

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCABELICA

(Creada por Ley N° 25265)

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**“PRODUCCIÓN TEXTIL ARTESANAL CON CALIDAD DE
EXPORTACIÓN DE LAS ASOCIACIONES ARTESANALES
TEXTILES DE LA LOCALIDAD DE HUANCABELICA - 2019”**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTION Y DESARROLLO EMPRESARIAL

PRESENTADO POR:

Bach. José Gabriel MANCHA ABREGÚ

Bach. Yeni Karina, JURADO CAMBILLO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

HUANCABELICA, PERÚ

2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA

(Creado por Ley N° 25265)

Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

MODALIDAD VIRTUAL

En la plataforma virtual de Google Meet meet.google.com/enm-dqoh-qcm a los 27 días del mes de abril del 2021, a horas 04:00 pm, reunidos los miembros del jurado evaluador conformado por:

PRESIDENTE: Dr. Fredy RIVERA TRUCIOS
SECRETARIO: Dr. Abad Antonio SURICHAQUI MATEO
VOCAL: Lic. Mat. Oscar Manuel GARCIA CAJO

Designados mediante Resolución N° 525-2019-FCE-R-UNH del 14 de agosto del 2019; para evaluar la tesis denominada: "PRODUCCIÓN TEXTIL ARTESANAL CON CALIDAD DE EXPORTACIÓN DE LAS ASOCIACIONES ARTESANALES TEXTILES DE LA LOCALIDAD DE HUANCAMELICA - 2019"

Cuyos autores son:

BACHILLER (S): José Gabriel MANCHA ABREGÚ y Yeni Karina JURADO CAMBILLO

A fin de proceder con la sustentación de la tesis indicada y siendo programada la fecha y hora según la Resolución N° 102-2021-FCE-R-UNH, del 19 de abril 2021 (modalidad virtual*).

Finalizado la sustentación y evaluación; se invita al público presente y al (los) sustentante (s) abandonar la plataforma virtual (Google Meet) de la Universidad Nacional de Huancavelica; para la deliberación por parte del jurado. Luego del debate se llegó al siguiente resultado:

BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS: José Gabriel MANCHA ABREGÚ

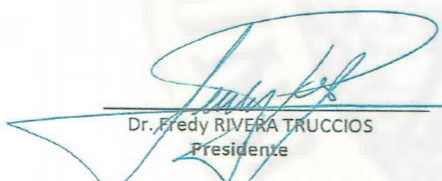
PRESIDENTE: APROBADO
SECRETARIO: APROBADO
VOCAL: APROBADO
RESULTADO FINAL: APROBADO POR UNANIMIDAD

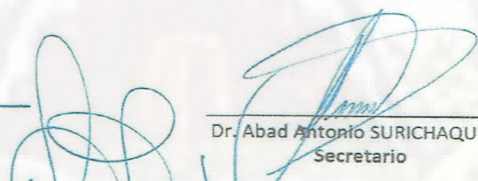
BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS: Yeni Karina JURADO CAMBILLO

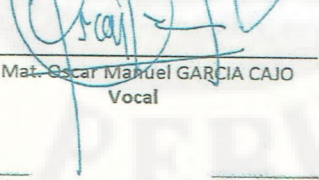
PRESIDENTE: APROBADO
SECRETARIO: APROBADO
VOCAL: APROBADO
RESULTADO FINAL: APROBADO POR UNANIMIDAD

Acto seguido se da lectura al resultado final.

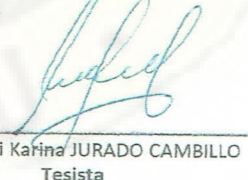
De conformidad a lo actuado a horas 06.00 pm. Horas. Se levanta el acta firmando en señal de conformidad.


