanías Auténticas colombianas*, con un tipo de investigación descriptiva el cual tuvo como objetivo el diseño y puesta en marcha de un plan exportador de mochilas Wayuu hacia Europa, afrontó la problemática de no contar un plan para exportar los productos artesanales y el desconocimiento de los artesanos sobre los procesos legales para realizar una exportación. En su investigación el autor llegó a la conclusión que la empresa posee los soportes para iniciar un proceso de comercialización hacia el mercado europeo y resulta mucho más factible insertar sus productos en mercados virtuales europeos. En esta investigación se realizó un estudio del mercado de la Unión Europea analizando diversos indicadores como la población, el idioma, el rango de edades existentes y el porcentaje que representan respecto a la población.

En Ecuador, De la Torre y Estrella (2014) en su investigación de tipo exploratoria denominada *Estudio de Factibilidad para Determinar la Viabilidad de la Exportación de Accesorios de Cabuya a Holanda y los Países Bajos* la cual tuvo como objetivo principal la realización de un estudio de factibilidad para exportar los accesorios de cabuya a Holanda y Países Bajos, afrontaron como problemática la falta de comercialización en un mercado extranjero los productos elaborados de cabuya. Los autores llegaron a la conclusión que se ha incrementado la tendencia de los consumidores europeos por adquirir productos artesanales y que el proyecto de inversión es rentable para el inversionista. De la Torre y Estrella concluyen que la comercialización de productos artesanales en mercados extranjeros genera mejoras en el estilo de vida de los artesanos, motivando al artesano a que siga elaborando sus productos y a la vez que este obtenga beneficios económicos para mejorar la calidad de vida de su familia y población.

Nacional

En Perú, Valverde y Zuloeta (2016) en su tesis denominada *Oportunidad de negocio en el mercado canadiense para incentivar las exportaciones peruanas de artesanía de cerámica producida en la región Cajamarca, periodo 2017 - 2021*, los autores en su investigación de tipo descriptiva tuvieron como objetivo determinar las características cualitativas y cuantitativas del mercado canadiense como una oportunidad de negocio para incentivar las exportaciones peruanas de artesanía de cerámica producida en Cajamarca. La investigación estudió la problemática del desconocimiento de los artesanos sobre el cálculo

de sus costos y la falta de asesoramiento para la producción, comercialización y exportación de sus productos. En su investigación Valverde y Zuloeta encontraron que Canadá es un país que se caracteriza por su poder adquisitivo de sus habitantes y que ellos tienen una demanda creciente por los artículos artesanales. Los autores concluyeron identificando el potencial de la exportación de los productos artesanales peruanos a Canadá principalmente por su calidad y que es viable la elaboración de un plan de negocio para la exportación de artesanías al mercado de Canadá con un VANE de US\$ 407,902.00 y un TIRE de 60 %.

Por otra parte Llanos y Tirado (2015) en su tesis *Análisis de las exportaciones de artesanías de la región Loreto, periodo: 2009 – 2013*, en su investigación de tipo analítico - descriptiva tuvieron como objetivo analizar el nivel de exportación de artesanías de Loreto. Los autores intentaron dar respuesta a la problemática del desconocimiento del nivel de exportaciones de artesanías de la región Loreto concluyeron que entre los principales países destino de las exportaciones de artesanía de la región Loreto el principal mercado es Estados Unidos con el 60.04% del total. También concluyeron los autores que el mayor porcentaje de exportaciones de Loreto con un 77.12% se concentra en solo cuatro empresas de la región. Lo que significa una debilidad debido a la gran cantidad de artesanos existentes en la región y solo un pequeño grupo de ellos cuenta con los conocimientos y la capacidad para exportar sus productos.

Local

En Lambayeque, Flores (2015) en su tesis *Estudio de pre factibilidad comercial para la exportación de artículos de regalo y decoración de lana de ovino de la asociación de artesanos Apagrop de Incahuasi al mercado de Finlandia año 2015*, tuvo como objetivo la elaboración de un estudio de prefactibilidad comercial para la exportación de artículos de regalo y decoración de lana de ovino al mercado de Finlandia. Flores desarrolló su investigación de tipo propositiva buscando solución a la problemática que enfrentaba la asociación de artesanos frente al desconocimiento de vender sus productos en un mercado extranjero y determinar los costos de su elaboración. En su investigación el autor concluyó que existen muchas oportunidades para comerciar los productos de la asociación en el mercado finlandés debido al alto poder adquisitivo de sus consumidores y su interés por productos artesanales ecológicos y con historia.

Esta conclusión reafirma la descripción de la tendencia de consumo de los cliente y consumidores en países europeos. La tendencia de productos hechos a mano es similar también en Norteamérica quienes valoran en un producto la calidad, el haber sido elaborados manualmente, dándole una especie de personalización y que tengan una historia.

1.7. Aspectos teóricos

1.7.1. Plan de negocios

Concepto

Arbaiza (2015) en su libro cómo elaborar un plan de negocios, define a un plan de negocio como “un documento de presentación de la empresa, describe los productos y servicios que ofrece, así como todos los factores que intervienen en el desarrollo de sus operaciones, lo cual implica el planeamiento, con especial cuidado en las fuentes de financiamiento”. (p.21).

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2010) en su manual para la elaboración de planes de negocio menciona al plan de negocios como “una prueba que permite identificar qué pasaría si se creara una empresa sin asumir el riesgo de hacerlo”. (p.5).

El plan negocio es una herramienta que ayuda al empresario o persona que desea invertir en alguna actividad económica poseer un mejor conocimiento sobre todas las actividades a llevar a cabo durante su desarrollo y conocer el riesgo al cual expone dinero.

Para qué sirve un plan de negocios

Weinberger (2009) en su libro plan de negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio, menciona que el plan de negocios sirve para (p.34):

Conocer en detalle el entorno en el cual de desarrollaran las actividades de la empresa.

Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.

Anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.

Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo.

Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.

Tomar decisiones con información oportuna, confiable y veraz, y no solo sobre la base de la intuición, lo que reduce el riesgo del negocio.

En resumen, el plan de negocio sirve como una guía para las operaciones de la empresa y como un punto de referencia para la evaluación del desempeño. De este modo, permite identificar tanto las fortalezas y debilidades de la empresa posibilita evaluar su marcha y sus desviaciones sobre el escenario pronosticado, y a la vez, es una fuente valiosa de información para realizar presupuestos e informes.

El plan de negocio cumple muchos propósitos dentro de una empresa entre los fines más utilizados se encuentra el de la puesta en marcha de un negocio o la creación y venta de una nueva línea de productos y servicios.

Estructura del plan de negocios

Arbaiza (2015) señala que la presentación de un plan de negocios cambia según el fin que tenga proyecto. Sin embargo, un plan de negocio completo suele contener las siguientes secciones:

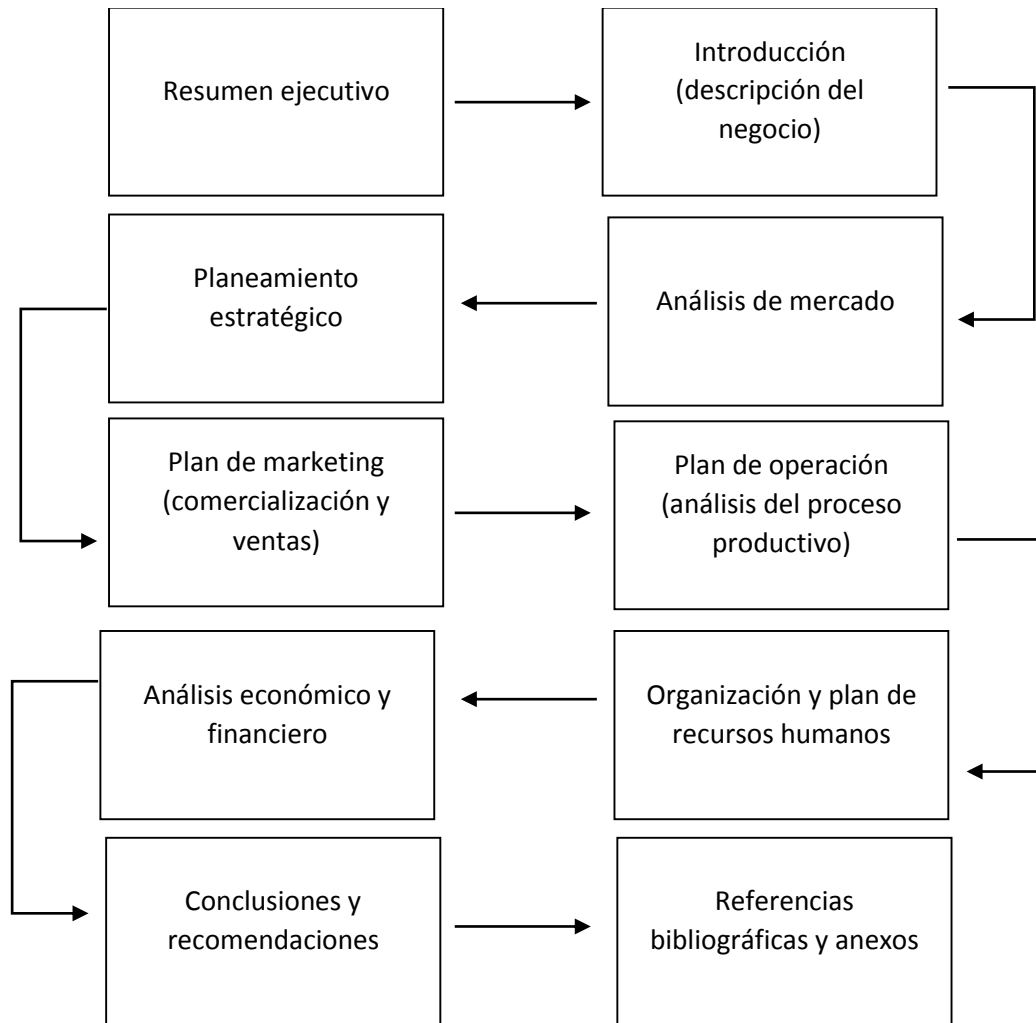
Resumen ejecutivo

Introducción. Que comprende el fin y la descripción del negocio.

Cuerpo del plan de negocio. Aquí se describen los capítulos como el análisis del mercado, análisis del entorno, planeamiento estratégico, la estrategia de distribución y ventas, el análisis del proceso productivo, el análisis de recursos humanos y el análisis económico y financiero. Con énfasis en la viabilidad del negocio y en la rentabilidad.

Conclusiones y recomendaciones.

Arbaiza muestra un modelo de estructura referencial para el plan de
Figura 1. Modelo referencial del plan de negocios



Fuente: Lydia Arbaiza Fermini "Cómo elaborar un plan de negocio"
Elaboración: Propia

El plan debe redactarse con un lenguaje claro y sencillo, sin exagerar las bondades del negocio, ni su atractivo para convencer al lector. Un estilo de redacción empresarial que destaque los aspectos económicos de la propuesta de negocios es lo más apropiado para cualquier tipo de lector el primer elemento del plan de negocio, según el modelo de estructura presentado, es el resumen ejecutivo.

Arbaiza (2015) menciona que el plan de negocio debe cumplir con determinadas características como la sencillez y veracidad en su redacción. Estas características hacen que un plan de negocio sea de fácil comprensión por parte de los interesados o las personas que quieran invertir en la realización del proyecto.

Descripción de la estructura del plan de negocios

Resumen ejecutivo

Arbaiza (2015) señala respecto al resumen ejecutivo:

Muestra de forma breve el contenido del plan de negocio, específicamente las conclusiones de los estudios realizados para su construcción. Allí se concretan la idea central de negocio, la oportunidad de mercado que ha sido identificada y los argumentos clave que sustentan la posibilidad de éxito. Es considerada la sección más importante del plan de negocio, porque debe generar la suficiente curiosidad por conocer más del negocio y continuar leyendo. El resumen ejecutivo se redacta al final, después de haberse realizado todo el análisis. (p.28).

La autora menciona que el resumen ejecutivo describe los aspectos generales del plan de negocio y toda su estructura, menciona también que esta parte del plan se redacta al final de su realización.

Descripción del negocio

Arbaiza (2015) define que la descripción del negocio es la presentación del concepto sobre el cual se sostiene la empresa. En esta sección se detallan los antecedentes y las razones que hacen interesante al negocio, con el fin de entusiasmar a los posibles participantes.

Esta descripción responde las interrogantes del lector respecto al negocio, como quiénes son los responsables, cuál es el nombre de la empresa y a qué sector económico pertenece, qué producto o servicio ha diseñado para satisfacer una determinada necesidad en el mercado y también, distinguirse de la competencia. Además, el lector podrá familiarizarse con los recursos humanos y tecnológicos de la empresa, conocer las fuentes de donde proviene el capital y, sobre todo, saber cómo se espera obtener ganancias.

La descripción es indispensable para visualizar la ruta que seguirá el negocio y determinar sus objetivos de corto y largo plazo a partir del conocimiento de los antecedentes de emprendimiento similares.

La idea de negocio y la oportunidad

Arbaiza (2015) menciona que las ideas de negocios:

Son breves descripciones sobre un producto o servicio de la futura empresa. Las ideas de solo pueden materializarse cuando la oportunidad de negocio se identifica claramente; de otra manera, el riesgo de fracaso es alto. Una buena idea de negocio es solo aquella que puede convertirse en un concepto comercial: aquella idea de la que se puede obtener un beneficio económico significativo. (p.36).

La descripción y el nombre del negocio

Arbaiza (2015) tomando en referencia a Abrams (2003) y a Harvard Business School, señala que para lograr el éxito del concepto del negocio:

Este debe presentar por lo menos uno de los elementos que conforman la ventaja competitiva: un producto o servicio nuevo, una mejora con respecto a uno ya existente en el mercado (en calidad, precio, confiabilidad, rapidez, etc.), estar dirigido a un mercado nuevo o a un nicho no conquistado o abandonado en el mercado. La descripción del negocio contendrá los siguientes elementos: los mercados que atenderá, el tipo de negocio (manufactura, de servicios, mayorista, minorista), el tipo de producto o servicio y el tipo de clientes o usuarios, además de los aspectos financieros. (p.42).

La descripción del negocio presenta todos los aspectos referentes a la empresa como su historia, qué personas conforman la empresa, y las diferentes características de la entidad en la que se va a realizar el plan.

Análisis de mercado

Arbaiza (2015) menciona que el análisis de mercado lo conforman distintas actividades de investigación y reflexión. Se estudiará la evolución del mercado. Con la finalidad de determinar con precisión el mercado objetivo de la empresa, se analizarán las tendencias actuales de la industria, las tasas y patrones de crecimiento, la estructura competitiva del mercado, la segmentación del sector y otros aspectos. El análisis comprende desde el estudio del macro ambiente o entorno hasta el sondeo del mercado objetivo.

Análisis del entorno

Arbaiza (2015) señala que luego de identificar la oportunidad de negocio, es necesario estudiar el entorno o los factores externos que podrían influir en el correcto funcionamiento de la empresa; “con ello se podrá planificar el ingreso de esta al mercado y todo el desarrollo de sus actividades. El estudio del entorno necesario para identificar oportunidades, riesgos o amenazas y, por tanto, prevenir errores” (p.52).

Es recomendable hacer una proyección e interpretación de los cambios en los indicadores demográficos del mercado objetivo: la estructura de edades, el estado civil, las tasas de natalidad y mortalidad, niveles de ingreso, índices de migraciones etc.

Análisis de la industria o sector

Arbaiza (2015) menciona que “la industria se refiere a todas las empresas que compiten entre sí debido a que fabrican productos similares o que pueden funcionar como sustitutos de determinados productos” (p.53).

Analizar el sector comprende identificar los diferentes factores que influyen en el desarrollo y evolución y desaparición de las empresas pertenecientes a determinada industria.

Estructura competitiva del mercado

Arbaiza (2015) define a la estructura competitiva del mercado como una forma de manejar información confiable y precisa sobre su forma de trabajar, sus debilidades y fortalezas, su participación en el mercado, sus ventas y la apreciación que tienen sus clientes.

La investigación del mercado objetivo

Arbaiza (2015) señala que la investigación de mercado es un proceso que permite obtener la información necesaria sobre la composición, el tamaño del mercado y sus modelos de consumo, así como datos valiosos sobre la

competencia y los productos o servicios similares que existen en el mercado. Con esta información será posible formular la estrategia del negocio y evaluar las posibilidades de ejecutar el proyecto. (p.57).

El análisis de mercado implica la realización de diferentes estudios del lugar en donde se desea ofrecer los productos o servicios, entre los más resaltantes están el análisis del entorno, la competencia, el mercado objetivo y el segmento de mercado.

Planeamiento estratégico

Arbaiza (2015) menciona que:

El planeamiento estratégico no solo se debe diseñar en las grandes compañías, sino también para las pequeñas, medianas y microempresas: es la única forma como estas pueden competir y sobrevivir en el mercado. Establecer una estrategia, simple o compleja, facilita la dirección, la administración de recursos y la previsión de resultados, entre otros aspectos indispensables al operar en un entorno dinámico. Como parte del planeamiento se detallarán la misión, la visión, y los objetivos estratégicos del negocio, así como el análisis FODA y las tácticas genéricas. (p.83).

El planeamiento estratégico describe las acciones que tomará la empresa a futuro para desenvolverse en el entorno y como esta se identifica en sus trabajadores y sus clientes.

Plan de marketing

Arbaiza (2015) en referencia al plan de marketing señala que:

En el plan de marketing se planteará un conjunto de objetivos alineados con la estrategia de la empresa y orientados a que los productos o servicios ingresen al mercado y lleguen al cliente final con la calidad y en las condiciones ofrecidas, a tiempo y en la cantidad demandada. De esta manera se podrá, a largo plazo, consolidar el posicionamiento del producto o servicio (p.109).

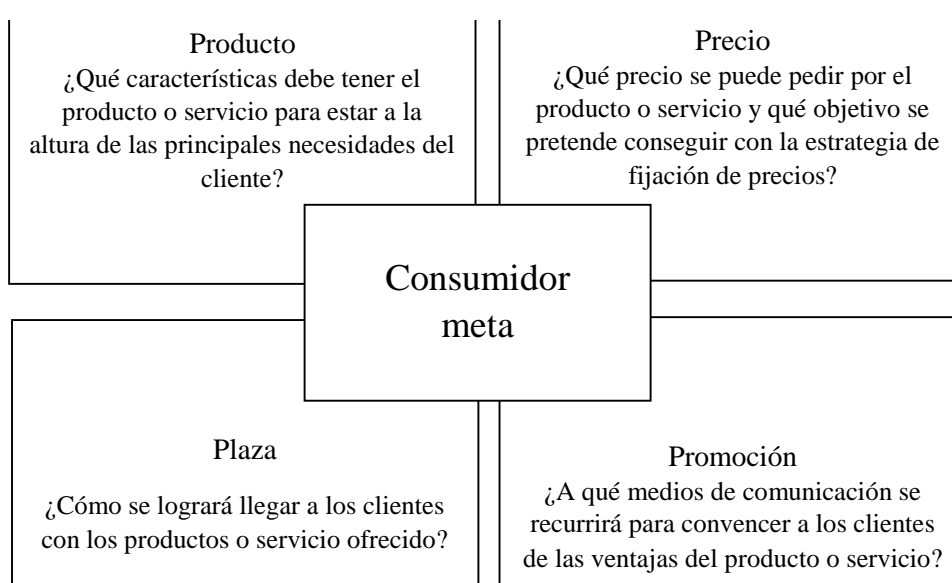
Objetivos, posicionamiento y mezcla de marketing

Arbaiza (2015) haciendo referencia a Weinberger (2009) describe que los objetivos de marketing no consideran solo la segmentación de los clientes, “sino otras variables

relacionadas con la empresa, como su tamaño, el nivel de facturación previsto, el volumen de ventas, la ubicación de sus operaciones, los recursos tecnológicos, económicos y humanos, el tipo de servicio ofrecido, la línea de producto, etc” (p.111).

El posicionamiento es la imagen que tiene en su mente el consumidor respecto a un producto o servicio. Para alcanzar el posicionamiento de un producto en el mercado debe haber un El punto principal de una estrategia es la mezcla de marketing.aprendizaje por parte del cliente.

Figura 2. Mezcla de Marketing



Fuente: Adaptado de Muñiz, 2010, p.73

Estrategia de producto

Arbaiza (2015) menciona que deben ser evidentes las razones que diferencian entre el producto ofrecido y el producto de la competencia, “ya sea con relación al diseño, calidad, variedad o durabilidad, o proceso u operación y los beneficios que podrían obtener en caso de adquirirlo, como garantía, buen servicio post venta, etc” (p.119).

Estrategia de precio

Arbaiza (2015) señala que al asignar el precio se tendrá en cuenta diferentes aspectos financieros, a su vez, se evaluarán los precios que ofrece la competencia. “Lo más importante al definir el precio de venta en términos de la rentabilidad del negocio es fijar una ganancia

por producto vendido que permita obtener un margen atractivo luego de haber calculado todos los costos involucrados” (p.120).

Estrategia de plaza o distribución

Arbaiza (2015) menciona que, para definir la estrategia de plaza, “se evaluaría cada una de las posibilidades de colocación, considerando las características del producto y el nivel de exposición requerido, el perfil de los clientes y distribuidores y los recursos económicos de la empresa” (p.120).

Estrategia de promoción

Arbaiza (2015) define que la promoción se emplea para lograr un impacto en el mercado objetivo con respecto al producto o servicio.

Plan de operaciones

Arbaiza (2015) referenciando a Weinberger (2009) menciona que, en el plan operativo, se concretan los objetivos de producción, de acuerdo con las metas de producción y proyección de ventas; además, se precisarán métodos, procesos, fases y estándares destinados a vender un producto de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes y genere beneficios a la empresa. (p.137).

Organización y plan de recursos humanos

Arbaiza (2015) señala que en esta parte del plan se referencia el diseño organizacional y gestión de recursos humanos. Se debe procurar que todos los miembros cuenten con la capacidad de aportar sus conocimientos y experiencia en la implementación de la estrategia y en llevar adelante el negocio. (p.165).

Análisis económico y financiero

Arbaiza (2015) menciona tomando como referencia a Weinberger (2009) y Abrams (2003), que el plan financiero:

Integra los planes presentados en los capítulos previos y muestra cada una de las decisiones tomadas para la ejecución del proyecto. Estas decisiones se expresan de forma cuantitativa; por ejemplo, si se optó por contratar un asesor de ventas, el monto de su salario y sus comisiones estarán consignados en los

documentos correspondientes. Lo mismo ocurrirá con cada una de las compras y los gastos realizados.

El análisis económico y financiero permite establecer el monto inicial necesario para poner en marcha el negocio y presupuestar los costos destinados a la ejecución de cada uno de los planes. A la vez es posible hacer estimaciones sobre la rentabilidad del negocio y elegir las fuentes de financiamiento que mejor se ajuste a la capacidad económica de la empresa. (p.191).

El análisis económico y financiero permite a la empresa realizar proyecciones sobre sus ingresos y gastos de forma periódica para determinar si la puesta en marcha del plan negocio resulta rentable.

1.7.2. Exportación

Concepto de exportación

Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013) en su libro *Negocios internacionales ambientes y operaciones* describen que las exportaciones se refieren a las ventas en el extranjero de productos — bienes tangibles; las importaciones de mercancía son bienes que se ingresan a un país. El calzado que una planta en Indonesia envía a Estados Unidos son exportaciones para Indonesia e importaciones para Estados Unidos. Para la mayoría de los países, la exportación y la importación de bienes son principales fuentes de ingresos y gastos internacionales.

Gonzales (2013) en su libro *Restitución de derechos arancelarios paso a paso* define a la exportación como “regimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Cabe recalcar que la exportación definitiva no está afectada a ningún tributo” (p.16).

Clasificación de las exportaciones

Lombana y Martínez (2013) en su libro *PYME, rutas para la exportación* mencionan que las exportaciones se pueden clasificar en directas o indirectas:

Exportaciones Directas

Lombana y Martínez (2013) define a la exportación directa como la venta del producto en otro mercado utilizando recursos propios hasta el destino/cliente final. A pesar que esta forma de entrada puede dar al empresario considerables retornos, en un primer contacto directo con sus clientes y fijar precios a su libre decisión, es posible que tenga problemas a la hora de ofrecer un servicio postventa y que, en algunos casos, el cliente tenga dificultad de contactar de forma inmediata.

Exportaciones Indirectas

Lombana y Martínez (2013) señala en las exportaciones indirectas se hace uso de representantes en el mercado destino para que contacte con los clientes. Aunque con se podrá verificar en la sección de “establecimiento de precios”, esta modalidad puede hacer perder competitividad a la empresa pues el margen de ganancia se puede reducir. En el caso de las exportaciones indirectas, las formas de entrada varían de acuerdo con el intermediario elegido y la manera como este se pueda convertir en un distribuidor, comercializador o agente representante. En estos últimos dos casos o se requiere que ellos los vendan al cliente final (p.18).

Modalidades de exportación

Exportación definitiva

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (2009) en su publicación donde describe el procedimiento general para el régimen de exportación definitiva, define a este régimen como “régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno” (parr.21).

Exportación temporal para reimportación en el mismo estado

SUNAT (2009) describe a la exportación temporal para reimportación en el mismo como:

Régimen que permite la salida del territorio aduanero de mercancías con la finalidad de reimportarlas en un plazo determinado, sin haber experimentado modificación, excepto del deterioro normal por su uso. Las mercancías exportadas bajo este régimen al ser reimportadas no están sujetas al pago de los derechos arancelarios y demás tributos aplicables a la importación para el consumo y otros recargos (párr. 19).

Ventajas de la internacionalización

Hill (2011) en su libro *Negocios internacionales competencia en el mercado global* menciona que:

El crecimiento de la globalización permite el aumento de la rentabilidad de las empresas, y también que estas logren alcanzar tasas de crecimiento en sus utilidades que resultan difícilmente de alcanzar en el mercado local. Las empresas que operan internacionalmente pueden: Expandir el mercado para sus ofertar sus productos nacionales vendiéndolos en el mercado internacional, construir economías de localización a través de la dispersión de las actividades individuales de creación de valor en el mundo para tener un desempeño más eficiente y eficaz, obtener un mayor rendimiento mediante el apalancamiento de cualquier capacidad valiosa desarrollada en operaciones extranjeras y su transferencia a otras entidades dentro de la red global de operaciones de la empresa (pag. 396).

Empaque, envase, embalaje y etiquetado para la exportación

Empaque

Mercado (2013) en su libro *Comercio internacional I mercadotecnia internacional*, señala respecto al empaque que sus características “varían según sea la susceptibilidad de los artículos, a los riesgos que corren. No es recomendable al exportar ir experimentando y aprendiendo métodos efectivos de empaque para adquirir experiencia. Se debe buscar a especialistas en la materia”. (p.58).

Envase

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2009) en su guía de envases y embalajes menciona que, el envase es el recipiente de cualquier material y forma que se adecua de acuerdo a la mercancía destinada para su empleo. Se caracteriza por “individualizar, dosificar, conservar, presentar y describir a los productos, pudiendo ser confeccionado de uno o varios materiales distintos. El envase protege lo que vende y vende lo que protege, el envase es un mensaje directo del producto hacia el consumidor”. (pag.8).

Embalaje

El mincetur (2009) describe sobre el embalaje que:

Es cualquier medio material para proteger una mercancía para su despacho o conservación en almacenamiento. Esta conformado por materiales manufacturados a través de métodos aplicados, generalmente con medios mecánicos, que tienden a lograr la protección en la distribución de mercancías a largas distancias protegiéndolas de los riesgos de la carga, transporte, descarga, de los cambios climáticos, bacteriológicos, biológicos en general e incluso contra el hurto, asimismo evita mermas, derrames. Las características de un buen envase son las siguientes: contener el producto, permitir su identificación, se adecua a las necesidades del consumidor en términos de tamaño, ergonomía, calidad, que se ajuste a las unidades de carga, distribución, líneas de fabricación y envasado que cumpla con las legislaciones vigentes (p.8).

Etiquetado

Lombana y Martínez (2013) mencionan que el etiquetado corresponde con la información que se presenta a las autoridades competentes, quienes, exigen datos como “la descripción de su producto (incluyendo, cantidad, peso y volumen), el origen, las advertencias de seguridad, precaución, el idioma, especificaciones de ingredientes, mediciones, número de unidades, registro, país de origen y manipulación”. (p. 66).

Perfil del consumidor final

Lombana y Martínez (2013) describen que se puede establecer cuatro tipos de segmentación:

Tabla 1. Tipos de segmentación

TIPOS DE SEGMENTACIÓN	
Geográfica	Vías, topografía, hidrografía, clima.
Socio-Demográfica	Edad, sexo, núcleos familiares, tasa de natalidad, esperanza de vida, ingresos, estudios, religión, raza, estratificación social.
Psicográfica	Clase social, estilo de vida, personalidad.
Conductual	Conocimientos , actitud, uso o respuesta a productos/servicios similares u homogéneos.

Fuente: Lombana y Martínez (2013)

Lombana y Martínez (2013) señalan que la segmentación puede combinar grupos y da los lineamientos para tomar la decisión sobre el consumidor objetivo. La importancia de la segmentación radica en las implicaciones para la estrategia de mercadeo (comercial, promoción, publicidad, etc.) Se especifica la localización del consumidor final, los elementos que inciden en la decisión de compra, la segmentación a nivel de estrato, edades, factores demográficos o geográficos, destino del producto, tamaño del cliente, ingresos entre otros. Se toma en cuenta los siguiente aspectos como diversidad de culturas, poder adquisitivo, empleo fuera del hogar, horas de

trabajo, necesidades básicas satisfechas, compra de productos por salud, hábitos, moda y medios de comunicación (p.83).

Expectativas del cliente

Lombana y Martinez (2013) mencionan respecto a las expectativas del cliente:

Es importante que la empresa tenga claro qué esperan sus clientes de ellos, debido a que es muy común que las Pymes busquen proveedores y socios comerciales para negociaciones periódicas, así que es en esta sección donde el empresario deberá especificar si su organización conoce las exigencias de sus clientes potenciales. Entre ellas los clientes pueden exigir legalidad, fidelidad al contrato, continuidad de los suministros, responsabilidad y puntualidad en las ventas acordadas, entre otras. Además, el cliente necesita que la empresa provea de un producto que sea conocido y aceptado, que tenga una buena calidad y un precio adecuado (p. 84).

