



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE COJINES  
ELABORADOS CON ALGODÓN NATIVO AL  
MERCADO DE CHILE. EL CASO DE UNA  
ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE LA REGIÓN  
LAMBAYEQUE, 2019**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL  
DE BACHILLER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Autora:**

**Chapoñan Zapata, Rosa Pamela**

**Asesor:**

**Mgtr. Zuñe Chero, Limberg**

**Línea de Investigación**

**Investigación de Mercados y Marketing**

**Pimentel-Perú**

**2019**

**ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE COJINES  
ELABORADOS CON ALGODÓN NATIVO AL  
MERCADO DE CHILE. EL CASO DE UNA  
ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE LA REGIÓN  
LAMBAYEQUE, 2019**

**Aprobación del trabajo de investigación**

---

Mgtr. Zuñe Chero, Limberg

**Asesor Metodólogo**

---

**Presidente del trabajo de investigación**

---

**Secretario del trabajo de investigación**

---

**Vocal del trabajo de investigación**

# **ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE COJINES ELABORADOS CON ALGODÓN NATIVO AL MERCADO DE CHILE. EL CASO DE UNA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE, 2019**

## **ANALYSIS OF THE EXPORTS OF CUSHIONS ELABORATED WITH NATIVE COTTON TO THE MARKET OF CHILE. THE CASE OF AN ASSOCIATION OF ARTISANS OF THE REGION LAMBAYEQUE, 2019**

### **Resumen**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general analizar las exportaciones de cojines elaborados con algodón nativo al mercado de Chile. El caso de una asociación de Artesanos de la Región Lambayeque, 2019. Se aplicó una metodología de tipo analítica, con un diseño no experimental, bajo un enfoque cualitativo. Se consideró como muestra a la presidenta de la Asociación Valle de las Pirámides ubicado en el distrito de Túcume. Así mismo, para el estudio del mercado de Chile, se recurrió a cuatro expertos en Comercio Internacional. Los instrumentos de recolección de datos fueron: Guía de entrevista y análisis documental.

Los principales hallazgos evidenciaron que en el caso de ésta Asociación carece de conocimiento sobre temas de exportación; debido a la falta de capacitaciones constantes por parte de las entidades competentes como Gercetur, Adex y Cámara de Comercio. Así mismo, por su estructura como Asociación de Artesanos no pueden acceder a préstamos financieros para adquirir materiales para la producción; por ello se propone salir de ese entorno y formalizarse como una Mype que facilite obtener mejores beneficios.

Finalmente, la investigación concluye que la Asociación no exporta sus potenciales productos por falta de capital y conocimiento sobre los requisitos y documentos para exportarlos al mercado internacional. Además, de acuerdo al análisis para la exportación se observó que no existe ningún tipo de restricción que impida el ingreso de los cojines de algodón nativo para ser comercializados en el mercado chileno. Así mismo, para ser aceptados en cualquier otro mercado en el mundo se debe vender no sólo un producto de calidad; sino también vender nuestra cultura como parte de nuestra historia, costumbre y tradiciones.

Palabras claves: Asociación, Artesanos, Exportación.

## **Abstract**

The general objective of the present investigation was to analyze the exports of cushions elaborated with native cotton to the Chilean market. The case of an Association of Artisans of the Lambayeque Region, 2019. An analytical methodology was applied, with a non-experimental design, under a qualitative approach. The president of the Valle de las Pirámides Association located in the district of Túcume was considered as a sample. Likewise, for the study of the Chilean market, four experts in International Trade were used. The data collection instruments were: Guide of interview and documentary analysis.

The main findings showed that in the case of this Association it lacks knowledge on export issues; due to the lack of constant training by the competent entities such as Gercetur, Adex and Chamber of Commerce. Likewise, due to its structure as an Association of Artisans, they can not access financial loans to purchase materials for production; Therefore, it is proposed to leave this environment and formalize it as a MYPE that facilitates obtaining better benefits.

Finally, the investigation concludes that the Association does not export its potential products due to lack of capital and knowledge about the requirements and documents to export them to the international market. In addition, according to the export analysis, it was observed that there are no type of restriction that prevents the entry of native cotton cushions for commercialization in the Chilean market. Likewise, to be accepted in any other market in the world you must sell not only a quality product; but also sell our culture as part of our history, customs and traditions.

**Keywords:** Association, Artisans, Export

## ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
1.1. Realidad problemática .....	8
1.1.1. A nivel Internacional.....	8
1.1.2. A nivel Nacional.....	10
1.1.3. A nivel Local.....	11
1.2. Formulación del problema .....	12
1.3. Trabajos previos.....	12
1.3.1. Internacional.....	12
1.3.2. Nacional .....	14
1.3.3. Local.....	16
1.4. Teorías relacionadas al tema.....	17
1.5. Hipótesis .....	23
1.6. Objetivos.....	23
1.6.1. Objetivo General .....	23
1.6.2. Objetivos Específicos.....	23
<b>II. MATERIAL Y MÉTODOS.....</b>	<b>25</b>
2.1. Tipo y diseño de la investigación.....	25
2.2. Población .....	25
2.3. Muestra .....	25
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	26
2.5. Justificación del estudio.....	26
2.6. Variable y operacionalización .....	27
2.6.1. Definición de variable .....	27
2.6.2. Operacionalización de variable .....	28
2.7. Criterios éticos .....	29
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>30</b>
3.1. Tablas.....	30
3.1.1. Resultado de la aplicación de la entrevista a la Presidenta de la Asociación Valle de las Pirámides.....	30
3.1.2. Resultado de la aplicación de la entrevista a expertos en Comercio Internacional .....	33
3.1.3. Resultados de la aplicación de la guía de análisis documental para analizar el mercado de Chile e identificar las empresas y principales mercados para la exportación de cojines de algodón nativo .....	41
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>44</b>

<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>47</b>
<b>VI. REFERENCIAS .....</b>	<b>48</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>52</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	26
<b>Tabla 2.</b> Definición de variable .....	27
<b>Tabla 3.</b> Variable dependiente .....	28
<b>Tabla 4.</b> Criterios éticos .....	29
<b>Tabla 5.</b> La oportunidad de negocio en el exterior .....	30
<b>Tabla 6.</b> Materia prima .....	31
<b>Tabla 7.</b> Cojines a base de algodón nativo como potencial de exportación .....	31
<b>Tabla 8.</b> Precio .....	31
<b>Tabla 9.</b> Promoción.....	32
<b>Tabla 10.</b> Ferias nacionales e internacionales.....	32
<b>Tabla 11.</b> Oportunidades de la Asociación .....	33
<b>Tabla 12.</b> Oportunidad de negocio .....	33
<b>Tabla 13.</b> Precio del algodón nativo .....	34
<b>Tabla 14.</b> Estrategias de marketing.....	35
<b>Tabla 15.</b> Acceso al mercado chileno .....	36
<b>Tabla 16.</b> Conocimiento de exportación del producto.....	37
<b>Tabla 17.</b> Envase y Embalaje .....	38
<b>Tabla 18.</b> Documentos de Exportación.....	39
<b>Tabla 19.</b> Barreras arancelarias y no arancelarias .....	40
<b>Tabla 20.</b> Ferias internacionales .....	40
<b>Tabla 21.</b> Importación de la partida arancelaria en el mercado de Chile .....	41
<b>Tabla 22.</b> Empresas Exportadoras de la partida arancelaria .....	42
<b>Tabla 23.</b> Principales Mercados.....	43

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

En la actualidad, las exportaciones han ido incrementando su importancia en el crecimiento económico de un país, ya que, además de contribuir a forjar una sociedad con mejoras en niveles de empleo; también permite una mejor distribución de ingresos, mayor acceso a mercados, entre otros aspectos positivos para el crecimiento y desarrollo de un país; es por ello, que los países necesitan ampliar sus fronteras para que de esta manera fluya el intercambio comercial entre ellos.

El Perú, se está posicionando poco a poco como un país exportador, con imagen ganada en algunos mercados internacionales a través de una oferta exportable de bienes y servicios de calidad y con valor agregado. Se desarrollan distintas actividades económicas, dentro de las cuales se encuentra la actividad artesanal, la misma que destaca en el mundo por su belleza y variedad. Las artesanías peruanas de exportación son importante porque es una fuente de empleo para las artesanas que elaboran manualmente estos productos.

En consecuencia, el presente trabajo de investigación se centró en el análisis de las exportaciones de cojines de algodón nativo; lo cual permitió determinar el nivel de exportación de la actividad artesanal.

#### **1.1.1. A nivel Internacional**

Según el Diario El Universal (2017) refirió que en el país de México la industria textil además de las confecciones, son las actividades económicas más significativas que representan un 60 % de su capacidad. Dentro de sus principales mercados son: Estados Unidos, seguido de Canadá, Colombia, España, Alemania, entre otros. Sin embargo, éste sector enfrentaría un grave problema si el gobierno de EE.UU decide terminar con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) firmado por EE.UU, Canadá y México en diciembre de 1992 y entró en vigor en enero de 1994. Entonces, si desaparece el acuerdo se cobraría a los textiles mexicanos un arancel de 7 % y casi 15% para prendas de vestir.



En efecto, un Tratado de Libre Comercio es un acuerdo que facilita las operaciones comerciales entre dos o más países, ya que, consiste en acordar reducir o exonerar las barreras arancelarias y no arancelarias tanto a bienes como servicios. Éstos tratados deben ser aprovechados por los países firmantes al existir menores restricciones de acceso a nuevos mercados lo que conlleva a tener un mejor desarrollo comercial y económico.

Por otro lado, Rodríguez (2017) en la revista *Modaes Latinoamérica* manifestó que en Bolivia el sector textil es uno de los más representativos a partir del siglo XX, el cual ha generado mucho empleo y ha contribuido en el desarrollo económico del país; sin embargo, a partir del año 2010 ha tenido una pérdida de posición comercial donde se exportó alrededor de 3 millones de dólares y se importó 24 millones de dólares en productos textiles, esto significó un saldo comercial desfavorable para el país. Una de las grandes causas es la disminución de la producción debido al incremento en el costo, esto influye en la disminución de la competitividad. Otra de las grandes preocupaciones es que el mercado interno está rodeado de productos importados.

En tal sentido, el principal problema que sucede tanto en Bolivia como en otros países es que para la producción no existe la capacidad suficiente de materia prima para ser transformada en producto final, por lo que gran mayoría se copan de productos importados generando un saldo comercial desfavorable.

Según Salcedo (2015) comentó que en Paraguay se está presenciando un grave problema, el cultivo y la producción del algodón se están reduciendo en comparación a años anteriores, esto debido a los bajos precios internacionales de la fibra. Cabe resaltar que el algodón en este país se cosecha a mano, lo cual destaca la calidad de la fibra por no ser mecanizada y éste se cultiva en fincas de dimensiones muy reducidas que impide su mayor comercialización.

Por ello, el algodón en Paraguay no es tan rentable debido a los bajos precios internacionales de su fibra, generando producción e ingresos escasos. Sin embargo, aún se sigue cultivando pero de forma limitada sin procesos mecánicos.

### **1.1.2. A nivel Nacional**

Vásquez (2017) en el diario Correo comentó que en nuestro país las exportaciones de artesanías peruanas empezaron a disminuir a partir del año 2012 cuando se vendió \$56 millones y al finalizar el 2016 sumaron \$41 millones. La artesanía del Perú necesita de una buena promoción; existen entidades que están involucradas con esta actividad económica como los CITES, Dirección de Comercio Exterior y Turismo, PromPerú que más allá de la promoción están enfocadas en temas comerciales. Pero, lo que se necesita es que el gobierno peruano realice e invierta en una promoción trascendental. En Alemania, se realiza una de las ferias artesanales más importantes a nivel mundial llamada “La Messe Frankfurt”, la cual se cuenta con una oficina en Perú y por ende debe ser muy aprovechada para difundir los productos artesanales del país.

En consecuencia, los productos artesanales de nuestro país deben ser exhibidos en ferias comerciales no sólo a nivel local y nacional, sino también en ferias de ámbito internacional; ya que, por ser productos ecológicos y de carácter natural son atractivos para inversionistas y empresas extranjeras. Se debe difundir nuestros productos potenciales que representan nuestra cultura.