Dr. Fredy RIVERA TRUCIOS
Presidente


Dr. Abad Antonio SURICHAQUI MATEO
Secretario

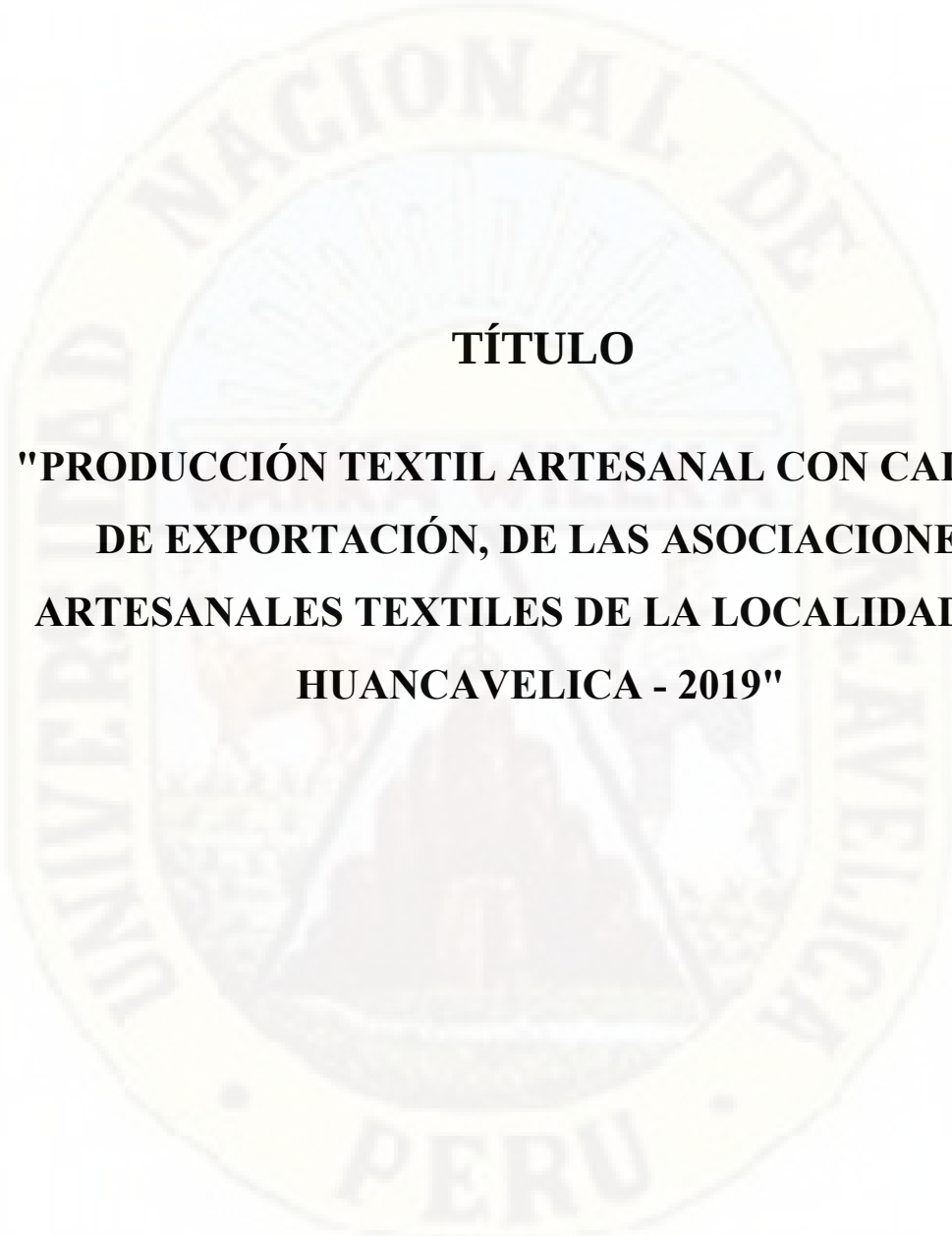

Lic. Mat. Oscar Manuel GARCIA CAJO
Vocal


José Gabriel MANCHA ABREGÚ
Tesisista


Yeni Karina JURADO CAMBILLO
Tesisista

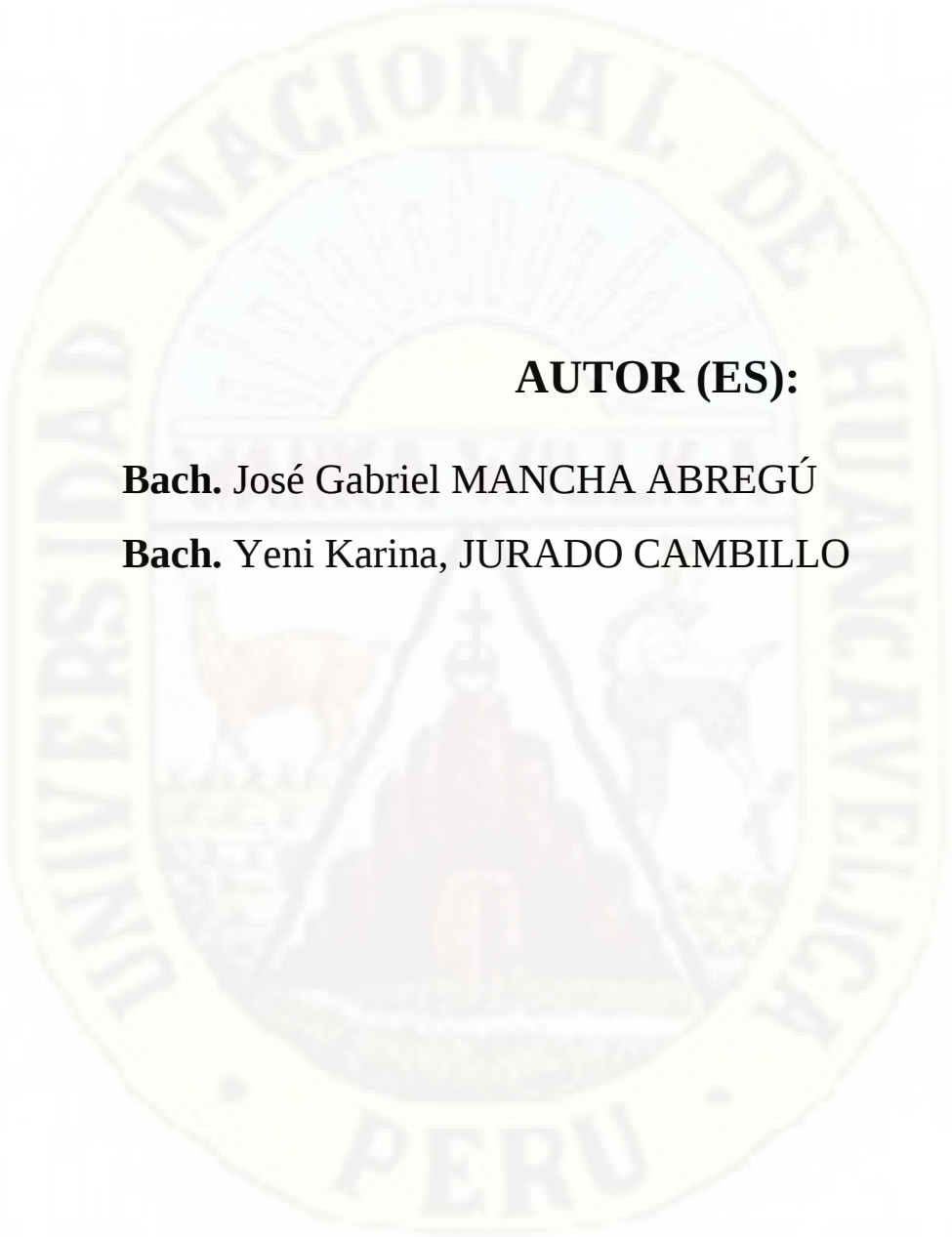
(*) Resolución N° 0355-2020-CU-UNH

Nota: Se otorgó el tiempo reglamentario para la exposición de la Tesis a los Tesisistas



TÍTULO

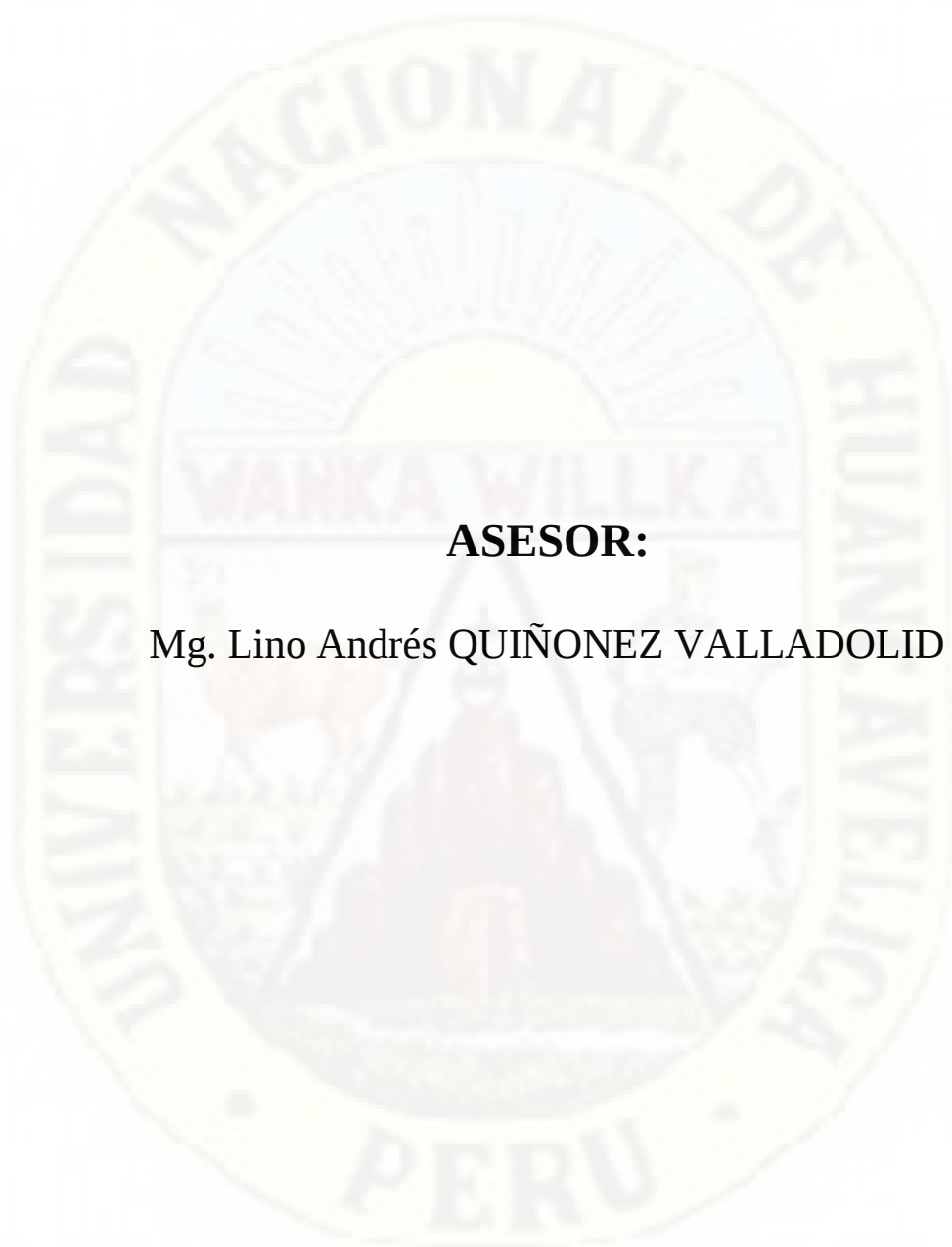
**"PRODUCCIÓN TEXTIL ARTESANAL CON CALIDAD
DE EXPORTACIÓN, DE LAS ASOCIACIONES
ARTESANALES TEXTILES DE LA LOCALIDAD DE
HUANCAVELICA - 2019"**



AUTOR (ES):

Bach. José Gabriel MANCHA ABREGÚ

Bach. Yeni Karina, JURADO CAMBILLO



ASESOR:

Mg. Lino Andrés QUIÑONEZ VALLADOLID

DEDICATORIA

A Dios, por haberme concedido la dicha de tener el amor y apoyo incondicional de mi querida madre ABREGÚ CANALES CARLOTA, a quienes les debo lo que soy. A mis queridos hermanos, por su comprensión y aliento, y a la memoria de mis queridos abuelos.

José Gabriel, MANCHA ABREGU

En primer lugar, a nuestro Dios por guiarme por el buen camino en segundo lugar, a mi madre EDILBERTA PRIMITIVA CAMBILLO CCANTO, por darme la vida, amor, comprensión y soporte incondicional para culminar dichosamente mi formación profesional y así mismo reconocer los recursos necesarios.

Yeni Karina, JURADO CAMBILLO

AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestra mayor gratitud y aprecio a: El Profesor Lino Andrés Quiñonez Valladolid, nuestro asesor, por su dedicación y apoyo constante plasmados en este proyecto de investigación.

Al director del CITE textil – Huancavelica, por la predisposición de brindarnos información relevante para el desarrollo de la tesis

A las asociaciones artesanales textiles, por la predisposición para el desarrollo de la tesis.

A nuestras familias por su comprensión y valioso apoyo durante esta etapa.