Promoción en el mercado objetivo

Lombana y Martinez (2013) señalan que existen diversas formas de dar a conocer un producto/servicio. Para escoger el medio, es necesario un previo estudio de los gustos de los consumidores objetivo. Si acceden a medios masivos, como correo, televisión o radio, o si son inclinados al uso de Internet, con correo electrónico, redes sociales, publicidad en páginas web. La información, además de ser concisa y precisa, debe cumplir con la función de informar sobre su empresa, producto y proyecciones en el mercado. Es importante el cara a cara con sus clientes por es necesario asistir a ferias, congresos e incluso visitas comerciales. Entre el kit de promoción se debe incluir: tarjetas de presentación, folletos, testimonios de clientes que han usado su producto/servicio.

Entorno de los mercados internacionales

Barreras arancelarias

ProMéxico (2010) en su libro Mercadotecnia internacional menciona que:

En la exportación hay que cumplir con todos los aspectos legales impuestos por el país local, que pueden afectar la comercialización del producto como son las tarifas arancelarias, las cuales según la partida arancelaria del producto, son utilizadas por los países para proteger su mercado interno. Si las tarifas arancelarias son demasiado altas pueden sacar del mercado a un exportador, que no tendrá forma de competir con productores locales. (p. 33).

Barreras no arancelarias

ProMéxico (2010) las define como barreras arancelarias o cualitativas y menciona:

Estas resultan más difíciles de conocer, interpretar o cumplir, ya que al igual que los aranceles pueden ser cambiados en tiempos cortos. El número de regulaciones cualitativas es muy amplio, algunas son más conocidas y se emplean con mayor frecuencia en el comercio internacional de mercancías. Algunas principales barreras no arancelarias son: regulaciones de etiquetado, regulaciones sanitarias, regulaciones de envase y embalaje, regulaciones de normas de calidad, toxicidad. (p. 33).

Las barreras no arancelarias varían de acuerdo al mercado y son mucho más estrictas en países desarrollados principalmente en productos de consumo humano.

Gestión logística de la DFI (Distribución física internacional)

Rozas et al. (2016) en su libro *Negocios Internacionales fundamentos y estrategias* menciona que:

Los costos se clasifican en directos e indirectos y manejan una ponderación distinta dentro de la cadena de distribución. Los costos directos son los que tienen incidencia directa sobre la cadena durante las interfaces país exportador – tránsito internacional – país importador, y podemos mencionar los siguientes: empaque, embalaje, unitarización, documentación, manipulación, transporte, seguros, almacenamiento, aduaneros, bancarios y agentes. Los costos indirectos son aquellos que corresponden a la gestión de la DFI, y dentro de estos se encuentran los costos administrativos y los de capital (p.124).

Rosas et all. (2016) señalan que los costos directos e indirectos representan un factor importante en la cadena de distribución y tienen incidencia directa dentro de la cadena de distribución física internacional desde que inicia el proceso en el país exportador hasta que la mercancía llega a los almacenes del importador.

Rozas et all. (2016) mencionan que la organización debe desarrollar el análisis de la relación costo – tiempo fundamentada en los tiempos totales involucrados en el tránsito, los que corresponden a la sumatoria de los tiempos de las operaciones necesarias para lograr la movilización física, que se inicia en la etapa de preparación, continúa con el aislamiento de la carga, manipuleo, transporte, etc., hasta colocarla en las bodegas del comprador. Con esta información, el gerente de logística puede diseñar su matriz de costo y tiempo, basado en el estudio de costos de la Distribución Física Internacional (pg.126).

Consideraciones para la fijación de precios en el mercado internacional

Otero (2013) en su libro Internacionalización: cómo iniciar la exposición de su empresa en el mercado internacional señala que “el precio es una de las variables que resulta más difícil manejar. En el establecimiento del precio intervienen primordialmente tres factores: los costes, la competencia y las percepciones de los consumidores”(p.107).

Por otra parte Otero (2013) menciona que los costes constituyen el precio mínimo por debajo de cual la organización incidiría en pérdidas. Para poder evaluar de forma conveniente el impacto que tiene estos factores en el precio, la empresa debe manejar diversa información como datos internos sobre los costes o externos sobre la competencia y algunos complicados de conseguir como las percepciones y valoraciones que los consumidores hacen de nuestro producto. En función del nivel de información que se disponga, se podrá enfocar el proceso de fijación de precios.

Otero (2013) describe que la fijación de precios se puede realizar en base a los costos, añadiendo un margen de beneficio. Otra forma de establecer el precio es en base a la competencia, teniendo en referencia el precio que utilizado por nuestros competidores más directos y ajustando ese precio en función de la posición competitiva que ocupemos frente a la competencia. Finalmente podría establecerse en base al marketing, en cuyo caso

tendríamos en cuenta, además de todos los elementos anteriores, las percepciones de los consumidores hacia nuestro producto. A estos factores también se añade la situación del tipo de cambio como ya que este afecta de forma considerable el valor de nuestra moneda.

II. MÉTODO

2.1. Enfoque, tipo, diseño y métodos de investigación

2.1.1. Enfoque

El enfoque de esta investigación es cuantitativo debido a que dentro del plan se han realizado una proyección de los ingresos y egresos que tendrá la asociación, también se ha hecho un orden y conteo de los costos en los que se incurre al elaborar el producto. Según Hernandez (2014) el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

2.1.2. Tipo de investigación

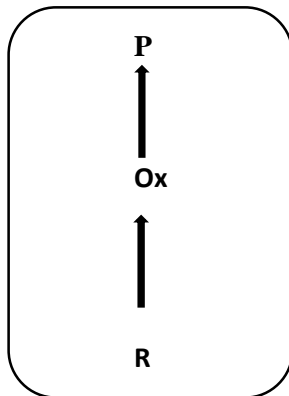
El presente trabajo de investigación es descriptivo-propositivo debido a que buscó especificar las diferentes características y aspectos importantes dentro de la Asociación de artesanas Santa Anita y el mercado destino para finalmente elaborar un plan de negocio para la exportación de bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo al mercado de Estados Unidos. Según Hernandez (2014) afirma que “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o

conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas”.

2.1.3. Diseño de investigación

El diseño del proyecto es no experimental de tipo transversal debido a que no se realizó manipulación en alguna de las variables plan de negocios y exportación para llegar a una solución o identificar algún efecto que pueda suceder por la alteración de alguna de ellas. Hernandez (2014) indica que ”Un diseño no experimental podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables”. En esta investigación se estudió el entorno interno y externo de la asociación de artesanas y del mercado objetivo para estudiar la viabilidad de un plan de negocio de exportación para sus bolsos de algodón de algodón nativo.

El diseño de investigación está representado mediante el siguiente esquema:



Donde:

Realidad (R): Esta referida a la problemática observada en la asociación de artesanas Santa Anita.

Observación (Ox): Diagnostico de la situacional de la Asociación de Artesanas Santa Anita.

Propuesta (P): Esta referido a la elaboración de un plan de negocio para la exportación de bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo hacia el mercado de Estados Unidos en la asociación de artesanas Santa Anita de Mórrope, Lambayeque, 2017-2022.

2.1.4. Métodos de investigación

2.1.4.1. Inductivo

Bernal (2010) menciona que el método inductivo utiliza el razonamiento para obtener conclusiones generales a partir de hechos particulares aceptados como válidos (p.59). Durante el desarrollo de la investigación se realizaron encuestas y entrevistas a pequeños grupos de personas de las cuales se tomaron sus resultados. Estos resultados sirvieron como base para la elaboración de conclusiones generales acerca de las diferentes tendencias de compra en el mercado objetivo y el análisis socio-económico de la asociación de artesanas.

2.1.4.2. Método deductivo

Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. Las situaciones problemáticas descritas al inicio de la investigación fueron consideradas para definir la realidad de la asociación de artesanas. Esta similitud fue confirmada a través de los resultados obtenidos en la entrevista realizada a la representante de la asociación.

2.1.4.3. Método analítico

Este proceso consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual. En la investigación se analizó cada uno de las dimensiones de las variables plan de negocio y exportación las cuales se detallaron a través de indicadores. A través de estos indicadores se logró obtener resultados que sirvieron para detallar cada aspecto para desarrollar la estructura del plan de negocio.

2.2. Población y muestra

Población

La población está conformada por todas las artesanas y ex artesanas de la Asociación de artesanas y Santa Anita. Mórrope en el año 2017, según información de la administradora, afirmó que el tamaño de la población es de 13 artesanas. De igual manera se considera pertinente tomar como población a dos representantes de CITE Sipan de Lambayeque. También se considerará como población a mujeres estadounidenses.

Muestra

El tipo de muestreo utilizado para determinar que parte de la población debe examinarse es no probabilístico por conveniencia debido a que se ha seleccionado intencionalmente los individuos en la población con el fin de obtener con ellos muestras representativas.

Criterio de inclusión

Debido a que el tamaño poblacional es relativamente pequeño, se ha considerado tomar como muestra a la representante de la asociación de artesanas Santa Anita, la señora Nélide Sanchez Santamaría, para realizar una entrevista teniendo como criterios de inclusión el conocimiento del proceso de producción, venta de los bolsos del algodón nativo y administración de la asociación. También se ha tomado como muestra a 10 mujeres estadounidenses para obtener información acerca de la tendencia de compra en el mercado objetivo.

Con la finalidad de recolectar información acerca de la exportación de las empresas del rubro artesanal, se ha considerado entrevistar a un representante del CITE Sipan, Lambayeque.

Criterios de exclusión

Se ha tomado como criterio de exclusión el desconocimiento del proceso de venta en la diferentes ferias locales y regionales existentes en nuestro país.

2.3. Variables y operacionalización

2.4.

2.4.1. Variable I

2.4.2.

Plan de negocios:

Arbaiza (2015) en su libro cómo elaborar un plan de negocios, define a un plan de negocio como “un documento de presentación de la empresa, describe los productos y servicios que ofrece, así como todos los factores que intervienen en el desarrollo de sus operaciones, lo cual implica el planeamiento, con especial cuidado en las fuentes de financiamiento”. (p.21).

2.4.3. Variable II

Exportación

Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013) mencionan que “las exportaciones de mercancía se refieren a las ventas al extranjero de productos tangibles — bienes— ; las importaciones de mercancía son bienes que se traen hacia dentro de un país”

Tabla 2. Operacionalización

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items	Objetivos	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
Independiente: Plan de negocios	Análisis del mercado y producto	Tendencia de compra en el mercado objetivo	C1.1, C1.2, C1.3, C1.4, C1.5, C1.6, C1.7, C1.8, C1.9	OE.2, OE4	Encuesta/ Cuestionario
		Descripción y características del producto o servicio	GE2.2, AD	OE4	Entrevista/Guía de entrevista Análisis documental/Análisis de contenido
		Características de los competidores	GE2.3	OE4	Entrevista/Guía de entrevista
	Planeamiento estratégico	Fortalezas	GE1.1 GE1.2 GE1.3, GE1.4	OE1	
		Oportunidades		OE1	
		Debilidades y amenazas		OE1	
	Estrategias de distribución y ventas (plan de marketing)	Precios	GE2.13, GE2.14 GE2.15	OE4	Análisis documental/Análisis de contenido
		Margen de utilidad			
		Promoción en el mercado objetivo	AD	OE2	
	Canales de distribución				
	Plan de Operación	Proceso productivo	GE2.4	OE4	Entrevista/Guía de entrevista
		Capacidad de producción	GE2.1	OE3	
		Lugar de producción	FO	OE3	Ficha de Observación/Observación
		Maquinaria	GE2.5	OE3	Entrevista/Guía de entrevista
	Análisis económico y financiero	Flujo de efectivo	AD	OE4	Análisis documental/Análisis de contenido
VAN		OE4			
TIR		OE4			

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items	Objetivos	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
Dependiente: Exportación	Ventajas de la internacionalización	Expansión de mercado	GE2.6 GE2.7	OE4	Entrevista/Guía de entrevista
		Creación de valor			
	Empaque, envase, embalaje y etiquetado	Empaque	GE2.8, AD	OE3, OE4	Entrevista/Guía de entrevista Análisis documental/Análisis de contenido
		Envase			
		Embalaje			
		Etiquetado			
	Clasificación arancelaria	Código arancelario	AD	OE3	Análisis documental/Análisis de contenido
		Barreras arancelarias			
		Barreras no arancelarias			
	Distribución física internacional	Documentos	G1.5, G1.6, G1.7	OE4	Entrevista/Guía de entrevista
		Transporte			
		Seguro			
Transporte Internacional					
Unitarización		G2.12			

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Las técnicas empleadas para la recolección de datos del presente trabajo de investigación fueron:

El cuestionario, Hernández (2014) menciona que se basa en preguntas que pueden ser cerradas o abiertas y su contexto puede ser auto administrativo, entrevista personal o telefónica o vía internet. El cuestionario sirvió para recolectar información acerca de la tendencia de compra en el mercado objetivo.

Otra técnica fue la entrevista, la cual sirvió para de recolectar información sobre los indicadores pertenecientes a las variables en estudio plan de negocio y exportación.

Se utilizó también el análisis documental el cual permitió obtener información acerca del mercado de Estados Unidos y otros aspectos relacionados a las variables exportación y plan de negocio.

Instrumentos

Los instrumentos de recolección de datos fueron la encuesta, la guía de entrevista y la ficha de análisis documental.

La encuesta fue dirigido a 10 estadounidenses a quienes se les hicieron 9 preguntas de tipo cerradas.

El instrumento guía de entrevista el cual fue dirigido a la representante de las artesanas a quien se le hizo 16 preguntas de tipo abiertas. También se realizó una entrevista a un representante del CITE SIPAN la cual constó de siete preguntas de tipo abiertas.

El instrumento ficha de análisis documental fue utilizado para obtener información acerca del lugar de producción de las artesanas y los indicadores de la dimensión análisis económico/ financiero respectivamente.

2.6. Validación y confiabilidad de instrumentos

Validación

Para validar los instrumentos de recolección de datos, se aplicó el caso de validez de contenido y se realizó por juicio de expertos. Dichos expertos fueron: Mg. Francisco -Morales Bermúdez, master en relaciones internacionales con una experiencia profesional de 20 años, quien labora como docente en nuestra universidad. Lic. Rocero Salazar César Ricardo,

quien tiene el grado académico de MBA con una experiencia profesional de 6 años y labora como docente y coordinador de la escuela de negocios internacionales. Lic. Jimenez Boggio Danna Johana, con un grado académico de MBA y experiencia de 9 de años, actualmente labora en la empresa Vita Canadá Perú SAC desempeñándose en el cargo de asesora de comercio exterior.

2.7. Aspectos éticos

Respeto a las personas: el respeto por las personas involucradas en la investigación, sus costumbres y conocimientos fue un aspecto muy relevante para los investigadores en todo el desarrollo del proyecto. Este principio ayuda a conservar los conocimientos y costumbres que forman parte de nuestra cultura.

Beneficencia: el desarrollo de este proyecto se hizo teniendo como fin el beneficio de las artesanas de la asociación. Este beneficio ayudará a desarrollar un mejor manejo y control de sus costos y a hacer llegar sus productos en el mercado objetivo. Permitiendo a las artesanas mejorar su calidad de vida. Los investigadores también se benefician ya que con el desarrollo de este proyecto obtienen su licenciatura. El beneficio es mutuo.

Justicia: este aspecto ético se tomó en cuenta observando la realidad de las artesanas quienes son las encargadas de todo el proceso de producción de sus artículos y quienes finalmente realizan la venta a personas que se encargan de enviar estos productos al extranjero, obteniendo un beneficio mucho mayor en comparación al trabajo realizado por las artesanas. Brindar una propuesta que ofrece un mejor margen de rentabilidad para la asociación es una forma justa de valorar su trabajo y el conocimiento que las artesanas poseen para realizarlos.

2.8. Criterios de rigor científico

Credibilidad o valor de verdad: Las técnicas e instrumentos de recolección de datos fueron validadas por expertos metodólogos, en investigación y comercio exterior. Los resultados obtenidos a través del análisis documental fueron conseguidos de páginas institucionales que brindan información estadística de carácter demográfico, financiero y económico. Suarez (2006) menciona que el rigor científico en torno a la credibilidad implica la valoración de las situaciones en las cuales una investigación pueda ser reconocida como creíble.

Confirmabilidad: En el desarrollo de la investigación el investigador realizó análisis periódicos del contenido y su estructura, además se realizaron revisiones sobre su correcto desarrollo por parte de expertos metodólogos. Suarez (2006) señala que en el criterio de confirmabilidad el grado de implicación del investigador en el estudio, no se ha eludido, en todo caso se extiende la garantía suficiente sobre el proceso de la investigación, producto de la información arrojada por los instrumentos aplicados.

Neutralidad: Los resultados obtenidos a través las técnicas de recolección de datos aplicados a los elementos que conforman la muestra no han sido manipulados por el investigador, esta información fue tratada de forma neutral sin atender algún tipo de interés particular. Erazo (2011) menciona que la neutralidad es entendida como el intento de que los resultados no estén influidos por las motivaciones, intereses e inclinaciones del investigador.

III. Resultados

3.1. Resultados en tablas y figuras

La investigación tuvo cuatro objetivos específicos, los cuales fueron : Realizar un diagnóstico situacional de la Asociación de Artesanas Santa Anita de Mórrope, analizar el mercado meta de los bolsos para dama elaborados a base de algodón en la asociación de artesanas Santa Anita, analizar la capacidad exportadora de bolsos de algodón nativo para dama en la asociación Santa Anita y finalmente realizar un plan de negocio para exportación de bolsos de algodón nativos de la asociación Santa Anita al mercado de Estados Unidos. Para obtener los resultados de la investigación y estos cumplan con los objetivos específicos propuestos se realizaron las técnicas de recolección de datos como la entrevista, la encuesta, el análisis documental y la ficha de observación los cuales fueron aplicados a los expertos en algodón nativo, la representante de la asociación y personas que viven en Estados Unidos.

3.1.1. Diagnóstico situacional de la Asociación de Artesanas Santa Anita de Mórrope

El primer objetivo fue realizar un diagnóstico situacional de la Artesanas Santa Anita de Mórrope, para cumplir con este objetivo se realizó una entrevista a la representante de la asociación de artesanas y a un representante de CITE SIPAN. El resultado de estas entrevistas sirvió para desarrollar un cuadro FODA de las asociaciones y una descripción de la asociación de artesanas Santa Anita.

Acerca de la asociación

La “Asociación de Artesanas Santa Anita – Morrope” fue fundada el 16 de marzo del 2015 en el caserío Arbosol – Morrope, la asociación fue integrada por 57 artesanos cuya directiva estuvo a cargo por el Sr. Faustino quien se encargó de formalizarla, finalmente quedó como presidenta la señora Nelyda Sánchez Santamaría, inculcando a sus socias a emprender un sueño ofreciendo al mercado la transformación de algodón nativo para elaborar variedades de artesanías como monederos, porta celulares, manteles, fajas, chalinas gorros, vestidos, llaveros, carteras, etc. Las artesanas utilizan técnicas que tradicionalmente llegaron a sus manos, fruto del esfuerzo y enseñanza que abuelos, madres e hijas dejaron pasar con el tiempo, con la finalidad de dar a conocer los diferentes productos elaborados con sus telares y con su propia materia prima ofreciendo productos con un valor elevado

tanto para el mercado nacional como internacional. En la actualidad la asociación asiste a diferentes ferias artesanales del país en ciudades como Lima, Chiclayo y Trujillo.

Misión

Representar el talento ante la sociedad contribuyendo con el arte como un medio de promoción, de desarrollo integral y humano para ciudad de Morrope y todo el departamento de Lambayeque

Visión

Ser una asociación reconocida a nivel nacional, identificándonos con el arte la cual ha sido nuestra herramienta para poder alcanzar el desarrollo de todas nuestras socias, así como también poder alcanzar la sostenibilidad ambiental en las zonas rurales de nuestro país.

Tabla 3. FODA de la asociación de artesanas de Morrope

Fuente: Entrevista a representante de la asociación

Elaboración: propia

Tabla 4. Fortalezas de la asociación



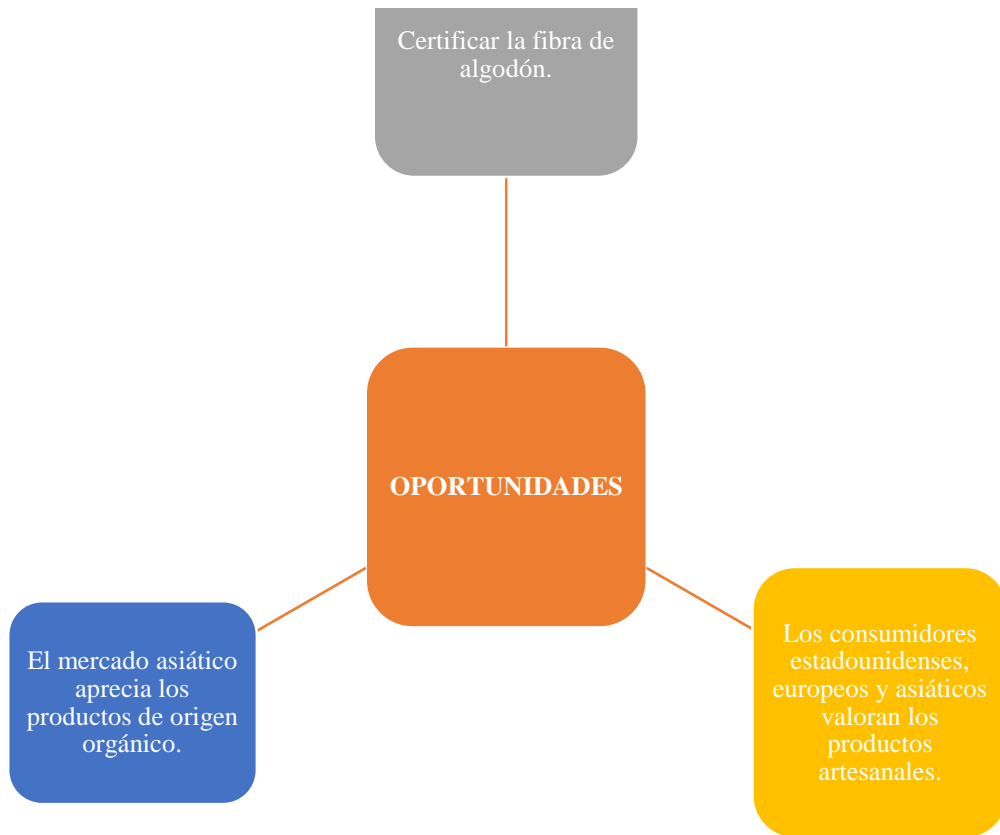
Fuente: Elaboración propia

Fortalezas

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La materia prima con la que trabaja la asociación (algodón nativo) es una fibra antialérgica. 2. El algodón nativo es una fibra eco amigable con el medio ambiente, no pasan por un proceso de teñido. 3. El algodón nativo posee una importancia cultural lo hace del producto más atractivo en los mercados internacionales. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Certificar la fibra de algodón. 2. El mercado asiático aprecia los productos de origen orgánico. 3. Los consumidores estadounidenses, europeos y asiáticos valoran los productos artesanales.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poca producción de la fibra de algodón nativo 2. Capacidad de producción limitada. 3. La asociación no posee alguna máquina que le permita realizar sus productos de forma más rápida sin quitarle la característica de artesanal 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Eventos climáticos como el fenómeno del niño. 2. Los tratados de libre comercio en cuanto a la exportación de textiles. 3. Falta de valoración hacia los productos de la asociación por parte del consumidor nacional.

En la entrevista realizada al representante de CITE SIPAN se obtuvo la información sobre la característica antialérgica del algodón nativo. También se encontró que el algodón no necesita de químicos ni fertilizantes en su proceso de producción es por ello que es un producto amigable con el medio ambiente. Finalmente destacó la historia que tiene el algodón nativo lo que hace aún más atractivo a los bolsos de algodón nativo debido a la materia prima con la que son producidos.

Tabla 5. Oportunidades de la asociación

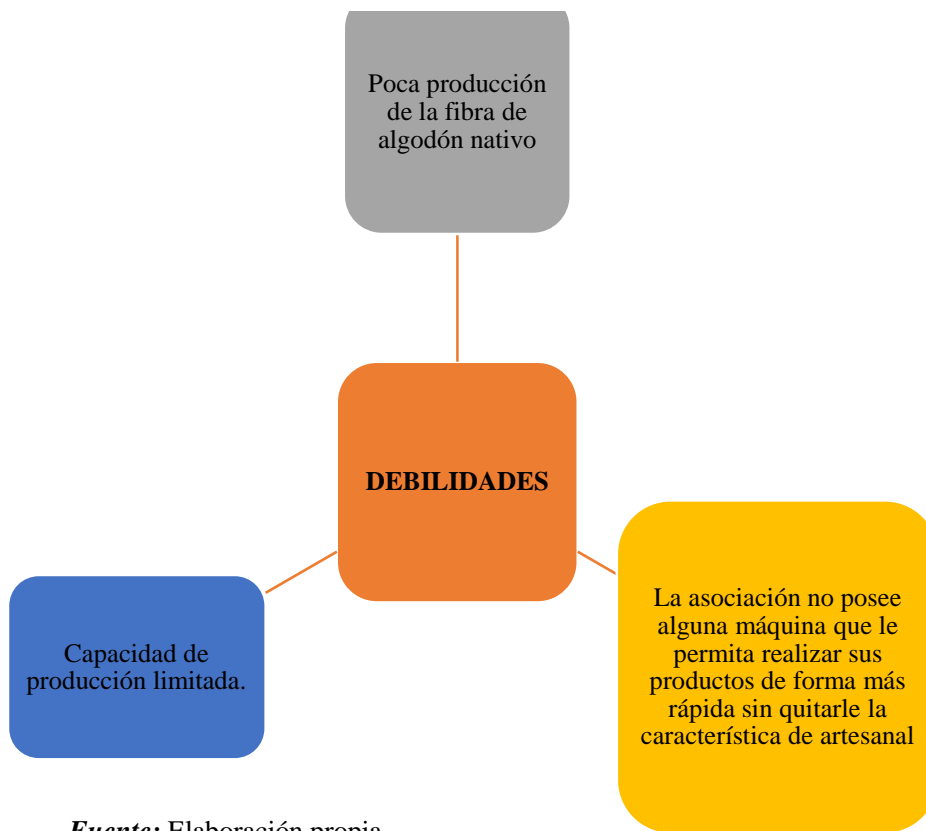


Fuente: Elaboración propia

Oportunidades

Uno de las oportunidades acerca del producto descritas por el representante del CITE SIPAN fue la de la certificación orgánico, esta certificación puede realizarse a la producción de algodón nativo de las diferentes asociaciones debido a que no utilizan químicos o productos que dañen el medio ambiente en sus terrenos de cultivo. Finalmente destacó como oportunidad la tendencia de los consumidores asiáticos, estadounidenses y europeos por productos orgánicos y que su elaboración sea de forma artesanal respectivamente.

Tabla 6. Debilidades de la Asociación

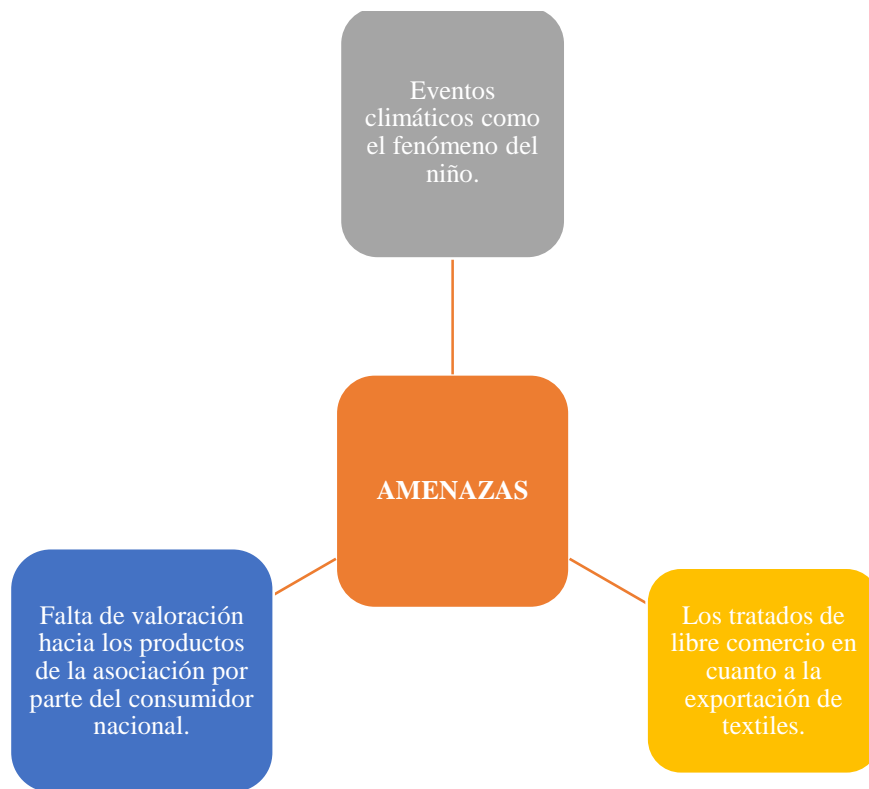


Fuente: Elaboración propia

Debilidades

Una de las debilidades descritas en las entrevistas realizadas fue la poca producción de fibra de algodón nativo por parte de las asociaciones de artesanas, lo cual repercute en el poco suministro de hilos de algodón nativo para la elaboración de productos de algodón nativo. En el caso de la asociación de artesanas Santa Anita la poca producción de fibra de algodón nativo limita la capacidad productiva de bolsos del algodón de nativo. También se observó cómo debilidad la falta de equipos para mejorar la productividad en sus productos.

Figura 3. Amenazas de la asociación



Fuente: Elaboración propia

Amenazas

Respecto a las amenazas que afronta las asociaciones de artesanas la representante de la asociación de artesanas menciona a eventos climáticos como el fenómeno del niño los cuales afectaron sus cultivos de algodón nativo. Otra amenaza descrita por el representante de CITE SIPAN fue los tratados de libre comercio respecto a los textiles, ya que estos pueden hacer que ingresen productos de menor calidad y precios más reducidos. Finalmente constituye una amenaza para las asociaciones la falta de aprecio por parte del consumidor nacional respecto a los productos elaborados por las asociaciones que trabajan con algodón nativo.