Lira (2015) en el diario El Comercio, comentó que el algodón peruano es considerado uno de los productos bandera, pero también es el que más ha destacado con problemas de acceso a nuevos mercados. El principal problema que presenta es la poca producción, lo cual no podemos hablar de grandes volúmenes de exportación. Hoy en día, en algunas ciudades del país tales como Cañete y Nazca, la producción del algodón pima y tanguis se ha reducido de 100 y 120 quintales por hectárea a 30 y 50 quintales por hectárea.

Así, el algodón peruano pese a ser considerado un producto bandera no ha representado evolución ni crecimiento en su producción, por lo cual se debe realizar estudios que mejoren su genética y de esta manera se pueda incrementar las áreas cultivadas.

Reaño (2016) en el Diario El Comercio refirió que durante los últimos cinco años, en nuestro país la producción del cultivo del algodón se ha reducido a casi la mitad y en

la actualidad se cultiva a penas sólo 26 mil toneladas, la tercera parte de lo que se producía en el 2007; es por ello, las empresas que se dedican a la industria textil al no poder abastecerse han optado por sustituir el algodón peruano, siendo éste cultivo importado de Estados Unidos y la India.

En tal sentido, debido a la baja producción del algodón en el Perú, la industria local busca sustitutos de este cultivo para cubrir ésta déficit, siendo importado de Estados y la India.

### **1.1.3. A nivel Local**

Gambini (2015) Ex Director Ejecutivo del Centro de Innovación Tecnológica Turístico Artesanal (CITE) Sipán, en el diario La República, comentó que para sembrar el algodón nativo en Lambayeque demanda un costo adicional a diferencia del algodón pima comercial. Otro problema es que los agricultores no tienen facilidades de mercado y comercialización para vender el algodón y la mota. De otro lado, el elaborar una prenda hilada artesanalmente tiene un costo mucho mayor al hilado industrial. Si no hay siembra no ha desmotadora, si no hay desmotadora no hay comercio.

Entonces, la realidad en que se encuentra el algodón nativo en la Región Lambayeque es que tanto para su siembra como para su industrialización requiere de una mayor inversión, además de que los productores tienen facilidades limitadas para comercializarlo.

Vela (2016) Ex gerente regional de Comercio Exterior y Turismo, en RPP Noticias, refirió que en el presupuesto participativo regional de Lambayeque del 2017 se consideró la ejecución del proyecto “Algodón Nativo”, la cual tuvo como objetivo realizar capacitaciones a los productores artesanales; además brindar asistencia técnica e implementación de equipos para mejorar la técnica del desmotado de la fibra natural y el prehilado. En éste proyecto se ejecutó una inversión de tres millones de soles, cuyo fin era concientizar y revalorizar el milenario algodón nativo. En la región Lambayeque se cultiva ésta fibra natural desde la época de los mochicas.

Por ende, con este proyecto se buscó mejorar la producción de este cultivo, capacitando a los productores artesanales e implementando nuevas técnicas que faciliten el proceso del algodón.

La Asociación de Artesanos Valle de las Pirámides ubicado en el distrito de Túcume-Lambayeque; conformada por 6 artesanas, se encuentra inmersa en el mundo de productos potenciales elaborados a base de algodón nativo. El problema es que la situación en la que se encuentra ésta asociación es que sus productos no son comercializados a nivel internacional, no existe la capacitación constante en temas de comercio exterior por parte de las entidades competentes como: Adex, PromPrú, Gercetur, entre otros. Se observó la falta de conocimiento de los requisitos para una exportación, procedimiento y documentación que exigen los mercados internacionales.

## **1.2. Formulación del problema**

¿De qué manera las exportaciones de cojines elaborados con algodón nativo al mercado de Chile benefician a la Asociación de Artesanos Valle de las Pirámides, Lambayeque 2019?

## **1.3. Trabajos previos**

### **1.3.1. Internacional**

Campos (2014) En su tesis de grado titulado **“Diseño de un plan exportador a Europa de mochilas wayuu de la empresa artesanías auténticas colombianas”** para obtener el título de Ingeniero Industrial de la Universidad Industrial de Santander en Colombia, afirmó que las artesanías de tejidos wayuu son productos con gran potencialidad, siendo éstos considerados muy atractivos por su diversidad y variedades. Pero, anteriormente para la comercialización de éstos productos no se contaba con el apoyo de instituciones públicas ni privadas; en la actualidad en los últimos cinco años la producción se ha incrementado y se cuenta con el respaldo de empresas como EL SENA, Gobernación de la Guajira y Artesanías de Colombia con su programa nacional de cadenas productivas, los cuales ayudan a fortalecer la industria de los tejidos para

tener una mejor producción y los productos artesanales sean mejor valorados tanto a nivel nacional como en el mercado internacional.

En esta investigación se concluyó que es importante definir e incorporar estrategias operativas en la empresa, ya que, éstos son factores muy importantes en la búsqueda de un mercado potencial para estos productos artesanales. Es por ello, para que el proyecto sea rentable se recomienda que la empresa debe crear vínculos con aquellas empresas que se dediquen a la venta online o almacenes de la unión europea que sean reconocidas y éstas sirvan como difusión y propaganda directa con los clientes objetivos.

Pérez, Vásquez, Fregoso y Ortega (2017) en su tesis titulada “**Modelo de Negocio para la comercialización de artesanía textil mexicana**” para obtener el grado de maestría en Administración de la Universidad Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente en Jalisco-México.

Los autores explicaron que en la actualidad el mercado europeo tiene gran acogida por los productos ecológicos, éstos se concentran en la calidad, diseños innovadores; tomando cada vez con más importancia la eco-moda y la conciencia del precio como criterio de compra. Otro de los criterios más resaltantes en la investigación es que en México tienen muy claro la difusión de sus productos artesanales tratando de venderlos con su historia, con su cultura; tratando de captar o despertar el interés del cliente final. Para ello aprovechan la difusión electrónica a través de las redes sociales, ya que, el segmento al cual están dirigidos sus productos está comprendido entre los 33-55 años de edad quienes están pendientes y les pueda interesar el comercio online.

Munguia, Becerril y Quiroz (2015) En su investigación titulada “**La Competitividad de los productos textiles mexicanos en el marco de la Alianza del Pacífico, 1980-2014**” comentaron que la industria textil en México es una de las actividades económicas más importantes; éste país de Norteamérica tiene muchas oportunidades comerciales gracias a los convenios internacionales; uno de ellos, el más importante en la actualidad es el Alianza del Pacífico, conformado por Colombia, Perú, México y Chile; pero sin embargo el comercio de bienes y servicios, así como la

inversión entre éstos países es insignificante en relación con el comercio que se hace con los demás países del mundo.

Según los mismos autores afirmaron que México tiene gran diversidad exportadora de textiles pero no aprovecha las oportunidades comerciales, beneficios y facilidades que brinda un Tratado de Libre Comercio; siendo América Latina un mercado muy atractivo para sus textiles, confecciones y artesanía. “ Tan solo el 1% del total exportado fue al mercado de Latinoamérica y el 97% de sus exportaciones se dirigen al mercado estadounidense”, el temor en México es que el actual presidente de Estados Unidos Donald Trump elimine el TLCAN y se tenga que pagar el 7% de arancel para la exportación de sus productos artesanales y para textiles industrializados el 15%”.

### **1.3.2. Nacional**

Llanos y Tirado (2015) en su tesis “**Análisis de las Exportaciones de Artesanías de la región Loreto, período: 2009-2013**” para obtener el grado académico de Licenciado en Negocios Internacionales y Turismo de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana; tuvo como tipo de investigación un método Analítico-Descriptivo y como objetivo fue analizar el nivel de exportaciones de artesanías de Loreto en el periodo 2009-2013.

En esta investigación se sustentó que en la región Loreto, las exportaciones de artesanías, a pesar de las distintas dificultades que presenta, tiene el potencial para desarrollarse y alcanzar niveles de crecimiento y comercialización a nichos de mercado en el exterior; además se puede encontrar una diversidad de materiales e insumos para crear, diseñar y elaborar diferentes productos artesanales que son propios de la región.

Los autores concluyen que se presenta una fuerte concentración de las exportaciones de artesanía de la región Loreto durante el periodo 2009-2013 en pocas empresas exportadoras; pues representan el 77.12% del valor total exportado. Esta situación reviste de mucho riesgo, ya que, si algo negativo les llegara a pasar a cualquiera de las empresas, las exportaciones se reducirían drásticamente.

Quiñonez (2017) en su tesis **“Plan de marketing para la participación de una Asociación de Artesanos Nacionales en Ferias Internacionales, 2016”** para obtener el grado académico de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Wiener de Lima-Perú.

En esta investigación, afirmó que la participación de empresas o Asociaciones en las Ferias Internacionales son de suma importancia, ya que, es una vitrina para que los productos con valor agregado elaborados en nuestro país, se puedan vender con historia, con un empaque atractivo y con diseños exclusivos que capten el interés de los clientes.

Donde se concluye que para ello las entidades competentes como Mincetur, PromPerú, Sierra Exportadora deberían estar involucrados y comprometidos en brindar ayuda a participar en estas ferias de carácter internacional, no sólo a empresarios sino también a los Artesanos quienes hacen vivir la cultura.

Sandoval (2017) en su tesis **“Exportación de Prendas de Vestir con diseños a Bogotá-Colombia para la difusión de aerografía peruana, 2017”** para obtener el grado académico en Licenciada de Negocios Internacionales de la Universidad Wiener, Lima-Perú.

Refirió que nuestro país tiene el mejor algodón nativo en el mundo para la producción de prendas de vestir y de productos artesanales con excelente mano de obra, buenos artistas con mucho talento, creativos e innovadores en sus diseños, empaque que apliquen estándares de calidad; las cuales nos ponen en una ventaja absoluta frente al país que se va a exportar. En esta investigación se concluye que gracias a la perfecta ubicación de Perú en América Latina y haber firmado Tratados de Libre Comercio con países Latinoamericanos le facilita comercializar su productos con estos países que son muy atractivos para este tipo de productos y más aún que no existen ningún tipo de restricción para comercializarlos en relación con mercados europeos donde sí exigen los estándares de calidad y certificaciones.

### 1.3.3. Local

Mendoza y Salazar (2017) en su tesis titulada **“Propuesta de un modelo de asociatividad dirigido a los artesanos de Junco en la Ciudad de Monsefú como estrategia competitiva para el ingreso al mercado de Estados Unidos – 2015”** para obtener el grado académico de Licenciadas en Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel-Perú.

En esta investigación se sustentó que en la ciudad de Monsefú existen productos elaborados manualmente y tienen un alto valor agregado, productos de buena calidad en cuanto a diseño y acabado; sin embargo se necesita asociar a más artesanos para que de esta manera se cumpla las exigencias de los mercados internacionales y se adecúe a las exigencias de los mismos en cuanto a cantidades y sobre todo para poder adquirir una estrategia de crecimiento empresarial.

Se concluyó que los principales factores de asociatividad favorecerán en la estrategia competitiva para el ingreso al mercado de EE.UU y además contar con diseños exclusivos, precios competitivos y características que generen valor en los productos ofrecidos.

Ventura (2017) en su investigación **“Características de la Formalización y Competitividad de las MYPES del Rubro Artesanales del distrito de Monsefú, 2016”** para obtener el grado académico de Licenciado en Administración de la Universidad Católica de los Ángeles, Chimbote-Perú.

En su investigación se sustentó en que permitirá determinar las características sobre la formalización y competitividad para lograr la exportación de artesanías en la Región Lambayeque y así poder insertarse en diferentes mercados potenciales e incrementar nuestro desarrollo económico. Se concluye que existen muchos artesanos que desconocen el tema de la formalización de Mypes, así mismo también de los beneficios que tiene una empresa Mype e incluso también desconocen lo que pueden hacer como personas naturales y no tienen idea de cómo formalizar un negocio. Los productos son muy competitivos debido a la diferenciación en sus diseños que adquieren características de su localidad, pero falta lo más importante que es el conocimiento de



formalización para poder tener mejores beneficios y así poder crecer sus ventas a nivel nacional e internacional.