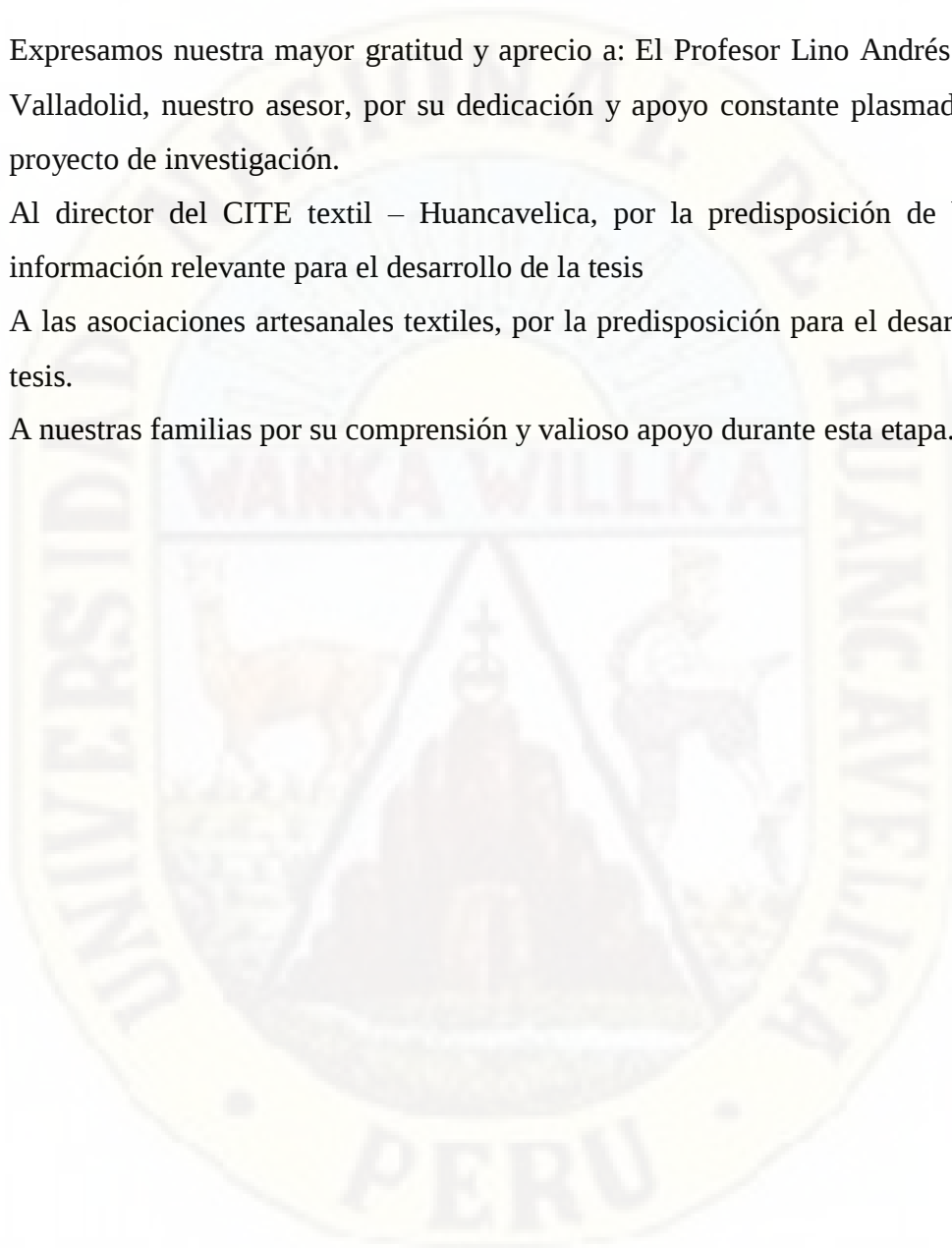


TABLA DE CONTENIDO

Portada	i
Acta de sustentación (escaneado)	ii
Título	iii
Autor	iv
Asesor	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Tabla de contenido	viii
Tabla de contenido de tablas	x
Tabla de contenido de figuras	xi
Resumen (palabras clave)	xii
Abstract (Key words)	xiii
Introducción	xiv
CAPÍTULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1.Descripción del problema	15
1.2.Formulación del problema	19
1.3.Objetivos	20
1.3.1. Objetivo general	20
1.3.2. Objetivos específicos	20
1.4.Justificación	20
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	22
2.1. Antecedentes	22
2.2. Bases teóricas sobre el tema de investigación	40
2.3. Bases conceptuales	42
2.4. Definición de términos	50
2.5. Variables	52
2.6. Operacionalización de variables	53
CAPÍTULO III	
MATERIALES Y METODOS	54

3.1	Ámbito temporal y espacial	54
3.2	Tipo de investigación	54
3.3	Nivel de investigación	54
3.4	Población, muestra y muestreo	55
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	56
3.6	Técnicas y procesamiento de análisis de datos	56
CAPÍTULO IV		
DISCUSIÓN DE RESULTADOS		57
4.1	Análisis de información	58
Conclusiones		96
Recomendaciones		97
Referencia bibliográfica		99
Apéndice		102
Matriz de consistencia		103
Operacionalización de variables		104
Instrumentos de recolección de datos		105
Base de datos		111
Evidencias fotográficas		116

TABLA DE CONTENIDO TABLAS.

Tabla 1 Género de los productores artesanales	58
Tabla 2 Edad o tiempo de funcionamiento	59
Tabla 3 La asociación inscrita en registros públicos	60
Tabla 4 Cuenta con RUC	61
Tabla 5 Personas que componen la asociación	62
Tabla 6 Productor artesanal textiles	63
Tabla 7 Tipos y cantidad de productos artesanal textil	64
Tabla 8 Cantidad máxima de productos elaborados	65
Tabla 9 Resultados de ítems del instrumento dimensión	67
Tabla 10 Producción para ofertar	69
Tabla 11 Resultado de ítems del instrumento	70
Tabla 12 Control de niveles calidad y/o control de estándares de calidad	72
Tabla 13 Resultado de los ítems de la encuesta	73
Tabla 14 Material utilizado	75
Tabla 15 Tipo de tintes que utiliza	76
Tabla 16 Importancia tiempo de producción	77
Tabla 17 Resultado de los ítems de la encuesta	78
Tabla 18 Capacitación y apoyo de instituciones	79
Tabla 19 Apoyo de instituciones para promoción de ventas	80
Tabla 20 Asociatividad para mejorar la actividad	82
Tabla 21 Requieren tipo de capacitación	83
Tabla 22 Apoyo de financiamiento para desarrollo	84
Tabla 23 Cuenta con capital propio	85
Tabla 24 Instituciones que brinde apoyo para exportación	86
Tabla 25 Instituciones de apoyo exportación	87
Tabla 26 Ingresos mensual que percibe por la actividad	88
Tabla 27 Recibió pedidos para exportar sus productos	89
Tabla 28 Producción que más resalta	90
Tabla 29 Producción que más resalta por líneas	91

TABLA DE CONTENIDO FIGURAS.

Figura 1 Género de los productores artesanales	58
Figura 2 Tiempo de funcionamiento	59
Figura 3 La asociación inscrita en registros públicos	60
Figura 4 Cuenta con RUC	61
Figura 5 Personas que componen la asociación	62
Figura 6 Productor artesanal textiles	63
Figura 7 Tipos y cantidad de productos artesanal textil	65
Figura 8 Cantidad máxima de productos elaborados	66
Figura 9 Resultados de ítems del instrumento dimensión	67
Figura 10 Producción para ofertar	69
Figura 11 Resultado de ítems del instrumento	70
Figura 12 control de niveles calidad y/o control de estándares de calidad	73
Figura 13 Diagrama de los ítems de la encuesta	74
Figura 14 Material utilizado	75
Figura 15 Tipo de tintes que utiliza	76
Figura 16 Tiempo de producción y utilización de materiales	77
Figura 17 Resultado de los ítems de la encuesta	79
Figura 18 Capacitación y apoyo de instituciones	80
Figura 19 Apoyo de instituciones para promoción de ventas	81
Figura 20 Asociatividad para mejorar la actividad	82
Figura 21 Requieren tipo de capacitación	83
Figura 22 Apoyo de financiamiento para desarrollo	84
Figura 23 Cuenta con capital propio	85
Figura 24 Brinde apoyo necesario para exportar	86
Figura 25 Instituciones que brinde apoyo para exportación	87
Figura 26 Ingresos mensual que percibe por la actividad	88
Figura 27 Recibió pedidos para exportar sus productos	89
Figura 28 Producción que más resalta	90
Figura 29 Producción que más resalta por líneas	91

RESUMEN

La investigación está orientado a responder a ver cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación, de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica, después de haber observado problemas en la comercialización de los productos que elaboran, esta investigación tiene por objetivo caracterizarla los productos en calidad para exportar, en las dimensiones de la artesanía tradicional, innovada, de exportación no tradicional, de exportación directa, así como la exportación directa, la tipología de la investigación es básica, el nivel de la investigación es descriptivo, el método general empleado fue la científica, el recojo de información se realizó con el cuestionario de encuesta, aplicado a la asociación de artesanos, cuya muestra fueron 60 artesanos, los resultados obtenidos evidencia que la producción textil de artesanía tradicional en la localidad de Huancavelica, aún es incipiente, toda vez que, no están formalizados, 55%, no cuentan con RUC, el 87% de los productores asociados elaboran productos tradicionales utilitarios a base de fibra de alpaca, el 73% de los asociados tiene como objetivo internacionalizar los productos, y los 27% no tienen interés por hacerlo, por otro lado el 70% los productores de la asociaciones tiene definido sus expectativas de exportación dentro de los próximos 2 años, el 26% de los encuestados produce para mercado local y nacional, mercado local, nacional e internacional 70%, asociaciones mencionaron que en cantidades mínimas de 50 a 200 unidades por temporada, el 17% nunca lo tiene claro el negocio en mercados internacionales, en conclusión los productores textiles de las asociaciones, no tienen suficiente capacidades para exportar en buena cantidad su productos, así mismo las posibilidades son mínimas para incursionar en el mercado internacional por las exigencias de los estándares en producción tradicional y no tradicional.

Palabras Clave: Producción textil artesanal, Artesanal tradicional, Exportación no tradicional, Artesanía innovada, Exportación directa, Exportación Indirecta.