3.1.2. Análisis del mercado meta de los bolsos para dama elaborados a base de algodón en la asociación de artesanas Santa Anita

Estados Unidos

Santander Trade (2018) señala que Estados Unidos posee un área total de 9,831,510 km cuadrados. Es una república federal basada en la democracia representativa con la separación de poderes entre las ramas del gobierno. Estados Unidos se compone de 50 estados semisoberanos que disfrutan de una gran autonomía.

Estados Unidos posee una población de 326,625,791 habitantes, en comparación con los demás países del mundo, es el tercero más poblado.

Orígenes étnicos

Santander Trade (2018) tomando en referencia al departamento de censos de Estados Unidos indica que la mayoría de los estadounidenses son de origen europeo o de del Medio Oriente, representando a más del 77% de la población. Además, más del 17% de la población tiene raíces hispanas o latinas, 13% son afroamericanos, y alrededor del 5% son asiáticos. Los Nativos Americanos y Nativos de Alaska constituyen alrededor del 1% de la población, y los Nativos de Hawaii y otras islas del Pacífico representan al 0,2% de la población.

Lengua oficial

Santander Trade (2018) a nivel nacional no hay una lengua oficial. Sin embargo, el inglés es la lengua oficial de la mayoría de los estados del país y la lengua más hablada.

El español es el idioma más hablado después del inglés. Dicho idioma se puede encontrar concentrado en las siguientes regiones: Arizona, Texas, California, Florida y Nuevo México, pero se pueden encontrar comunidades de habla hispana por todo el país. En estados con una proporción importante de inmigrantes, se pueden escuchar también otras lenguas, como el chino, japonés, italiano, alemán, polaco o el griego. Además, hay muchas lenguas aborígenes (de las poblaciones Nativas Americanas) como el navajo, cree, cheroqui, etc.

Tabla 7. Principales ciudades metropolitanas

<i>Principales áreas Metropolitanas</i>	
Área	Población
Los Angeles	17,718,858
Nueva York	16,713,992
Chicago	9,655,015
San Francisco	6,989,419
Houston	6,519,358
Miami	5,805,883
Washington	6,022,391
Atlanta	4,762,159
Dallas	4,547,218
Filadelfia	4,066,064
Phoenix	4,163,445
Detroit	3,801,161
Boston	3,684,250
Minneapolis	3,496,061
San Diego	3,215,637
Seattle	2,776,119
Total	103,937,030

Fuente: Santander (2018)

Elaboración: Propia

Figura 4. Gráfico de las principales ciudades

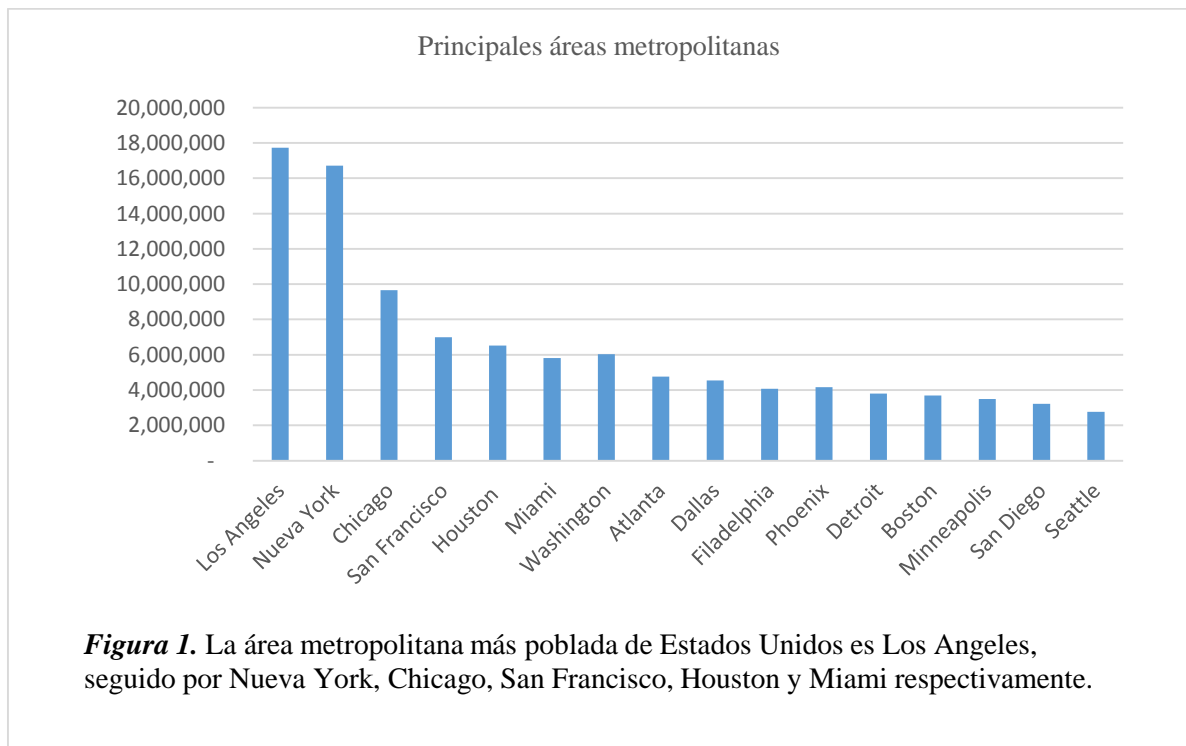


Figura 1. La área metropolitana más poblada de Estados Unidos es Los Angeles, seguido por Nueva York, Chicago, San Francisco, Houston y Miami respectivamente.

Fuente: Santander (2018)

Elaboración: Propia

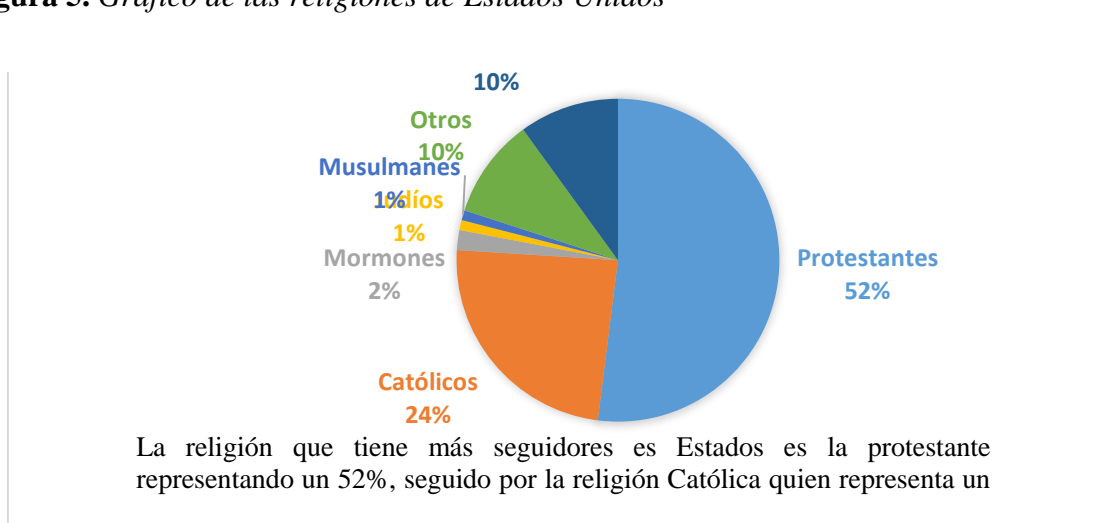
Tabla 8. Religiones de Estados Unidos

Protestantes	Porcentajes
Católicos	46.50%
Judío	20.80%
Mormón	1.90%
Otros	30.80%
Total	100.00%

Fuente: cia.gov (2018)

Elaboración: Propia

Figura 5. Gráfico de las religiones de Estados Unidos



Fuente: Cia. gov (2018)

Elaboración: Propia

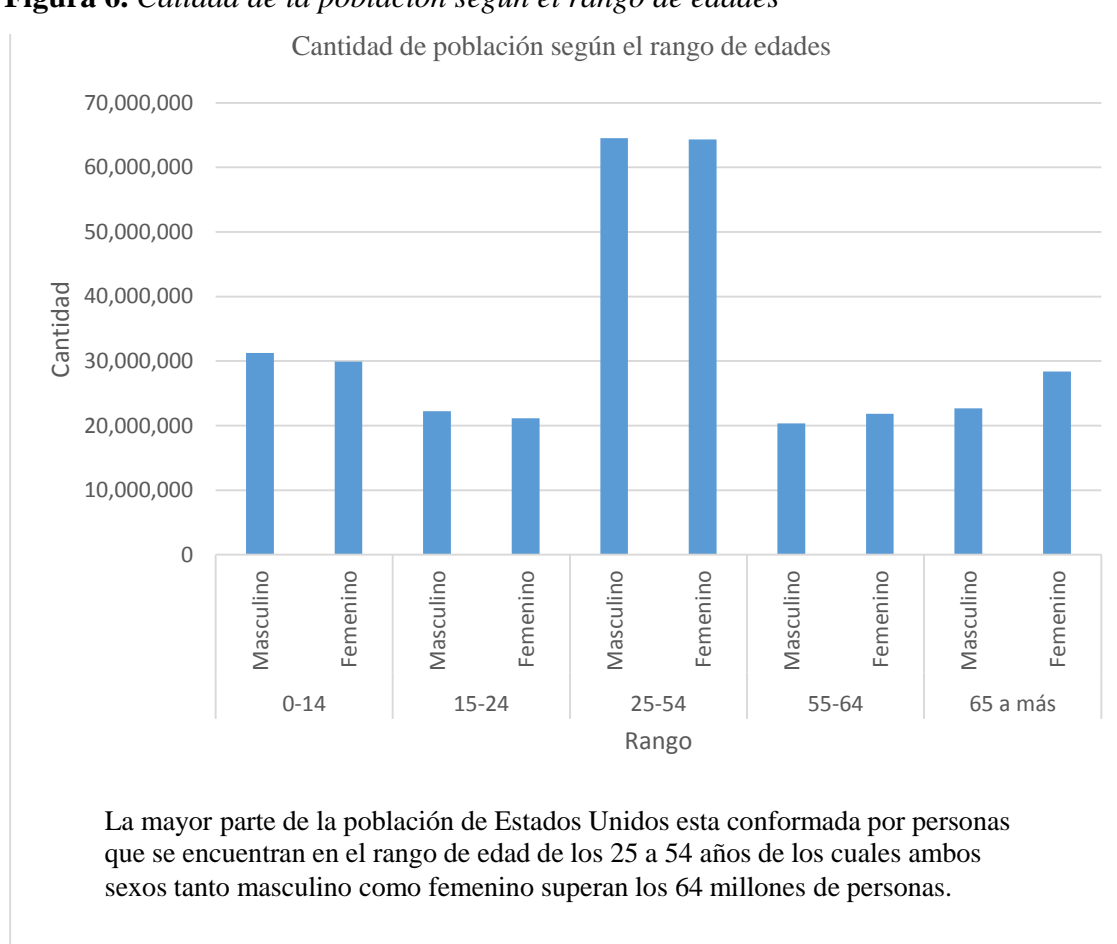
Tabla 9. Cantidad de población según el rango de edades

Rango de edad	Sexo	Cantidad
0-14	Masculino	31,255,995
	Femenino	29,919,938
15-24	Masculino	22,213,952
	Femenino	21,137,826
25-54	Masculino	64,528,673
	Femenino	64,334,499
55-64	Masculino	20,357,880
	Femenino	21,821,976
64 y más	Masculino	22,678,235
	Femenino	28,376,817
Total		326,625,791

Fuente: cia.gov (2018)

Elaboración: Propia

Figura 6. Cantidad de la población según el rango de edades



Fuente: cia.gov (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 10. Población según rango de edades

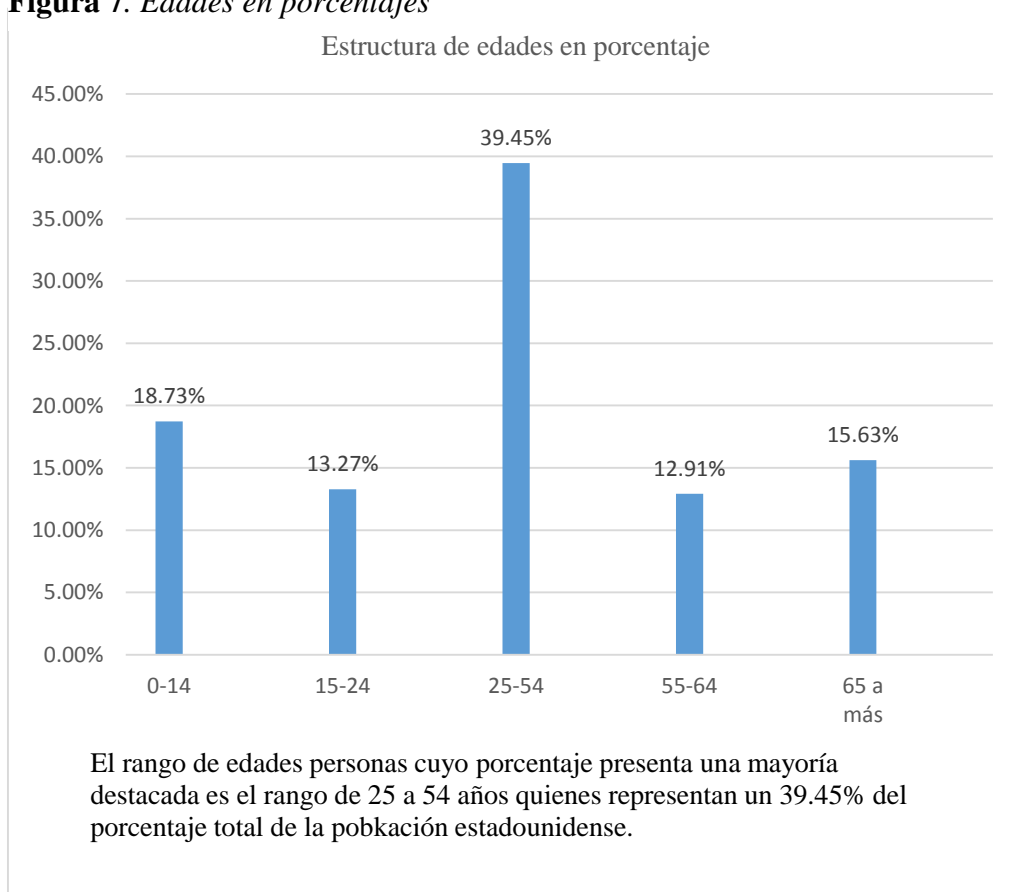
Porcentaje de la población según el rango de edades

Rango de edad	Porcentaje
0-14	18.74%
15-24	13.27%
25-54	39.45%
55-64	12.91%
64 y más	15.63%
Total	100%

Fuente:
cia.gov (2018)

Elaboración: Propia

Figura 7. Edades en porcentajes



Fuente: cia.gov (2018)

Elaboración: Propia

Contexto económico

Santander (2018) Estados Unidos posee la primera economía del mundo, delante de China, y está recién emergiendo de su peor recesión desde los años 1930. Gracias a un plan de estímulo presupuestario y monetario de largo alcance, la economía se ha recuperado y el crecimiento se elevó a 2,6% del PIB en 2015, estimulado por el consumo privado, las bajas tasas de interés y el dinamismo de la creación de empleos. La actividad se ralentizó en 2016 (1,6%), debido a una baja de la inversión y el consumo. Se espera un repunte en 2017 (2,2%), pero el alcance de la aceleración dependerá de la credibilidad del programa económico del nuevo presidente Donald Trump.

La deuda pública sigue siendo elevada (cerca de 108% del PIB) y seguirá creciendo. La apreciación del dólar y el débil crecimiento de las economías europeas y japonesa afectan a las exportaciones, lo que alimenta un déficit de cuenta corriente cada vez mayor. El déficit presupuestario sobrepasa 4% del PIB. En un contexto de regreso de la inflación, el banco central americano proseguirá sin embargo con sus medidas de contracción de la política monetaria.

Tabla 11. Cuadro comparativo de los principales indicadores económicos de Estados Unidos

Indicadores	2015	2016	2017	2018 (e)	2019 (e)
PIB (<i>miles de millones de USD</i>)	18.120,70	18.624,45	19.362,13e	20.199,96	21.024,42
PIB (<i>crecimiento anual en %, precio constante</i>)	2,9	1,5	2,2e	2,3	1,9
PIB per cápita (<i>USD</i>)	56.437	57.608	59.495e	61.687	63.810
Saldo de la hacienda pública (<i>en % del PIB</i>)	-3,6	-4,1	-4,4e	-4,0	-4,3
Endeudamiento del Estado (<i>en % del PIB</i>)	105,2	107,1	108,1e	107,8	107,9
Tasa de inflación (%)	0,1	1,3	2,1e	2,1	2,6
Tasa de paro (<i>% de la población activa</i>)	5,3	4,9	4,4	4,1	4,2
Balanza de transacciones corrientes (<i>miles de millones de USD</i>)	-434,60	-451,69	-461,99e	-528,69	-573,51
Balanza de transacciones corrientes (<i>en % del PIB</i>)	-2,4	-2,4	-2,4e	-2,6	-2,7

Fuente: Santander trade (2018)

Elaboración: Propia

Principales sectores económicos

Santander (2018) El sector agrícola americano es sin lugar a dudas uno de los más grandes del mundo. Se caracteriza por una alta productividad y por el uso de tecnologías modernas. Estados Unidos es uno de los principales productores de maíz, soja, carne de res y algodón. El estado de California genera más de un tercio de los vegetales y dos tercios de las frutas y nueces del país. Dicho esto, la agricultura representa únicamente 1,3% del PIB americano y emplea a 1,6% de la población activa.

Estados Unidos es un país muy industrializado. El sector industrial representa más de 20% del PIB e incluye una gran variedad de actividades. Las más importantes son la fabricación de maquinaria eléctrica y electrónica, de productos químicos y maquinaria industrial, así como el sector agroalimentario y automotriz. También es líder mundial en el sector aeroespacial y en la industria farmacéutica. La abundancia de recursos naturales ha convertido al país en líder en la producción de varios minerales y le permite mantener una producción diversificada. Así, es también el mayor productor mundial de gas natural líquido, aluminio, electricidad y energía nuclear, y el tercer productor mundial de petróleo. Desde hace varios años desarrolla la extracción a gran escala de gas de esquisto.

La economía americana se basa fundamentalmente en los servicios. El sector terciario representa más de tres cuartos del PIB y emplea a más de 80% de la mano de obra.

Comportamiento del consumidor

Santander (2018) La mayoría de los estadounidenses siguen siendo fieles a sus marcas favoritas, más que bajando de categoría a opciones más económicas, y buscan maneras para gastar menos en estas marcas predilectas (esta tendencia se visualiza más entre hispanos). De cualquier forma, menos de 10% de ellos compraría marcas más baratas o productos de marcas propias antes que sus marcas preferidas. Entre los consumidores jóvenes, el nuevo mantra es 'acceso no posesión'. Los consumidores estadounidenses son cada vez más conscientes del medio ambiente al momento de tomar las decisiones de compra. Las tendencias demográficas son dominadas por dos elementos claves: los índices de natalidad en declive y el aumento de la tercera edad. Al mismo tiempo, el repunte de la economía y el mercado laboral han mejorado la confianza de los consumidores y el gasto, mientras que la tecnología es cada vez más importante.

Perfil del consumidor

Santander (2018) El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense valora la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos de valor elevado. Los hogares "millennials" tienden más a comparar precios y buscar promociones que el consumidor estadounidense promedio. A pesar de todo esto, los consumidores de EEUU muestran una relativa despreocupación por el futuro financiero de su hogar y tienen expectativas positivas.

Tendencias de consumo del consumidor

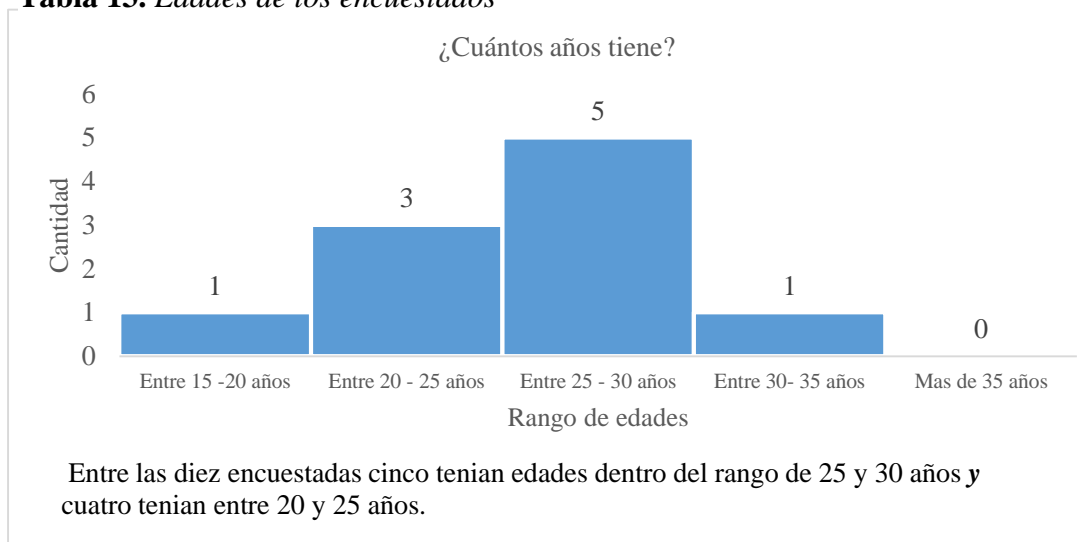
Tabla 12. *Edad de los encuestados*

Edad	Cantidad
Entre 15 -20 años	1
Entre 20 - 25 años	3
Entre 25 - 30 años	5
Entre 30- 35 años	1
Más de 35 años	0
Total	10

Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 13. *Edades de los encuestados*



Fuente: cia.gov (2018)

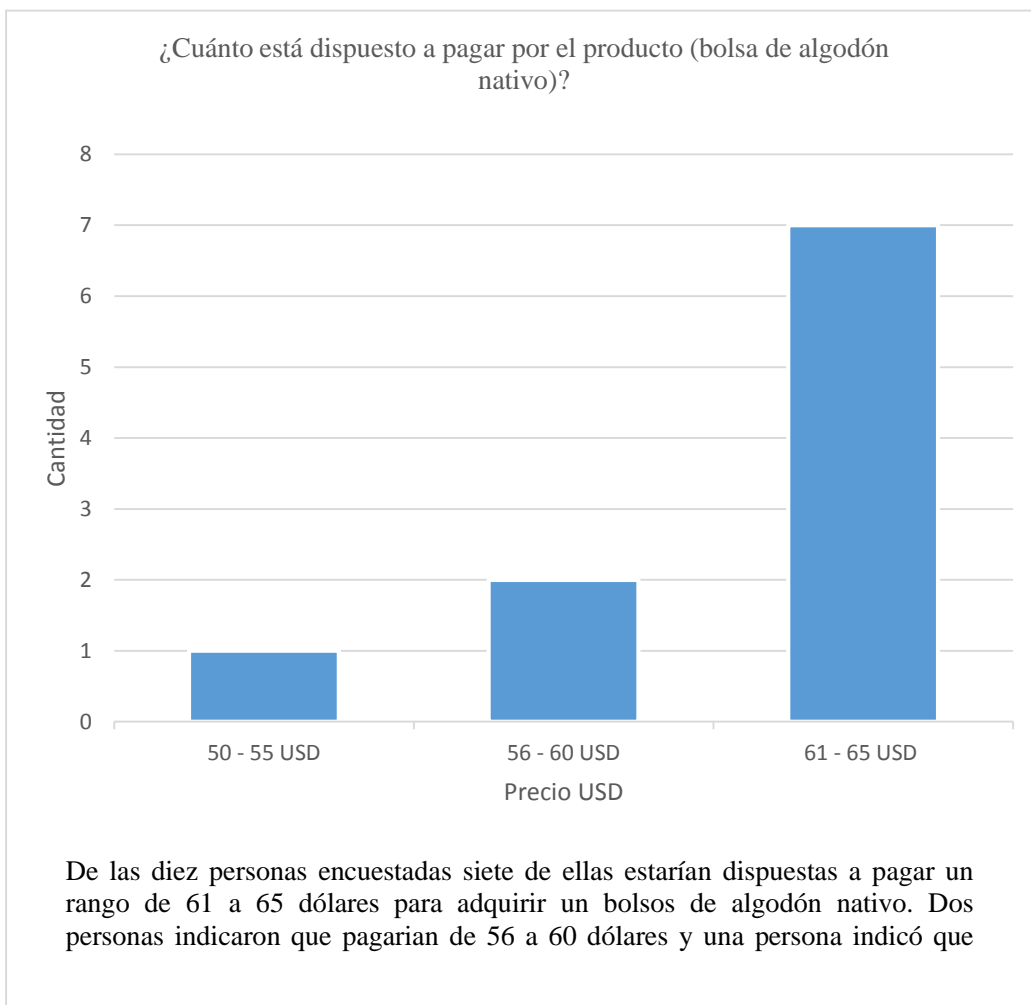
Elaboración: Propia

Tabla N° :

<i>¿Cuánto pagaría por un bolso?</i>	
Precio	Cantidad
50 - 55 USD	1
56 - 60 USD	2
61 - 65 USD	7
Total	10

Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia



Fuente: cia.gov (2018)

Elaboración: Propia

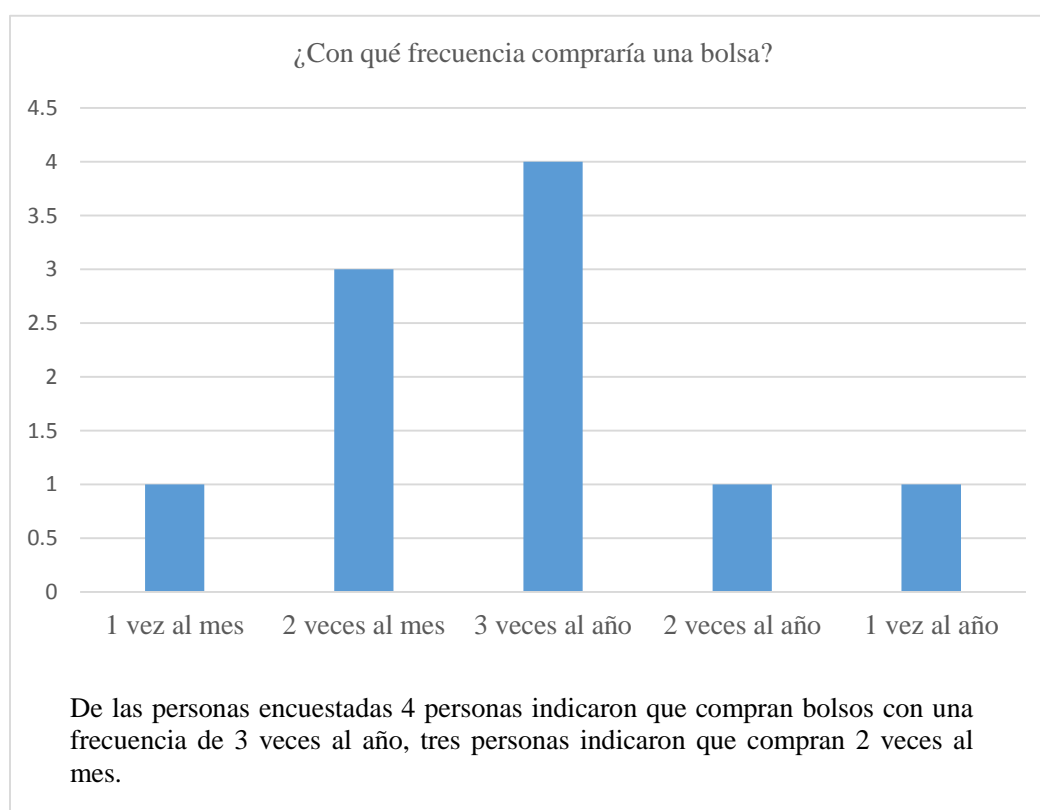
Tabla 14. Frecuencia de compra de las estadounidenses encuestadas

Frecuencia de compra	Cantidad
1 vez al mes	1
2 veces al mes	3
3 veces al año	4
2 veces al año	1
1 vez al año	1
Total	10

Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

Figura 8. Frecuencia de compra de un bolso



Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

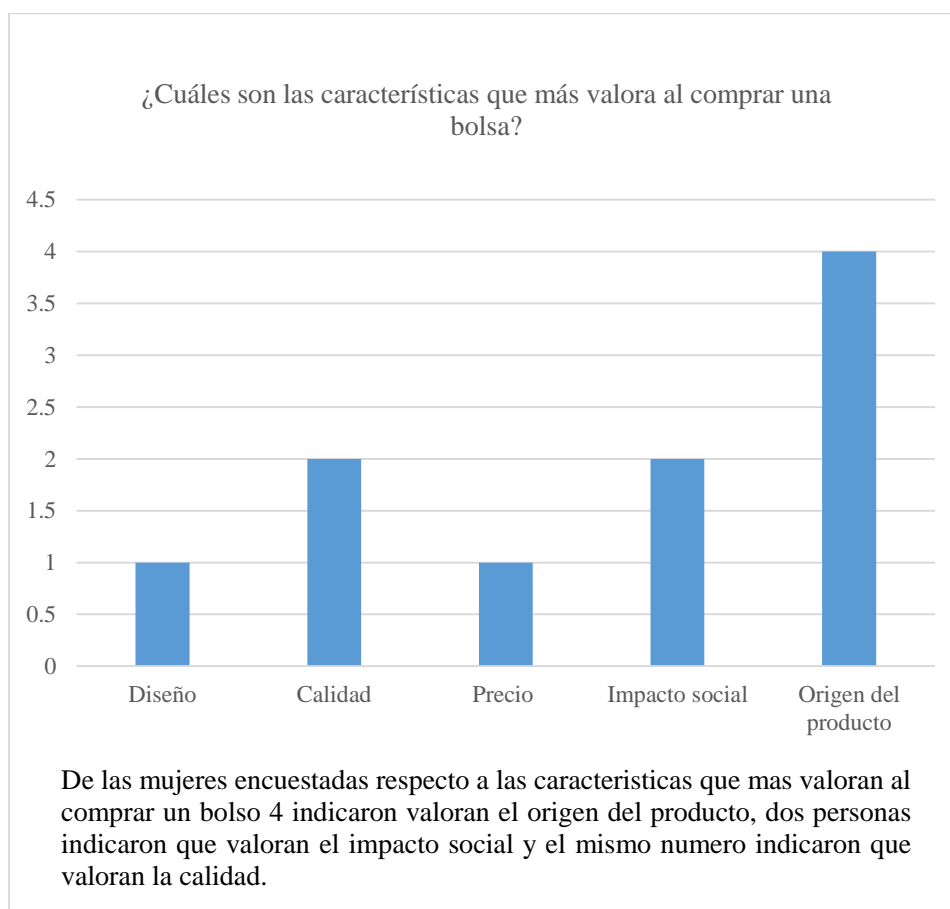
Tabla 15. Características que valorar el consumidor estadounidense al comprar un bolso