Según Tuñoque y Saavedra (2015) en su tesis **“Estrategias De Promoción para las Artesanas de Algodón Nativo de los Talleres Santa Teresita y Santa Catalina de Mórrope 2015”**, para obtener el grado académico de Licenciados en Turismo y Ecoturismo de la Universidad Privada Juan Mejía Baca, Chiclayo-Perú.

Esta tesis fue de tipo descriptivo, tomaron como objetivo identificar la situación real de las artesanas de algodón nativo y diseñar estrategias de promoción para las artesanías de algodón nativo. Se aplicó como instrumento un cuestionario.

Los resultados obtenidos es que los talleres objeto de investigación tienen muy poco tiempo en la siembra del algodón nativo, esto debido a los reglamentos dados por la ley peruana que impedía la siembra de éste cultivo, ya que, se podía contaminar a otros cultivos por las plagas. La siembra no es en grandes cantidades y por ende la producción de artesanías es cantidades menores.

Los autores concluyeron que el diseño para la comercialización de las artesanías presenta un conjunto de estrategias promocionales que ayudan a conocer, valorar y mejorar las ventas de artesanías en dichos talleres; siendo éstas las utilizadas como: vender los productos por las redes sociales, utilizar tarjetas de presentación, tener una tienda atractiva en la ciudad de Chiclayo, participar con frecuencia en ferias y realizar una artesanía vivencial.

#### **1.4. Teorías relacionadas al tema**

##### **EXPORTACIÓN**

Maggio (2009) “La exportación es la salida legal de bienes o servicios para su uso o consumo en el mercado internacional”. (p.26)

Lerma y Márquez (2010) La exportación es una actividad de suma importancia para los mercados internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios al exterior, es decir se define como la salida legal de las mercancías de un territorio

aduanero a otro. Esto genera un mayor beneficio económico, posicionamiento internacional, crecimiento empresarial, sobre todo un prestigio para la empresa que aporta al crecimiento económico del país. Cabe rescatar que estas operaciones comerciales entre varios países suelen presentar un importante grado de dificultad a nivel legal y fiscal, ya que varían considerablemente de un país a otro.

Banco Nacional de Comercio Exterior (2005) “La exportación es la salida legal de bienes o servicios nacionalizados para su uso o consumo en el extranjero”. (p.17)

Según el mismo autor indica los siguientes elementos generales de la exportación.

### **Producto**

Uno de los elementos más importantes para la exportación es el producto que se venderá en los mercados extranjeros, así como también la forma y condiciones de ingreso; entonces para desarrollar una operación exitosa de exportación es indispensable conocer las características y elementos que se debe cumplir como: Contar con una oferta exportable; es decir que la empresa cuente con el volumen necesario para atender los pedidos que exigen los mercados internacionales, el producto tiene que ser de buena calidad en cuanto al diseño y acabado exigido por el mercado de destino, ofrecer un precio competitivo, contar y brindar con la clara garantía en el tiempo de entrega y ofrecer un servicio de Post Venta. El análisis del producto incluye también la competencia local del producto, cifras de comercio exterior; además de las tendencias en cuanto a gustos, preferencias, costumbres, productos sustitutos, precios locales del producto, etc. (p.22)

### **Envase y Embalaje**

El envase y embalaje se considera como parte integral del producto. Realizan las funciones de contener, envolver, proteger e identificar”. (p.219)

## **Etiquetado**

Antes de la elaboración e impresión del etiquetado se debe tener en cuenta las regulaciones que exige el mercado de destino. La etiqueta debe ser consultada por un especialista de la misma y aprobada por las entidades de verificación autorizadas en el país importador. (p.140)

## **Acceso al Mercado**

Es una de las fases muy importantes dentro del proceso de exportación, ya que, se analiza e identifica las barreras o restricciones arancelarias y para arancelarias (normas éticas, de seguridad, etiquetado, ecológicas, entre otros) que afectan al producto.

Para ello se debe conocer los acuerdos comerciales, la elección de la modalidad de transporte, ya sea por vía terrestre, marítima o aérea; participar constantemente en ferias internacionales como visitante y/o expositor para conseguir clientes potenciales.

**Regulaciones Arancelarias:** Son los impuestos que deben pagar los importadores y exportadores en la aduana de un país por la entrada o salida de bienes o servicios. (p.137)

Aznar, Gallejo, Medianero, Fernandez y Soto (2017) Las barreras arancelarias se pueden definir como el pago de un impuesto o arancel por la entrada o salida de mercancías. Su función principal radica en impedir o dificultar la importación de ciertas mercancías". (p.136)

**Regulaciones No Arancelarias:** Son aquellas regulaciones que se establecen para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales o para preservar los bienes de cada país, en lo que respecta a medio ambiente, proteger la salud, sanidad animal y vegetal o para asegurar a los consumidores la buena calidad. (p.137)

Aznar, Gallejo, Medianero, Fernandez y Soto (2017) Las barreras no arancelarias se refieren a aquellas medidas o acciones de carácter gubernamental distintas a la imposición de un arancel, que poseen un carácter proteccionista al dificultar, limitar o

imposibilita la introducción de productos extranjeros en los mercados nacionales que protegen. (p144)

## **Documentos de Exportación**

SIICEX (2018) Los principales documentos exigidos para la exportación son los siguientes:

### **Documentos para una Exportación Definitiva**

**Certificado de Origen:** Documento emitido por entidades públicas o privadas competentes como: Cámara de Comercio, Adex, Sociedad Nacional de Industrias, Comex, Exportador puede emitir el certificado de origen gratuitamente para países como EE.UU y Canadá.

**Ficha Técnica:** Es una hoja de datos donde se estipulan las características generales de la mercancía.

**Certificado Fito o Zoosanitario:** Emitido por SENASA.

**Declaración Única de Aduana – DUA:** Documento aduanero donde se consigna información requerida para el ingreso o salida de mercancías de un territorio aduanero.

### **Documentos Comerciales**

**Factura Comercial:** Documento que acredita la venta de un producto emitido por el exportador.

**Lista de Embarque (Packing List):** Documento se detalla la cantidad de mercancía a exportar.

### **Documentos de Embarque – Transporte:**

**Instrucciones de embarque:** Documento que permite la reserva y despacho de mercancías de una manera eficaz.

**Reserva de espacio (Booking):** Es un documento que consigna la separación o reserva de espacio en el buque para la mercancía.

**Conocimiento de Embarque (Bill of Lading – B/L):** Es el documento de Transporte marítimo por la línea naviera.

**Guía Aérea (Airway Bill – AWB):** Documento de transporte Aérea.

**Carta Porte:** Documento que consta que las mercancías son transportadas por vía terrestre.

Sin embargo para la exportación de los monederos artesanales de algodón nativo, siendo el exporta fácil la modalidad más adecuada para su comercialización se considera necesarios los siguientes documentos:

**Ficha Técnica:** Donde se estipula la partida arancelaria, Nombre Comercial, Presentación, Zona de Producción, Estacionalidad, Composición, Usos y aplicaciones entre otros.

**Factura Comercial:** En el exporta fácil también se puede utilizar la Boleta de Venta, ya que es necesario la serie del comprobante para generar la (DEF) Declaración de Exporta Fácil.

**Declaración de Exporta Fácil:** Documento generado a través del portal de SUNAT, donde se estipula la siguiente información: Datos del Exportador, Datos del Importador, Descripción de la mercancía. En el caso del Taller Artesanas Santa Anita deberá imprimir 06 ejemplares, que estarán destinados, (01) para el exportador, (01) para Serpost Chiclayo, (01) Serpost Lima, (01) Aduana de Origen, (01) Aduana de Destino, (01) Importador.

## **Clasificación**

Según Martínez y Lombana (2013) Las exportaciones se pueden clasificar en directas o indirectas.

**Exportaciones directas:** Son aquellas donde la comercialización del producto en otro mercado se utiliza exclusivamente recursos propios hasta el destino final. Aunque ésta forma de entrada le puede dar al empresario los mayores retornos, un primer contacto directo con sus clientes y fijar precios a su libre decisión, es posible que se presente problemas a la hora de ofrecer un servicio postventa y que, en algunos casos, el cliente tenga dificultad de contactarlo de manera inmediata. (p.18)

**Exportaciones indirectas:** Son aquellas donde se hace uso de terceros en el mercado destino para que contacte a los clientes. Las formas de entrada varían de acuerdo con el intermediario elegido y la manera como éste se pueda convertir en un distribuidor, comercializador agente o representante. En estos dos últimos casos no se requiere que ellos sean los que vendan al cliente final. (p.18)

## **Importancia**

Peña (2016) La exportación permite ampliar la carrera de clientes de manera que se diversifica el riesgo comercial al contar con una tipología mayor de clientes en diferentes países. Esto hace que los ingresos provengan de distintas fuentes y que no se dependa en exclusiva de la situación económica de un grupo acotado, lo que conlleva que se reduzcan los impagos, y que se haga frente a mercados locales quizá maduros o con la demanda estancada desde hace años, con una competencia devastadora o con grandes protagonistas que no permiten que queden nichos libres. Permite también luchar con un producto en nuevos mercados donde su ciclo de vida esté aún en fase de crecimiento o donde las tendencias de consumo lo acojan favorablemente. (p.16)

## **Motivos para exportar**

Moreno y Fantasia (2009) define:

**Motivos internos:** Mejor rentabilidad, diversificar el riesgo, costos bajos, calidad buena, liquidar saldos, capacidad productiva ociosa, mejor absorción de los costos fijos.

**Motivos externos:** Recepción de una oferta del exterior, competencia, tipo de cambio favorable y beneficios impositivos. (p.9)

### **Ferias internacionales**

Según Promperú (2012) Las ferias internacionales son grandes eventos comerciales donde se exhiben los productos o servicios de empresarios; con el objetivo de crear vínculos con potenciales clientes y conocer la competencia. Además permiten que en un mismo lugar y determinado tiempo se reúnan importadores, traders, distribuidores, agentes, representantes, exportadores, agentes locales, etc.

## **1.5. Hipótesis**

Las exportaciones de cojines elaborados con algodón nativo al mercado de Chile presentan un comportamiento positivo. El caso de una asociación de Artesanos de la Región Lambayeque, 2019.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo General**

Analizar las exportaciones de cojines elaborados con algodón nativo al mercado de Chile. El caso de una Asociación de Artesanos de la Región Lambayeque, 2019.

### **1.6.2. Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de la Asociación de Artesanos Valle de las Pirámides para la exportación de cojines elaborados con algodón nativo al mercado de Chile.
- Analizar el mercado de Chile para la exportación de cojines de algodón nativo.

- Identificar las empresas y los principales mercados para la exportación de cojines de algodón nativo.



## **II. MATERIAL Y MÉTODOS**

### **2.1. Tipo y diseño de la investigación**

La presente investigación es de tipo analítica, tuvo por finalidad analizar los aspectos más relevantes en el proceso investigativo. El enfoque es transversal; puesto que el estudio tuvo lugar en un solo periodo de tiempo; y como no se manipuló la variable, el diseño es no experimental y con una tipología cualitativa.

Guerrero (2014) La investigación cualitativa, una característica fundamental es que concibe lo social como una realidad construida que se genera a través de articulaciones con distintas dimensiones sociales; es decir, por una diversidad cultural sistematizada, cuyas propiedades son muy diferentes a las de las leyes naturales. Las etapas o fases en la investigación cualitativa no son excluyentes, sino que operan en un proceso indicativo e interactivo. (p.46)

### **2.2. Población**

La población estuvo conformada por:

POBLACIÓN 1: Grupo de 4 expertos en Comercio Internacional.

POBLACIÓN 2: Presidenta de la Asociación Valle de las Pirámides.

Fuentelsaz, Icart y Pulpón (2006) refiere que una población es el conjunto de individuos que tienen ciertas características con las que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita. (p.55)

### **2.3. Muestra**

La unidad de análisis no ha sido seleccionada por muestra; si no, se ha tomado a toda la población. En consecuencia, no hay cálculo de fórmulas y no se consideró el muestreo.