ABSTRACT

The research is aimed at responding to see what are the characteristics of the artisan textile production with export quality, of the artisan associations of the town of Huancavelica, after having observed problems in the commercialization of the products they make, this research has for The objective is to characterize the quality products for export, in the dimensions of traditional crafts, innovated, non-traditional export, direct export, as well as direct export, the type of research is basic, the level of research is descriptive, The general method used was the scientific one, the collection of information was carried out with the survey questionnaire, applied to the association of artisans, whose sample was 60 artisans, the results obtained evidence that the textile production of traditional crafts in the town of Huancavelica, is still incipient, since they are not formalized, 55%, not cu Entare with RUC, 87% of the associated producers elaborate traditional utilitarian products based on alpaca fiber, 73% of the associates aim to internationalize the products, and 27% have no interest in doing so, on the other hand 70 % of the producers of the associations have defined their export expectations within the next 2 years, 26% of those surveyed produce for the local and national market, local, national and international markets 70%, associations mentioned that in minimum quantities of 50 to 200 units per season, 17% are never clear about the business in international markets, in conclusion the textile producers of the associations do not have enough capacities to export their products in good quantity, likewise the possibilities are minimal to enter the market international due to the demands of standards in traditional and non-traditional production.

Key Words: Artisan textile production, Traditional artisan, Non-traditional export, Innovated handicraft, Direct export, Indirect export.

INTRODUCCIÓN

En una acelerada economía, con cambios dinámicos, existe diversidad de organizaciones empresariales, distintos modelos de negocios que se interrelacionan entre ellas. Abriéndose campo en el mundo de la competencia, debido a la hegemonía de empresas industriales extranjeras, que se instalan en el medio, por el tratado libre comercio firmado por los gobiernos de turno durante la última década.

Podemos apreciar las industrias textiles del emporio comercial “Gamarra” ubicada en nuestra capital, en el distrito limeño La Victoria, que alberga aproximadamente 24 mil puestos dedicados a la confección y comercialización de prendas de vestir.

Según el (INEI), 2015 las cifras demuestran que de cada 10 personas que laboran en ella 8 se dedican a la fabricación y comercialización de textiles.

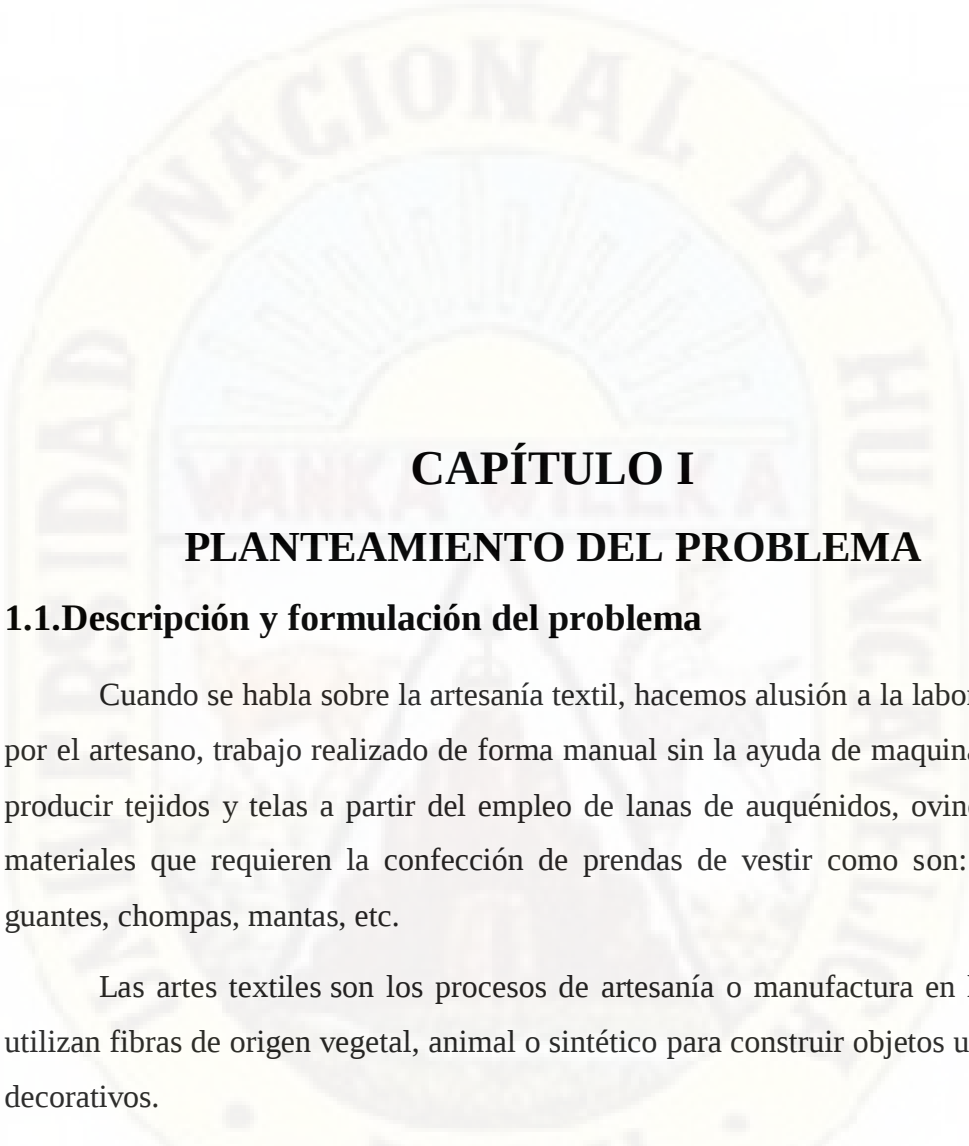
Hoy en día la estrategia del desarrollo económico del país y de los gobiernos es la promoción de las exportaciones como elemento fundamental de la generación del empleo e incremento del ingreso de igual forma el incremento de divisas para lograr el superávit en la balanza comercial del país. (Macedo, Quispe, p. 12), por ello podemos manifestar que una manera de generar mejoras en la calidad de vida de los integrantes de un país es pues generar condiciones que mejoren la productividad de la población.

Partiendo desde esta perspectiva, la industria en textiles y artesanales deben ser promocionados por el gobierno de turno y la población en general toda vez que es un motor de desarrollo de las ciudades.

En el presente trabajo pretendemos, inculcar a la población realizar actividades de promoción y participación en las actividades artesanales.

El presente trabajo está organizado en cuatro capítulos, el Capítulo I trata sobre la problemática y el planteamiento del problema, el Capítulo II trata del marco teórico, el capítulo III, está relacionado a la metodología de la investigación y finalmente el capítulo IV habla sobre los resultados de la investigación, en la que también se esboza las conclusiones y recomendaciones.

Los investigadores.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Descripción y formulación del problema

Cuando se habla sobre la artesanía textil, hacemos alusión a la labor realizada por el artesano, trabajo realizado de forma manual sin la ayuda de maquinarias, para producir tejidos y telas a partir del empleo de lanas de auquénidos, ovinos y otros materiales que requieren la confección de prendas de vestir como son: Chalinas, guantes, chompas, mantas, etc.

Las artes textiles son los procesos de artesanía o manufactura en los que se utilizan fibras de origen vegetal, animal o sintético para construir objetos utilitarios o decorativos.

Los tejidos han sido una parte fundamental de la vida humana desde el comienzo de la civilización y los métodos y materiales utilizados en su fabricación han experimentado un gran desarrollo, manteniendo sus funciones primordiales. La historia de las artes textiles va de la mano de la historia del comercio internacional: la púrpura de Tiro fue un producto clave del comercio en el Mediterráneo; la ruta de la seda; se estableció para traer de China seda para India, África y Europa. La revolución también supuso una revolución de la tecnología textil, con la aparición de los telares industriales, que mecanizaron los procesos de producción. Los artes textiles

tienen una variación de colores, texturas y formas. Se pueden utilizar muchos materiales de diferentes formas.

Las artes textiles también incluyen las técnicas utilizadas para su decoración; estos pueden teñirse e imprimirse para añadir colores y dibujos; o decorarse mediante el bordado y otros tipos de costura y encajes. Los métodos de costura, así como las herramientas, las técnicas empleadas y los objetos confeccionados entran en la categoría de las artes textiles.

Como se puede apreciar, las artes textiles nacen a raíz de las necesidades de la población para satisfacer sus necesidades de vestimenta, y luego pasa a ser una actividad productiva para satisfacer la economía de las familias, para ello tuvo que emplear técnicas desde las más simples a las más sofisticadas, tratando de cautivar la exquisitez de los usuarios.

En el mundo las actividades artesanales tienen un lugar en el desarrollo de la economía de los países, por tanto, se torna una actividad primordial de la economía familiar, de poblaciones, tribus, caseríos, y quienes cultivan las artes de sus ancestros.

El Perú posee grandes riquezas naturales que no han sido aprovechadas para desarrollar los diversos sectores productivos del país. En los últimos años, se ha podido observar un crecimiento económico, pero el crecimiento solo se ha dado en algunos sectores de la economía, como son la minería y la agroindustria, los cuales se han desarrollado en base al incremento de las exportaciones. Sin embargo, la mayoría de los sectores económicos no han logrado un desarrollo notable, debido a la tendencia de exportar materia prima sin valor agregado, que consecuentemente beneficia al país importador.

Sabemos que el Perú es originario de grandes culturas precolombinas, incaicas, virreinales, que cada una de las épocas han tenido ciclos de actividad artesanal, y año tras año las poblaciones han practicado las artes textiles, entre otras, los cuales no se han sabido valorar, por lo que la población actual está dejando de lado y casi ya no las practica, y está dejando pasar oportunidades de cómo aprovechar como actividad productiva. Así mismo no se refleja en el crecimiento económico como a diferencia de las otras actividades económicas como la minería.