Características	Cantidad
Diseño	1
Calidad	2
Precio	1
Impacto social	2
Origen del producto	4
Total	10

Fuente: Encuesta virtual

Elaboración: Propia

Figura 9. Características que valora al comprar una bolsa



Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

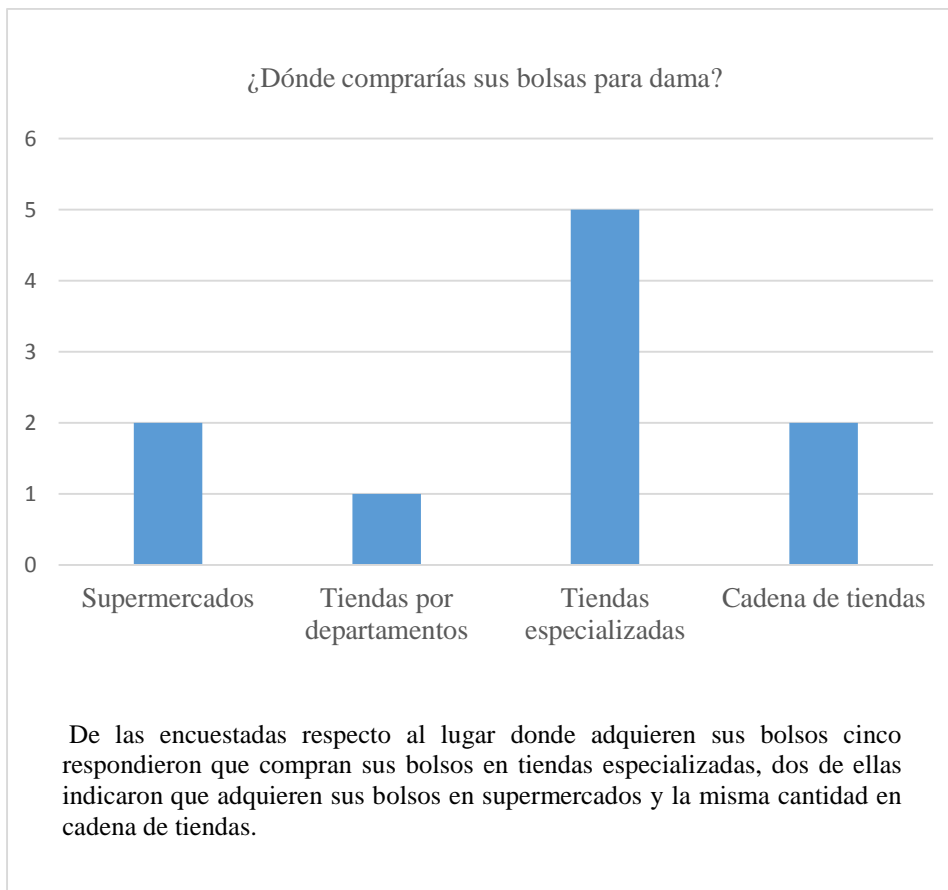
Tabla 16. Lugar de compra de los bolsos en Estados Unidos

Lugar de compra	Cantidad
Supermercados	2
Tiendas por departamentos	1
Tiendas especializadas	5
Cadena de tiendas	2
Total	10

Fuente: Encuestada virtual (2018)

Elaboración: Propia

Figura 10. Lugar donde se compra un bolso para dama



Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

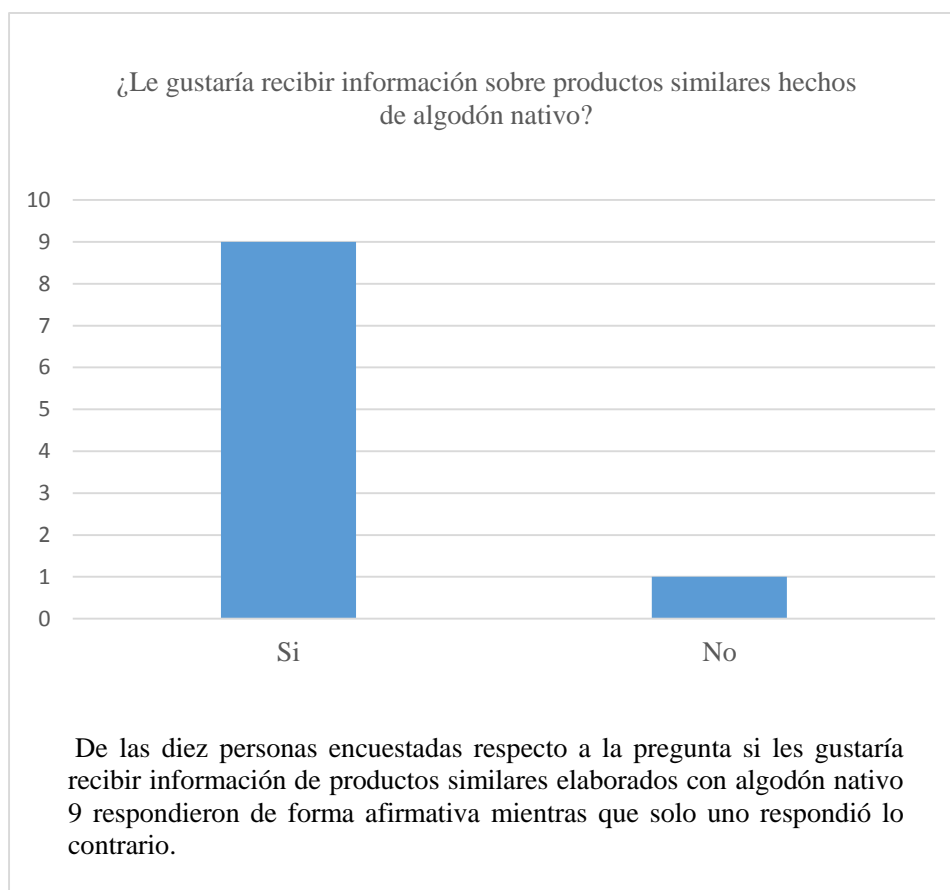
Tabla 17. *Interés por productos de algodón nativo*

Respuesta	Cantidad
Si	9
No	1
Total	10

Fuente: Encuesta virtual

Elaboración: Propia

Figura 11. *Mayor información acerca de productos hechos de algodón nativo*



Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

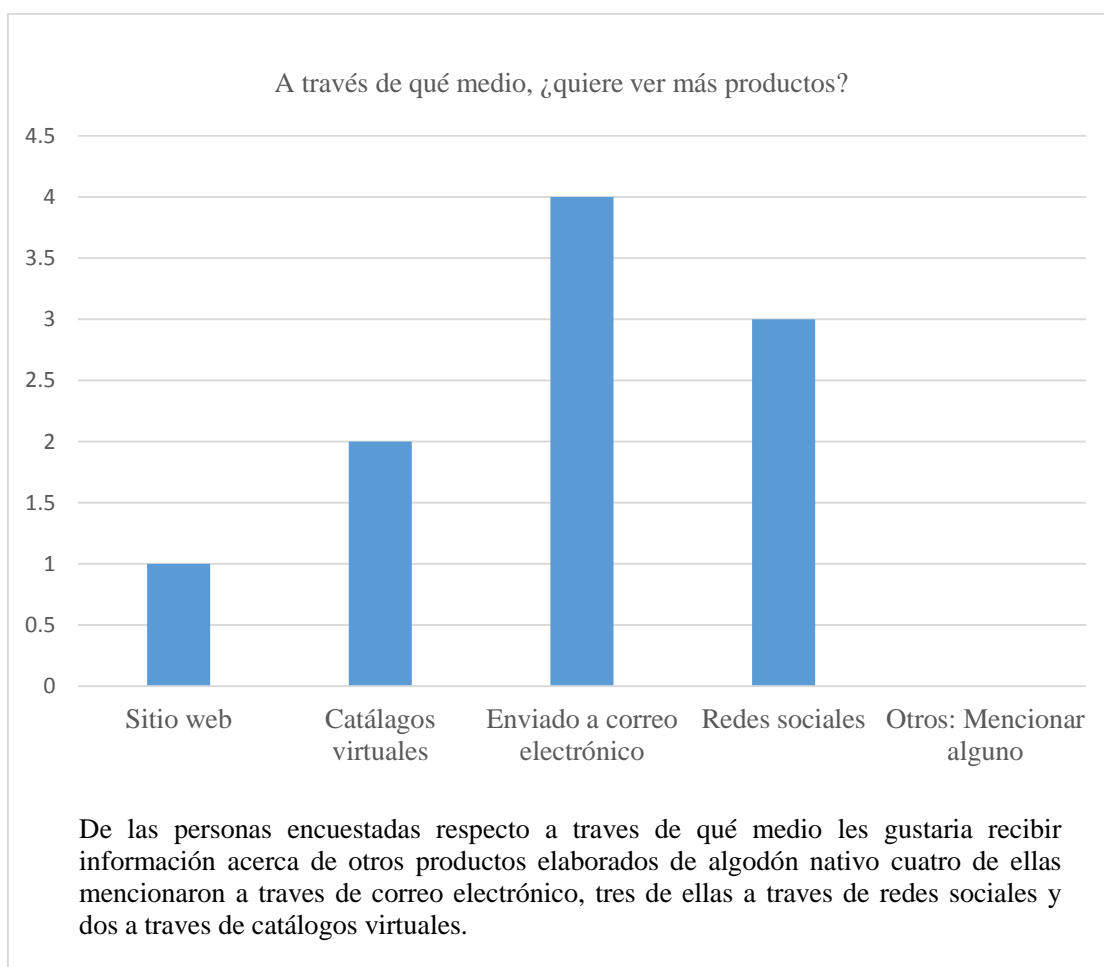
Tabla 18. Medios a través de los cuales las encuestadas les gustaría recibir información sobre los bolsos

Medios de información	Cantidad
Sitio web	1
Catálogos virtuales	2
Enviado a correo electrónico	4
Redes sociales	3
Otros: Mencionar alguno	0
Total	10

Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

Figura 12. Medio a través del cual requieren ver más productos



Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

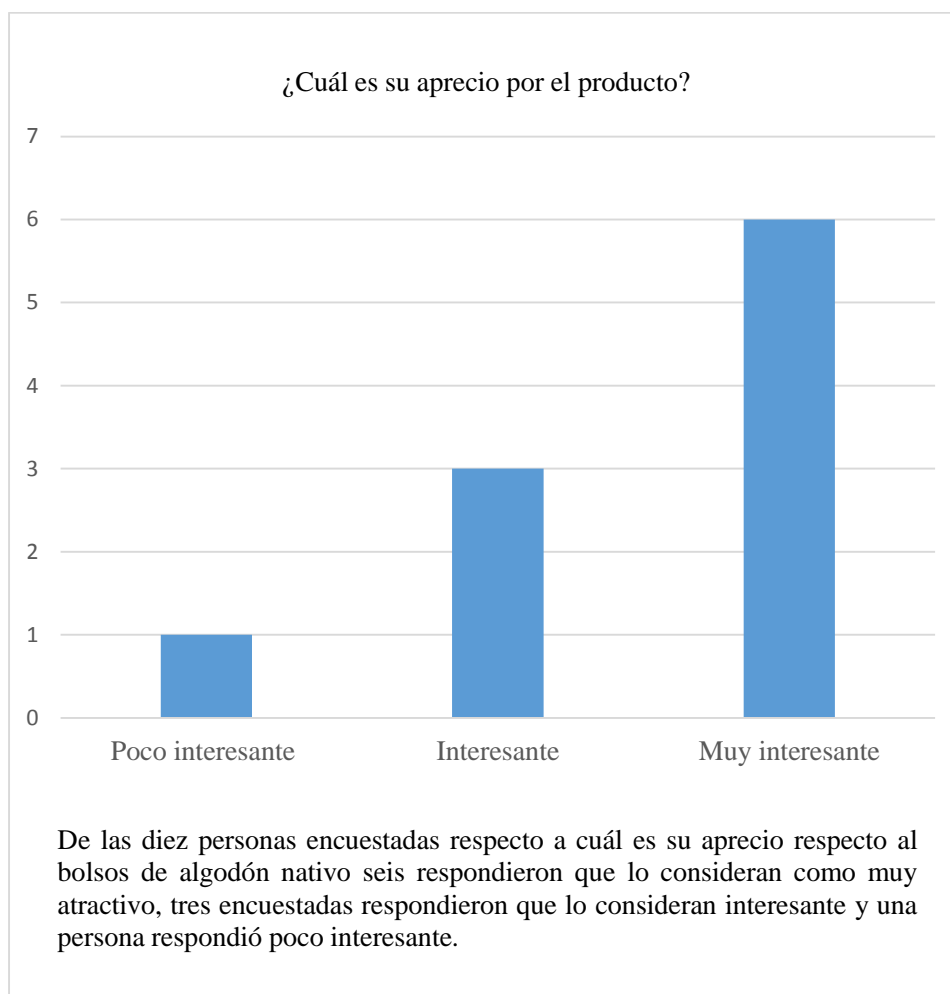
Tabla 19. *Apreciación de las encuestas sobre el producto.*

Apreciación por el producto	Cantidad
Poco interesante	1
Interesante	3
Muy interesante	6
Total	10

Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

Figura 13. *Precio del producto*



Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

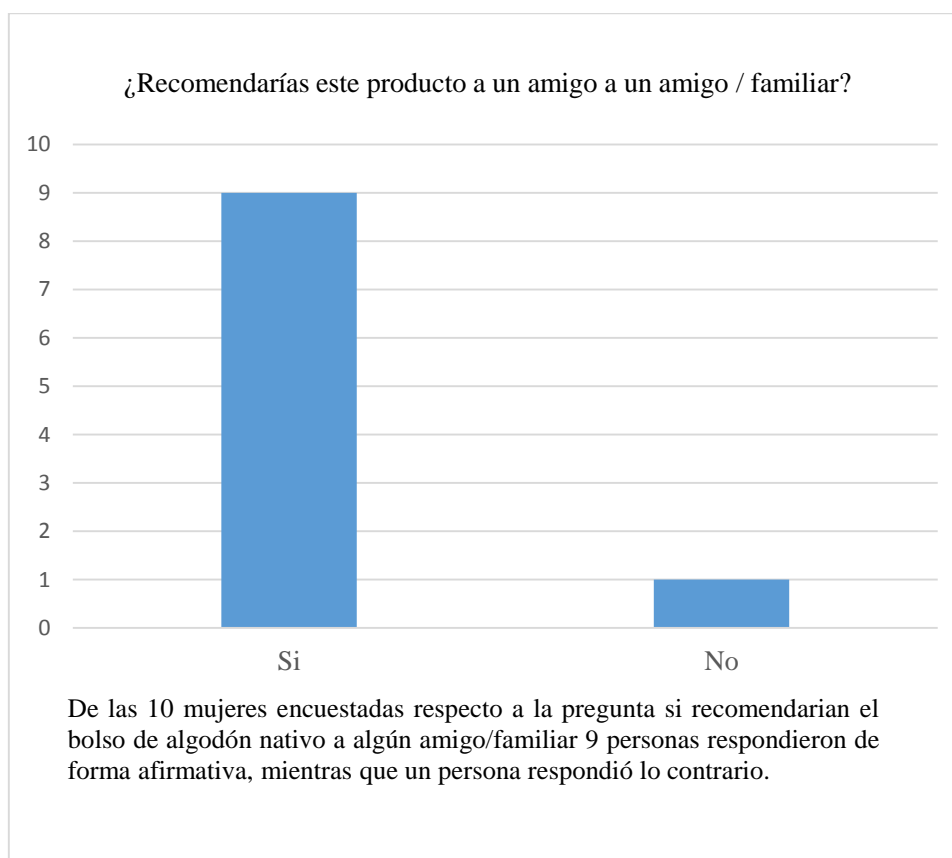
Tabla 20. *Recomendación de los bolsos de algodón nativo*

Respuesta	Cantidad
Si	9
No	1
Total	10

Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

Figura 14. *Recomendación del producto*



Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

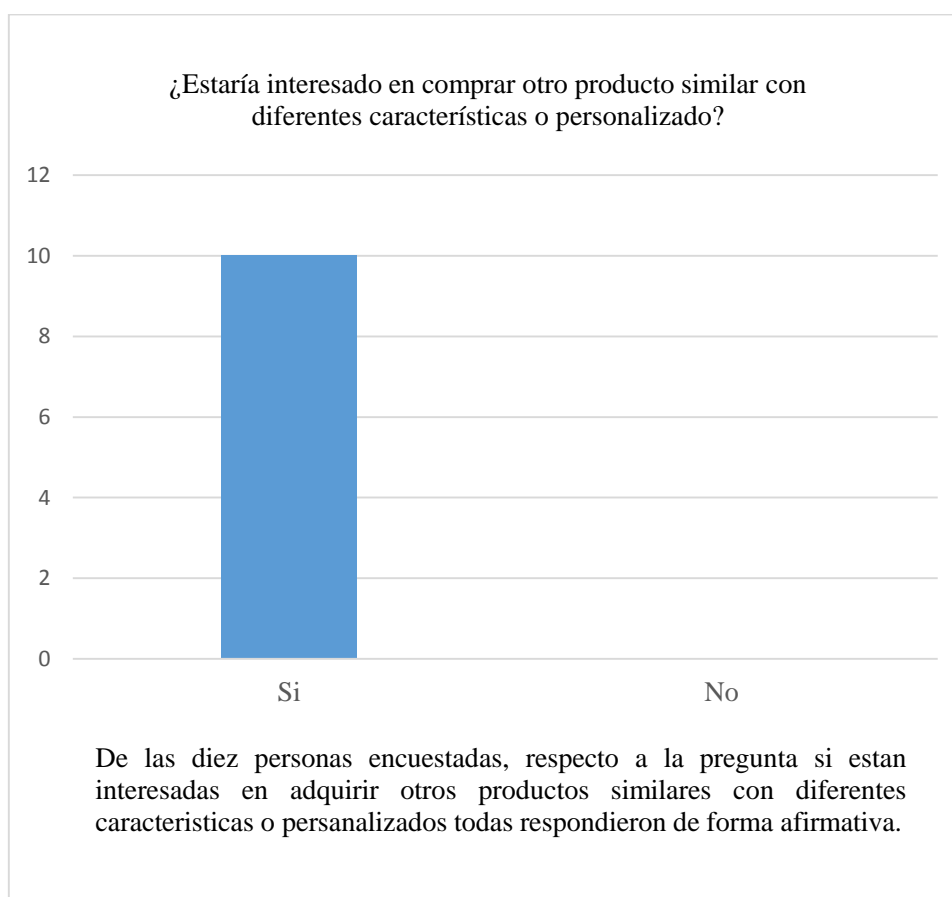
Tabla 21. *Interés de las encuestadas por adquirir productos similares o personalizados*

Respuesta	Cantidad
Si	10
No	0
Total	10

Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

Figura 15. *Interés en comprar el producto*



Fuente: Encuesta virtual (2018)

Elaboración: Propia

3.1.3. Análisis la capacidad exportadora de bolsos de algodón nativo para dama en la asociación Santa Anita

¿Qué documentos generalmente emiten las artesanas que venden sus productos al extranjero?

En la actualidad las artesanas de algodón nativo no exportan directamente, sin embargo, los productos que exportan a través de IMAR Costa Norte se realizan por intermedio del Exporta fácil.

En la entrevista realizada al representante de CITE SIPAN respecto al tema relacionado con la exportación el entrevistado indicó que las asociaciones no poseen conocimientos sobre exportación. La exportación la realizan terceros. En el último caso de exportación la ONG IMAR colaboro con diferentes asociaciones de la región Lambayeque que trabajan con algodón nativo.

Durante la entrevista realizada a la representante de la Asociación de Artesanas Santa Anita se obtuvo también información similar. La entrevistada indicó que terceros llegan hasta su domicilio a comprar sus productos y luego ellos realizan el envío al extranjero.

La entrevistada cuenta con RUC y clave sol teniendo acceso a la ventanilla única de comercio exterior pero aun así no conoce lo suficiente como para realizar el llenado de la declaración de exporta fácil para cumplir con los requerimientos para exportar.

¿Alguna de las asociaciones de artesanas cuentan con algun seguro que las protege del algun tipo de suceso? ¿A qué cree que se debe que algunas asociones si cuenten con seguro y otras no?

Las asociaciones no cuentan con seguros, debido a que esto incrementaría el costo de sus productos además que esto genera una obligación ante la aseguradora, lo cual el artesano muchas veces no es capaz de asumir.

¿Qué instituciones o ONGs apoyan a las diferentes artesanas de la region Lambayeque para la producción/ exportación de sus productos?

Hasta el mes de marzo la ONG IMAR Costa Norte apoyó a las artesanas en la comercialización de sus productos, para lo cual identificó dos compradores en Francia y Luxemburgo.

En cuanto a la producción artesanal el CITE Sipán apoya a las artesanas en mejorar sus diseños y proceso de producción.

¿Cuántos bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo puede producir en un mes?

Para un mes sería unos 25 de bolsos donde interviene en el trabajo cinco personas.

Respecto a la cantidad de bolsos para dama que se pueden producir para exportar en un mes la representante de la asociación mencionó que es de 25 bolsos. En la fabricación de estos 25 bolsos intervienen cinco personas las cuales forman parte de la familia de la entrevistada.

3.1.4. Realización de un plan de negocio para exportación de bolsos de algodón nativos de la asociación Santa Anita al mercado de Estados Unidos

Descripción del negocio

La asociación de artesanas Santa Anita se dedica a la elaboración de artículos de regalos, de vestir y decoración hechos a base de algodón nativo. El algodón nativo es un producto de escasa producción en nuestro país, pero con muchas características y beneficios en comparación con el algodón comercial. El algodón nativo es antialérgico, para su producción no se necesita del uso de pesticidas, y posee colores naturales (no necesita de tintes).

El mercado de destino de los bolsos para dama de algodón nativo es Estados Unidos es se caracteriza por un de las poblaciones más grandes el mundo con un total de 326,625,791 habitantes y un territorio de 9,833,517 kilómetros cuadrados. Su capital es Washington, posee un PBI de 18,120 miles de millones de dólares y PIB per cápita de 56,427 dólares. Los bolsos de algodón nativo en Estados Unidos tienen un tratamiento preferencial el cual lo exime del pago de advalorem.

En las encuestas realizadas para obtener información acerca del comportamiento del consumidor respecto a los bolsos de algodón nativo aplicado a mujeres estadounidenses se encontró que la edad de las mujeres a quienes se venderá los bolsos es de 20 a 30 años y el precio que las encuestadas están dispuestas a pagar es de 60 a 65 dólares. También se obtuvo que la mayor frecuencia de compra de bolsos de las encuestas es de tres veces al año.

La asociación tiene capacidad productiva de 25 bolsos al mes los cuales son enviados a través de exporta fácil. Los 25 bolsos tienen un peso de 9500 gramos sumados el peso de la caja y las bolsas donde irá cada bolsa alcanzan un valor de 9910 gramos. Este envío se realiza a través del servicio económico el cual tiene una duración de 30 días y un costo de S/.356.60. El incoterm de venta es DDP debido a que la asociación se hace cargo de todos los gastos hasta que el producto llega al local de importador.

El costo en el que se incurre para la elaboración de un bolso es de S/. 113, este costo incluye la compra de materia prima (algodón nativo) y el pago diario a la tejedora el cual es de S/. 35 el diario. La cantidad de bolsos que se venden en el primer año es de 300 teniendo como un costo anual de producción la suma de S/. 33,900. Los costos fijos representan un monto anual de S/. 14,370 y los costo variables representan un monto total de S/.4,768.

Respecto al plan organizacional las personas involucradas son 5 conformada por la representante de la asociación y 4 tejedoras. La producción diaria de una tejedora es de un bolso.

Los ingresos proyectados por la venta de los bolsos de algodón nativo son de S/. 63,960 el primer año y el quinto año es de S/. 88,407.68. Con un préstamo de capital de trabajo de S/. 3,000 se obtuvo que la asociación paga de interés los dos primeros años S/. 979.89 y S/. 386.22 y de amortización S/. 2,182.80 y S/. 2,183.46 respectivamente.

En el estado de ganancias y pérdidas se obtuvo que en el primer año la asociación obtuvo resultados positivos con un monto de S/. 10,391.20 de utilidad neta sin el pago del préstamo y S/. 7,228.52 incluido el pago de interés y amortización. En el flujo de caja proyectado también se obtuvo resultados positivos con un flujo de caja económico del primer año de S/. 10,391.20 y un flujo de caja financiero de S/. 7,228.51. En el análisis económico financiero los resultados obtenidos fueron de un VAN económico de S/. 18,030.41 y un VAN financiero de S/. 17,863.40. Respecto al TIR económico se obtuvo un porcentaje de 68% y en el TIR económico se obtuvo un resultado de 79%.

3.2. Discusión de resultados

En el desarrollo de la investigación se plantearon cuatro objetivos de los cuales sus resultados fueron comparados con los obtenidos por los investigadores cuyos trabajos fueron descritos en la parte de investigaciones previas.

El primero objetivo de la investigación fue el de realizar un análisis situacional de la Asociación de Artesanas Santa Anita. Los resultados obtenidos para este objetivo fueron que las Artesanas de la asociación no cuentan con los conocimientos suficientes para elaborar un plan de negocio y realizar la exportación de sus productos. En comparación con Aumala y Chamba (2015), quienes en su tesis titulada “Proyecto de Emprendimiento Empresarial de Exportación de Artesanías Textiles Otavaleñas de Alta Calidad Orientadas al Mercado de Nueva York” encontraron en sus resultados la falta de conocimientos legales por parte de los artesanos para realizar una exportación. Los resultados de los autores citados y los obtenidos en esta investigación son similares debido a que ambos lugares donde se realizó la investigación tuvieron objetivos similares y los resultados obtenidos a través de las técnicas de recolección de datos resultaron afines.

El segundo objetivo de la investigación fue el de analizar el mercado meta de los bolsos para dama elaborados a base de algodón en la asociación de artesanas Santa Anita. Los resultados obtenidos para este objetivo fueron que los consumidores de Estados Unidos cuentan con un alto poder adquisitivo, el cual tiene una tendencia de crecimiento promedio de 2% anual. Los resultados de las encuestas arrojaron que los consumidoras Estadounidenses tienen interés en comprar productos artesanales debido al diseño y al origen que estos poseen. Resultados similares fueron encontrados por los autores Valverde y Zuloeta (2016) quienes tuvieron como objetivos en su investigación: determinar las características cualitativas y cuantitativas del mercado canadiense como una oportunidad de negocio para incentivar las exportaciones peruanas de artesanía de cerámica producida en Cajamarca. Estos resultados indicaron que Canadá es un país que se caracteriza por su poder adquisitivo de sus habitantes y que ellos tienen una demanda creciente por los artículos artesanales. Los autores concluyeron identificando el potencial de la exportación de los productos artesanales peruanos a Canadá principalmente por su calidad.

El tercer objetivo de la investigación fue el de analizar la capacidad exportadora de bolsos de algodón nativo para dama en la asociación Santa Anita. Los resultados obtenidos para este objetivo fueron que la capacidad exportadora de bolsos de algodón nativo de la asociación es de 25 bolsos por mes. Asimismo, se encontró también que la asociación no cuenta con los conocimientos necesarios acerca de los procesos para realizar una exportación a través de exporta fácil a pesar de contar con RUC y clave SOL, información necesaria para realizar el llenado de la declaración exporta fácil.

Aumala y Chamba (2015) en su investigación tuvieron como objetivo determinar la capacidad productiva de sus proveedores para cubrir la demanda establecida. Los autores encontraron como respuesta para este objetivo que la capacidad de producción que tiene cada productor Otavaleño responde a la cantidad de máquinas de telar que poseen, la cantidad de trabajadores y la cantidad de recursos económicos para invertir en los materiales.

En contraste con los autores Aumala y Chamba en la investigación se encontró que la capacidad productiva depende del número de artesanas tejedoras y el tiempo de trabajo que dedican al día. Los artesanos Otavaleños cuentan con máquinas tejedoras las cuales les permiten una capacidad de producción mayor en comparación con las artesanas de la asociación Santa Anita las cuales solo poseen el telar de cintura para elaborar sus tejidos.

El cuarto objetivo de la investigación fue el de realizar un plan de negocio para exportación de bolsos de algodón nativos de la asociación Santa Anita al mercado de Estados Unidos. Los resultados de las preguntas número dos y tres de la segunda guía de entrevista señalan que los competidores de la asociación Santa Anita elaboran sus bolsos con diseños modernos, estos diseños no son tan valorados por los consumidores extranjeros debido a que ellos aprecian los diseños relacionados a la cultura y antepasados de las artesanas. También se encontró que el proceso productivo para la elaboración de un bolso es de aproximadamente un día y medio.

Flores (2015) en su investigación tuvo como objetivo la elaboración de un estudio de prefctibilidad comercial para la exportación de artículos de regalo y decoración de lana de ovino al mercado de Finlandia. En su investigación la autora concluyó que existen muchas oportunidades para comerciar los productos de la asociación en el mercado finlandés debido

al alto poder adquisitivo de sus consumidores y su interés por productos artesanales ecológicos y con historia.