Considerando a Hernández citado en Castro (2003) quien expresa que “si la población es menor a (50) individuos, la población es igual a la muestra”. (p.69)

#### 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos para recolectar la información se detallan en la siguiente tabla adjunta:

**Tabla 1**

*Técnicas e instrumentos de recolección de datos*

<b>Técnica/Instrumento</b>	<b>Aplicada a</b>	<b>Objetivo</b>
<b>Entrevista/Guía de entrevista</b>	Grupo de 4 expertos en Comercio internacional y a la Presidenta de la Asociación Valle de las Pirámides.	Recoger información respecto al mercado de destino y el producto.
<b>Análisis Documental</b>		Recoger información para el análisis del mercado de destino para la exportación del producto.

*Fuente:* Elaboración propia

#### 2.5. Justificación del estudio

El Perú tiene un legado algodonal por historia, siendo éste último denominado uno de los productos bandera de nuestro país por su indudable origen y características únicas. Existen diversos productos a base de algodón nativo con diseños y acabados que hoy en día tienen un gran potencial de exportación, elaborados generalmente por artesanas que se identifican y sienten como parte de ella esta actividad.

El presente trabajo de investigación se enfocó en analizar las exportaciones de cojines elaborados con algodón nativo al mercado de Chile de la Asociación de Artesanos Valle de las Pirámides ubicado en el distrito de Túcume-Lambayeque, con la finalidad de que ésta asociación pueda extenderse en el mercado internacional. Se seleccionó a Chile como el

mercado objetivo, ya que, es considerado una de las economías más estables del mundo, tiene unos de los mejores PBI per cápita en Sudamérica y además es uno de los mercados con mayor demanda en productos a base de algodón nativo, razón por la cual se optó por elegir este país.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2013) la mayoría de las investigaciones se ejecutan con un propósito definido y ese propósito debe ser lo suficientemente significativo para que se justifique su realización. Además, en muchos casos se tiene que explicar por qué es conveniente llevar a cabo la investigación y cuáles son los beneficios que se derivarán de ella. (p.40)

## 2.6. Variable y operacionalización

### 2.6.1. Definición de variable

**Tabla 2**

*Definición de variable*

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>
<b>V. Dependiente: Exportación</b>	Maggio (2009) “Es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su consumo en el exterior”.	La variable Exportación fue medida de acuerdo a la estructura de sus dimensiones: Producto, Proceso de Exportación y Acceso al mercado, utilizando como instrumento para la recolección de los datos: Entrevista/Guía de Entrevista. La entrevista contiene preguntas abiertas y fue aplicada a 4 expertos en Comercio Internacional y a la Presidenta de la Asociación Valle de las Pirámides.

*Fuente:* Elaboración propia

## 2.6.2. Operacionalización de variable

**Tabla 3**

*Variable dependiente*

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnica/Instrumento</b>
<b>V. Dependiente Exportación</b>	Producto	Oferta Exportable	Entrevista/Guía de entrevista
		Precio	
	Proceso de exportación	Envase	Entrevista/Guía de Entrevista
		Embalaje	
		Etiquetado	
	Acceso al Mercado	Barreras Arancelarias	Entrevista/Guía de Entrevista
		Barreras No Arancelarias	
		Documentos de Exportación	Análisis
Ferias Internacionales		Documental	

*Fuente:* Elaboración propia

## 2.7. Criterios éticos

Se tomaron en cuenta los siguientes criterios éticos para la aplicación de la investigación.

**Tabla 4**

*Criterios éticos*

<b>ASPECTOS ÉTICOS</b>	
<b>RESPECTO</b>	Se trabajó con la Asociación Valle de las Pirámides, tomando en cuenta la información obtenida y respetando los parámetros de sus aportes para con la investigación.
<b>RESPONSABILIDAD</b>	La presente investigación se trabajó de manera responsable, aceptando las opiniones tal y como sucedió.
<b>ÉTICA</b>	Se trabajó de manera profesional, siendo transparente con cada uno de los miembros de la Asociación Valle de las Pirámides por los beneficios que se requirieron obtener.
<b>CONFIANZA</b>	La información obtenida de la Asociación Valle de las Pirámides fue utilizada exclusivamente como motivo de investigación, sin divulgar los datos obtenidos.

*Fuente:* Elaboración propia

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Tablas

En la presente sección se presentan los resultados de la investigación; después de haber realizado la recopilación de datos obtenidos como consecuencia de la aplicación de los instrumentos de recolección de la información; los mismos se presentan a continuación:

##### 3.1.1. Resultado de la aplicación de la entrevista a la Presidenta de la Asociación Valle de las Pirámides

**Objetivo de investigación:** Diagnosticar la situación actual de la Asociación de Artesanos Valle de las Pirámides para la exportación de cojines elaborados con algodón nativo al mercado de Chile.

#### Tabla 5

*Oportunidad de negocio en el exterior*

---

**¿Cómo se sentiría usted al saber que su producto cojines a base de algodón nativo tenga una oportunidad de negocio en el exterior?**

---

Se sentirían satisfechas, ya que, es un ingreso para las señoras que conforman la asociación y además que el producto sea reconocido porque es elaborado a base de algodón nativo.

---

*Fuente:* Elaboración propia

En la región Lambayeque existen diferentes asociaciones artesanales dentro de las cuales encontramos a la Asociación de Artesanos Valle de las Pirámides, que elaboran manualmente productos a base de algodón nativo que tienen potencial de exportación, sus diseños y acabados son únicos que son muy valorados en el exterior.

## Tabla 6

### *Materia prima*

---

#### **¿De dónde obtienen la materia prima para este tipo de producto?**

---

En Túcume compran el algodón nativo pero es escaso, hay temporadas donde la escases es con mayor frecuencia, y por lo general lo compran en Lima de una productora que les vende, llamada CORT TEXTIL. El hilo viene en cono y es 100 % algodón nativo.

---

*Fuente:* Elaboración propia

La Asociación Valle de las Pirámides adquiere el algodón nativo mediante un proveedor en Lima, ya que, en su localidad es escaso.

## Tabla 7

### *Cojín a base de algodón nativo como potencial de exportación*

---

#### **¿Usted cree que su producto tenga potencial de exportación? ¿Por qué?**

---

Sí tienen potencial de exportación, ya que, es elaborado a mano. Es un producto de calidad y fino acabado, pero lo que desean es tener mayor conocimiento en temas de exportación.

---

*Fuente:* Elaboración propia

La mayoría de artesanas en nuestra región Lambayeque considera que sus productos si tienen potencial de exportación, pero no reciben el apoyo en capacitaciones constantes en temas de comercio exterior por parte de las entidades competentes.

## Tabla 8

### *Precio*

---

#### **¿Cuál es el precio promedio de compra del algodón nativo?**

---

En Túcume, 1 kilo de algodón lo compran a S/ 140 y en Lima a S/70 a S/80 el color pardo y el blanco a S/50.

---

*Fuente:* Elaboración propia

El algodón en la región Lambayeque es escaso por lo que el precio es mayor.

### **Tabla 9**

#### *Promoción*

---

**¿A través de qué medios promocionan este tipo de productos?**

---

Participan en diferentes ferias y también promocionan sus productos a través del internet, cuentan con una página de Facebook.

---

*Fuente:* Elaboración propia

El poder de las redes sociales es tan importante para dar a conocer los productos a nivel mundial.

### **Tabla 10**

#### *Ferias nacionales e internacionales*

---

**¿Usted cree que el participar tanto en ferias nacionales como internacionales sería oportunidad para que su asociación se expanda en el mercado internacional?**

---

Sí, es una buena oportunidad. Asisten a ferias, venden la mayoría de sus productos y les hacen pedidos.

---

*Fuente:* Elaboración propia

La participación en ferias nacionales e internacionales es una fuente de promoción para que las artesanas puedan tener contacto con posibles clientes potenciales y se pueda concretar ventas.



**Tabla 11**

*Oportunidades que tiene la Asociación Valle de las Pirámides*

---

**¿Qué oportunidades cree que tiene la asociación en comparación de la competencia?**

---

Realizan productos de calidad y por ello tienen bastante acogida. La municipalidad de Túcume los apoya en pasajes para participar en ferias como en Lima y en puntos de venta para participar en ferias en la región.

---

*Fuente:* Elaboración propia

La calidad y acabado de los productos suelen ser atributos diferenciadores muy importantes en cualquier tipo de negocio, ya que, el mercado actual exige productos novedosos, ecológicos que contribuyan al cuidado del medio ambiente.

### **3.1.2. Resultado de la aplicación de la entrevista a expertos en Comercio Internacional**

**Objetivo de investigación:** Analizar el mercado de Chile para la exportación de cojines de algodón nativo.

**Tabla 12**

*Oportunidad de negocio*

---

**¿Usted cree que la exportación de cojines a base de algodón nativo hacia el mercado chileno genere una gran oportunidad de negocio, por qué?**

---

**Experto 1:**

En el caso del algodón nativo es un tema bastante sensible por varias razones, una de ellas es la poca producción de la materia prima, que es justamente el algodón nativo; lo sensible es que mientras no exista producción de materia prima no podemos hablar de grandes volúmenes de exportación. Si existe mercado, ya que, es un algodón que tiene calidad, que justamente por ser nativo no se utiliza químicos, también tiene sus propios colores, no hay que añadirle colorantes; es un producto que debe tener un mercado bastante exclusivo porque las prendas que se elaboran no son de precios bajos, si no de precios intermedios para altos. Sí es muy interesante la idea pero que hay preocuparse por la producción de la materia prima.

---

---

**Experto 2:**

Los Cojines a base de algodón nativo son productos hechos a mano, lo cual tiene una ventaja competitiva en relación a otro tipo de artesanía. Hay que buscar nichos de mercados especiales que estén dispuestos a adquirir este tipo de producto, más aun tomando en consideración que este tipo de algodón tiene 6 a 7 variedades de colores, en tal sentido no requiere tinte.

---

**Experto 3:**

El tema textil peruano es bien visto siempre en el extranjero. Chile es un mercado que ha crecido mucho tanto en exportaciones como importaciones, considero que sería un buen mercado para analizar.

---

**Experto 4:**

Yo considero que sí, el algodón nativo es un producto que es un valor agregado, porque es un algodón ecológico, el cual tiene colores naturales que no han sido teñidos y me parece muy interesante el plan de negocio de exportación; además de que el mercado Chileno, es un mercado donde existe bastante demanda en este tipo de productos, hay población peruana que extraña y anhela tener productos de Perú.

---

**Análisis del Resultado:** El producto cojín a base de algodón nativo es un producto que tiene potencial justamente por ser elaborado y tener como insumo principal el algodón nativo. Chile es un buen mercado para exportar este producto, pero se debe buscar un nicho de mercado exclusivo que esté dispuesto a adquirirlo y además que ha crecido tanto en exportaciones como importaciones.

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 13**

*Precio del algodón nativo*

---

**¿Considera usted que el precio del algodón nativo es bien pagado por el importador hacia el productor peruano, por qué?**

---

**Experto 1:**

De acuerdo al nicho de mercado, existen nichos de mercados en que no lo pagan porque prefieren el precio que calidad, pero existen nichos de mercados exclusivos que prefieren lo contrario, eso quiere decir que mientras la calidad sea buena van a pagar lo que desees o sea conveniente, y ese nicho de mercado sí existe. El algodón nativo no es un producto que sea de un bajo precio, está básicamente para un mercado de medio o alto.

---

---

**Experto 2:**

Entiendo que sí, sin embargo hay que ofertar mejor el tipo de producto, quizás muchos han escuchado el tema del algodón nativo, pero si embargo no saben las bondades que este tiene a diferencia del algodón tradicional.

---

**Experto 3:**

Digamos que el algodón nativo peruano tiene muy bien prestigio a nivel internacional y generalmente en el extranjero buscan calidad, entonces podría decirse que si es bien pagado, pero al agricultor no, si no al intermediario que es el que se lleva toda la ganancia.

---

**Experto 4:**

Es algo muy interesante, porque en el caso de algodón nativo tiene que tener un proceso. El proceso es que los proveedores están en Lima que son 2 a 3, ahí es un gran poder de negociación que tienen ellos, entonces al final ellos se llevan mucho más el margen que el verdadero productor. Entonces debería de existir algún tipo de estrategias para que en realidad la rentabilidad que genere este producto quede en el productor peruano.