En el Perú, la relación entre el turismo y la actividad artesanal es esencial para el beneficio directo y concreto de los pobladores de zonas hacia donde confluyen turistas, que las visitan a fin de conocer, no solo su belleza paisajística, sus atractivos arqueológicos de biodiversidad, sino también la riqueza de su cultura viva.

La artesanía es una de las manifestaciones más representativas de esa cultura, pues refleja la idiosincrasia, el espíritu y la cotidianeidad de los pueblos. La importancia de valorar la artesanía peruana es indispensable para todo aquel que se considere hijo de esta patria ya que forma parte de su identidad. Además, estos productos son únicos en el mundo. Así mismo, la Producción Artesanal da oportunidad a las personas que se encuentran en situación de pobreza acceder a nuevas economías que les permita mejorar sus ingresos y por consecuencia mejorará su calidad de vida. Por tanto, el Perú es una mezcla de diversas culturas ancestrales que van de generación en generación, es por ellos que se conservan distintas costumbres que influyen en el modo de elaborar los productos artesanales, que son reconocidos a nivel nacional como internacional.

Como podemos apreciar parece existir una relación muy arraigado entre el turismo y las artesanías, que traen beneficio directo a las poblaciones quienes los practican y aprovechan de esta actividad económica, pero aún es muy incipiente, por qué no refleja representatividad en la economía del país o sea no refleja en el Producto Bruto interno PBI.

La artesanía textil tradicional es una forma muy valiosa de expresión cultural, especialmente importante para los países en desarrollo, Sin embargo, el estado peruano juntamente con sus con sus entidades pertinentes a este rubro como el Mincetur, Dircetur, Penx y Cite Textil, entre otros; permiten la exportación de materia prima sin darle valor agregado; lo mismo pasa en la región de Huancavelica, que por entidades privadas como “Mishel”, “Inkatops” captan fibra de alpaca que es procesada y convertida en productos elaborados, comercializados en el mercado internacional.

Claramente se observa que no existe institución a nivel de la Región Huancavelica, que se preocupe por fortalecer la labor artesanal textil de sus pobladores, solo nos preocupamos por la extracción de la materia prima y la comercialización de la fibra de alpaca, ovino, en bruto sin darle valor agregado.

Por otro lado, en Huancavelica existen asociaciones artesanales textiles, con la finalidad de producir tejidos para el consumo nacional e internacional, pero esto no se refleja no tiene resultados, debido a que muchos de los artesanos asociados pretenden exportar los productos, pero, se enfrentan a crudas realidades, como ver la calidad exportable, las barreras legales, los financiamientos, sobre todo ver los mercados objetivos, a donde exportar.

Además, la artesanía textil es una actividad económica en expansión, que involucra alrededor de cien mil talleres artesanales a nivel del país. La gran mayoría de estos talleres son micro y pequeñas empresas que enfrentan los mismos problemas la cual requieren mejorar la calidad de sus productos presentando un producto innovado sin perder la esencia cultural; esto sucede a causa de la negligencia por parte de las entidades ya mencionadas por consecuencia, la ausencia de diseñadores de moda en tejidos textiles, lo cual estas debilidades no permiten ingresar a mercados de gran demanda que los artesanos requieren, ya que en la región de Huancavelica, la artesanía textil es una actividad económica y cultural que involucra a numerosas personas que lo desarrollan como actividad económica principal y viven de ella.

De continuar con las actividades artesanales textiles, como se viene realizando hasta la fecha, los productos que elaboran solo quedarán para el consumo local y nacional y no tendrán la calidad exportable, para satisfacer la demanda internacional.

La necesidad de contar con una explicación o caracterizar la producción de los artesanos textiles asociados, o contar con una adecuada planeación estratégica, con participación de los actores directos o sea los artesanos que viven y sufren con el problema no podrá darse solución a la problemática de las asociaciones de producir solo para satisfacer la demanda del mercado local y no del mercado internacional con calidad exportable, nos induce hacer la presente investigación.

La innovación de la artesanía textil, que permita acceder a mercados internacionales debe partir del diagnóstico real sobre las características de los productos que elaboran las asociaciones textiles artesanales, los productores individuales artesanales, las familias productores artesanales, quienes a buena cuenta serán los proveedores de las demandas local, nacional e internacional.

Esta innovación de las artesanías textiles con calidad de exportable, partiendo de una visión conjunta de las características de los productos que se ofertan en el

mercado, permitirá incrementar la calidad de vida de las familias, productores individuales, las asociaciones, que será reflejada en la educación, salud y acceso a servicios básicos, con lo cual evidentemente se reducirán la pobreza y el analfabetismo.

Para ello podemos entender que la innovación de la artesanía textil con calidad exportable, realizando nuestra propia cadena de producción desde la transformación de nuestra materia prima hasta el cliente final; dándole valor agregado y buscando elaborar productos que promuevan la autenticidad, guiados por los estilos tradicionales y las costumbres de la zona, en concordancia con las tendencias del mercado para los tipos de productos, así como los cuidados en la presentación de los mismos, repercutiría en la economía de las familias, productores, y asociaciones textiles artesanales, y por ende la economía de la región y del país.

En la presente investigación se determina las características de la producción textil artesanal de las asociaciones con calidad exportable de la localidad de Huancavelica, por lo que nos permitimos plantearnos las siguientes interrogantes, como problemas de investigación.

1.1.1. Formulación del problema

¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019?

1.1.2. Problemas Específicos

- ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión artesanía tradicional de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019?
- ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión artesanía innovada de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019?
- ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión exportación no tradicional de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019?
- ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión exportación directa de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019?
- ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión exportación indirecta de las asociaciones artesanales

de la localidad de Huancavelica – 2019?

1.2. Objetivo

1.2.1. Objetivo General:

Caracterizar la producción textil artesanal con calidad de exportación de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019.

1.2.2. Objetivos específicos:

- Caracterizar la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión artesanía tradicional de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019.
- Caracterizar la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión artesanía innovada de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019.
- Caracterizar la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión exportación no tradicional de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019.
- Caracterizar la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión exportación directa de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019.
- Caracterizar la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión exportación indirecta de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019.

1.3. Justificación del Estudio

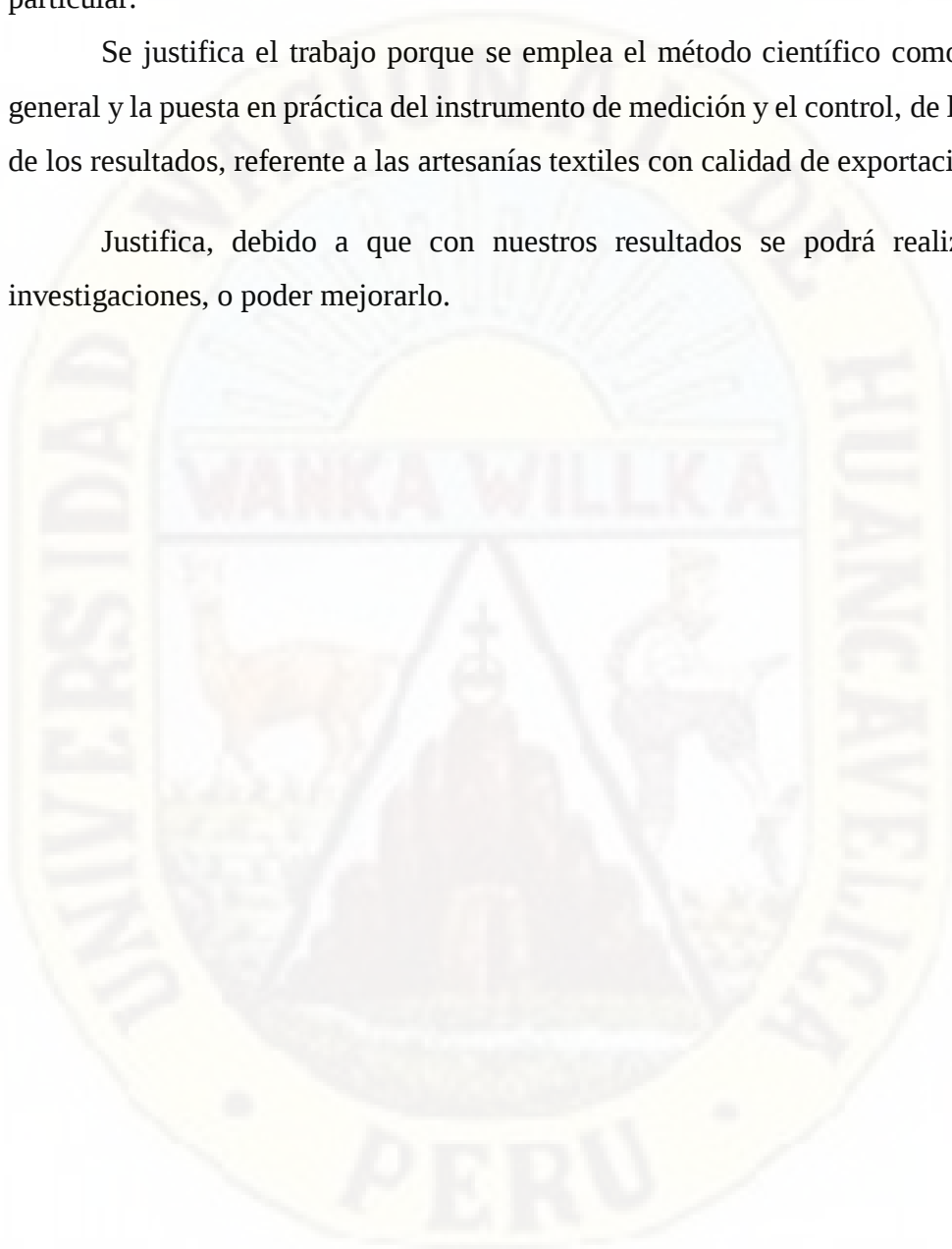
La ejecución del presente trabajo de investigación se justifica en la medida que aportará conocimientos, referente a las características que deben contar los productos textiles con calidad de exportación de las artesanías textiles de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica.