Los resultados obtenidos en el objetivo de la investigación realizada y el antecedente son similares debido a que ambos al final tienen como resultado que la tendencia de compra de los consumidores estadounidenses y finlandeses es la de adquirir productos con historia cuya elaboración sea con productos que no dañan el medio ambiente y ayuden a mejorar la calidad de vida de los artesanos.

3.3. Aporte científico

Descripción del negocio

La “Asociación de Artesanas Santa Anita – Morrope” fue fundada el 16 de marzo del 2015 en el caserío Arbosol – Morrope. La señora Nelyda Sánchez Santamaría es la actual presidenta de la asociación y encargada de la producción de los productos, inculcando a sus socias a emprender un sueño ofreciendo al mercado la transformación de algodón nativo para elaborar variedades de artesanías como monederos, porta celulares, manteles, fajas, chalinas gorros, vestidos, llaveros, carteras, etc. Las artesanas utilizan técnicas que tradicionalmente llegaron a sus manos, fruto del esfuerzo y enseñanza que abuelos, madres e hijas dejaron pasar con el tiempo, con la finalidad de dar a conocer los diferentes productos elaborados con sus telares y con su propia materia prima ofreciendo productos con un valor elevado tanto para el mercado nacional como internacional. En la actualidad la asociación asiste a diferentes ferias artesanales del país en ciudades como Lima, Chiclayo y Trujillo.

Misión

Representar el talento ante la sociedad contribuyendo con el arte como un medio de promoción, de desarrollo integral y humano para ciudad de Morrope y todo el departamento de Lambayeque.

Visión

“Ser una asociación reconocida a nivel nacional, identificándonos con el arte la cual ha sido nuestra herramienta para poder alcanzar el desarrollo de todas nuestras socias, así como también poder alcanzar la sostenibilidad ambiental en las zonas rurales de nuestro país”.

La presidenta de la asociación está dentro del régimen único simplificado en el cual solo emite boletas de venta.

La representante de encuentra en situación HABIDA, estado del contribuyente Activo y el tipo de actividad que realiza es la venta al por menor de otros productos nuevos en comercios especializados.

Para la venta de sus productos la representante solo emite boletas de venta.

Productos que ofrece la asociación

Entre los productos que ofrece la asociación tenemos:



Figura 17. *Chalina Fina*
Alto 2.20 m /Ancho 0.20 m



Figura 16. *Chalina Parda*
Alto 1.30 m/ Ancho 12.5 cm



Figura 19. *Chalina Parda a Crochet en Conchitas*
Alto 1.83 m/ Ancho 0.12 m



Figura 18. *Chalina Parda a Crochet para niño*
Alto 1.13 m/ Ancho 0.1 m



Figura 20. Chalina Parda para Niño
Alto 1.39 m / Ancho 0.1 m



Figura 21. Chalina parda con
ranas



Figura 23. Chalina Parda Perú:
Alto 1.50 m / Ancho 25 cm



Figura 22. Chalina Parda Fifa:
Alto 1.50 m / Ancho 50 cm



Chaleco para Niños: Alto 56 cm/ Ancho 39 cm



Vestido para niñas: Alto 46 cm / Ancho 39 cm



Gorro para niño

Morrales grandes de varios colores

Alto 35 cm /Ancho 27 cm



Gorro para adulto



Morrales pequeños de varios diseños Alto 23 cm / Ancho 20 cm



Cartera para mujer

Alto 12.5 cm / Ancho 17 cm

Cartera de mano para mujer
Alto 21 cm / Ancho 13 cm



Billetera para mujer



Monederos



Vinchas



Cobertores de sillas



Aretes de diversos diseños



Llavero de artesana



Llavero de chullo



Angeles decorativos



Papa Noel decorativo

Acerca del algodón nativo:

Cortijo (2012) menciona que El algodón es un recurso natural que se presenta en diferentes variedades: Pima, Tangüis, del Cerro y Áspero. En el Perú antiguo la variedad que más se empleó fue el Áspero; al respecto, se ha encontrado algodón de color en los restos de la cultura precolombina, al que llamaremos algodón nativo de color (ANC).

Actualmente se conoce poco acerca del ANC y su existencia ha sido muy poco difundida, tanto en el mercado nacional como en el internacional, a pesar de las bondades que presenta este tipo de fibra. Entre ellas destacan el hecho de que no requiere ningún tipo de teñido, ya que sus colores son naturales, lo cual hace que las personas alérgicas o de piel sensible a los tintes químicos puedan utilizar prendas hechas sobre la base de este tipo de fibra. Además, tiene un gran potencial para la industria de confección, con respecto a otros algodones comerciales como el Tangüis o el Pima.

Beneficios del algodón Nativo

Fustamante (2012) señala que el algodón nativo no tiene que ser teñido en la fabricación de tela y el teñido es el proceso que genera mayores impactos al medio ambiente en los procesos industriales, debido al uso del agua, energía y la producción de residuos.

Si el proceso del teñido es eliminado se puede ahorrar hasta la mitad del costo de los textiles y además eliminar el costo de la contaminación con colorantes tóxicos. Los colores de las prendas de algodón de colores no se desvanecen, incluso se vuelven más intensas después del lavado.

Entre otros beneficios tenemos que los cuidados para el cultivo son mínimos, y no requiere de fertilizantes ni pesticidas. Puede crecer en zonas áridas y salitrosas que muy pocos cultivos pueden resistir.

También se ha identificado diversos beneficios para la salud humana, las semillas se usan como emplastos para calmar zonas adoloridas; las hojas como infusión para calmar la fiebre, emplastos de hojas y semillas para curar heridas, entre otros usos populares.

Estas características son favorables para el ahorro de agua durante la siembra y evitar la erosión y contaminación del suelo. Además, puede ser una buena opción para sembríos asociativos en los bosques secos de Lambayeque.

Tabla 22. Ficha técnica

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO		
Nombre de empresa: Asociación de Artesanas Santa Anita de Morrope		
Dirección: Caserío Arbosol – Morrope	Teléfono: 979 860 / 928 775 422	
Ciudad: Morrope		
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	Bolsos de para dama de algodón nativo	
	Descripción del producto	
	Materia Prima	Algodón Nativo
	Insumos	Ninguno

	Medidas	Alto: 30 cm Ancho: 36 cm
	Peso	380 gr
	Uso y Aplicaciones	Es utilizado como bolso para cargar accesorios y demás objetos.
	Partida Arancelaria	42.02.22.00.00
<p>Baúles, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los porta documentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios, fundas y estuches para gafas (anteojos), binoculares, cámaras fotográficas o cinematográficas, instrumentos musicales o armas y continentes similares; sacos de viaje, sacos (bolsas) aislantes para alimentos y bebidas, bolsas de aseo, mochilas, bolsos de mano (carteras), bolsos para la compra, billeteras, portamonedas, portamapas, petacas, pitilleras y bolsas para tabaco, bolsas para herramientas y para artículos de deporte, estuches para frascos y botellas, estuches para joyas, polveras, estuches para orfebrería y continentes similares, de cuero natural o regenerado, hojas de plástico, materia textil, fibra vulcanizada o cartón, o recubiertos totalmente o en su mayor parte con esas materias o papel.</p>		Descripción Arancelaria

Figura 24. Cuadro FODA de los bolsos para dama de algodón nativo



Fuente: Elaboración propia

Análisis de mercado

Análisis del entorno

Aspecto geográfico

Centra Intelligence Agency (2018) Estados Unidos limita con el océano pacifico por el oeste, con el océano atlántico por el este, por el norte con Canadá y por el sur con México. Posee 50 estados y el Distrito de Columbia.

Posee un territorio total de 9, 833,517 kilómetros cuadrados.

Su capital es Washington.

Estados Unidos es poco más o menos la mitad del tamaño de Rusia; aproximadamente tres décimas del tamaño de África; aproximadamente la mitad del tamaño de América del Sur (o un poco más grande que Brasil); un poco más grande que China; más del doble del tamaño de la Unión Europea.

Estados Unidos es el tercer país más grande del mundo por tamaño (después de Rusia y Canadá) y el tercer más poblado después de China e India.

Aspecto social

Estados Unidos posee una población de 326, 625,791 habitantes.

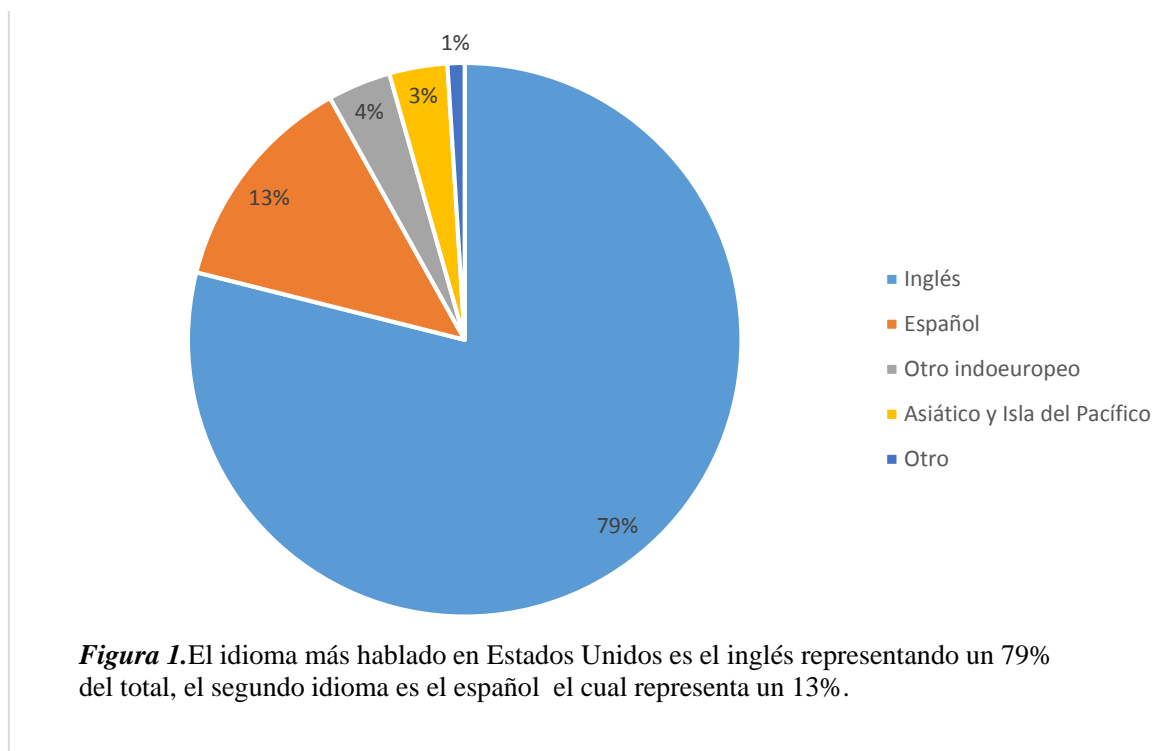
Tabla 23. Idiomas en Estados Unidos

Idioma	Porcentaje
Inglés	79%
Español	13%
Otro indoeuropeo	3.7%
Asiático e Isla del Pacífico	3.40%
Otro	1%
Total	100%

Fuente: Santander

Elaboración: Propia

Figura 25. Idiomas en Estados Unidos en porcentaje



Fuente: Santander (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 24. Porcentaje de la población según el rango de edades

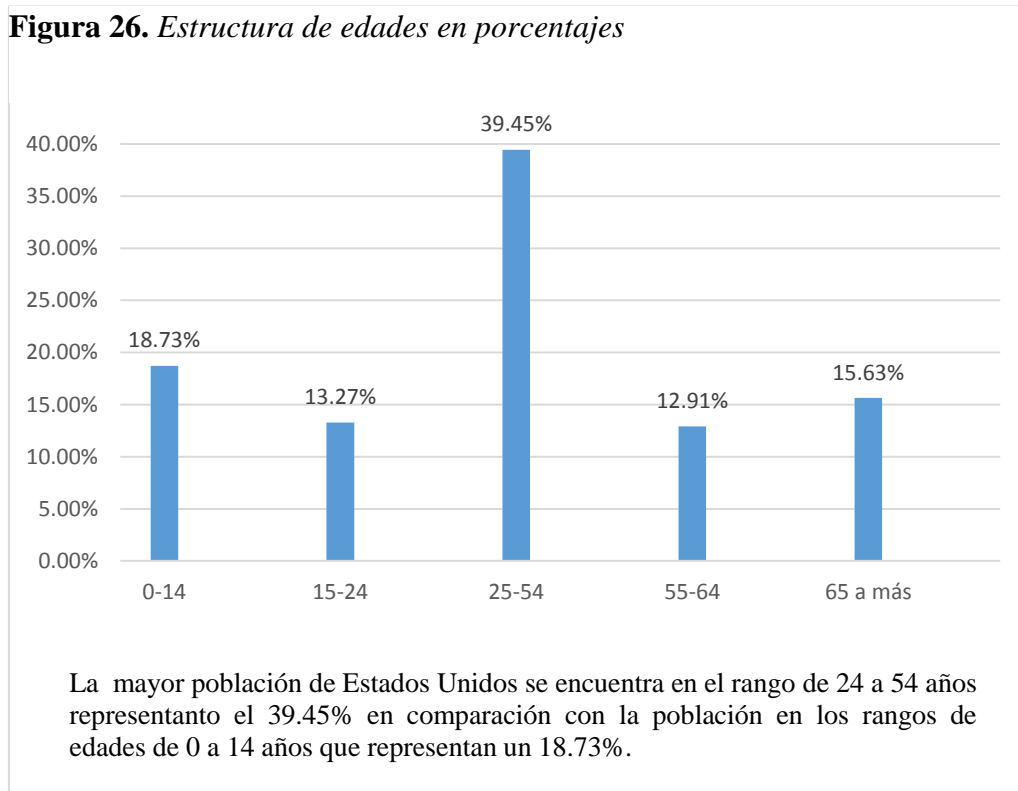
Rango de edad	Porcentaje
0-14	18.74%
15-24	13.27%
25-54	39.45%
55-64	12.91%
64 y más	15.63%
Total	100%

Fuente: cia.gov

(2018)

Elaboración: Propia

Figura 26. Estructura de edades en porcentajes



Fuente: cia.gov (2018)

Elaboración: Propia

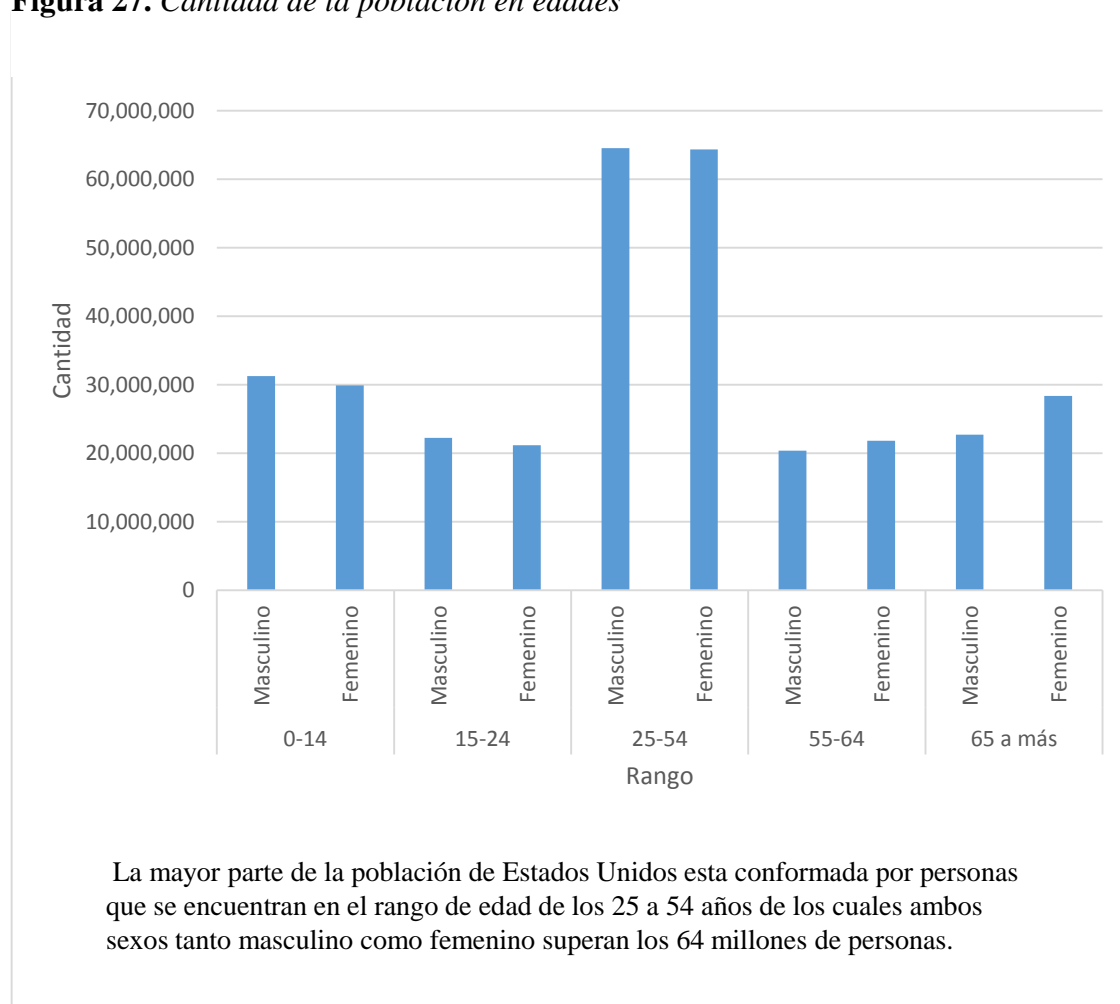
Tabla 25. Cantidad de población según el rango de edades

Rango de edad	Sexo	Cantidad
0-14	Masculino	31,255,995
	Femenino	29,919,938
15-24	Masculino	22,213,952
	Femenino	21,137,826
25-54	Masculino	64,528,673
	Femenino	64,334,499
55-64	Masculino	20,357,880
	Femenino	21,821,976
64 y más	Masculino	22,678,235
	Femenino	28,376,817
Total		326,625,791

Fuente: cia.gov (2018)

Elaboración: Propia

Figura 27. Cantidad de la población en edades



Fuente: cia.gov (2018)

Elaboración: Propia

Sistema político

Tabla 26. Sistema político

Forma de gobierno:	República federal basada en la democracia representativa con la separación de poderes entre las ramas del gobierno. Estados Unidos se compone de 50 estados semisoberanos que disfrutan de una gran autonomía.
Poder Ejecutivo:	El Presidente es el Jefe de Estado, comandante de las fuerzas armadas y la cabeza del gobierno; es elegido por un colegio de representantes (que son elegidos directamente de cada estado) para desempeñar el cargo durante un período de cuatro años. El Parlamento comprueba estos poderes. El gabinete es designado por el Presidente con la aprobación del Senado.
El poder Legislativo:	La legislatura es bicameral. El parlamento consiste del Senado (cámara alta) y la Cámara de Representantes (cámara baja). El Senado tiene el poder de confirmar o rechazar las designaciones presidenciales y de ratificar tratados. La Cámara de Representantes sólo ostenta el derecho a iniciar proyectos de ley, aunque pueden ser modificadas o rechazadas por el Senado. El Presidente puede vetar la legislación aprobada por el Congreso. El Congreso puede anular el veto con las dos terceras partes de los votos.
Principales partidos políticos	Partido Demócrata (D): progresista en el plano social, favorece la intervención del gobierno para regular la economía de mercado. Partido Republicano (R, o GOP - Grand old party): conservador en el plano social, defiende el capitalismo liberal, e insiste en la defensa nacional.
Líderes políticos en el poder	Presidente: Donald J. Trump (desde el 20 de enero de 2017): Partido Republicano. Vicepresidente: Michael (Mike) Pence (desde el 20 de enero de 2017) - Partido Republicano.
Próximas fechas electorales	Presidenciales: noviembre de 2020 Congreso: noviembre de 2018

Elaboración: Propia

Fuente: Santader Trade (2018)

Aspectos económicos

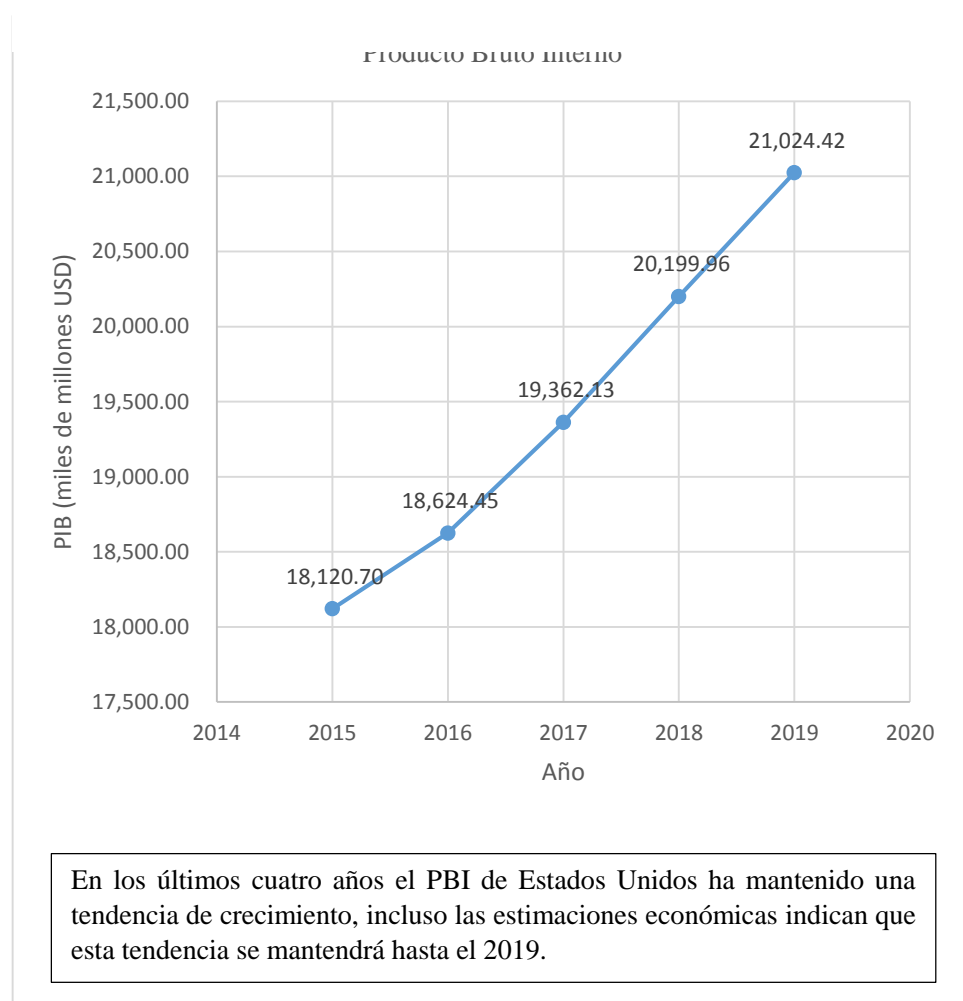
Tabla 27. Producto bruto Interno

Año	PBI
2015	18,120.70
2016	18,624.45
2017	19,362.13
2018	20,199.96
2019	21,024.42

Fuente: Santander (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 28. PBI



Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 29. Crecimiento del PBI expresado en porcentajes

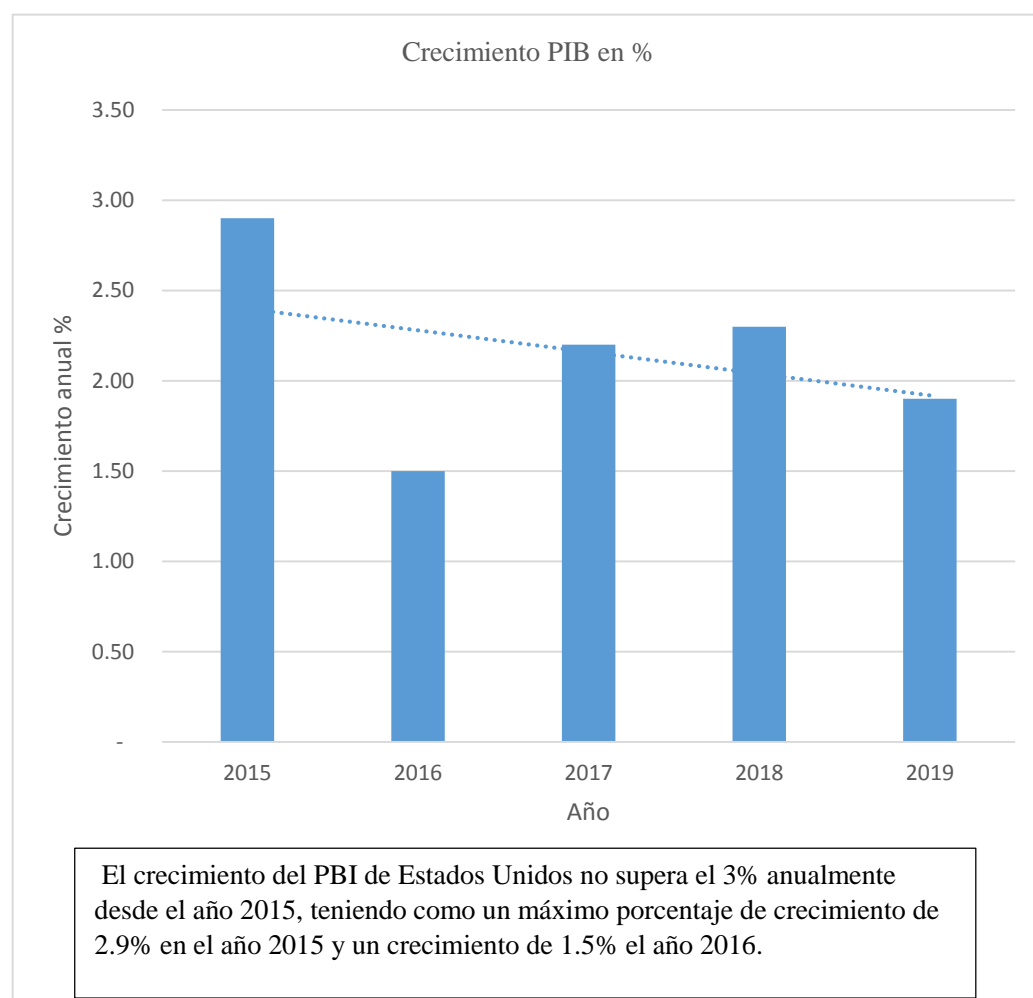
Año	Porcentaje
-----	------------

2015	2.90
2016	1.50
2017	2.20
2018	2.30
2019	1.90

Figura 28. Crecimiento del PBI

Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia



Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 30. Ingreso per cápita en Estados Unidos

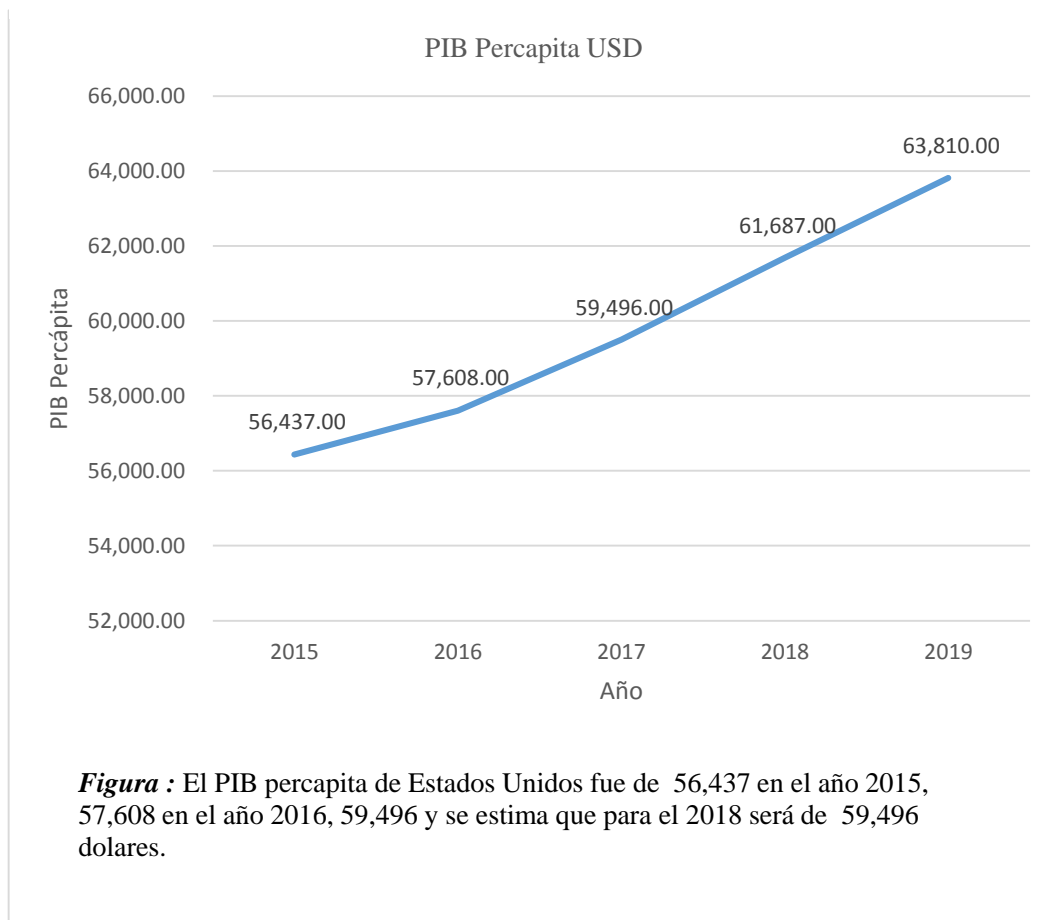
Año	PIB Percápita
-----	---------------

2015	56,437.00
2016	57,608.00
2017	59,496.00
2018	61,687.00
2019	63,810.00

Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

Figura 29. PBI USD



Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 31. Saldo de la Hacienda Pública de Estados Unidos

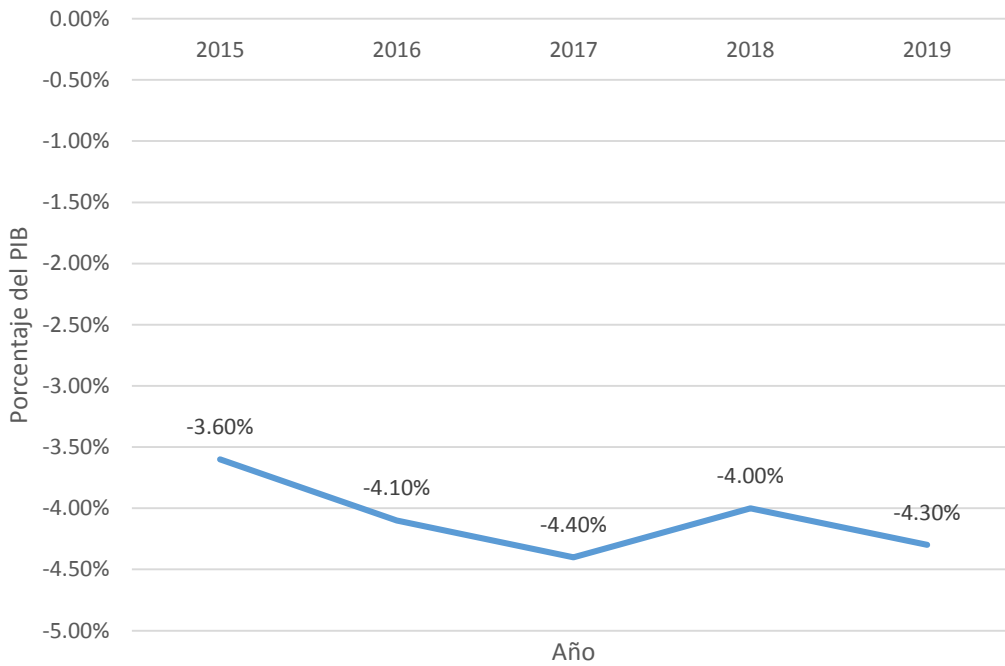
Año	Porcentaje
2015	-3.60%

2016	-4.10%
2017	-4.40%
2018	-4.00%
2019	-4.30%

Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

Figura 30. Saldo de hacienda pública



El saldo de la Hacienda Pública de Estados Unidos ha mantenidos cifras negativas los últimos años teniendo como porcentaje del PIB -3.60% el año 2015, -4.10% el año 2016 y -4.40% el año 2017. Se estima que para los próximos años estas cifras seguirán siendo negativas.

Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 32. Endeudamiento Estados Unidos

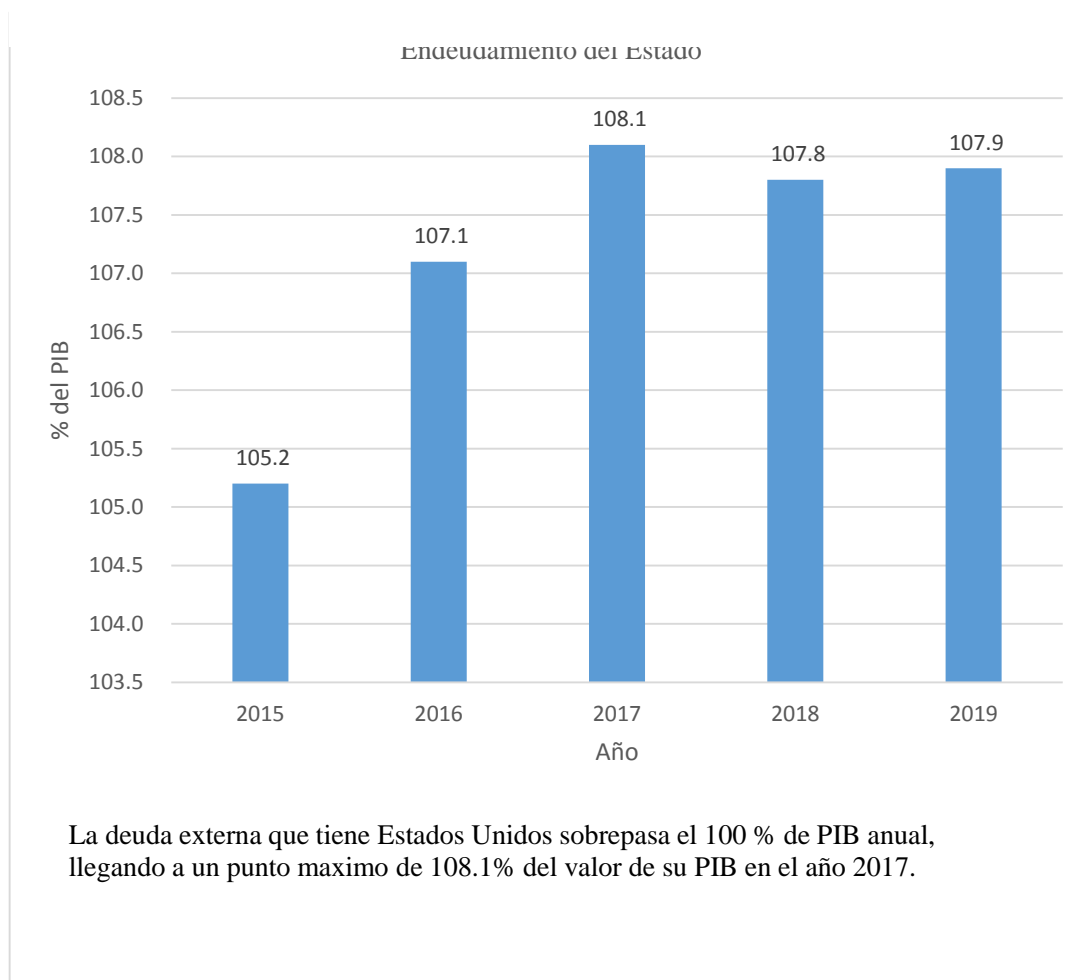
Año	Porcentaje del PIB
2015	105.2

2016	107.1
2017	108.1
2018	107.8
2019	107.9

Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

Figura 31. Porcentaje de endeudamiento



Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

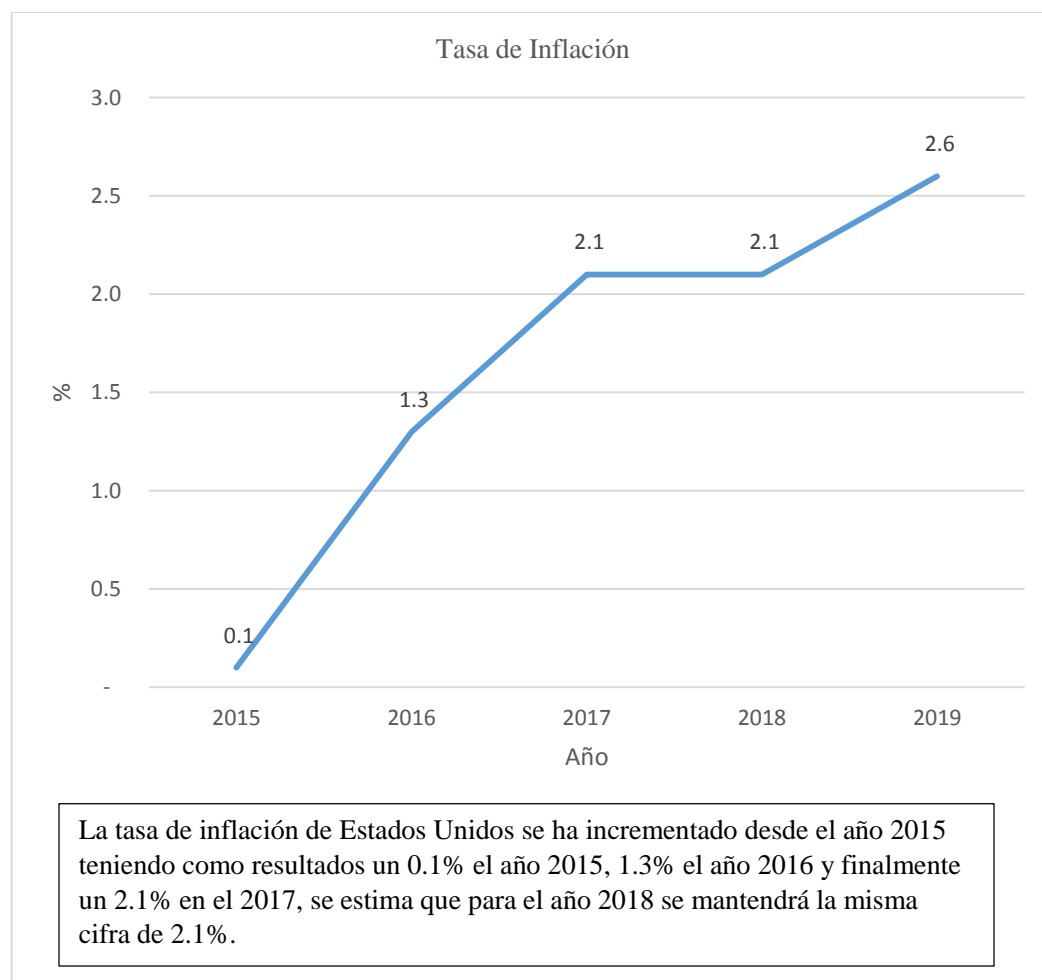
Tabla 33. Tasa de inflación en Estados Unidos

Año	Porcentaje
2015	0.1
2016	1.3

2017	2.1
2018	2.1
2019	2.6

Fuente: Santander Trade
Elaboración: Propia

Figura 32. Tasa de inflación



Fuente: Santander Trade (2018)
Elaboración: Propia

Tabla 34. Tasa de desempleo en Estados Unidos

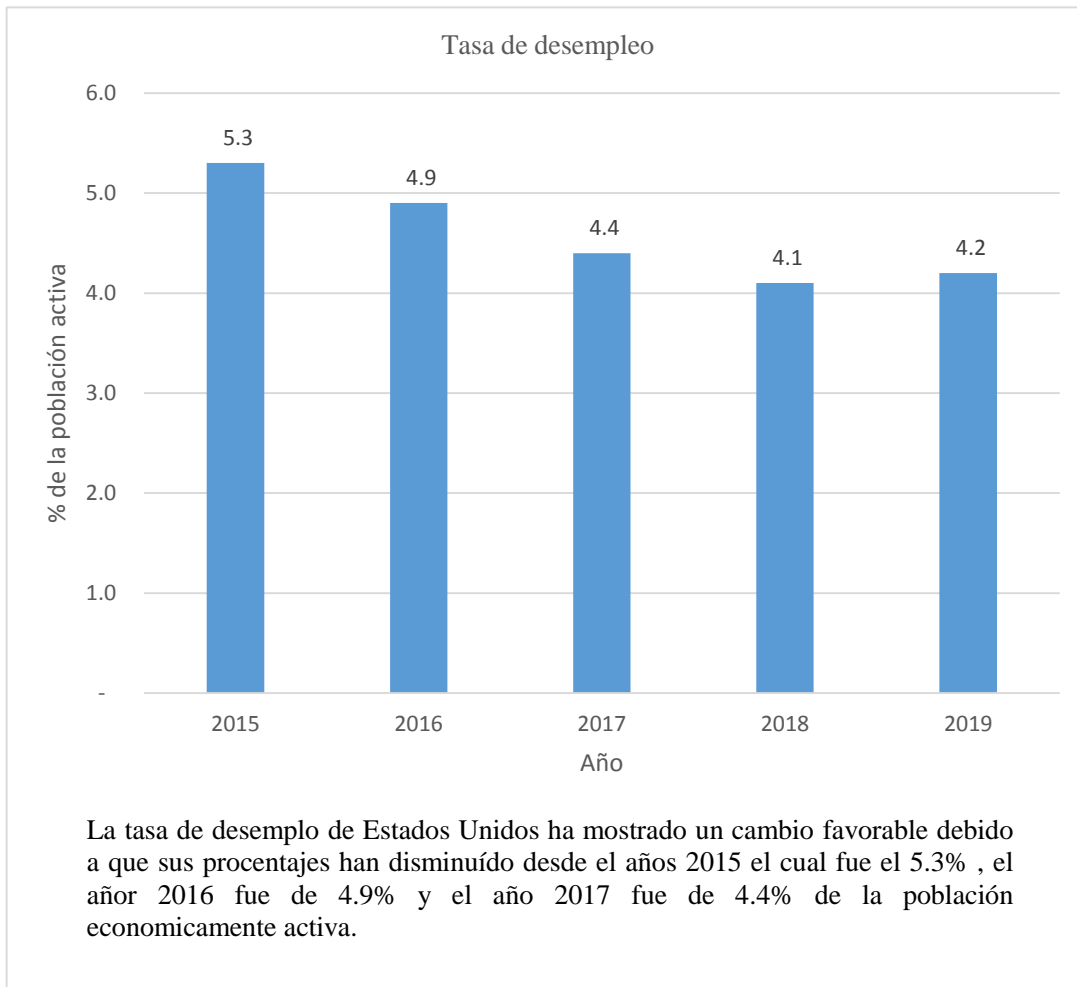
Año	Porcentaje
2015	5.3
2016	4.9

2017	4.4
2018	4.1
2019	4.2

Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

Figura 33. Tasa de desempleo



Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 35. Balanza de transacciones corrientes en Estados Unidos

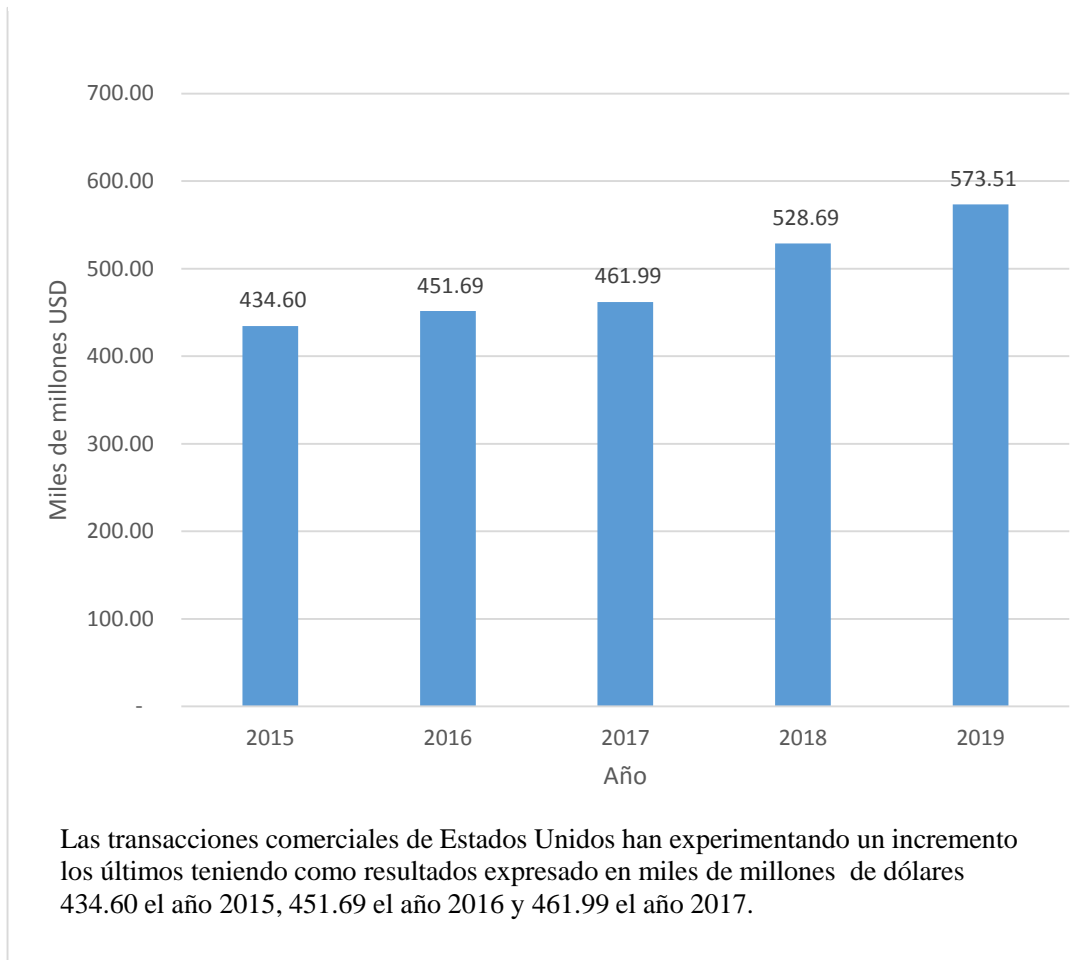
Año	Miles de millones
2015	434.60
2016	451.69

2017	461.99
2018	528.69
2019	573.51

Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: propia

Figura 34. *Balanza de transacciones corrientes*



Fuente: Santander Trade (2018)

Elaboración: Propia

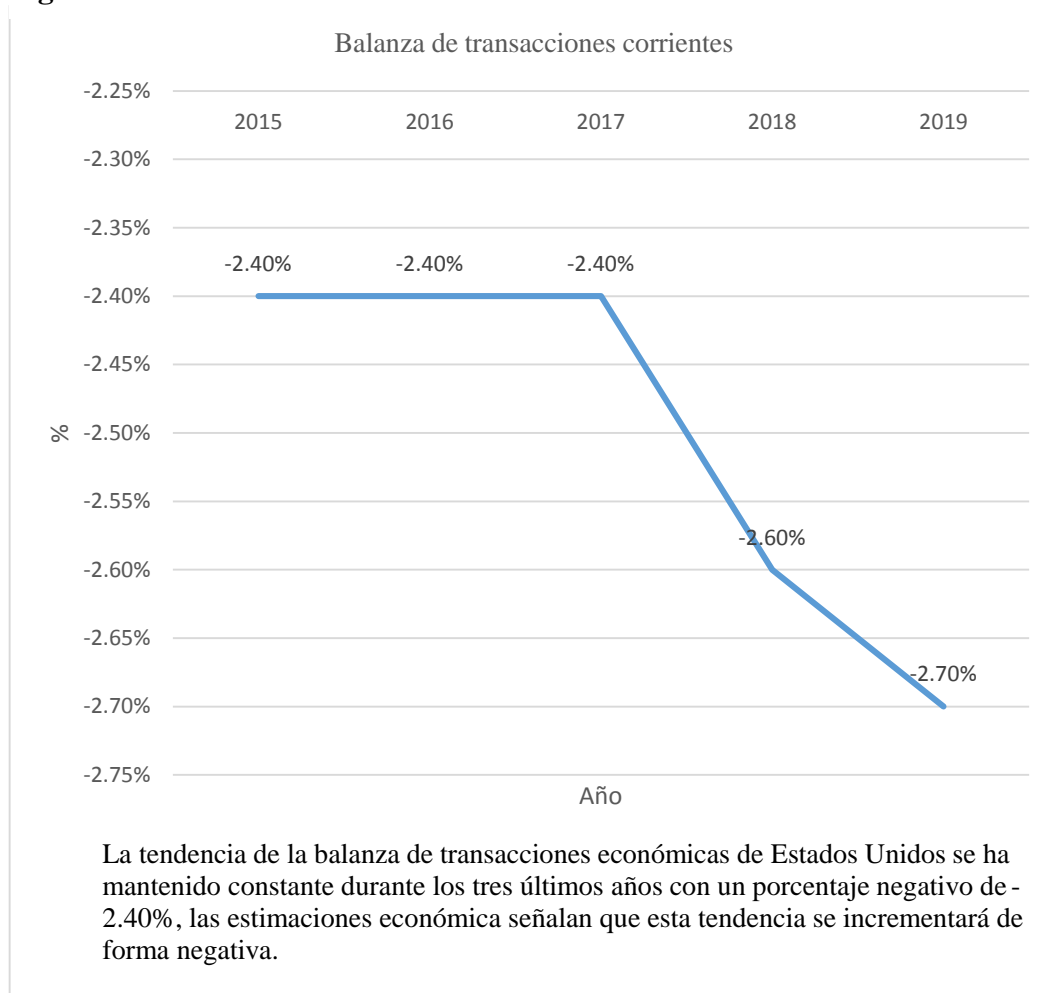
Tabla 36. *Tendencia de la balanza de transacciones comerciales en Estados Unidos*

Año	Porcentaje
2015	-2.40%
2016	-2.40%
2017	-2.40%

2018	-2.60%
2019	-2.70%

Fuente: Santander Trade (2018)
Elaboración: Propia

Figura 35. Transacciones corrientes



Fuente: Santander Trade (2018)
Elaboración: Propia

Principales socios comerciales

Santander (2018) Los principales clientes de Estados Unidos en 2017 fueron la Unión Europea, Canadá, México, China y Japón. Las exportaciones dirigidas a Norteamérica (Canadá y México) representaron el 34% del total y manteniéndose constantes respecto al mismo periodo del año anterior. Por su parte, las ventas a Europa (21,5% del total) decrecieron un -0,6%, siendo los países de la Unión Europea los que mayor porcentaje acapararon (18,3% del total) con una bajada del 0,3% en tasa interanual.

Barreras Arancelarias

Según datos obtenidos por la herramienta Market Access Map el arancel para el ingreso de la partida que describe los bolsos para dama de algodón nativo es del 16%, pero debido a la existencia de acuerdos preferenciales entre Perú y Estados el arancel es de 0%.

Tabla 37. *Tasa aplicable en Estados Unidos*

Régimen Arancelario	Arancel equivalente Ad Valorem
Derechos aplicados	16%
Tarifa preferencial para Perú	0%

Fuente: Market Access Map (2018)

Elaboración: Propia

Barreras no arancelarias

Respecto a las medidas no arancelarias no se encontraron requisitos para el ingreso de los bolsos para de algodón nativo al mercado de Estados Unidos.

Análisis de la población potencial de compra

Como población potencial de compra se ha tomado en cuenta a las mujeres cuyas edades se encuentran entre los rangos de 15 a 24 años y 25 a 54 años debido a que en las encuestas realizadas las mujeres que mostraron interés por el bolso de algodón nativo tenían la edad ubicada dentro de estos rangos.

Segmento de mercado

La segmentación del mercado realizada en este plan de negocio es demográfica debido a que se ha segmentado según el sexo del cliente potencial. El estado al cual van dirigido los bolsos de algodón nativo es el de Florida. Nuestro segmento de mercado son las mujeres mayores de 18 años y menores de 54 años.

Mercado meta

El mercado meta está conformado por todas las mujeres mayores de 18 años que residen en el estado de Florida. El cálculo de la cantidad de mujeres a las cuales va dirigido el producto se ha realizado teniendo en cuenta la proporción de mujeres y hombres descritas en gráficos anteriores ordenados según el sexo. Teniendo en cuenta la proporción de hombres y mujeres en cada intervalo se estimó que las mujeres conforman el 49% y los hombres el 51% del total de población.

Tabla 38. Población total en Estados Unidos

Área geográfica	Población total	Población total mayor de 18 años
Florida	20,984,400	16,782,417

Fuente: census.gov (2018)

Elaboración: Propia

Teniendo en cuenta que la población de mujeres representa un aproximado del 49% , se estima también que la población de mujeres mayores de 54 años representa un 16% de la población total.

Tabla 39. Población

Área geográfica	Población >18 años	Población Femenina 49%
Florida	16,782,417	8,223,384

Fuente: census.gov (2018)

Elaboración: Propia

Descartando el porcentaje de mujeres mayores de 54 años obtenemos que nuestro mercado meta lo conforma el 33 % de la población de mujeres mayores de 18 años y menores de 54 años que residen en el estado de La Florida.

Tabla 40. Población de Florida

Área geográfica	Población > 18 años	Población > 18 años <54 años 33%
Florida	16,782,417	5,538,197

Fuente: census.gov (2018)

Elaboración: Propia

Análisis de la demanda

Demanda

Santander Trade (2018) En Estados Unidos el crecimiento anual de las importaciones de bolsos de mano “carteras” incluido con bandoleras o sin asas, con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil experimenta un crecimiento anual de 1.01%. El monto total de importación fue de 1,460,367 miles de millones de dólares. Estados Unidos es un importador neto de este producto.

Características generales del comprador estadounidense

Santander Trade (2018) La crisis mundial aumentó la sensibilidad a los precios de los consumidores estadounidenses, llevando a algunos a cambiar sus marcas habituales por unas menos caras. La mayoría de los estadounidenses siguen siendo fieles a sus marcas favoritas, más que bajando de categoría a opciones más económicas, y buscan maneras para gastar menos en estas marcas predilectas (esta tendencia se visualiza más entre hispanos). Los consumidores estadounidenses son cada vez más conscientes del medio ambiente al momento de tomar las decisiones de compra.

Perfil del consumidor y poder adquisitivo

Santander Trade (2018) El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense es relativamente acomodado y muy diverso en sus intereses y gustos. Valora la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos de valor elevado. Los hogares "millennials" tienden más a comparar precios y buscar promociones que el consumidor estadounidense promedio.

Planeamiento estratégico

Misión

Representar el talento ante la sociedad contribuyendo con el arte como un medio de promoción, de desarrollo integral y humano para ciudad de Morrope y todo el departamento de Lambayeque

Visión

Ser una asociación reconocida a nivel nacional, identificándonos con el arte la cual ha sido nuestra herramienta para poder alcanzar el desarrollo de todas nuestras socias, así como también poder alcanzar la sostenibilidad ambiental en las zonas rurales de nuestro país.

Objetivo Estratégicos de la asociación

Objetivo general

Alcanzar un crecimiento sostenido a mediano y largo plazo incrementando nuestra capacidad productiva para poder satisfacer la demanda del mercado, contribuyendo también con el desarrollo de las integrantes y satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

Objetivos específicos

Incrementar el número de ventas en un 20 % anual.

Diversificar el número de productos en 5 diseños cada año para acceder a más segmentos de mercado.

Incrementar la inversión de la asociación en un 15% cada año.

Acceder a un mercado internacional para poder vender los productos de la asociación en el extranjero.

Plan de marketing

Producto

Los bolsos para dama son productos elaborados 100 % de algodón, el cual tiene las características de ser antialérgico y posee una coloración natural.

La principal característica de los bolsos para dama de algodón nativo es que su material (algodón) posee historia debido a que fue utilizado por antiguas culturas y su elaboración es producto de una tradición de enseñanza de padres a hijos acerca del tejido artesanal que conocen y el diseño que representan en sus productos.



Figura 37. *Presentación del producto*



Figura 36. *Diseño del producto*

Principales características del algodón nativo

Cortijo & Cancio (2012) mencionan que entre las bondades del algodón nativo destacan el hecho de que no requiere ningún tipo de teñido, ya que sus colores son naturales, lo cual hace que las personas alérgicas o de piel sensible a los tintes químicos puedan utilizar prendas hechas sobre la base de este tipo de fibra. Además, tiene un gran potencial para la industria de confección, con respecto a otros algodones comerciales como el Tangüis o el Pima.

Beneficios del algodón Nativo

Fustamante (2012) señala que el algodón nativo no tiene que ser teñido en la fabricación de tela y el teñido es el proceso que genera mayores impactos al medio ambiente en los procesos industriales, debido al uso del agua, energía y la producción de residuos.

Si el proceso del teñido es eliminado se puede ahorrar hasta la mitad del costo de los textiles y además eliminar el costo de la contaminación con colorantes tóxicos. Los colores de las prendas de algodón de colores no se desvanecen, incluso se vuelven más intensas después del lavado.

Entre otros beneficios tenemos que los cuidados para el cultivo son mínimos, y no requiere de fertilizantes ni pesticidas. Puede crecer en zonas áridas y salitrosas que muy pocos cultivos pueden resistir.

También se ha identificado diversos beneficios para la salud humana, las semillas se usan como emplastos para calmar zonas adoloridas; las hojas como infusión para calmar la fiebre, emplastos de hojas y semillas para curar heridas, entre otros usos populares.

Estas características son favorables para el ahorro de agua durante la siembra y evitar la erosión y contaminación del suelo. Además, puede ser una buena opción para sembríos asociativos en los bosques secos de Lambayeque.

Tabla 41. *Ficha Técnica del Producto*

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	Bolsos de para dama de algodón nativo	
	Descripción del producto	
	Materia Prima	Algodón Nativo

	Insumos	Ninguno
	Medidas	Alto: 30 cm Ancho: 36 cm
	Peso	380 gr
	Uso y Aplicaciones	Es utilizado como bolso para cargar accesorios y demás objetos.
	Partida Arancelaria	42.02.22.00.00
<p>Baúles, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los porta documentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios, fundas y estuches para gafas (anteojos), binoculares, cámaras fotográficas o cinematográficas, instrumentos musicales o armas y continentes similares; sacos de viaje, sacos (bolsas) aislantes para alimentos y bebidas, bolsas de aseo, mochilas, bolsos de mano (carteras), bolsos para la compra, billeteras, portamonedas, portamapas, petacas, pitilleras y bolsas para tabaco, bolsas para herramientas y para artículos de deporte, estuches para frascos y botellas, estuches para joyas, polveras, estuches para orfebrería y continentes similares, de cuero natural o regenerado, hojas de plástico, materia textil, fibra vulcanizada o cartón, o recubiertos totalmente o en su mayor parte con esas materias o papel.</p>		Descripción Arancelaria

Fuente: Elaboración propia

Precio

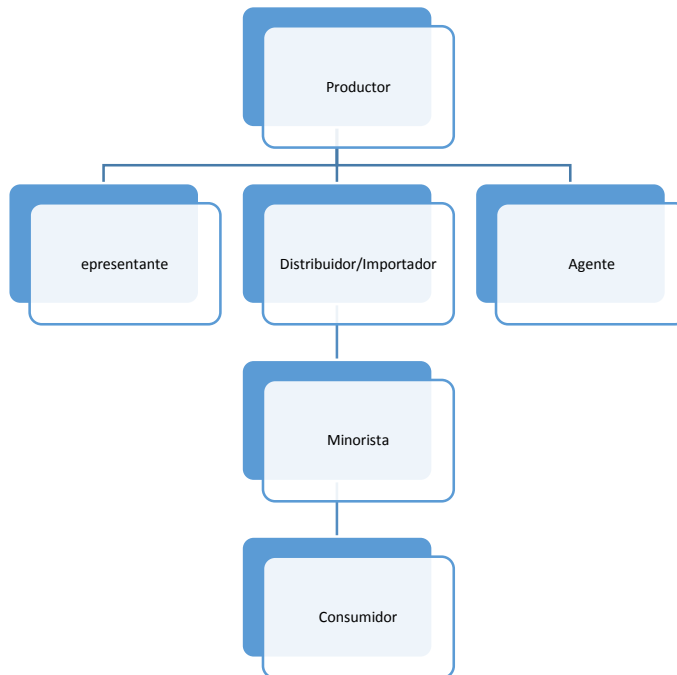
El precio es fijado teniendo en cuenta los resultados de las encuestas realizadas a las mujeres estadounidenses, el precio del producto es de 55 dólares (este precio previamente fijado estudiando los costos y gastos en los que se incurre al elaborar los bolsos para dama.