---

**Análisis del Resultado:** El precio del algodón nativo es bien pagado pero de acuerdo al nicho de mercado, ya que, algunos prefieren calidad que precio. Sin embargo, es el intermediario quien se beneficia de las ganancias de este producto, más no el productor.

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 14***Estrategias de Marketing*

---

**¿Podría indicar algún tipo de estrategia de marketing actual para dar más promoción al producto cojines a base de algodón nativo? ¿De qué forma?**

---

**Experto 1:**

Participar en ferias, que es una ventana bastante importante, una de ellas es la Perú Moda, donde ellos muestran su producto.

---

**Experto 2:**

Yo no apostaría por las ferias, sino por las misiones comerciales y las ruedas de negocios, ya que, generan un mayor impacto porque reúnen al potencial comprador que está interesado en este tipo de producto y le beneficia al exportador el poder movilizarse a otro mercado teniendo la seguridad de que en esta reunión va a estar casi a un 90% de la posibilidad de poder exportar su producto al mercado.

---

**Experto 3:**

Generalmente la participación en ferias internacionales es como un gancho de ayuda para que el exportador pueda insertarse en los mercados internacionales.

---

**Experto 4:**

En el tema de estrategias de marketing es bastante llamativo en la actualidad el poder de las redes sociales, entonces si no estás en redes sociales como van a conocer tu producto. Si bien es cierto tema de la página web es súper importante, el Instagram, Facebook, Twitter. Además, sería bastante interesante aplicar el tema de focus group, para saber lo que realmente como requieren los cojines; otro sistema de marketing es el tema de envíos de muestras, participación en ferias internacionales y ruegas de negocios sobre todo, ya que, se pueden ver con algunos distribuidores que puedan llevar a cabo la venta del producto.

---

**Análisis del Resultado:** Existen muchas opciones para promocionar éste tipo de producto como: Participar en ferias, misiones comerciales, ruedas de negocios y mediante el poder de las redes sociales.

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 15**

*Acceso al mercado chileno*

---

**¿Qué características debe tener el producto de cojines a base de algodón nativo para ingresar a Chile?**

---

**Experto 1:**

Hay que verificar el tema de tendencia de mercado, esto va más como una artesanía decorativa, entonces los productos del hogar son bastantes interesantes en ellos.

---

**Experto 2:**

No creo que exista un reglamento técnico como impedimento para que el producto pueda ser vendido o comercializado en el mercado chileno, pero tal vez exista alguna norma internacional o algún estándar que cumplir porque si bien es cierto la diferencia que hay entre una norma y un reglamento técnico es que éste es de uso obligatorio, la norma internacional es facultativo.

---

**Experto 3:**

El mercado chileno es muy exigente, un producto de exportación tiene que cumplir con los parámetros de las reglas de etiquetado, de envases y embalajes. También se tiene que cumplir con las certificaciones necesarias para poder ingresar al mercado.

---

**Experto 4:**

Para ingresar al mercado chileno lo primero que se tendría que ver cuáles son los requerimientos, pero generalmente primero se tienen que cumplir los estándares de calidad, tiene que ser un producto que el algodón haya sido básicamente tratado para evitar algún tipo de alergia y que guarde toda las condiciones de envase y embalaje para que pueda llegar en estado perfecto.

---

**Análisis del Resultado:** Las características que debe tener este producto para ingresar a Chile, es que se tiene que cumplir con los parámetros de las reglas de etiquetado, de envases y embalajes. Y además cumplir con los estándares de calidad.

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 16***Conocimiento de exportación del producto*

---

**Considerando la experiencia que usted tiene en comercio exterior, ¿Sabe si se han exportado cojines a base de algodón nativo?**

---

**Experto 1:**

Hay pequeños envíos y regularmente son envíos postales como ExportaFácil, DHL, Fedex; no hay envíos en grandes volúmenes. El algodón nativo está dentro de nuestro plan estratégico regional exportadora, es una de las cadenas productivas priorizadas; sin embargo, si no se maneja el tema de la producción no vamos a hablar de ese producto final como exportación.

---

**Experto 2:**

El tema de cojines no, pero sé que están elaborando algún tipo de prendas de vestir para bebé en función a este tipo de material.

---

**Experto 3:**

No, tengo conocimiento que se exportan prendas del tema textil, inclusive en enero exporté a EE.UU ropa de bebé.

---

**Experto 4:**

No, lo que más se ha visto es el tema de prendas que se ha mandado como muestras; sé que se mandaron a Italia, España, pero como como cojín no, es la primera vez y me parece una excelente idea.

---

**Análisis de Resultado:** Los productos que se están exportando en el tema textil son prendas de vestir para bebé a base de algodón nativo, pero como cojines aún no hay exportaciones.

---

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 17***Envase y Embalaje*

---

**¿Cuál cree usted que sería el envase y embalaje más adecuado para la exportación de cojines a base de algodón nativo y por qué?**

---

**Experto 1:**

Bolsas debidamente etiquetadas, el producto tiene que ir con su etiqueta indicando que tipo de fibra es, si es antialérgica, tiene que ir país de origen con todas las especificaciones; y el embalaje una caja corrugada.

---

**Experto 2:**

Al ser cojín ocupa más volumen que peso, puede ser una bolsa y el embalaje una caja corrugada con algún tipo de protección dentro.

---

**Experto 3:**

Es un producto que ocupa volumen más que peso; el envase sería una bolsa de polietileno, que puede ser de baja densidad para que no dañe mucho el medio ambiente y el embalaje caja de cartón.

---

**Experto 4:**

En la actualidad estamos con un tema medioambiental, por ende tiene que ser ecológicos los envases que pueden ser algunas bolsas de yute; que vaya en concordancia con el producto y embaladas en cajas de cartón. Importante también es el tema de la humedad porque puede afectar al producto, por ello aconsejo que vaya con un gel para que atrape el tema de la humedad y al final no se vea perjudicado el producto.

---

**Análisis del Resultado:** Los mercados internacionales en la actualidad exigen envases que contribuyan al cuidado del medio ambiente, es por ello que esta propuesta estuvo

---

enfocada en enviar los cojines de algodón nativo en un envase individual como las bolsas de yute, que vaya en concordancia con el producto.

---

*Fuente:* Elaboración propia

## **Tabla 18**

### *Documentos de Exportación*

---

#### **¿Qué documentos se debe presentar para exportar cojines a base de algodón nativo al mercado chileno?**

---

##### **Experto 1:**

Para acogerse al acuerdo comercial su Certificado de origen, factura comercial, si el envío se hace aéreo Air Waybill, no se hacen regularmente envíos marítimos; si lo hago por exportafácil, sería una DEF, packing list estamos enviando varios tipos de cojines, por sus distintas características.

---

##### **Experto 2:**

Los documentos comerciales que se llevan a cabo en una operación de comercio exterior: Factura comercial, packing lista, certificado de origen; quizás éste sirva para dos cosas: Para el beneficio arancelario y otro para dar garantía que el producto es genuino u oriundo de nuestro país. Documentos de transporte, póliza de seguro, una proforma, cotización; todo aquello que me garantice que la operación se llevó a cabo de forma correcta.

---

##### **Experto 3:**

Factura comercial, lista de empaque, dependiendo el conocimiento de embarque si es aéreo (Air Waybill), marítimo (BL) y terrestre (Carta porte), el certificado de origen para poder aprovechar el TLC.

---

##### **Experto 4:**

Tener una factura comercial, packing list por un tema de trazabilidad, BL si es marítimo, Air Waybill si es aéreo y Carte Porte si es terrestre. Como tenemos un TLC con Chile podemos ver el tema de certificado de origen, dado que pueda estar en lista de productos negociados.

---

**Análisis del Resultado:** Los documentos que se deben presentar para exportar este producto al mercado chileno son los siguientes: el certificado de origen, para acogerse al acuerdo comercial, BL si es marítimo, Air Waybill si es aéreo y Carta Porte si es terrestre, si lo hago por exportafácil sería una DEF, packing list y factura comercial.

---

*Fuente:* Elaboración propia

## Tabla 19

### *Barreras arancelarias y no arancelarias*

---

**¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias con las que cuenta el mercado de Chile?**

---

**Experto 1:**

No existen restricciones, porque con Chile tenemos acuerdo comercial para este tipo de producto y por ende es de libre circulación.

---

**Experto 2:**

No hay barreras que impidan la comercialización de productos elaborados a base de algodón nativo, tenemos TLC con Chile y esta partida está dentro de este acuerdo.

---

**Experto 3:**

No existen barreras arancelarias y no arancelarias para este tipo de productos, ya que, tenemos un acuerdo comercial con Chile.

---

**Experto 4:**

Para la exportación de productos artesanales elaborados con algodón nativo no existen restricciones por ser un insumo natural.

---

**Análisis del Resultado:** Para la exportación de cojines elaborados con algodón nativo al mercado de Chile no existen restricciones, ya que, tenemos un acuerdo comercial y la partida arancelaria de este producto está dentro de dicho acuerdo.

---

*Fuente:* Elaboración propia

## Tabla 20

### *Ferias Internacionales*

---

**¿Tiene conocimiento sobre las principales ferias internacionales que se realicen en Chile para poder exhibir este producto?**

---

**Experto 1:**

De moda como tal no, pero si hay varios importadores chilenos que participan en Perú Moda, pero participan como compradores, que es una ventana bastante importante para quienes quieran exportar a ese mercado.

---

**Experto 2:**

No tengo conocimiento. Este producto se vende generalmente como un adorno, sería más una feria orientada al tema de decoración, quizás en una pasarella de modas.

---



---

**Experto 3:**

El tema de las ferias es muy cambiante por las fechas, existen algunas que se realizan cada dos años. El calendario de ferias más utilizado y que en los últimos años ha cobrado vital importancia es el calendario de N Ferias.

---

**Experto 4:**

No, pero a través del MINCETUR organizan ruedas de negocios, sería interesante, ya que, hay varias empresas peruanas que asisten a esas ruedas de negocios en Chile y es mejor porque estas en contacto directo con el potencial cliente y ellos te conocen; no es como una feria donde es más abierta, llegan diferente tipo de público, algunos por ver o sólo por preguntar.

---

**Análisis del Resultado:** Se tendría que visualizar el calendario de N ferias, para obtener conocimiento de las principales ferias que se realicen en Chile y tener la posibilidad de exhibir este producto y de esta manera captar clientes.

---

*Fuente:* Elaboración propia

---

### 3.1.3. Resultados de la aplicación de la guía de análisis documental para analizar el mercado de Chile e identificar las empresas y principales mercados para la exportación de cojines de algodón nativo

#### País importador de la partida arancelaria-Chile

**Tabla 21**

*Importación de la partida arancelaria en el mercado de Chile*

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor importado en 2015</b>	<b>Valor importado en 2016</b>	<b>Valor importado en 2017</b>	<b>Valor importado en 2018</b>
<b>94.04</b>	Somieres; artículos de cama y artículos similares (por ejemplo: colchones, cubrepiés, edredones,	0	0	0	5

---

cojines, pufa,  
almohadas), bien  
con muelles  
(resortes), bien  
reellenos o  
guarmecidos  
interiormente  
con cualquier  
materia,  
incluidos los de  
caucho o  
plástico  
celulares,  
recubiertos o no.

9404.9 Los demás  
0.00.00

Fuente: Trade Map, 2018

Se observó que en Chile existe un incremento en las importaciones de esta partida arancelaria en los dos últimos años, esto debido a la tendencia mundial de productos artesanales.