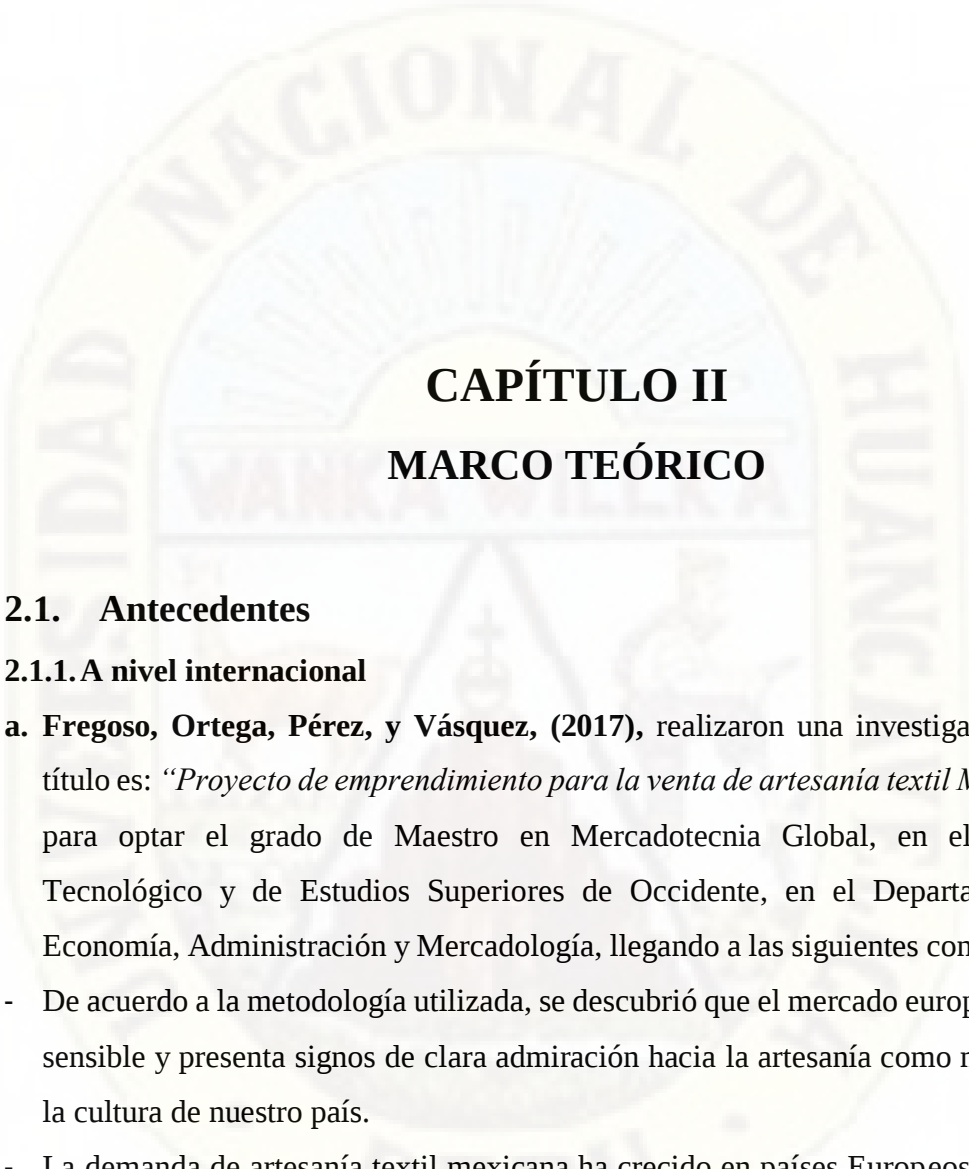
Ayudará a los artesanos textiles de la localidad de Huancavelica y otras provincias a distinguir productos artesanales textiles de uso común y productos artesanales de uso común exportables.

Así mismo el trabajo justifica, porque a partir de nuestros resultados, se ampliarán en nuevas investigaciones, por otros interesados sobre el tema en particular.

Se justifica el trabajo porque se emplea el método científico como método general y la puesta en práctica del instrumento de medición y el control, de la validez de los resultados, referente a las artesanías textiles con calidad de exportación.

Justifica, debido a que con nuestros resultados se podrá realizar otras investigaciones, o poder mejorarlo.





CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

- a. **Fregoso, Ortega, Pérez, y Vásquez, (2017)**, realizaron una investigación cuyo título es: “*Proyecto de emprendimiento para la venta de artesanía textil Mexicana*” para optar el grado de Maestro en Mercadotecnia Global, en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, en el Departamento de Economía, Administración y Mercadología, llegando a las siguientes conclusiones:
- De acuerdo a la metodología utilizada, se descubrió que el mercado europeo es más sensible y presenta signos de clara admiración hacia la artesanía como muestra de la cultura de nuestro país.
 - La demanda de artesanía textil mexicana ha crecido en países Europeos, gracias a la difusión de diferentes actores de la sociedad que suman esfuerzos y voluntades. La comercialización de este tipo de productos y la difusión de estos van de la mano y difícilmente se da una actividad exitosa sin la otra. Hoy en día han cambiado las formas de emprendimiento, no es suficiente ya abrir un negocio y esperar a que el cliente llegase, en este proyecto es realmente la manera más viable y segura de conseguir un modelo de negocio sustentable y sostenible.
 - Las entrevistas que realizamos fue un trabajo que nos fue llevando a nuestra propuesta de valor final, la fuimos puliendo así como nuestro lienzo en el que nos

sorprendimos de ver cómo fue cambiando con el paso de las semanas, fue muy poco tiempo para realizar un trabajo tan completo y con tanta exigencia en los entregables, pasamos por varias etapas como equipo, frustración, enojo, desacuerdo, tensión satisfacción alegría, todas nos ofrecieron lo necesario para darnos cuenta que realizar un trabajo de este índole no es cosa sencilla, mucho menos en tan poco tiempo, nos dimos cuenta que los emprendedores deben contar con temple para salir airoso cuando algo no sale bien.

b. Dardón, (2016), Realizó el trabajo de investigación cuyo título es: *“Plan de negocios para la exportación de artículos de tejidos típicos de Guatemala a Chile aplicando el concepto de comercio justo”*, tesis elaborado para optar el grado de magister en gestión y dirección de empresas, en el departamento de Ingeniería Industrial, de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, en la Universidad de Chile, arribando a las siguientes conclusiones:

- Los artículos hechos a mano con tejidos típicos son una práctica común en Guatemala, sin embargo, la venta de estos productos en el mercado local, no les permite a los artesanos mejorar sus condiciones de vida. Así nace el interés por la exportación de estos productos a nuevos mercados, Chile, en donde la participación de la mujer en el mundo laboral está aumentando, por lo tanto, el poder adquisitivo, y hay un creciente interés por temas relacionados a moda y belleza.
- Si estos artículos son comercializados a través del comercio justo, no solamente se tendrá un beneficio económico, también se garantiza el cumplimiento de los derechos humanos, la preservación del medio ambiente y la ética empresarial. Esto podría generar oportunidad de desarrollo sostenible para estas familias, a través de una propuesta innovadora, que combina moda y tradición, creando piezas exclusivas con variedad en diseños y colores, elaborados por las manos de artesanos y artesanas en quienes la tradición de tejer pasa de generación en generación, reflejando la pasión por sus costumbres.
- Para las mujeres chilenas, se desarrolla una propuesta de valor en la cual se ofrece un artículo elaborado a mano de calidad, con diseños exclusivos los cuales van en sintonía con las tendencias de moda actual, dirigido a mujeres profesionales de 26 a 45 años de edad, que buscan destacar en su forma de vestir reflejando su personalidad, elegancia y estilo.