Al momento de realizar las ventas se tendrá como oferta inicial el precio de 60 dólares obteniendo así un margen de negociación de 5 dólares.

Plaza

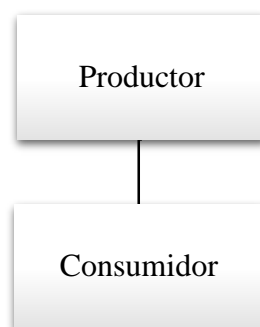
Gonzales (2012) menciona que existen dos tipos de distribución para las prendas de vestir en Estados Unidos. Estos son Distribución directa e indirecta.

Figura 38. *Distribución Indirecta*



Fuente: Tomado de Gabriela Ruiz Gonzales (2012)

Distribución directa



Fuente: Tomado de Gabriela Ruiz Gonzales (2012)

Tipo de distribución utilizado para la asociación

El tipo de distribución que se utilizará en la exportación de bolsos para dama de algodón nativo es indirecta debido a que la capacidad productiva de la asociación es de 25 bolsos mensuales.

Además, la exportación de realizar mediante el uso de exporta fácil el cual tiene un costo de envío por determinado peso del producto y resultaría muy costoso realizar el envío de un bolso a un cliente ya que el costo de transporte sería mucho más costoso que el mismo producto

Tabla 42. *Peso de total de un envío mensual de 25 bolsos*

Descripción	Cantidad	Unidad
Número de bolsos de algodón nativo	25	unidad
Peso unitario del bolso de algodón nativo	380	gr
Peso total de los bolsos	9500	gr
Peso de la caja	160	gr
Peso total de los bolsos de empaque	250	gr
Peso total del paquete exportado	9910	gr

Fuente: Entrevista realizada a la representante de la asociación (2018)

Elaboración: Propia

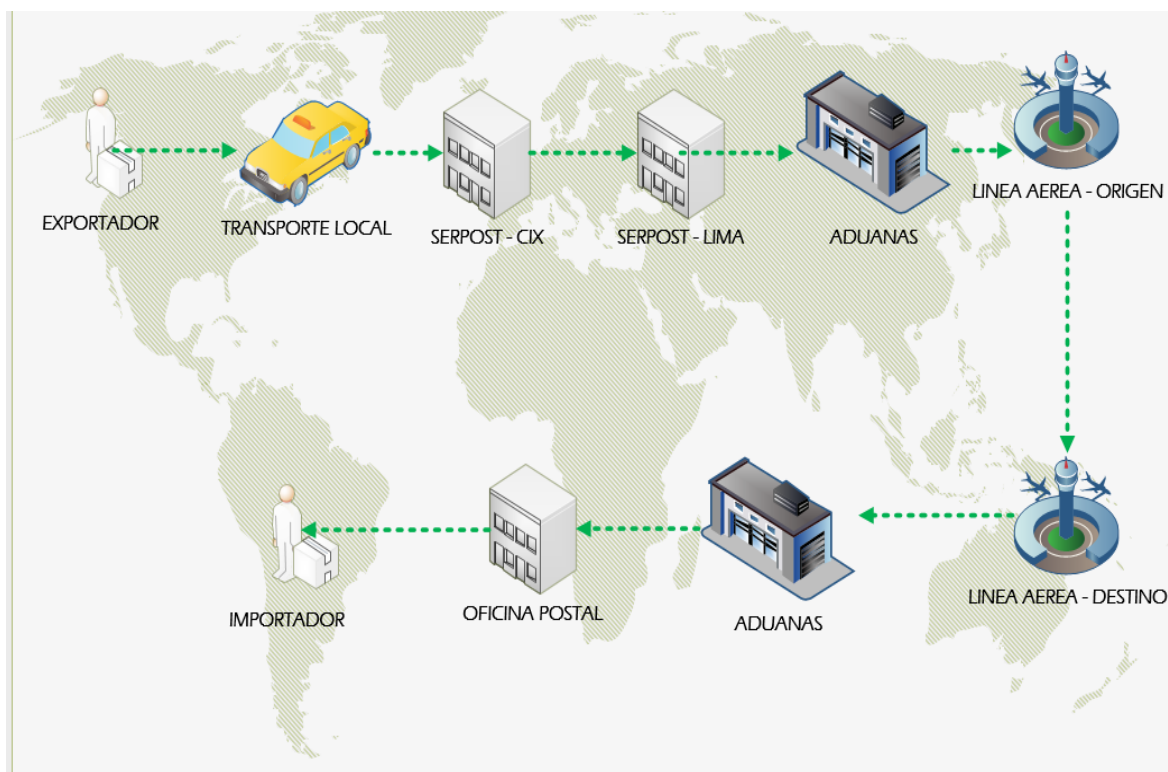
Tabla 43. *Costo de envío mensual a través de exporta fácil*

Tipo de envío	Monto S/.
Económico(9000-10000 gr)	356.40

Fuente: Serpost.com (2018)

Elaboración: Propia

Figura 39. Distribución física internacional



Fuente: Adaptado de Serpost por Antony Delgado Vega (2018)

El proceso de distribución física internacional inicia con el transporte desde el local de las artesanías ubicado en el caserío Arbosol de Mórrope hasta la instalación de Serpost en la ciudad de Chiclayo. En el local de Serpost se realizan todos los trámites correspondientes (entrega de las declaraciones de exporta fácil, pesado del paquete, etiquetado del paquete y pago del envío).

Después de todas las diligencias realizadas en la oficina de Serpost de Chiclayo, la mercadería es enviada a la oficina central de Serpost en Lima para un control posterior. Después de haber pasado los controles correspondientes en la oficina postal en Lima la mercadería es llevada a un control de aduana para luego ser llevada a la línea aérea postal.

Al llegar a al país de destino la mercadería pasa por un control en la aduana del país del destino para luego ser llevada a la respectiva oficina postal. Finalmente, la mercadería es llevada a la dirección del importador.

Promoción

Para hacer conocido los bolsos para dama elaborados en la asociación Santa Anita en el mercado de La Florida es necesario promocionar a la asociación y sus productos a través de redes sociales,

ya que es una forma de hacer llegar los productos a los clientes y a la vez sirve para mantener un contacto más frecuente y directo con el cliente.

Página web

Se creará una página web en donde el cliente pueda obtener información sobre la asociación, su historia y quienes son los representantes y las funciones que cumplen cada uno de ellos. También incluirá una descripción de los productos y sus características. En la página web se describirá los medios de comunicación a través del cual el cliente puede contactarse con un (a) representante de la asociación encarga de la administración de la página.

Catálogo virtual

El catálogo virtual se crearía con el fin de dar a conocer los productos de la asociación, la identificación de cada de producto y sus características para que los clientes puedan tener más conocimientos de lo que ofrece la asociación hacia el mercado. Este catálogo tendrá la característica de ser descargable e imprimible.

Apoyo Institucional

Las asociaciones de artesanas de la región Lambayeque cuentan con una institución de apoyo denominada cite Sipan. Esta institución ayuda a las artesanas a ofrecer sus productos en ferias nacionales y espacios virtuales, también esta relacionada a diferentes ONGs con quienes se puede establecer alianzas estratégicas respecto a estudios de mercado e identificación de clientes.

Promoción

Para hacer conocido los bolsos para dama elaborados en la asociación Santa Anita en el mercado de La Florida es necesario promocionar a la asociación y sus productos a través de redes sociales, ya que es una forma de hacer llegar los productos a los clientes y a la vez sirve para mantener un contacto más frecuente y directo con el cliente.

Página web

Se creará una página web en donde el cliente pueda obtener información sobre la asociación, su historia y quienes son los representantes y las funciones que cumplen cada uno de ellos. También incluirá una descripción de los productos y sus características. En la página web se describirá los medios de comunicación a través del cual el cliente puede contactarse con un (a) representante de la asociación encarga de la administración de la página.

Catálogo virtual

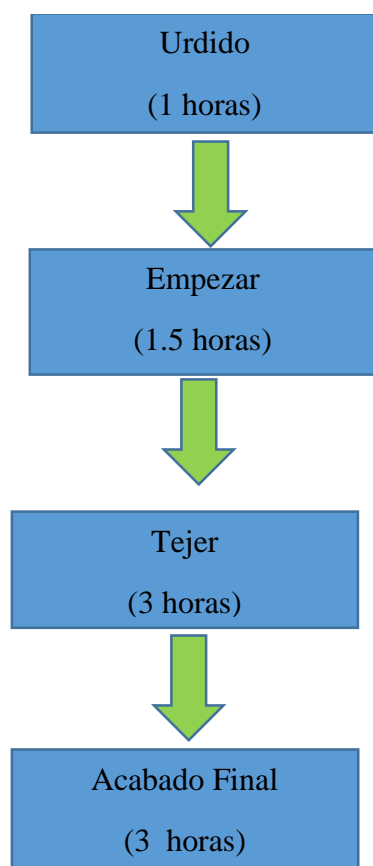
El catálogo virtual se crearía con el fin de dar a conocer los productos de la asociación, la identificación de cada de producto y sus características para que los clientes puedan tener más conocimientos de lo que ofrece la asociación hacia el mercado. Este catálogo tendrá la característica de ser descargable e imprimible.

Apoyo Institucional

Las asociaciones de artesanas de la región Lambayeque cuentan con una institución de apoyo denominada cite Sipan. Esta institución ayuda a las artesanas a ofrecer sus productos en ferias nacionales y espacios virtuales, también está relacionada a diferentes ONGs con quienes se puede establecer alianzas estratégicas respecto a estudios de mercado e identificación de clientes.

Plan de operación

Figura 40. *Flujograma de proceso de elaboración*



Fuente: Entrevista realizada a la representante de la asociación (2018)

Elaboración: Propia

Descripción del flujograma del proceso productivo de los bolsos

Urdido

Cite Sipan (2009) menciona que el urdido es la preparación del hilo ordenado de forma paralela, el cual se usan estacas de madera clavadas en la tierra, alrededor de las cuales se coloca el hilo de algodón. El hilo de tantas vueltas al costado de las estacas, según lo requiera el tamaño de la tela que se pretende elaborar alternándose los colores de acuerdo al color al diseño a elaborar.

Urdimbre

Es el conjunto de hilos que se colocan en el telar, de forma paralela unos con otros para formar una tela. Estos hilos han sido formados en la etapa de urdido.

Tejido

Después de tener la urdimbre en el telar, esta se debe tensar para poder iniciar el tejido, para eso se hace uso del tradicional émuque, una tira de cuero de chivo cuyas dimensiones varían de 35 a 60 cm de longitud por 15 a 25 cm de ancho, dependiendo de la contextura de la persona que va a tejer. La tira es colocada en la parte posterior de la cintura de la tejedora y está sujeta a los extremos del telar, en forma de Y.

Tabla 44. Costos para la producción de un bolso de algodón nativo

Materiales	Cantidad	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo total
Algodón nativo	0.4	0.5	95	76
Mano de obra	1	Día	35	35
Accesorios	0			2
				S/.
Total				113.00

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

El costo incurrido para la producción de un bolso para dama de algodón nativo es de S/. 113 soles, para el cálculo de este costo se ha tomado en cuenta la mano de obra la cual es de S/. 35 soles el diario y la materia prima quien tiene un costo de S/. 76 soles. Además, se ha tomado en cuenta la adición de algún accesorio el cual tiene un costo de S/.2.

Tabla 45. *Costo total de producción mensual*

Producto	Costo Unit.	Cantidad	Costo total
bolso de algodón nativo	S/. 113.00	25	S/. 2,825

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

El costo total de producción mensual es de S/. 2,825, monto equivalente a la producción de 25 bolsos para dama de algodón nativo.

Tabla 46. *Costos Fijos*

Descripción	Costo	Unidad de medida	Cantidad anual	Costo total Anual
Alquiler	S/. 100.00	Mensual	12	S/. 1,200.00
Luz	S/. 58.50	Mensual	12	S/. 702.00
Agua	S/. 9.00	Mensual	12	S/. 108.00
Teléfono	S/. 30.00	Mensual	12	S/. 360.00
Contador	S/. 150.00	Mensual	12	S/. 1,800.00
Feria Internacional	S/. 3,000.0	Anual	1	S/. 3,000.00
Administradora	S/. 600.00	Mensual	12	S/. 7,200.00
Total				S/. 14,370.00

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

Los costos fijos en los que se incurren para la elaboración de los bolsos tienen un monto total anual de S/. 14,370. Para este plan los costos fijos están comprendidos por el pago de alquiler, luz, agua, teléfono, el pago de un contador, la asistencia a una feria internacional y el pago a la administradora.

Tabla 47. *Costos variables*

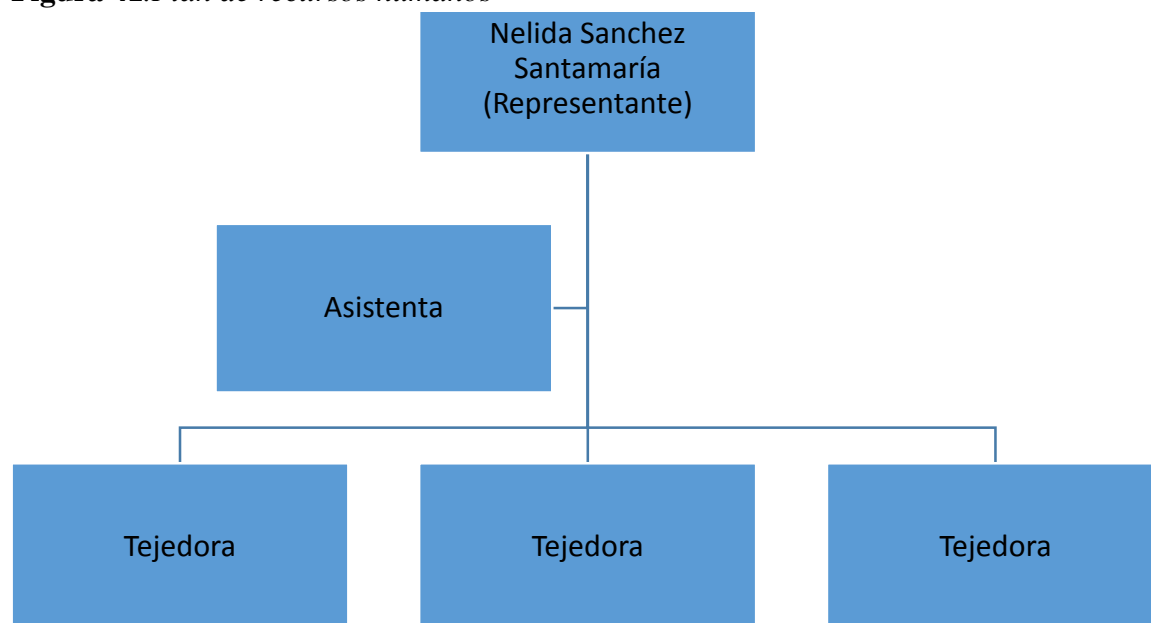
Descripción	Costo	Unidad de medida	Cantidad anual	Costo total Anual
Transporte local	S/. 25.50	Mes	12	S/. 306.00
Envío Internacional	S/. 356.40	Cajas	12	S/. 4,276.80
Bolsas transparentes	S/. 13.00	Centena	3	S/. 39.00
Cajas	S/. 1.00	unidad	12	S/. 12.00
Etiquetas	S/. 45.00	Centenas	3	S/. 135.00
Otros gastos opera.	S/. 40.00	Mes	12	S/. 480.00
Total				S/. 4,768.80

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

Los costos variables en los que se incurren para la elaboración de los bolsos tienen un monto total anual de S/. 4,768.80. Para este plan los costos variables están comprendidos por el transporte local, envíos internacionales, bolsas transparentes, cajas, etiquetas y otros gastos operativos (tijeras, agujas. Etc).

Figura 41. *Plan de recursos humanos*



Fuente: Entrevista dirigida a la representante de la asociación

Elaboración: Propia

Descripción de las funciones

Representante de la asociación: Encargada de la representación de la asociación y de todos los trámites para la venta de los bolsos de algodón nativo a través de exporta fácil. Encargada de la comunicación directa con los clientes extranjeros.

Asistenta: Cumple la función de mantener en constante seguimiento las publicaciones y comunicaciones a través de la página web. Mantiene constante comunicación con la representante y la apoya en las labores de tejido.

Tejedoras: Cumplen la función exclusiva del tejido de los bolsos. Este trabajo lo realizan en la vivienda de la representante. Cabe destacar que la representante como la asistenta también interviene en el trabajo de tejido cuando su carga laboral sea reducida.

Análisis económico financiero

Tabla 48. Producción anual

Descripción	Costo unitario	Unidad de medida	Cantidad mensual	Costo mensual	Número de periodos	Cantidad anual	Costo total anual
bolso de algodón nativo	S/. 113.00	Unidad	25	S/. 2,825.00	12	300	S/. 33,900.00

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

La asociación, en la fabricación de sus productos no utiliza maquinaria, ni equipos especializados. La mayor parte de sus instrumentos han sido elaborados por las artesanas de forma manual. La producción anual de la asociación es de 300 bolsos. El costo de producción anual en el que se incurre es de S/. 33,900.

Tabla 49. Costo de producción proyectado

Ventas proyectadas	2018		2019		2020		2021		2022	
Cantidad de bolsos	300		310		320		330		340	
Costo Unitario	S/. 113	S/. 113	S/. 113	S/. 113	S/. 113	S/. 113	S/. 113	S/. 113	S/. 113	S/. 113
Total	33,900.00		35,030.00		36,160.00		37,290.00		38,420.00	

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

El costo de producción proyectado para 5 años teniendo en cuenta que en el primer año la producción de bolsos es de 300 y aumenta en diez bolsos cada año es de S/. 33,900 el primer año y el último año es de S/. 38,420.

Tabla 50. Costos Operativos

Descripción	Costo	Unidad de medida	Cantidad anual	Costo total Anual
Alquiler	S/. 100.00	Mensual	12	S/. 1,200.00
Luz	S/. 58.50	Mensual	12	S/. 702.00
Agua	S/. 9.00	Mensual	12	S/. 108.00
Teléfono	S/. 30.00	Mensual	12	S/. 360.00
Otros gastos opera.	S/. 40.00	Mes	12	S/. 480.00
Total				S/. 2,850.00

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

El costo anual operativo de la asociación es de S/. 2850. Este costo está conformado por el pago de alquiler, el pago de luz, el pago de agua, teléfono y otros gastos operativos.

Tabla 51. *Costos operativos proyectados*

Años	2018	2019	2020	2021	2022
	S/.				
Costos Operativos	2,850.00	2,850.00	2,850.00	2,850.00	2,850.00

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 52. *Costos Administrativos*

Descripción	Costo	Unidad de medida	Cantidad anual	Costo total Anual
Contador	S/. 150.00	Mensual	12	S/. 1,800.00
Administradora	S/. 600.00	Mensual	12	S/. 7,200.00
Total				S/. 9,000.00

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

El costo administrativo anual de la asociación es de S/. 9,000. Estos costos están conformados por el pago al contador y el pago a la administradora de la asociación.

Tabla 53. *Costos Administrativos proyectados*

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Costos admin.	S/. 9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 54. *Costos de ventas*

Descripción	Costo	Unidad de medida	Cantidad anual	Costo total Anual
Feria Internacional	S/. 3,000.00	Anual	1	S/. 3,000.00
Transporte local	S/. 25.50	Mes	12	S/. 306.00
Envío Internacional	S/. 356.40	Cajas	12	S/. 4,276.80
Bolsas transpar.	S/. 13.00	Centena	3	S/. 39.00
Cajas	S/. 1.00	unidad	12	S/. 12.00
Etiquetas	S/. 45.00	Centenas	3	S/. 135.00
Total				S/. 7,768.80

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

El costo de ventas total de la asociación es de S/. 7,768.80. Este costo está conformado por la asistencia a una feria internacional, transporte local, los envíos internacionales, la compra de bolsas transparentes, cajas y etiquetas.

Tabla 55. *Costos de ventas*

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Costos Ventas	S/. 7,768.80	7,768.80	7,768.80	7,768.80	7,768.80

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

Tabla 56. *Costo de financiamiento*

CONCEPTO	2017	2018	TOTAL
Intereses	979.89	386.22	S/. 1,366.11
Amortización	2,182.80	2,183.46	S/. 4,366.26

Fuente: Simulador préstamo capital de trabajo Mi Banco (2018)

Elaboración: Propia

Para un préstamo de capital de trabajo de S/. 3,000 pagado en un plazo de dos años, el pago de interés es de S/. 979.89 en el primer año y S/. 368.22 el segundo año. La amortización para el primer y segundo año es de S/. 2,182.80 y 2,183.46 respectivamente.

Tabla 57. Ingresos proyectados

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Cantidad de bolsos	300	310	320	330	340
Precio de venta USD	65	67.6	70.3	73.11	76.03
Tipo de cambio	3.28	3.35	3.41	3.42	3.42
Crecimiento anual precio		4%	4%	4%	4%
	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Total Ingresos	63,960.00	70,202.60	76,711.36	82,511.95	88,407.68

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

Los ingresos proyectados para los cinco años de trabajo son de S/. 63,960 el primer año y para el último año es de S/. 88,407.68.

Tabla 58. Estado de Ganancias y pérdidas proyectado

	Año 2018-19	Año 2019-20	Año 2020-21	Año 2022-22	Año 2021-23
INGRESOS POR VENTAS	S/. 63,960.00	S/. 70,202.60	S/. 76,711.36	S/. 82,511.95	S/. 88,407.68
COSTOS DE PRODUCCIÓN	S/. 33,900.00	S/. 35,030.00	S/. 36,160.00	S/. 37,290.00	S/. 38,420.00
UTILIDAD BRUTA	S/. 30,060.00	S/. 35,172.60	S/. 40,551.36	S/. 45,221.95	S/. 49,987.68
GASTOS DE ADMINISTRATIVOS	S/. 9,000.00	S/. 9,000.00	S/. 9,000.00	S/. 9,000.00	S/. 9,000.00
GASTOS DE OPERATIVOS	S/. 2,850.00	S/. 2,850.00	S/. 2,850.00	S/. 2,850.00	S/. 2,850.00
GASTOS DE VENTAS	S/. 7,768.80	S/. 7,768.80	S/. 7,768.80	S/. 7,768.80	S/. 7,768.80
UTILIDAD DE OPERACIÓN	S/. 10,441.20	S/. 15,553.80	S/. 20,932.56	S/. 25,603.15	S/. 30,368.88
AMORTIZACIÓN	S/. 2,182.80	S/. 2,183.46			
INTERESES	S/. 979.89	S/. 386.22			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS 1	S/. 10,441.20	S/. 15,553.80	S/. 20,932.56	S/. 25,603.15	S/. 30,368.88
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS 2	S/. 7,278.51	S/. 12,984.12	S/. 20,932.56	S/. 25,603.15	S/. 30,368.88
IMPUESTO	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00
IMPUESTO	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00
UTILIDAD NETA 1	S/. 10,391.20	S/. 15,503.80	S/. 20,882.56	S/. 25,553.15	S/. 30,318.88
UTILIDAD NETA 2	S/. 7,228.51	S/. 12,934.12	S/. 20,882.56	S/. 25,553.15	S/. 30,318.88

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

El estado de ganancias y pérdidas proyectados del plan de negocio da resultados desde el primer año con una utilidad neta sin considerar el pago de amortización e interés de S/.10,391.30 y consideran el pago del préstamo da como resultado un monto de S/.7,228.51. Para el quinto año los

resultados son de S/.30,318.88 siendo la misma cantidad para la utilidad neta sin considerar el pago del préstamo y con el pago de préstamo respectivamente.

El flujo de caja proyectado muestra la proyección para los próximos 5 años teniendo en cuenta una venta mensual de 25 bolsos para dama elaborados de algodón nativo. Se tiene en cuenta también que el número de bolsos vendidos incrementa en diez unidades por años.

Tabla 59.Flujo de caja proyectado

CONCEPTO / PERIODO	2017	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
INGRESOS		63,960.00	70,202.60	76,711.36	82,511.95	88,407.68
Margen contribución		10,441.20	15,553.80	20,932.56	25,603.15	30,368.88
CAPITAL DE TRABAJO	2,000.00					
ACTIVOS						
VALOR RESIDUAL						
EGRESOS DE OPERACIÓN		53,518.80	54,648.80	55,778.80	56,908.80	58,038.80
COSTOS DE PRODUCCIÓN		33,900.00	35,030.00	36,160.00	37,290.00	38,420.00
COSTOS DE ADMINISTRATIVOS		9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00
COSTOS DE OPERACIÓN		2,850.00	2,850.00	2,850.00	2,850.00	2,850.00
COSTOS DE VENTAS		7,768.80	7,768.80	7,768.80	7,768.80	7,768.80
IMPUESTOS		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
IMPUESTOS		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
FLUJO DE CAJA ECONOMICO 1	\$ -2,000.00	S/. 10,391.20	S/. 15,503.80	S/. 20,882.56	S/. 25,553.15	S/. 30,318.88
PRESTAMO	3,000.15					
AMORTIZACIÓN		2,182.80	2,183.46			
INTERESES		979.89	386.22			
FLUJODE CAJA FINANCIERO 1	S/. 1,000.15	S/. 7,228.51	S/. 12,934.12	S/. 20,882.56	S/. 25,553.15	S/. 30,318.88

Fuente: Asociación de Artesanas Santa Anita (2018)

Elaboración: Propia

VAN Económico: S/. 18,030.41

VAN Financiero: S/. 17,863.48

TIR Económico: 68%

TIR Financiero: 79%

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Los bolsos para dama elaborados de algodón nativo tienen una gran demanda en el mercado estadounidense debido a las características que posee como un diseño que posee historia y por la materia prima (algodón nativo) la cual no daña el medio ambiente. La situación de las artesanas de la asociación Santa Anita es similar a las diferentes asociaciones que trabajan con el algodón nativo. Una de sus principales debilidades es la limitada capacidad de producción. Esto debido a la poca producción de algodón nativo en sus cultivos. La mayoría de productos de estas asociaciones posee un potencial exportador pero la limitada capacidad de producción es un principal inconveniente para cumplir con grandes demandas de estos artículos.

El mercado de Estados Unidos es atractivo para los productos artesanales de algodón nativo debido al poder adquisitivo de sus consumidores con PIB percapita de S/. 56,437 al año 2015 y S/. 59,496 al año 2017. A pesar los diferentes indicadores económicos los cuales arrojan resultados negativos como la deuda externa con un porcentaje de 108.1% la cual excede el PIB, la economía de Estados Unidos experimenta un crecimiento y recuperación lenta. Uno de los indicadores económicos que resalta es el PIB per cápita, el cual ha ido incrementado cada año y se estima la misma tendencia de crecimiento los próximos años.

La capacidad de productos considerados como oferta exportable de las artesanas de la Asociación Santa Anita depende de muchos factores uno de los principales es la cantidad de materia prima que poseen. Otros factores limitantes son la falta de conocimiento por parte de las artesanas acerca del uso de la página web de la Sunat. A través de esta página se puede realizar todo el procedimiento para exportar como el llenado de la declaración exporta fácil, a pesar que la representante de la asociación cuenta con RUC y clave SOL, requisitos necesarios para realizar estas operaciones.

El plan de negocio para la exportación de bolsos de algodón nativo obtiene factibilidad en cuestión económica financiera, con un VAN Económico: S/. 18,030.41 y VAN Financiero: S/. 17,863.48 también un TIR Económico: 68% y TIR Financiero: 79%.

4.2. Recomendaciones

Una de las principales recomendaciones que resaltan para la asociación de artesanas Santa Anita, luego de haber culminado la investigación es la búsqueda de propuestas de mejora para incrementar su productividad como al acceso a maquinaria que permita reducir el tiempo de producción de sus bolsos. Esta adquisición puede realizarse a través de alianzas estratégicas con el Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI) y Cite Sipan.

Otra forma en que la asociación de artesanas puede acceder a nuevos mercados es a través del apoyo de diferentes ONG'S, como en el último caso donde a través de una ONG se realizaron exportaciones al mercado de Alemania a través de Exporta Fácil, en donde se vieron beneficiados diferentes asociaciones de la región que trabajan con algodón nativo. Por ellos se recomienda que tanto la asociación de artesanas Santa Anita como las demás asociaciones en la región pueden ingresar sus productos en nuevos mercados aliándose con una ONG.

La falta de capacitaciones por parte del estado se ha convertido también en un obstáculo para el desarrollo de las artesanas de la asociación, capacitaciones en temas de usos de tecnologías para promocionar sus productos, cómo usar el portal de Sunat para realizar el llenado de la declaración exporta fácil resultan muy claves para el desarrollo de las artesanas.

Las asociaciones de artesanas en la región Lambayeque que de forma individual cuentan con muchos obstáculos si desean vender sus productos a mercados extranjeros y a la vez satisfacer una considerable demanda. Por ello una recomendación para las asociaciones es la de formar alianzas estratégicas para unificar sus producciones y lograr una considerable oferta de productos exportable cuyas características no solo sean de calidad y diseño, sino también de volumen.