## Tabla 22

*Empresas Exportadoras de la Partida Arancelaria*

<b>Empresa</b>	<b>%Var 18-17</b>	<b>%Part.18</b>
<b>ANDES TEXTILES PERU S.A.C.</b>	24%	29%
<b>PLUMAS EIRL</b>	58%	9%
<b>SUMAQ QARA S.A.C.</b>	96%	8%
<b>CONFECIONES MELGAR S.A</b>	-44%	7%
<b>ALPACAS ANDINAS FD EXPORT SAC</b>	68%	5%
<b>DUPREE VENTA DIRECTA S.R.L.</b>	29625%	5%
<b>JIREH EL UNICIO S.R.L</b>	-23%	5%
<b>PERU PRIMA SA.</b>	--	4%
<b>GOOD MORNING PRODUCTION S.A.C</b>	--	4%
<b>Otras Empresas (100)</b>	--	20%

Fuente: SUNAT, 2019

Se observó las 10 principales empresas exportadoras de acuerdo a la partida 9404.90

## Principales Mercados

**Tabla 23**

*Principales Mercados*

<b>Mercado</b>	<b>%Var 18-17</b>	<b>% Part. 18</b>	<b>FOB-18 (miles US\$)</b>
<b>Estados Unidos</b>	7%	53%	878.16
<b>Nueva Zelanda</b>	-5%	10%	158.51
<b>Chile</b>	567%	8%	135.81
<b>Ecuador</b>	-54%	8%	128.24
<b>Bolivia</b>	16%	7%	108.49
<b>Colombia</b>	109%	2%	39.24
<b>Guatemala</b>	2668%	2%	31.27
<b>México</b>	77%	2%	30.48
<b>Australia</b>	-10%	1%	17.59
<b>Otros Países (27)</b>	--	8%	128.1

*Fuente:* SUNAT, 2019

Se observó las 10 principales mercados de acuerdo a la partida 9404.90 para la exportación de cojines de algodón nativo, siendo Estados Unidos el que ocupa el primer lugar con US\$ 878.16 miles de dólares americanos.

#### IV. DISCUSIÓN

##### **En base al objetivo: Diagnosticar la exportación de cojines elaborados con algodón nativo en la Asociación de Artesanos Valle de las Pirámides al mercado de Chile.**

Según los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación se identificó que la Asociación Valle de las Pirámides del distrito de Túcume no logró exportar sus potenciales productos debido a la falta de capacitación constante en temas de comercio exterior por parte de las entidades públicas y privadas competentes como PromPerú, Mincetur; a pesar de ser elaborados manualmente y contar con diseños exclusivos utilizando la iconografía de la cultura Lambayeque que despiertan el interés de los turistas nacionales como extranjeros. Así como Quiñonez (2017) en su tesis titulada “Plan de Marketing para la Participación de una Asociación de Artesanos Nacionales en Ferias Internacionales, 2016” concluyó que las entidades públicas responsables de esta actividad económica no están comprometidas con el apoyo constante para la promoción y capacitación para la exportación de los productos artesanales potenciales de la región Lambayeque.

Así mismo, la Asociación Valle de las Pirámides del distrito de Túcume está conformado por 6 artesanas y por el tiempo de proceso que tarda en la elaboración de los cojines de algodón nativo, para abastecer un pedido en grandes cantidades sería recomendable asociarse o insertar a más artesanas de la localidad a la empresa para así poder cumplir con las exigencias del mercado internacional. De la misma manera Mendoza y Salazar (2017) en su tesis titulada “Propuesta de un modelo de asociatividad dirigido a los artesanos de Junco en la Ciudad de Monsefú como estrategia competitiva para el ingreso al mercado de Estados Unidos-2015” refirió que en la ciudad de Monsefú existen productos elaborados manualmente y tienen un alto valor agregado, productos de buena calidad en cuanto a diseño y acabado; sin embargo se necesita asociar a más artesanos para así poder cumplir con las exigencias de los mercados internacionales y se adecue a las exigencias de los mercados internacionales en cuanto a cantidades y sobre todo para poder adquirir una estrategias de crecimiento empresarial.

Del mismo modo de los resultados se determinó que en la actualidad se debe salir del contexto de una asociación de productores para formalizarse y constituirse como una MYPE en cualquier tipo de empresa que permita obtener mejores beneficios y oportunidades, así

como acceder a financiamientos para la adquisición de insumos y materiales que coopere en la producción de los cojines de algodón nativo. Así como Ventura (2017) en su investigación “Características de la Formalización y Competitividad de las Mypes del Rubro Artesanales del Distrito de Monsefú” concluyó que existen muchos artesanos que desconocen el tema de la formalización de Mypes, así mismo también de los beneficios que tiene una empresa Mype e incluso también desconocen lo que pueden hacer como personas naturales y no tienen idea de cómo formalizar un negocio. Los productos son muy competitivos debido a la diferenciación en sus diseños que adquieren características de su localidad, pero falta lo más importante que es el conocimiento de formalización para poder tener mejores beneficios y así poder crecer sus ventas a nivel nacional e internacional.

**En base al objetivo: Analizar el mercado de Chile para la exportación de cojines de algodón nativo.**

Otro de los resultados en la presente investigación fue que Chile es un buen mercado para realizar la exportación de este producto, ya que, existe bastante demanda y valoran este tipo de productos artesanales elaborados a base de algodón nativo con diseños exclusivos y colores que despiertan el interés del mercado objetivo, de igual manera existe una cierta población peruana que extraña y anhela tener productos de Perú. Así mismo, Chile es un mercado que se ha desarrollado considerablemente tanto en exportaciones como importaciones y esto ha ido fortaleciendo su economía. Así como, Navarro (2017) en su tesis titulada “Plan de Negocios para exportación de bolsos hechos a mano en telares hacia el mercado de Chile” concluyó que un producto de buena calidad y el precio son criterios importantes que influyen en la decisión de su compra por parte de la población de Chile, así mismo resaltó que especialmente la artesanía es poco conocida por el mercado chileno, pero llaman la atención y lo valoran por su forma de elaboración y exclusividad, especialmente a mujeres entre 25 y 34 años de edad. Hay diferentes preferencias con respecto a diseño.

Se determinó también que los cojines elaborados manualmente a base de algodón nativo deben ser vendidos con historia y cultura, rescatando la labor de las artesanas; así como también involucrar a la juventud a seguir esta actividad económica y de esta manera venderlos con éstos criterios sería una fuente de promoción para que despierte el interés de los mercados internacionales, ya que, buscas productos ecológicos con envases biodegradables que contribuyan al cuidado del medio ambiente, con colores y diseños

llamativos. Pérez, Vázquez, Fregoso y Orteaga (2017) En su tesis titulada Modelo de Negocio para la Comercialización de artesanía textil mexicana explicaron que en la actualidad los mercados internacionales tienen gran acogida por los productos ecológicos con calidad y diseños innovadores; tomando cada vez con más importancia la eco-moda y la conciencia del precio como criterio de compra. Asimismo, proponen difundir a través de las redes sociales y vender no sólo un excelente producto artesanal, sino también vender una parte de cultura que involucre tanto al productor como al contexto donde se elaboró.

Del mismo modo se mostró que una manera muy importante e innovadora para la promoción de los productos artesanales de la región Lambayeque por parte de las asociaciones de artesanos sería crear o adquirir vínculos con empresas de la región quienes tienen presencia internacional, para que mediante la difusión online de sus productos puedan también concatenar en ellos los artículos o productos artesanales para así poder llegar a los mercados internacionales. De la misma manera, Campos Reyes (2014) En su proyecto de grado titulado “Diseño de un plan exportador a Europa de mochilas wayuu de la empresa artesanías auténticas colombianas”, se propone que la empresa de artesanías debe establecer vínculos con empresas que utilizan la venta online o que sean reconocidas a nivel mundial y éstas sirvan como difusión y propaganda directa con los clientes objetivos.

## V. CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación se concluyó que la Asociación de Artesanos Valle de las Pirámides del distrito de Túcume no logró exportar sus cojines de algodón nativo y los demás productos artesanales a ningún mercado, debido a la falta de conocimiento en temas de comercio exterior en cuanto a requisitos, procedimientos y documentación; por lo tanto, se sugiere que las entidades competentes brinden capacitaciones constantes relacionado a estos temas para que las colaboradoras de la asociación tengan noción de la cultura exportadora.

En Perú se desarrolla distintas actividades económicas, dentro de las cuales se encuentra la actividad artesanal, la misma que destaca en el mundo por su belleza y variedad. Las artesanías peruanas de exportación son importante porque es una fuente de empleo para las artesanas que elaboran manualmente estos productos.

Del mismo modo, en el caso de una asociación de artesanos impide acceder a ciertos beneficios como adquirir créditos financieros; así mismo también impide crear vínculos comerciales con posibles potenciales clientes, quienes buscan seguridad y confianza en sus compras; por ello se propone que la asociación se constituya como una Mype para que pueda gozar de estos beneficios.

No existe ningún tipo de restricción que impida el ingreso de los cojines de algodón nativo al mercado de Chile. Así mismo, para ser aceptados en cualquier otro mercado en el mundo se debe vender no sólo un producto de calidad; sino también vender nuestra cultura como parte de nuestra historia, costumbres y tradiciones.

De acuerdo a la investigación la exportación de cojines de algodón nativo al mercado de Chile es viable debido que al salirse del entorno de una asociación para constituirse como una Mype permitirá acceder a créditos financieros. Posteriormente para comercializar este producto es de gran ayuda acogerse a la marca Perú, ya que, es reconocida en el mundo.

De la misma manera, para la exportación del producto, el envase tiene que estar en concordancia para que no se pierda la historia del mismo; vendiendo un producto de calidad y fino acabado con diseños que forman parte de la iconografía de la cultura Lambayeque, la cual el mercado de Chile aprecia mucho.

## VI. REFERENCIAS

- Aznar, J., Gallejo, M., Medianero, M., Fernandez, A. y Soto, E. (2017). *Información y Gestión Operativa de la Compraventa Internacional*. (1ª edición). Madrid: Editorial CEP, S.L.
- Banco Nacional de Comercio Exterior (2005). *Guía Básica del Exportador*. (12ª edición). México: Bancomext.
- Campos, M. (2014). *Diseño de un plan exportador a europa de mochilas wayuu de la empresa artesanías auténticas colombianas*. Universidad Industrial de Santander. Colombia. Recuperado, desde: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2014/153482.pdf>
- Castro, F. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*. (2ª edición). Caracas: Editorial Uyapar.
- Diario El Universal. (2017). *Industria Textil está en alerta roja por el TLCAN*. Recuperado el 23 de febrero del 2017, de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2017/02/23/industria-textil-esta-en-alerta-roja-por-el-tlcan>
- Fuentelsaz, C., Icart, M. y Pulpón, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=5CWKWi3woi8C&pg=PA55&dq=POBLACION+Y+MUESTRA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjy19TQheTdAhXOs1kKHcFKB8sQ6AEIJjAA#v=onepage&q=POBLACION%20Y%20MUESTRA&f=false>
- Gambini, M. (2015). *“Nos falta promocionar el algodón nativo”*. Diario La República. Recuperado el 26 de septiembre del 2015, de <https://larepublica.pe/economia/884405-nos-falta-promocionar-el-algodon-nativo-en-la-region>
- Guerrero, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. (1ª edición). México: Grupo Editorial Patria.



- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. (4ª edición). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Lerma, A. y Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. (4ª edición). Cengage Learning Editores, S.A. de C.V: México.
- Lira, A. (2015). *Productos bandera: Cómo les ha ido en la última década*. Diario El Comercio. Recuperado el 27 de julio del 2015, de <https://elcomercio.pe/economia/peru/productos-bandera-les-ido-ultima-decada-195195>
- Llanos, D. y Tirado, F. (2015). Tesis: *Análisis de las Exportaciones de Artesanías de la región Loreto, período: 2009-2013*. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Iquitos. Perú. Recuperado, desde: [http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3476/Diana\\_Tesis\\_Titulo\\_2015.pdf?sequence=1](http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3476/Diana_Tesis_Titulo_2015.pdf?sequence=1)
- Martínez, D. y Lombana, J. (2013). PYME: Rutas para la exportación. (1ª edición). Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad del Norte.
- Mendoza, Y. y Salazar, Y. (2017). Tesis: *Propuesta de un modelo de asociatividad dirigido a los artesanos de Junco en la Ciudad de Monsefú como estrategia competitiva para el ingreso al mercado de Estados Unidos-2015*. Universidad Señor de Sipán. Pimentel. Perú. Recuperado, desde: <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/3862>
- Moreno, J. y Fantasia, M. (2009). *Manual del Exportador*. (5ª edición). Argentina: Ediciones Macchi San Luis S.A.
- Munguía, G., Becerril, O. y Quiroz, S. (2015). *La competitividad de los Productos Textiles mexicanos en el marco de la Alianza del Pacífico, 1980-2014*. Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática.
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación*. (1ª edición). Bogotá: Ediciones de la U.