- Para lograr el posicionamiento deseado, se desarrolla una estrategia de marketing enfocada en diferenciación, en donde todos los esfuerzos se centrarán en un segmento y un producto, fijando un precio alto, tomando como referencia los precios de venta en otros países como Estados Unidos y Europa.
- Es importante la selección de los puntos de venta, los cuales sean visitados por el segmento objetivo, y contar con personal de venta motivado para brindar un servicio de calidad, orientando al cliente en su compra final. Así mismo se debe insistir en contar con participación en exposiciones y hoteles, en donde se pueda acceder a un segmento distinto, pero, igualmente interesado por los accesorios artesanales.
- Otro tema a considerar como factor de éxito para este plan de negocios es el buen funcionamiento de la cadena logística relacionada con la adquisición del producto y el proceso de importación. El interés es a largo plazo, por lo tanto, se debe trabajar en armonía con los proveedores e ir cumpliendo con lo establecido en los contratos.
- Para iniciar operaciones, se requiere una inversión de USD \$11,400 y se contempla una proyección de ventas de 600 unidades el primer año, lo cual permite llegar al punto de equilibrio. Sin embargo, una variación menor (-5%) en las ventas proyectadas puede afectar considerablemente el beneficio que entrega el proyecto, el cual se tiene estimado con un VAN de USD \$45,407 utilizando una tasa de descuento de 10.87% en un horizonte de 5 años, entregando una tasa de retorno del 83%. Para obtener este nivel de rentabilidad, es necesario utilizar una estructura de capital que incluya un 60% de financiamiento y un 40% de capital propio.

c. Villaroel, (2014), Presentó un trabajo de tesis cuyo título es: *“Plan estratégico de creación e internalización de Alwe como canal de exportación de tejidos hechos a mano”*, investigación realizado para optar al grado de magister en gestión para la globalización, realizado en el Departamento de Ingeniería Industrial, de la facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, en la Universidad de Chile, llegando a las siguientes conclusiones:

- En primer lugar, a través del análisis estratégico de mercado que se ha desarrollado, se ha demostrado que el mercado objetivo propuesto, es decir, el segmento de esquiadores en Estados Unidos para los productos de Alwe, es atractivo, alcanzando un tamaño de US\$4.281.636, que corresponde al 0,5% del segmento de textiles de

dormitorio para el nicho de los esquiadores. Además, se han establecido tácticas de entrada a fin de alcanzar dicho segmento, consiguiendo el objetivo propuesto por la gerencia de saltar a los grandes distribuidores.

- En segundo lugar, el análisis financiero ha dejado de manifiesto que el proyecto de lanzamiento de productos Alwe, por parte de Fibras del Sur es rentable. A través del análisis de sensibilidad se ha descubierto que, dada la alta rentabilidad posible de alcanzar, el proyecto permite realizar diversos ajustes, de manera que los resultados estén más de acuerdo a los valores del proyecto, en términos de sustentabilidad y valor social.
- Se plantea realizar un ajuste al proyecto, considerando los siguientes cambios en relación al proyecto inicialmente evaluado: - Cuota de mercado de participación de Alwe, del 0,5% en el segmento de textiles de dormitorio vendidos en tiendas de muebles en enclaves de esquí, para el grupo de esquiadores. Como referencia, podemos decir que corresponde a un 0,4% de IKEA y que corresponde a un valor de USD 4.027.280.
- Aumento de Gastos Generales considerados en el proyecto del 25%, aumentando ingresos de trabajadores y contratando a un coordinador de talleres adicional.
- Aumento de costos unitarios en 25%, que permitiría aumentar la remuneración a las tejedoras.

d. Contreras, (2013), presento su tesis: *“Diseño de nuevos productos con textil artesanal de Teotitlán del Valle, en coordinación con el Centro de Arte Textil Zapoteco Bii daiüü”*, tesis para obtener el título de Ingeniero en Diseño, en la Universidad Tecnológica de la Mixteca, Oaxaca – México, llegando a las siguientes conclusiones: Después de haber definido el proyecto en la Fase 0 de la metodología, y dado que el proyecto se enfoca a la artesanía textil elaborada en el centro Bii Daiüü, se realizó una investigación de campo aplicando entrevistas a los artesanos y haciendo visitas para conocer a través de la observación los procesos artesanales que involucran la elaboración del textil. De esta manera se identificaron los procesos que utilizan los artesanos cuando elaboran las piezas artesanales, por ejemplo, los artesano Bii Daiüü continúan moliendo tintes como la grana cochinilla y el añil en metates, herramienta ancestral zapoteca, no solo por seguir la tradición, si no, porque de esta manera se alcanza una molienda más fina y uniforme que

permite todo el aprovechamiento del tinte; utilizan el agua de lluvia no solo por ecología, sino porque presenta un pH más balanceado que favorece la tinción con plantas naturales; hacen uso de plantas naturales que fortalecen la cualidad orgánica del textil, pero se preocupan por la sustentabilidad las mismas mediante el cultivo de ellas. Es decir, la calidad que presenta el textil artesanal es realmente elevada por todas las consideraciones que se otorgan en el proceso, los cuales requieren ante todo lapsos de tiempo muy largos. Por lo que, al adquirir un producto artesanal de este tipo, así como muchos otros elaborados en el estado, en cierta manera no solo se apoya al artesano pues los beneficios que el consumidor adquiere son muy elevados, sin embargo, pocas veces se percata de ello. Aunado a la investigación en los procesos artesanales, durante la investigación de campo se consultaron fuentes bibliográficas en las que se encontró que la lana tiene amplias propiedades químicas y físicas favorables, como son la impermeabilidad, la facilidad de limpieza, la propiedad térmica, inflamabilidad, y propiedades no favorables como el encogimiento y la facilidad de apolillamiento, los cuales deben ser considerados en el proceso de diseño. El conocimiento otorgado en las investigaciones de campo y documental, fueron el preámbulo para comenzar el desarrollo del nuevo producto con los artesanos Bii Daiüü, sin este conocimiento el diseñador puede carecer de sensibilidad y tacto para compartir y exponer a los artesanos los conocimientos de su rama. En base a lo anterior se decidió compartir con el grupo de artesanos de la Cooperativa Bii Daiüü un taller para dar a conocer y al mismo tiempo aplicar la metodología de diseño para el desarrollo de nuevos productos. La participación de los artesanos fue excelente al delimitar el segmento de mercado y establecer un perfil del cliente factible a satisfacer en base a las capacidades productivas y de diseño. Los artesanos se dieron cuenta de que, con la interacción que se tienen con los clientes en la tienda de la Cooperativa de Bii Daiüü, pueden detectar de manera más clara y acertada las preferencias y necesidades de un público específico, un mercado meta, y con esto reducir el grado de incertidumbre al llevar un nuevo producto al mercado. Ellos también concluyeron que, aunque el producto estuviera dirigido a un público con características específicas esto no impide la adquisición del producto por otro público con características distintas al mercado meta. La elaboración del perfil del cliente se resolvió de manera exitosa, debido a que, los

mismos artesanos son quienes realizan la venta de los productos, en consecuencia, conocen las necesidades del cliente y las tendencias del mercado. Una vez elaborado el perfil del cliente, para delimitar las preferencias y gustos de dicho sector se estableció un árbol esquemático que representa las posibles decisiones que el posible usuario efectuará al elegir un producto de carácter artesanal; la participación de los artesanos en este ejercicio fue necesaria para establecer las opciones a ofrecer de acuerdo a su contacto con los clientes y a su capacidad productiva.

- e. Gómez, Lorena, (2010),** Presentaron una investigación titulado: *“Proyecto de creación de empresa para la comercialización internacional de artesanías de la comunidad indígena Embera Chami”*, presentado para optar el título de Ingeniería Industrial, en la Universidad Tecnológica de Pereira, de la Facultad de Ingeniería Industrial en Pereira Colombia, en la que arribaron a las siguientes conclusiones:
- Las artesanías de los Embera Chami son muy apetecidas en el exterior, por tal motivo poseen un precio atractivo en el mercado de Estados Unidos, por esta razón el presente proyecto es una buena alternativa de inversión.
 - El proyecto genera unas utilidades netas en los tres primeros años muy bajas, pero al evaluarlo en este mismo tiempo los gastos financieros y el capital a pagar es cubierto totalmente por lo generado con las ventas de los productos.
 - El proyecto es una alternativa social que además de generar 3 empleos directos posee aproximadamente 300 empleos indirectos para la comunidad Embera que se encuentra asentada en el Barrio Las Brisas.
 - Al realizar el análisis respectivo desde la pre matriz de países y la matriz Estados Unidos siempre se marcó como uno de los principales países objetivos, debido a su gran afinidad comercial y cultural con Colombia y por los tratados comerciales que actualmente se encuentran vigentes para la posición arancelaria del producto.
 - Al realizar el análisis beneficio/costo se obtuvo como resultado 1.03 lo cual indica que es un proyecto atractivo para realizar inversión y que se podría mejorar la rentabilidad realizando un análisis de costos.
- f. Cruz, (2006),** Realizó una investigación y planteó: *“Plan de mercadeo para tienda artesanal”*, trabajo de Grado para optar el título de Especialista en Gerencia de Mercadeo, en la Especialización en Gerencia de Mercadeo de la Unidad de

Formación Avanzada en la Universidad de la Salle Bogotá Colombia, en la que llegó a las siguientes conclusiones:

- En las localidades de Suba y Usaquén que fueron las que se seleccionaron de la ciudad de Bogotá para inicial el negocio, existe un gran potencial de usuarios a atender en el segmento definido: estrato 3 y 4, mujeres mayores de 15 años, por lo que las proyecciones específicas de ventas y de crecimiento en general de TIENDA ARTESANAL son muy interesantes.
- Existe una amplia gama de proveedores para los artículos que se comercializan en TIENDA ARTESANAL, por lo que la variedad de estilos y modelos y la negociación de precios adecuados para su posterior comercialización es muy probable.
- Para la comercialización adecuada de los productos a ofrecer, se deben utilizar diferentes canales para lograr una mayor penetración y posicionamiento de los mismos; la propuesta que se adelantará, está encaminada a hacerlo a través de la venta directa al por menor (en locales propios), venta al por mayor (a la competencia de TIENDA ARTESANAL) y a través de un esquema de multinivel que habría que analizar en detalle y desarrollar posteriormente.
- El poder montar un negocio propio gracias al desarrollo de la especialización de Gerencia de Mercadeo, y luego de identificar que la idea desarrollada puede brindar un adecuado retorno, permitirá un mejoramiento de la calidad de vida para el empresario, para su grupo familiar y para el entorno en general en el cual de desarrollará la empresa en mención.