REFERENCIAS

- Arbaiza Fermini, L. (2015). *Cómo elaborar un plan de negocio*. Lima: ESAN Ediciones.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá: Pearson.
- Burns, M. (2017). La artesanía en el Perú en los últimos 40 años. *Artesanías de America*, 19.
- Centra Intelligence Agency. (2018). CIA. Obtenido de CIA:
<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/us.html#>
- Cortijo de Arbildo, D., & Cancio, R. (2012). Innovación tecnológica para recuperar el algodón nativo de color. *Ingeniería Industrial*(30), 225-245. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3374/337428496012.pdf>
- Diana Llanos Rodriguez, F. d. (2015). *Análisis de las exportaciones de artesanías de la región Loreto periodo 2009-2013*. Iquitos.
- Duamer Carmelo Valverde Paredes, G. M. (2016). *Oportunidad de negocio en el mercado canadiense para incentivar las exportaciones peruanas de artesanías de cerámica producidas en la región Cajamarca, periodo 2017-2021*. Cajamarca.
- Duarte, R. (2017). *Políticas públicas para el desarrollo regional de las artesanías*. Mexico: Revista de Investigación en Ciencias y Administración.
- Elvira Betsabé Aumala Villegas, J. S. (2015). *Proyecto de emprendimiento empresarial de exportación de artesanías textiles otavaleñas de alta calidad orientadas al mercado de New York*. Quito.
- Erazo, M. (2011). *Rigor científico en las prácticas de investigación cualitativa*. Concepción.
- Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo. (1 de Julio de 2015). Se presentó propuesta de tecnología accesible para potenciar la cadena de valor del algodón nativo en Lambayeque.
- global, N. I. (2011). *Charles W.L. Hill*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Gonzales, G. (2012). *Canales de distribución de prendas de vestir Estados Unidos de América*. Lima. Obtenido de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=1D35E45F-30DB-459B-8C47-147763E1BDF1.PDF>
- Guacaneme, R. E. (2016). *Estatuto aduanero colombiano: Decreto 390 de marzo 7 de 2016*. Bogotá: Grupo Editorial Nueva Legislación SAS. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=11410745>
- Hill, C. W. (2011). *Negocios Internacionales competencia en el mercado global* (Octava ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Huaman, P. J. (2015). *Estudio de prefactibilidad comercial para la exportación de artículos de regalo y decoración de lana de ovino de la asociación de artesanos Apagrop de Incahuasi al mercado de Finlandia año 2015*. Pimentel.
- Jahir Lombana Coy, D. M. (2013). *PYME: Rutas para la exportación*. Barranquilla: Universidad del Norte.

- John D. Daniels, L. H. (2013). *Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones* (Décimocuarta ed.). Mexico: Pearson.
- Luis Ángel Correa García, R. G. (2016). *El sector artesanal en Mexico y el combate contra la pobreza*. Mexico: Transitare.
- María Fernanda de la Torre Villacís, T. K. (2014). *Estudio de factibilidad para determinar la viabilidad de exportación de accesorios de Cabuya a Holanda y los Países Bajos*. Quito.
- Mercado, S. (2013). *Comercio Internacional I Mercadotecnia Internacional Exportación-Importación* (Quinta ed.). Mexico: Limusa.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2009). *Guía de envases y embalajes*. Lima. Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/FA47F265788D9E3405257EBA005CC2F9/\\$FILE/Gu%C3%ADa_Envases_y_Embalaje.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/FA47F265788D9E3405257EBA005CC2F9/$FILE/Gu%C3%ADa_Envases_y_Embalaje.pdf)
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). *Manual para la elaboración de planes de negocio*. Bogotá: .Puntoaparte Ediciones. Obtenido de <http://www.ticamericas.net/Download/bootcamp/ManualdePlanesNegociosMCITVentures.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2015). Turismo artesanal una mirada al patrimonio cultural colombiano. *Artesanías de Colombia-Artífices, 2*.
- Montenegro, Y. G. (2013). *Restitución de derechos arancelarios drawback paso a paso*. Lima: Macro .
- Otero, S. (2013). *Internacionalización: cómo iniciar la exposición de su empresa en el mercado internacional*. España: UNIR. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=4569689>
- ProMéxico. (2010). *Mercadotecnia Internacional versión 2010*. México: B - ProMéxico. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=3201892>
- PROMPERU. (9 de Abril de 2015). Perú y Canadá acuerdan promover la exportación de artesanía peruana. pág. 1.
- Reyes, M. F. (2014). *Diseño de un plan exportador a Europa de mochilas Wayuu de la empresa Artesanías Auténticas Colombianas*. Bucaramanga.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación científica* (Sexta ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Sánchez, H. M. (2012). *Comercio Exterior y Operatividad Aduanera regímenes y regulaciones*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Santander. (Abril de 2018). *Santander Trade*. Obtenido de Santander Trade : <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- Santander. (Abril de 2018). *Santander Trade*. Obtenido de Santander Trade: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
- Santander. (Abril de 2018). *Santander Trade*. Obtenido de Santander Trade: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/cifras-comercio-exterior>
- Santander Trade. (Abril de 2018). *Santander trade*. Obtenido de Santander Trade: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/presentacion-general>

- Schumacher, C. (2015). *La artesanía ecuatoriana y el mercado norteamericano: Allegory*. Ecuador: CIDAP.
- Sierra Exportadora. (2015). Exportaciones de artesanías alcanzaron los \$ 64 millones durante 2014. *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/exportacion-artesantias-alcanzo-us-64-millones-2014-81849>
- Silvia Rozas Gutiérrez, C. C. (2016). *Negocios Internacionales Fundamentos y estrategias* (Segunda ed.). Barranquilla: Universidad del Norte. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=4870559>
- Stutely, R. (2015). *Cómo elaborar un plan de negocios, una estrategia para la planeación inteligente de ejecutivos y hombres de negocio*. Mexico: Trillas.
- Suarez, M. (2006). *El carácter científico de la investigación*. Cataluña.
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (17 de Marzo de 2009). <http://www.sunat.gob.pe>. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (20 de Marzo de 2009). <http://www.sunat.gob.pe>. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exTemporal/procGeneral/despa-pg.05.htm>
- Tinajero, C. J. (2017). *Desarrollo de un plan de negocio para la exportación de artesanías de cobre al mercado alemán*. Jalisco.
- Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de negocios Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Lima: Nathan associates . Obtenido de http://creceahora.com/wp-content/uploads/2016/12/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.pdf

ANEXOS

ANEXO Nº 01



UNIVERSIDAD "SEÑOR DE SIPAN"
 Facultad de Ciencias Empresariales
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Dr. FRANCISCO MORALES BERNALDO
2	Profesión	Abogado
	Mayor Grado Académico obtenido	MASTER Relaciones Internacionales
	Experiencia Profesional(en años)	20
	Institución donde labora	UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN
	Cargo	Docente
NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022		
Autores:	Salazar Medina, César Alexander	
Asesor:	Zuloeta Salazar, José Felix	
Instrumento evaluado	Guía de entrevista	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022	
Detalle del Instrumento:		

I. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS	
¿Cuántos bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo puede producir en un mes?	A (/) D ()
Sugerencias.....	

¿Qué características poseen sus bolsos para dama que los diferencian de los elaborados por otras asociaciones de artesanas?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué asociaciones que trabajen con algodón nativo existen en su localidad?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuál es el proceso de producción de sus bolsos de algodón nativo para dama?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuándo fue la última vez que vendió bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo a clientes extranjeros? ¿En qué lugar se hizo la venta?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué característica del bolso fue lo que llamó más la atención del cliente extranjero?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué materiales utiliza para proteger los bolsos y estos lleguen en buen estado al cliente?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué tipo de información muestran las etiquetas incluida en sus bolsos?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué redes sociales, o algún otro medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos a sus clientes?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Utiliza algún material para promocionar su producto (folletos, catálogos, afiches)?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuál es la cantidad en la que mayormente vende sus bolsos (¿unidades, cuartos, docenas)?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....

¿Cuál fue el precio de envío internacional de algún producto que haya enviado al extranjero? ¿A qué país realizó el envío?	A(/) D () Sugerencias.....
¿Cuál es el precio de venta de sus bolsos para dama en las ferias a donde acude?	A(/) D () Sugerencias.....
¿Cuál es el margen de utilidad que obtiene por la venta de sus bolsos?	A(/) D () Sugerencias.....
¿Cuenta con alguna marca para vender sus productos?	A(/) D () Sugerencias.....



FIRMA JUEZ EXPERTO
 DNI N° 08245351

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado



UNIVERSIDAD "SEÑOR DE SIPÁN"
 Facultad de Ciencias Empresariales
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Danna Johana Jiménez Baggio
2	Profesión	Lic. Comercio y Negocios Internacionales
	Mayor Grado Académico obtenido	MBA. Magister Business Administration
	Experiencia Profesional(en años)	09 años
	Institución donde labora	Vita Cavada Perú SAC.
	Cargo	Aurora Comercio exterior
NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022		
Autores:	Salazar Medina, César Alexander	
Asesor:	Zuloeta Salazar, José Felix	
Instrumento evaluado	Guía de Entrevista	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022	
Detalle del Instrumento:		

I. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS	
¿Cuáles considera usted como principales fortalezas en el mercado internacional que tienen los productos de algodón nativo?	A (✓) D () Sugerencias.....

¿Cuáles considera usted como principales oportunidades en el mercado internacional para las asociaciones de artesanas que trabajan con algodón nativo?	A () D () Sugerencias..... <i>Mejorar redacción</i>
¿Cuáles considera usted que serían las principales debilidades en el mercado internacional para las artesanas que trabajan con algodón nativo?	A (✓) D () Sugerencias.....
¿Cuáles considera usted como principales amenazas en el mercado internacional para las artesanas que trabajan el algodón nativo?	A (✓) D () Sugerencias.....
¿Qué documentos generalmente emiten las artesanas que venden sus productos al extranjero?	A (✓) D () Sugerencias.....
¿Alguna de las asociaciones de artesanas cuentan con algun seguro que las protege del algun tipo de suceso? ¿A qué cree que se debe que algunas asociones si cuenten con seguro y otras no?	A (✓) D () Sugerencias..... <i>Incrumentar preguntas para desarrollar el ítem.</i>

[Firma manuscrita]

FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 43465735

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado



UNIVERSIDAD "SEÑOR DE SIPÁN"
 Facultad de Ciencias Empresariales
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Danna Johana Jiménez Bossio
2	Profesión	Lic. Comercio y Negocios Internacionales
	Mayor Grado Académico obtenido	MBA. Magister Business Administration
	Experiencia Profesional(en años)	09 años
	Institución donde labora	Vita Cavada Perú SAE.
	Cargo	persona de Comercio exterior.
NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022		
Autores:	Salazar Medina, César Alexander	
Asesor:	Zuloeta Salazar, José Felix	
Instrumento evaluado	Guía de entrevista	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022	
Detalle del Instrumento:		

I. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS	
¿Cuántos bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo puede producir en un mes?	A (✓) D ()
Sugerencias.....	

¿Qué características poseen sus bolsos para dama que los diferencian de los elaborados por otras asociaciones de artesanas?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué asociaciones que trabajen con algodón nativo existen en su localidad?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuál es el proceso de producción de sus bolsos de algodón nativo para dama?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuándo fue la última vez que vendió bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo a clientes extranjeros? ¿En qué lugar se hizo la venta?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué característica del bolso fue lo que llamó más la atención del cliente extranjero?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué materiales utiliza para proteger los bolsos y estos lleguen en buen estado al cliente?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué tipo de información muestran las etiquetas incluida en sus bolsos?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué redes sociales, o algún otro medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos a sus clientes?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Utiliza algún material para promocionar su producto (folletos, catálogos, afiches)?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuál es la cantidad en la que mayormente vende sus bolsos (¿unidades, cuartos, docenas)?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....

¿Cuál fue el precio de envío internacional de algún producto que haya enviado al extranjero? ¿A qué país realizó el envío?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) Sugerencias.....
¿Cuál es el precio de venta de sus bolsos para dama en las ferias a donde acude?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) Sugerencias.....
¿Cuál es el margen de utilidad que obtiene por la venta de sus bolsos?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) Sugerencias.....
¿Cuenta con alguna marca para vender sus productos?	A(<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>) Sugerencias.....



FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 43465435

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado



UNIVERSIDAD "SEÑOR DE SIPÁN"
 Facultad de Ciencias Empresariales
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Danna Johana Jiménez Bossio
2	Profesión	Lic. Comercio y Negocios Internacionales
	Mayor Grado Académico obtenido	MBA. Magister Business Administration
	Experiencia Profesional(en años)	09 años
	Institución donde labora	Vita Cavada Perú SAE.
	Cargo	persona de Comercio exterior.
NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022		
Autores:	Salazar Medina, César Alexander	
Asesor:	Zuloeta Salazar, José Felix	
Instrumento evaluado	Guía de entrevista	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022	
Detalle del Instrumento:		

I. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS	
¿Cuántos bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo puede producir en un mes?	A (✓) D ()
Sugerencias.....	

¿Qué características poseen sus bolsos para dama que los diferencian de los elaborados por otras asociaciones de artesanas?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué asociaciones que trabajen con algodón nativo existen en su localidad?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuál es el proceso de producción de sus bolsos de algodón nativo para dama?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuándo fue la última vez que vendió bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo a clientes extranjeros? ¿En qué lugar se hizo la venta?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué característica del bolso fue lo que llamó más la atención del cliente extranjero?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué materiales utiliza para proteger los bolsos y estos lleguen en buen estado al cliente?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué tipo de información muestran las etiquetas incluida en sus bolsos?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué redes sociales, o algún otro medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos a sus clientes?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Utiliza algún material para promocionar su producto (folletos, catálogos, afiches)?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuál es la cantidad en la que mayormente vende sus bolsos (¿unidades, cuartos, docenas)?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....



UNIVERSIDAD "SEÑOR DE SIPÁN"
 Facultad de Ciencias Empresariales
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Danna Johana Jimenez Boggio
2	Profesión	Lic. Comercio y Negocios Internacionales
	Mayor Grado Académico obtenido	MBA- Magister Business Administration
	Experiencia Profesional(en años)	09 Años
	Institución donde labora	Vita Canada Perú SAC.
	Cargo	Peruora de Comercio Exterior
NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022		
Autores:	Salazar Medina, César Alexander	
Asesor:	Zuloeta Salazar, José Felix	
Instrumento evaluado	Cuestionario	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022	
Detalle del Instrumento:		

I. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS	
<p>¿Cuánto está dispuesto a pagar por el producto (bolso de algodón nativo)?</p> <p>a) 28 -32 USD b) 32 -36 USD c) 36 -40 USD</p>	<p>A (✓) D ()</p> <p><i>respuestas a preguntan si conocen el producto.</i></p> <p>Sugerencias..... <i>Falta introducción al producto muestra de la estar en inglés</i></p>
<p>¿Con qué frecuencia compraría un bolso?</p> <p>a) Una vez al mes b) Dos veces al mes c) Tres veces al año d) Dos veces al año e) Una vez al año</p>	<p>A () D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Qué es lo que más toma en consideración al momento de comprar este producto?</p> <p>a) Calidad b) Precio c) Impacto social d) Origen del producto</p>	<p>A () D ()</p> <p>Sugerencias..... <i>Mejorar Redacción</i></p>
<p>¿Dónde hace la mayoría de sus compras?</p> <p>a) Supermercados b) Tiendas por departamento c) Tiendas especializadas d) Cadena de tiendas</p>	<p>A () D ()</p> <p>Sugerencias..... <i>Sus Compras de... ?</i></p>
<p>¿Le gustaría recibir información acerca de productos similares elaborados a bases de algodón nativo?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p>A (✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>

<p>¿A través de que medio le gustaría conocer más productos?</p> <p>a) Página web b) Catálogos virtuales enviados a su correo c) Redes sociales d) Otros:(mencione alguno) _____</p>	<p>A(✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Qué apreciación tiene acerca del producto?</p> <p>a) Poco interesante b) Interesante c) Muy interesante</p>	<p>A(✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Recomendaría este producto a un amigo a un amigo/familiar?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p>A(✓) D ()</p> <p>Sugerencias..... <i>Preguntar Cuales Son las Caracteristicas que valoramos a la hora de comprar un bolso.</i></p>
<p>¿Estaría interesado en comprar otro producto similar con diferentes características o personalizado?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p>A(✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>



FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 43465435

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado



UNIVERSIDAD "SEÑOR DE SIPAN"
 Facultad de Ciencias Empresariales
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Pazero Salazar Cesar Ricardo
2	Profesión	lic. Comercio y Negocios Int.
	Mayor Grado Académico obtenido	MBA
	Experiencia Profesional(en años)	6 años
	Institución donde labora	USS
	Cargo	OTC.
<u>NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION</u>		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022		
Autores:	Salazar Medina, César Alexander	
Asesor:	Zuloeta Salazar, José Felix	
Instrumento evaluado	Guía de entrevista	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022	
Detalle del Instrumento:		

I. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS	
¿Cuántos bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo puede producir en un mes?	A (✓) D () Sugerencias.....

¿Qué características poseen sus bolsos para dama que los diferencian de los elaborados por otras asociaciones de artesanas?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué asociaciones que trabajen con algodón nativo existen en su localidad?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuál es el proceso de producción de sus bolsos de algodón nativo para dama?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuándo fue la última vez que vendió bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo a clientes extranjeros? ¿En qué lugar se hizo la venta?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué característica del bolso fue lo que llamó más la atención del cliente extranjero?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué materiales utiliza para proteger los bolsos y estos lleguen en buen estado al cliente?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué tipo de información muestran las etiquetas incluida en sus bolsos?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué redes sociales, o algún otro medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos a sus clientes?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Utiliza algún material para promocionar su producto (folletos, catálogos, afiches)?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuál es la cantidad en la que mayormente vende sus bolsos (¿unidades, cuartos, docenas)?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....

¿Cuál fue el precio de envío internacional de algún producto que haya enviado al extranjero? ¿A qué país realizó el envío?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuál es el precio de venta de sus bolsos para dama en las ferias a donde acude?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuál es el margen de utilidad que obtiene por la venta de sus bolsos?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuenta con alguna marca para vender sus productos?	A(✓) D ()
	Sugerencias.....



FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 44308266

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado




UNIVERSIDAD "SEÑOR DE SIPAN"
 Facultad de Ciencias Empresariales
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACION DE LA GUIA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Rocío Salazar Cesas Ricardo
2	Profesión	Lic. Comercio y Negocios Int.
	Mayor Grado Académico obtenido	MBA
	Experiencia Profesional(en años)	6 años
	Institución donde labora	USS
	Cargo	DTC
<u>NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION</u>		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022		
Autores:	Salazar Medina, César Alexander	
Asesor:	Zuloeta Salazar, José Felix	
Instrumento evaluado	Guía de Entrevista	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022	
Detalle del Instrumento:		

I. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS	
¿Cuáles considera usted como principales fortalezas en el mercado internacional que tienen los productos de algodón nativo?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D (<input type="checkbox"/>)
	Sugerencias.....

¿Cuáles considera usted como principales oportunidades en el mercado internacional para las asociaciones de artesanas que trabajan con algodón nativo?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuáles considera usted que serían las principales debilidades en el mercado internacional para las artesanas que trabajan con algodón nativo?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Cuáles considera usted como principales amenazas en el mercado internacional para las artesanas que trabajan con algodón nativo?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Qué documentos generalmente emiten las artesanas que venden sus productos al extranjero?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....
¿Alguna de las asociaciones de artesanas cuentan con algún seguro que las protege del algún tipo de suceso? ¿A qué cree que se debe que algunas asociaciones si cuentan con seguro y otras no?	A (✓) D ()
	Sugerencias.....



FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 44308266

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado



UNIVERSIDAD "SEÑOR DE SIPAN"
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Negocios Internacionales


CARTILLA DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Rocero Salazar Cesos Ricardo
2	Profesión	Lic. Comercio y Negocios Int.
	Mayor Grado Académico obtenido	MBA.
	Experiencia Profesional(en años)	6 años
	Institución donde labora	USS
	Cargo	DTC
	<u>NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION</u>	
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022		
Autores:	Salazar Medina, César Alexander	
Asesor:	Zuloeta Salazar, José Felix	
Instrumento evaluado	Cuestionario	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022	
Detalle del Instrumento:		

I. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS

<p>¿Cuánto está dispuesto a pagar por el producto (bolso de algodón nativo)?</p> <p>a) 28 -32 USD</p> <p>b) 32 – 36 USD</p> <p>c) 36 – 40 USD</p>	<p>A () D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Con qué frecuencia compraría un bolso?</p> <p>a) Una vez al mes</p> <p>b) Dos veces al mes</p> <p>c) Tres veces al año</p> <p>d) Dos veces al año</p> <p>e) Una vez al año</p>	<p>A (/) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Qué es lo que más toma en consideración al momento de comprar este producto?</p> <p>a) Calidad</p> <p>b) Precio</p> <p>c) Impacto social</p> <p>d) Origen del producto</p>	<p>A (/) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Dónde hace la mayoría de sus compras?</p> <p>a) Supermercados</p> <p>b) Tiendas por departamento</p> <p>c) Tiendas especializadas</p> <p>d) Cadena de tiendas</p>	<p>A (/) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Le gustaría recibir información acerca de productos similares elaborados a bases de algodón nativo?</p> <p>a) Sí</p> <p>b) No</p>	<p>A (/) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>

<p>¿A través de que medio le gustaría conocer más productos?</p> <p>a) Página web b) Catálogos virtuales enviados a su correo c) Redes sociales d) Otros:(mencione alguno)</p> <p>_____</p>	<p>A(✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Qué apreciación tiene acerca del producto?</p> <p>a) Poco interesante b) Interesante c) Muy interesante</p>	<p>A(✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Recomendaría este producto a un amigo a un amigo/familiar?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p>A(✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Estaría interesado en comprar otro producto similar con diferentes características o personalizado?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p>A(✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>

.....


FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 44308266

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado



UNIVERSIDAD "SEÑOR DE SIPÁN"
 Facultad de Ciencias Empresariales
 Escuela Profesional de Negocios Internacionales

CARTILLA DE VALIDACION DEL CUESTIONARIO POR JUICIO DE EXPERTO

1	Nombre del Juez	Mp. Francisco Morales Brandy Andrés
2	Profesión	Abogado
	Mayor Grado Académico obtenido	Master Telemáticas Internacionales
	Experiencia Profesional(en años)	20
	Institución donde labora	Unión Líder Señores de Sipán
	Cargo	Docente
NOMBRE DE PROYECTO DE INVESTIGACION		
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022		
Autores:	Salazar Medina, César Alexander	
Asesor:	Zuloeta Salazar, José Felix	
Instrumento evaluado	Cuestionario	
Objetivo del Instrumento	Recoger información para el desarrollo de la investigación: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 - 2022	
Detalle del Instrumento:		

I. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS	
<p>¿Cuánto está dispuesto a pagar por el producto (bolso de algodón nativo)?</p> <p>a) 28 -32 USD</p> <p>b) 32 – 36 USD</p> <p>c) 36 – 40 USD</p>	<p>A (✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Con qué frecuencia compraría un bolso?</p> <p>a) Una vez al mes</p> <p>b) Dos veces al mes</p> <p>c) Tres veces al año</p> <p>d) Dos veces al año</p> <p>e) Una vez al año</p>	<p>A (✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Qué es lo que más toma en consideración al momento de comprar este producto?</p> <p>a) Calidad</p> <p>b) Precio</p> <p>c) Impacto social</p> <p>d) Origen del producto</p>	<p>A (✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Dónde hace la mayoría de sus compras?</p> <p>a) Supermercados</p> <p>b) Tiendas por departamento</p> <p>c) Tiendas especializadas</p> <p>d) Cadena de tiendas</p>	<p>A (✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>
<p>¿Le gustaría recibir información acerca de productos similares elaborados a bases de algodón nativo?</p> <p>a) Sí</p> <p>b) No</p>	<p>A (✓) D ()</p> <p>Sugerencias.....</p>

¿Cuáles considera usted como principales oportunidades en el mercado internacional para las asociaciones de artesanas que trabajan con algodón nativo?	A (✓) D () Sugerencias.....
¿Cuáles considera usted que serían las principales debilidades en el mercado internacional para las artesanas que trabajan con algodón nativo?	A (✓) D () Sugerencias.....
¿Cuáles considera usted como principales amenazas en el mercado internacional para las artesanas que trabajan con algodón nativo?	A (✓) D () Sugerencias.....
¿Qué documentos generalmente emiten las artesanas que venden sus productos al extranjero?	A (✓) D () Sugerencias.....
¿Alguna de las asociaciones de artesanas cuentan con algún seguro que las protege del algún tipo de suceso? ¿A qué cree que se debe que algunas asociaciones si cuentan con seguro y otras no?	A (✓) D () Sugerencias.....

.....


FIRMA JUEZ EXPERTO

DNI N° 08245351

Nota: Adicionalmente el Experto puede emitir un informe más detallado y fundamentado que le de consistencia técnica y científica al instrumento evaluado

ANEXO N° 10

is://mail.google.com/mail/u/0/#search/alvaro/1633be349b3c0f93

alvaro

¡Haz clic aquí si quieres habilitar las notificaciones de escritorio para Correo de UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN. Más información Ocultar

Mover a Recibidos Más 4 de 13

Entrevista

Recibidos x



CESAR ALEXANDER SALAZAR MEDINA Señor Álvaro buenas tardes, le envió las preguntas de la entrevista. ATTE: Cé...

7 may. ☆

Alvaro Becerra Figueroa <abecerra@mincetur.gob.pe>

10 may. ☆

para mí

Muy buenas tardes César, disculpa la demora, transmito la encuesta desarrollada.

Atentamente,

Alvaro Becerra Figueroa

CITE SIPÁN

Juan Pablo Vizcardo y Guzmán 895 - Lambayeque

Teléfono: 074 282843

www.mincetur.gob.pe

<http://www.facebook.com/cite.sipanlambayeque>

<https://issuu.com/cite-sipan>

De: CESAR ALEXANDER SALAZAR MEDINA [mailto:smedinacesar@crece.uss.edu.pe]

Enviado el: lunes, 07 de mayo de 2018 01:36 p.m.

Para: Alvaro Becerra Figueroa <abecerra@mincetur.gob.pe>

Asunto: Entrevista

ANEXO Nº 11

PREGUNTAS RESPUESTAS 2

No se pueden editar las respuestas

Native cotton bags export to United States

What is your name?

Nicole

Where are you from?

United states

How old are you?

Between 15-20 years old

Between 20-25 years old

Between 25-30 years old

Between 30-35 years old

Activar Windows

PREGUNTAS RESPUESTAS 2

With what frequency would buy a bag?

Once a month

Twice a month

Three times a year

Twice a year

Once a year

What are the characteristics that most values when buying a bag?

Design

Quality

Price

Social impact

Origin of the product

PREGUNTAS RESPUESTAS 2

Where would you buy their bags for Lady?

- Supermarkets
- shops by Department
- Speciality stores
- Chain of stores

Would you like to receive information about similar products made from native cotton?

- Yes
- No

Through that medium like to see more products?

- Web site
- Virtual catalogs
- Sent to your email
- Social networks
- Others: (mention any)

Activar

PREGUNTAS RESPUESTAS 2

What are you appreciation about the product?

- Little interesting
- Interesting
- Very interesting

Would you recommend this product to a friend to a friend/family member?

- Yes
- No

Would be interested in buying another similar product with different characteristics or customized?

- Yes
- No

Enviado: 12/7/18 23:38

ANEXO Nº 13

PREGUNTAS RESPUESTAS 2

Native cotton bags export to United States

What is your name?

Trevor Byman

Where are you from?

Longview, Washington State, USA

How old are you?

Between 15-20 years old

Between 20-25 years old

Between 25-30 years old

Between 30-35 years old

More tha 35 years old

Activar Windows

PREGUNTAS RESPUESTAS 2

With what frequency would buy a bag?

Once a month

Twice a month

Three times a year

Twice a year

Once a year

What are the characteristics that most values when buying a bag?

Design

Quality

Price

Social impact

Origin of the product

Where would you buy their bags for Lady?

- Supermarkets
- shops by Department
- Speciality stores
- Chain of stores

Would you like to receive information about similar products made from native cotton?

- Yes
- No

Through that medium like to see more products?

- Web site
- Virtual catalogs
- Sent to your email
- Social networks
- Others: (mention any)

Where would you buy their bags for Lady?

- Supermarkets
- shops by Department
- Speciality stores
- Chain of stores

Would you like to receive information about similar products made from native cotton?

- Yes
- No

Through that medium like to see more products?

- Web site
- Virtual catalogs
- Sent to your email
- Social networks
- Others: (mention any)

ANEXO N° 14 Matriz de consistencia

TITULO	VARIABLES	DIMENSIONES	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	METODOLOGIA
<p>PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE BOLSOS PARA DAMA A BASE DE ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN LA ASOCIACION DE ARTESANAS SANTA ANITA DE MORROPE, LAMBAYEQUE, 2017 – 2022</p>	PLAN DE NEGOCIO	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de mercado y producto - Planeamiento estratégico. - Estrategia de distribución y ventas (plan de marketing) - Plan de operación -Análisis económico y financiero 	<p>¿De qué manera un plan de negocio permitirá la exportación hacia Estados Unidos de bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo en la Asociación Santa Anita de Morrope, 2017-2022?</p>	<p>Elaborar un plan de negocio para la exportación de bolsos para dama elaborados a base de algodón nativo hacia el mercado de Estados Unidos de la asociación de artesanas Santa Anita de Morrope, Lambayeque, 2017-2022.</p>	<p>POBLACION:</p> <p>La población es de 13 artesanas, dos representantes de Cite Sipan y mujeres de Estados Unidos</p>
	EXPORTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Ventajas de la internacionalización - Empaque, envase, embalaje, etiquetado -Clasificación arancelaria - Distribución física a nivel internacional. 		<p>. Realizar un diagnóstico situacional de la Asociación de Artesanas Santa Anita de Mórrope.</p> <p>Analizar el mercado meta de los bolsos para dama elaborados a base de algodón en la asociación de artesanas Santa Anita.</p> <p>Analizar la capacidad exportadora de bolsos de algodón nativo para dama en la asociación Santa Anita.</p> <p>Realizar un plan de negocio para exportación de bolsos de algodón nativos de la asociación Santa Anita al mercado de Estados Unidos.</p>	<p>MUESTRA:</p> <p>Se emplearon dos entrevistas, la primera dirigida a la artesana representante de la asociación y la segunda para un representante del Cite Sipan y una encuesta a 10 estadounidenses.</p>
					<p>TIPO Y DISEÑO:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El tipo de investigación tiene un enfoque cuantitativo y es de tipo descriptivo. - El diseño de investigación es no experimental transversal.

ANEXO Nº 15