- Pérez, M., Vázquez, H., Fregoso, A. y Ortega, L. (2017). Tesis: *Modelo de negocio para la comercialización de artesanía textil mexicana*. Universidad ITESO. Jalisco. México. Recuperado, desde: <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/4949/MODELO%20DE%20NEGOCIO%20PARA%20LA%20COMERCIALIZACI%c3%93N%20DE%20ARTESAN%c3%8dAS%20TEXTILES%20MEXICANAS.pdf?sequence=3>
- Peña, C. (2016). *Manual de transporte para el Comercio Internacional*. (1ª edición). Barcelona: Marge Books.
- PromPerú. (2012). *Guía Exportadora*. Recuperado de: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/lecturas\\_complementarias/10\\_ExportandoPaso\\_paso.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/10_ExportandoPaso_paso.pdf)
- Quiñonez, S. y Zaira, M. (2017). Tesis: *Plan de marketing para la participación de una Asociación de Artesanos Nacionales en Ferias Internacionales, 2016*. Universidad Wiener. Lima. Recuperado, desde: [http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/511/T061\\_73760929\\_T.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/511/T061_73760929_T.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Reaño, M. (2016). *¿Puede rescatarse el algodón peruano?*. Diario El Comercio. Recuperado el 19 de septiembre del 2016, de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/rescatarse-algodon-peruano-260578>
- Rodríguez, G. (2017). “*La competitividad en la industria textil de Bolivia está disminuyendo por los tipos de cambio*”. Modaes Latinoamérica. Recuperado de: <https://www.modaes.com/back-stage/gary-rodriguez-ibce-la-competitividad-en-la-industria-textil-de-bolivia-esta-disminuyendo-por-los-tipos-de-cambio-html>
- Salcedo, Y. (2015). *Producción de algodón disminuye a raíz de los bajos precios internacionales*. 5 días pasión por los negocios. Recuperado el 21 de mayo del 2015, de <https://www.5dias.com.py/produccion-de-algodn-disminuye-a-raz-de-los-bajos-precios-internacionales/>

- Sandoval, C. (2017). Tesis: *Exportación de Prendas de Vestir con diseños a Bogotá-Colombia para la difusión de aerografía peruana, 2017*. Universidad Wiener. Lima. Recuperado, desde: <http://repositorio.uwiner.edu.pe/bitstream/handle/123456789/695/TITULO-SANDOVAL%20ESPINOZA%20CRISMERLY.PDF?sequence=1&isAllowed=>
- SIICEX. (2018). *Documentos para exportar*. Recuperado de SIICEX: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=827.82600](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=827.82600)
- Tuñoque, I. y Saavedra, Y. (2015). Tesis: *Estrategias de Promoción para las Artesanas de Algodón Nativo de los Talleres Santa Teresita y Santa Catalina de Mórrope 2015*. Universidad Privada Juan Mejía Baca. Chiclayo. Recuperado, desde: [http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/36/1/Tu%C3%B1oque\\_Iris\\_y\\_Saavedra\\_Yesica.pdf](http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/36/1/Tu%C3%B1oque_Iris_y_Saavedra_Yesica.pdf)
- Vásquez, O. (2017). *Las exportaciones de servicios crecen, pero retroceden las de artesanías*. Diario Correo. Recuperado el 03 de octubre del 2017, de <https://diariocorreo.pe/economia/las-exportaciones-de-servicios-crecen-pero-retroceden-las-de-artesantias-777626/>
- Vela, L. (2016). *Mejorarán la industrialización del algodón nativo en Lambayeque*. RPP Noticias. Recuperado el 08 de junio del 2016, de <https://rpp.pe/peru/lambayeque/mejoraran-la-industrializacion-del-algodon-nativo-en-lambayeque-otica-969432>
- Ventura, F. (2017). Tesis: *Características de la Formalización y Competitividad de las MYPES del Rubro Artesanales del distrito de Monsefú, 2016*. Universidad Católica de los Ángeles. Chimbote. Recuperado, desde: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2485/FORMALIZACION\\_COMPETITIVIDAD\\_Y\\_MYPE\\_VENTURA\\_LOPEZ\\_FRANCISCA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2485/FORMALIZACION_COMPETITIVIDAD_Y_MYPE_VENTURA_LOPEZ_FRANCISCA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

# **ANEXOS**

**ANEXO 01**

**ENTREVISTA APLICADA A CUATRO EXPERTOS EN COMERCIO EXTERIOR**

El siguiente instrumento de recolección de datos pretende determinar aspectos importantes para la exportación de cojines de algodón nativo al mercado de Chile de la Asociación de Artesanos Valle de las Pirámides del distrito de Túcume. Responda según corresponda. Gracias por su atención y tiempo.

1. ¿Usted cree que la exportación de cojines a base de algodón nativo hacia el mercado chileno genere una gran oportunidad de negocio, por qué?
2. ¿Considera usted que el precio del algodón nativo es bien pagado por el importador hacia el productor peruano, por qué?
3. ¿Podría indicar algún tipo de estrategia de marketing actual para dar más promoción al producto cojines a base de algodón nativo? ¿De qué forma?
4. ¿Qué características debe tener el producto de cojines a base de algodón nativo para ingresar a Chile?
5. Considerando la experiencia que usted tiene en comercio exterior, ¿Sabe si se han exportado cojines a base de algodón nativo?
6. ¿Cuál cree usted que sería el envase y embalaje más adecuado para la exportación de cojines a base de algodón nativo y por qué?
7. ¿Qué documentos se debe presentar para exportar cojines a base de algodón nativo al mercado chileno?
8. ¿Cuáles son las barreras arancelarias con las que cuenta el mercado de Chile?
9. ¿Cuáles son las barreras no arancelarias con las que cuenta el mercado de Chile?
10. ¿Tiene conocimiento sobre las principales ferias internacionales que se realicen en Chile para poder exhibir este producto?

## ANEXO 02

### ENTREVISTA APLICADA A LA PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS VALLE DE LAS PIRÁMIDES-TÚCUME

Estimada entrevistada, el siguiente instrumento de recolección de datos pretende determinar aspectos importantes de la situación actual en la que se encuentra la Asociación Valle de las Pirámides-Túcume para la exportación de cojines a base de algodón nativo. Responda según corresponda. Gracias por su atención y tiempo.

1. ¿Cómo se sentiría usted al saber que su producto cojines a base de algodón nativo tenga una oportunidad de negocio en el exterior?
2. ¿De dónde obtienen la materia prima para este tipo de producto?
3. ¿Usted cree que su producto tenga potencial de exportación? ¿Por qué?
4. ¿Cuál es el precio promedio de compra del algodón nativo?
5. ¿A través de qué medios promocionan este tipo de producto?
6. ¿Usted cree que el participar tanto en ferias nacionales como internacionales sería una oportunidad para que su asociación se expanda en el mercado internacional? ¿Por qué?
7. ¿Qué oportunidades cree que tiene la asociación a comparación de la competencia?

## ANEXO 03

### **ENTREVISTA APLICADA A LA MG. DANNA JIMÉNEZ BOGGIO-DIRECTORA DE LA GERENCIA REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO LAMBAYEQUE.**

**1. ¿Usted cree que la exportación de cojines a base de algodón nativo hacia el mercado chileno genere una gran oportunidad de negocio, por qué?**

En el caso del algodón nativo es un tema bastante sensible por varias razones, una de ellas es la poca producción de la materia prima, que es justamente el algodón nativo; lo sensible es que mientras no exista producción de materia prima no podemos hablar de grandes volúmenes de exportación. Si existe mercado, ya que, es un algodón que tiene calidad, que justamente por ser nativo no se utiliza químicos, también tiene sus propios colores, no hay que añadirle colorantes; es un producto que debe tener un mercado bastante exclusivo porque las prendas que se elaboran no son de precios bajos, si no de precios intermedios para altos. Sí es muy interesante la idea pero que hay preocuparse por la producción de la materia prima.

**2. ¿Considera usted que el precio del algodón nativo es bien pagado por el importador hacia el productor peruano, por qué?**

De acuerdo al nicho de mercado, existen nichos de mercados en que no lo pagan porque prefieren el precio que calidad, pero existen nichos de mercados exclusivos que prefieren lo contrario, eso quiere decir que mientras la calidad sea buena van a pagar lo que desees o sea conveniente, y ese nicho de mercado sí existe. El algodón nativo no es un producto que sea de un bajo precio, está básicamente para un mercado de medio o alto.

**3. ¿Podría indicar algún tipo de estrategia de marketing actual para dar más promoción al producto cojines a base de algodón nativo? ¿De qué forma?**

Participar en ferias, que es una ventana bastante importante, una de ellas es la Perú Moda, donde ellos muestran su producto.

**4. ¿Qué características debe tener el producto de cojines a base de algodón nativo para ingresar a Chile?**

Hay que verificar el tema de tendencia de mercado, esto va más como una artesanía decorativa, entonces los productos del hogar son bastantes interesantes en ellos.

**5. Considerando la experiencia que usted tiene en comercio exterior, ¿Sabe si se han exportado cojines a base de algodón nativo?**

Hay pequeños envíos y regularmente son envíos postales como ExportaFácil, DHL, Fedex; no hay envíos en grandes volúmenes. El algodón nativo está dentro de nuestro plan estratégico regional exportadora, es una de las cadenas productivas priorizadas; sin embargo, si no se maneja el tema de la producción no vamos a hablar de ese producto final como exportación.

**6. ¿Cuál cree usted que sería el envase y embalaje más adecuado para la exportación de cojines a base de algodón nativo y por qué?**

Bolsas debidamente etiquetadas, el producto tiene que ir con su etiqueta indicando que tipo de fibra es, si es antialérgica, tiene que ir país de origen con todas las especificaciones; y el embalaje una caja corrugada.

**7. ¿Qué documentos se debe presentar para exportar cojines a base de algodón nativo al mercado chileno?**

Para acogerse al acuerdo comercial su Certificado de origen, factura comercial, si el envío se hace aéreo Air Waybill, no se hacen regularmente envíos marítimos; si lo hago por Exportafácil, sería una DEF, Packing list estamos enviando varios tipos de cojines, por sus distintas características.

**8. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias con las que cuenta el mercado de Chile?**

No existen restricciones, porque con Chile tenemos acuerdo comercial para este tipo de producto y por ende es de libre circulación.



**9. ¿Tiene conocimiento sobre las principales ferias internacionales que se realicen en Chile para poder exhibir este producto?**

De moda como tal no, pero si hay varios importadores chilenos que participan en Perú Moda, pero participan como compradores, que es una ventana bastante importante para quienes quieran exportar a ese mercado.

## ANEXO 04

### ENTREVISTA APLICADA AL MBA FRANCISCO CÚNEO FERNANDEZ- EXPERTO EN COMERCIO EXTERIOR

1. **¿Usted cree que la exportación de cojines a base de algodón nativo hacia el mercado chileno genere una gran oportunidad de negocio, por qué?**

Los Cojines a base de algodón nativo son productos hechos a mano, lo cual tiene una ventaja competitiva en relación a otro tipo de artesanía. Hay que buscar nichos de mercados especiales que estén dispuestos a adquirir este tipo de producto, más aun tomando en consideración que este tipo de algodón tiene 6 a 7 variedades de colores, en tal sentido no requiere tinte.

2. **¿Considera usted que el precio del algodón nativo es bien pagado por el importador hacia el productor peruano, por qué?**

Entiendo que sí, sin embargo hay que ofertar mejor el tipo de producto, quizás muchos han escuchado el tema del algodón nativo, pero si embargo no saben las bondades que este tiene a diferencia del algodón tradicional.

3. **¿Podría indicar algún tipo de estrategia de marketing actual para dar más promoción al producto cojines a base de algodón nativo? ¿De qué forma?**

Yo no apostaría por las ferias, sino por las misiones comerciales y las ruedas de negocios, ya que, generan un mayor impacto porque reúnen al potencial comprador que está interesado en este tipo de producto y le beneficia al exportador el poder movilizarse a otro mercado teniendo la seguridad de que en esta reunión va a estar casi a un 90% de la posibilidad de poder exportar su producto al mercado.

4. **¿Qué características debe tener el producto de cojines a base de algodón nativo para ingresar a Chile?**

No creo que exista un reglamento técnico como impedimento para que el producto pueda ser vendido o comercializado en el mercado chileno, pero tal vez exista alguna norma internacional o algún estándar que cumplir porque si bien es cierto la diferencia

que hay entre una norma y un reglamento técnico es que éste es de uso obligatorio, la norma internacional es facultativo.

**5. Considerando la experiencia que usted tiene en comercio exterior, ¿Sabe si se han exportado cojines a base de algodón nativo?**

El tema de cojines no, pero sé que están elaborando algún tipo de prendas de vestir para bebé en función a este tipo de material.

**6. ¿Cuál cree usted que sería el envase y embalaje más adecuado para la exportación de cojines a base de algodón nativo y por qué?**

Al ser cojín ocupa más volumen que peso, puede ser una bolsa y el embalaje una caja corrugada con algún tipo de protección dentro.

**7. ¿Qué documentos se debe presentar para exportar cojines a base de algodón nativo al mercado chileno?**

Los documentos comerciales que se llevan a cabo en una operación de comercio exterior: Factura comercial, packing lista, certificado de origen; quizás éste sirva para dos cosas: Para el beneficio arancelario y otro para dar garantía que el producto es genuino u oriundo de nuestro país. Documentos de transporte, póliza de seguro, una proforma, cotización; todo aquello que me garantice que la operación se llevó a cabo de forma correcta.

**8. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias con las que cuenta el mercado de Chile?**

No hay barreras que impidan la comercialización de productos elaborados a base de algodón nativo, tenemos TLC con Chile y esta partida está dentro de este acuerdo.

**9. ¿Tiene conocimiento sobre las principales ferias internacionales que se realicen en Chile para poder exhibir este producto?**

No tengo conocimiento. Este producto se vende generalmente como un adorno, sería más una feria orientada al tema de decoración, quizás en una pasarella de modas.

## ANEXO 05

### ENTREVISTA APLICADA A LA MG. MONICA DEL PILAR PINTADO DAMIÁN-EXPERTA EN COMERCIO EXTERIOR

1. **¿Usted cree que la exportación de cojines a base de algodón nativo hacia el mercado chileno genere una gran oportunidad de negocio, por qué?**

El tema textil peruano es bien visto siempre en el extranjero. Chile es un mercado que ha crecido mucho tanto en exportaciones como importaciones, considero que sería un buen mercado para analizar.

2. **¿Considera usted que el precio del algodón nativo es bien pagado por el importador hacia el productor peruano, por qué?**

Digamos que el algodón nativo peruano tiene muy bien prestigio a nivel internacional y generalmente en el extranjero buscan calidad, entonces podría decirse que si es bien pagado, pero al agricultor no, si no al intermediario que es el que se lleva toda la ganancia.

3. **¿Podría indicar algún tipo de estrategia de marketing actual para dar más promoción al producto cojines a base de algodón nativo? ¿De qué forma?**

Generalmente la participación en ferias internacionales es como un gancho de ayuda para que el exportador pueda insertarse en los mercados internacionales.

4. **¿Qué características debe tener el producto de cojines a base de algodón nativo para ingresar a Chile?**

El mercado chileno es muy exigente, un producto de exportación tiene que cumplir con los parámetros de las reglas de etiquetado, de envases y embalajes. También se tiene que cumplir con las certificaciones necesarias para poder ingresar al mercado.

5. **Considerando la experiencia que usted tiene en comercio exterior, ¿Sabe si se han exportado cojines a base de algodón nativo?**

No, tengo conocimiento que se exportan prendas del tema textil, inclusive en enero exporté a EE.UU ropa de bebé.

**6. ¿Cuál cree usted que sería el envase y embalaje más adecuado para la exportación de cojines a base de algodón nativo y por qué?**

Es un producto que ocupa volumen más que peso; el envase sería una bolsa de polietileno, que puede ser de baja densidad para que no dañe mucho el medio ambiente y el embalaje caja de cartón.

**7. ¿Qué documentos se debe presentar para exportar cojines a base de algodón nativo al mercado chileno?**

Factura comercial, lista de empaque, dependiendo el conocimiento de embarque si es aéreo (Air Waybill), marítimo (BL) y terrestre (Carta porte), el certificado de origen para poder aprovechar el TLC.

**8. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias con las que cuenta el mercado de Chile?**

No existen barreras arancelarias y no arancelarias para este tipo de productos, ya que, tenemos un acuerdo comercial con Chile.

**9. ¿Tiene conocimiento sobre las principales ferias internacionales que se realicen en Chile para poder exhibir este producto?**

El tema de las ferias es muy cambiante por las fechas, existen algunas que se realizan cada dos años. El calendario de ferias más utilizado y que en los últimos años ha cobrado vital importancia es el calendario de N Ferias.

## ANEXO 06

### ENTREVISTA APLICADA A LA LC. SHEYLA CHAVESTA PAICO-EXPERTA EN COMERCIO EXTERIOR

**1. ¿Usted cree que la exportación de cojines a base de algodón nativo hacia el mercado chileno genere una gran oportunidad de negocio, por qué?**

Yo considero que sí, el algodón nativo es un producto que es un valor agregado, porque es un algodón ecológico, el cual tiene colores naturales que no han sido teñidos y me parece muy interesante el plan de negocio de exportación; además de que el mercado Chileno, es un mercado donde existe bastante demanda en este tipo de productos, hay población peruana que extraña y anhela tener productos de Perú.

**2. ¿Considera usted que el precio del algodón nativo es bien pagado por el importador hacia el productor peruano, por qué?**

Es algo muy interesante, porque en el caso de algodón nativo tiene que tener un proceso. El proceso es que los proveedores están en Lima que son 2 a 3, ahí es un gran poder de negociación que tienen ellos, entonces al final ellos se llevan mucho más el margen que el verdadero productor. Entonces debería de existir algún tipo de estrategias para que en realidad la rentabilidad que genere este producto quede en el productor peruano.

**3. ¿Podría indicar algún tipo de estrategia de marketing actual para dar más promoción al producto cojines a base de algodón nativo? ¿De qué forma?**

En el tema de estrategias de marketing es bastante llamativo en la actualidad el poder de las redes sociales, entonces si no estás en redes sociales como van a conocer tu producto. Si bien es cierto tema de la página web es súper importante, el Instagram, Facebook, Twitter. Además, sería bastante interesante aplicar el tema de focus group, para saber lo que realmente como requieren los cojines; otro sistema de marketing es el tema de envíos de muestras, participación en ferias internacionales y ruegas de negocios sobre todo, ya que, se pueden ver con algunos distribuidores que puedan llevar a cabo la venta del producto.

**4. ¿Qué características debe tener el producto de cojines a base de algodón nativo para ingresar a Chile?**

Para ingresar al mercado chileno lo primero que se tendría que ver cuáles son los requerimientos, pero generalmente primero se tienen que cumplir los estándares de calidad, tiene que ser un producto que el algodón haya sido básicamente tratado para evitar algún tipo de alergia y que guarde toda las condiciones de envase y embalaje para que pueda llegar en estado perfecto.

**5. Considerando la experiencia que usted tiene en comercio exterior, ¿Sabe si se han exportado cojines a base de algodón nativo?**

No, lo que más se ha visto es el tema de prendas que se ha mandado como muestras; sé que se mandaron a Italia, España, pero como como cojín no, es la primera vez y me parece una excelente idea.

**6. ¿Cuál cree usted que sería el envase y embalaje más adecuado para la exportación de cojines a base de algodón nativo y por qué?**

En la actualidad estamos con un tema medioambiental, por ende tiene que ser ecológicos los envases que pueden ser algunas bolsas de yute; que vaya en concordancia con el producto y embaladas en cajas de cartón. Importante también es el tema de la humedad porque puede afectar al producto, por ello aconsejo que vaya con un gel para que atrape el tema de la humedad y al final no se vea perjudicado el producto.

**7. ¿Qué documentos se debe presentar para exportar cojines a base de algodón nativo al mercado chileno?**

Tener una factura comercial, packing list por un tema de trazabilidad, BL si es marítimo, Air Waybill si es aéreo y Carte Porte si es terrestre. Como tenemos un TLC con Chile podemos ver el tema de certificado de origen, dado que pueda estar en lista de productos negociados.

**8. ¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias con las que cuenta el mercado de Chile?**

Para la exportación de productos artesanales de algodón nativo no existen restricciones por ser un insumo natural.

**9. ¿Tiene conocimiento sobre las principales ferias internacionales que se realicen en Chile para poder exhibir este producto?**

No, pero a través del MINCETUR organizan ruedas de negocios, sería interesante, ya que, hay varias empresas peruanas que asisten a esas ruedas de negocios en Chile y es mejor porque estas en contacto directo con el potencial cliente y ellos te conocen; no es como una feria donde es más abierta, llegan diferente tipo de público, algunos por ver o sólo por preguntar.



## ANEXO 07

### ENTREVISTA APLICADA A LA PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS VALLE DE LAS PIRÁMIDES-TÚCUME

- 1. ¿Cómo se sentiría usted al saber que su producto cojines a base de algodón nativo tenga una oportunidad de negocio en el exterior?**

Se sentirían satisfechas, ya que, es un ingreso para las señoras que conforman la asociación y además que el producto sea reconocido porque es elaborado a base de algodón nativo.

- 2. ¿De dónde obtienen la materia prima para este tipo de producto?**

En Túcume compran el algodón nativo pero es escaso, hay temporadas donde la escases es con mayor frecuencia, y por lo general lo compran en Lima de una productora que les vende que es CORT TEXTIL. El hilo viene en cono y es 100 % algodón nativo.

- 3. ¿Usted cree que su producto tenga potencial de exportación? ¿Por qué?**

Sí tienen potencial de exportación, ya que, es elaborado a mano. Es un producto de calidad y fino acabado, pero lo que desean es tener mayor conocimiento en temas de exportación.

- 4. ¿Cuál es el precio promedio de compra del algodón nativo?**

En Túcume, 1 kilo de algodón lo compran a S/ 140 y en Lima a S/70 a S/80 el color pardo y el blanco a S/50.

- 5. ¿A través de qué medios promocionan este tipo de producto?**

Participan en diferentes ferias y también promocionan sus productos a través del internet, cuentan con una página de Facebook.

- 6. ¿Usted cree que el participar tanto en ferias nacionales como internacionales sería una oportunidad para que su asociación se expanda en el mercado internacional? ¿Por qué?**

Sí, es una buena oportunidad. Asisten a ferias, venden la mayoría de sus productos y les hacen pedidos.

**7. ¿Qué oportunidades cree que tiene la asociación a comparación de la competencia?**

Realizan productos de calidad y por ello tienen bastante acogida. La municipalidad de Túcume los apoya en pasajes para participar en ferias como en Lima y en puntos de venta para participar en ferias en la región.

**ANEXO 08**

*Entrevista a la Mg. Danna Jiménez Boggio-Directora de la GERCETUR*



*Fuente: Repositorio Fotográfico*

## **ANEXO 09**

*Entrevista al MBA. Francisco Cúneo Fernández-Experto en Comercio Exterior*



*Fuente: Repositorio Fotográfico*

## **ANEXO 10**

*Entrevista a la Mg. Mónica del Pilar Pintado Damián-Experta en Comercio Exterior*



*Fuente: Repositorio Fotográfico*

## **ANEXO 11**

*Entrevista a la Lc. Sheyla Chavesta Paico-Experta en Comercio Exterior*



*Fuente: Repositorio Fotográfico*

## **ANEXO 12**

*Entrevista a la Presidenta de la Asociación Valle de las Pirámides-Señora Cecilia Asalde De Meño*



*Fuente: Repositorio Fotográfico*