A nivel nacional

- a. Vidal, (2018)**, realizó una tesis cuyo título es: *“Planeamiento estratégico en una empresa del sector textil exportador de Lima, 2017”*, trabajo de tesis presentado para optar el grado académico de Maestro en Administración de Negocios – MBA, en la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, arribando a las siguientes conclusiones:
 - Se concluye a través de los resultados obtenidos que el 24.39% de los colaboradores perciben que el nivel del planeamiento estratégico en la empresa Cofaco Industries es muy eficiente, el 47.97% un nivel eficiente y un 27.64% un nivel poco eficiente.

- Se concluye a través de los resultados obtenidos que el 30.89% de los colaboradores perciben un nivel muy eficiente en la dimensión análisis y diagnóstico estratégico en la empresa Cofaco Industries S.A.C, el 44.72% un nivel eficiente y un 24.39% un nivel poco eficiente.
- Se concluye a través de los resultados obtenidos que el 22.72% de los colaboradores perciben un nivel muy eficiente en la dimensión formulación de las estrategias en la empresa Cofaco Industries S.A.C., el 44.72% un nivel eficiente y un 32.52% un nivel poco eficiente.
- Se concluye a través de los resultados obtenidos que el 20.33% de los colaboradores perciben un nivel muy eficiente en la dimensión implementación de las estrategias en la empresa Cofaco Industries S.A.C., el 42.28% un nivel eficiente y un 37.40% un nivel poco eficiente.

El presente trabajo de tesis, permitirá a nuestro trabajo de investigación realizar una adecuada discusión de nuestros resultados, porque permitirá realizar comparaciones, con nuestros resultados, con alguna teoría que sustentará su validez.

b. Calderón, Leyva, Miranda, y Pais, (2017), realizaron un trabajo de investigación cuyo título se plasma como: *“Planeamiento Estratégico para el Sector Textil”* tesis presentado para obtener el grado de Magister en Administración Estratégica de Empresas, otorgada por la Escuela de Posgrado Centrum, Pontificia Universidad Católica del Perú, en dicho trabajo se llegó a las siguientes conclusiones:

- Para la realización de este planeamiento estratégico, se desarrolló una evaluación externa, la cual permitió identificar las siguientes oportunidades: (a) consumidores reconocen la calidad de los tejidos peruanos, (b) penetración del sector retail en el país, (c) consumo nacional y demanda interna en expansión, y (d) disponibilidad de recursos e insumos diferenciados.
- Con la evaluación externa, también se conoció que la industria textil en el Perú enfrenta amenazas, tales como: (a) débiles regulaciones y crítica de consumo, (b) ausencia de educación técnica calificada, (c) alta competencia de productos importados, (d) informalidad, (e) limitado desarrollo tecnológico, y (f) la industria textil es altamente contaminante.
- Para analizar la posición que tiene la industria textil peruana frente a sus competidores y referentes, se definieron los factores claves de éxito, que son las

que siguen: (a) know-how o prestigio, (b) productividad, (c) investigación y desarrollo, (d) tecnología, (e) acceso a financiamiento, (f) valoración de los insumos, (g) disponibilidad de personal calificado, (h) ubicación geográfica, e (i) infraestructura logística. Sin embargo, la principal oportunidad que se tiene es que, a partir de la firma de los Tratados de Libre Comercio, la industria ha visto puertas abiertas de acceso a mercados nuevos y un entorno global altamente competitivo, lo que ha motivado su modernización.

- Así como se desarrolló una evaluación externa, también se hizo una auditoría interna completa, revisando todas las áreas operacionales desde un punto de vista estratégico. A partir de dicha auditoría, se conocieron las siguientes fortalezas: (a) know-how; (b) cultivos de algodón de alta calidad; (c) producción de buena calidad, valorada internacionalmente; (d) apoyo del Instituto Peruano del Algodón; y (e) producción diversificada, en cuanto a tipo de prendas y tejidos.
- Al realizar la auditoría interna, siguiendo el esquema de evaluación AMOFHIT, que fue diseñado por D'Alessio (2015), también se identificaron las debilidades internas que tiene la industria: (a) las exportaciones se concentran en pocas empresas, (b) ausencia de diseñadores que se adapten a los distintos mercados, (c) disminución en la producción y en las exportaciones a partir del 2013, (d) las necesidades de capital superan la disponibilidad, (e) los productores de algodón están dispersos geográficamente, y (f) baja capacidad de innovación y de desarrollo tecnológico.
- En línea con la visión que se ha creado para el año 2027, se propone que la industria textil en el Perú tenga los siguientes intereses organizacionales: (a) volumen de producción, (b) reunir a unidades empresariales de todo tamaño, (c) exportaciones, (d) innovación, (e) empleos formales, (f) responsabilidad social, y (g) rentabilidad.
 - A partir de los intereses organizacionales y en línea con la visión, la industria textil en el Perú tiene los siguientes objetivos de largo plazo, a ser alcanzados en el año 2027: (a) las exportaciones de textiles peruanos ascenderán a US\$ 2,555 millones, (b) lograr que más de 1,900 empresas exportadoras de textiles tendrán ventas superiores a los US\$ 100,000, (c) se producirán 75 millones de metros de hilados, con lo que se logrará un incremento anual del 3%; (d) las fibras naturales exportadas representarán el 85% del monto total exportado de fibras, (e) la

inversión en maquinarias y tecnología alcanzará los US\$ 250 millones, (f) el 50% de las unidades empresariales reciclarán el agua para sus procesos productivos, y (f) la tasa de retorno sobre la inversión que obtendrá en promedio la industria textil será 25%.

- Todos estos objetivos de largo plazo y la visión se lograrán mediante la implementación de las estrategias, que se crearon con la Matriz FODA. Luego de varios análisis, se decidió retener las siguientes: (a) penetrar en el mercado alemán con prendas de algodón para caballeros y damas, (b) penetrar en el mercado chileno con prendas de algodón para caballeros, (c) desarrollar prendas apropiadas para distintos climas o estaciones, (d) hacer encadenamientos de productores textiles con retailers que operan en Perú y en la región, (e) obtener acreditación de la sostenibilidad de los procesos productivos / certificaciones de RSE, SST, OHSAS; (f) integrar el sector verticalmente hacia adelante para tener oficina de representación en los principales mercados de destino, y (g) desarrollar la marca Perú para identificar a los productos textiles, asociándola con alta calidad.
- La industria textil en el Perú está conformada fundamentalmente por dos subsectores: el subsector textil propiamente dicho y el subsector de confecciones. Este último resulta ser un subsector bastante atractivo para pequeños emprendedores, pues incursionar en este implica inversión inicial mínima.
- Los pequeños y medianos empresarios de confecciones textiles están ubicados principalmente en la costa del país. Específicamente en Lima, los distritos con mayor presencia de Pymes son La Victoria, Lima, Villa El Salvador y el Callao.
- Las ventajas competitivas que la industria textil puede generar incluyen la puesta en valor de tales técnicas ancestrales, que redundan en una dinámica productiva amigable con el medioambiente, libre de residuos tóxicos. Ventajas que, en mercados caracterizados por su crítica de consumo, son muy valoradas. Las empresas medianas y pequeñas del subsector de confecciones textiles pueden integrarse en un clúster que les permita combinar sus fortalezas, y mejorar sus condiciones de financiamiento e inversión de cara a conquistar nuevos y exigentes mercados, que no resultan prioritarios para la gran empresa.

Con este trabajo de investigación pretendemos nosotros, analizar cómo se proyecta los objetivos y metas, así como poder planear la producción en el sector textil, para así de alguna forma realizar comparaciones en nuestra discusión y catalizar sobre nuestros resultados.

c. **Quiñones, (2017)**, realizó una tesis intitulada: *“Plan de Marketing para la participación de una Asociación de Artesanos Nacionales en Ferias Internacionales, 2016”*, trabajo presentado en la Escuela Académico Profesional de Negocios y Competitividad, de las Facultad de Ingeniería y Negocios, de la Universidad Privada “Norbert Wiener”, para optar el título profesional de licenciada en Administración y Negocios Internacionales, en la que llegó a las siguientes conclusiones:

- Ante la ausencia de conocimientos competitivos y estratégicos a nivel empresarial dentro de los artesanos de Asamil, se ha visto la oportunidad de proponer un plan de Marketing con la finalidad de promover su presencia en ferias internacionales y convertirse en el futuro exportadores de artesanía peruana.
- Mediante la investigación realizada se teorizó la variable correspondiente al plan de marketing, teniendo en cuenta los diferentes aportes que anteceden, el trabajo se desarrolló con la finalidad de abordar una idea adecuada que permita mejorar la situación actual de la empresa.
- En la propuesta se ha diseñado un plan de marketing para la asociación de artesanos Asamil, con la finalidad de posicionarse en el mercado internacional e incrementar sus ventas de artesanía, también de facilitar herramientas de marketing que permitan lograr sus objetivos.
- La propuesta de plan de marketing para la asociación de artesanos Asamil, ha sido guiada por personas expertas y especialistas, tanto en lo teórico como práctico, los mismos que han contribuido en el mejoramiento de dicho plan, procediendo a dar la conformidad de la propuesta de mejora.

De este trabajo de investigación, podremos aprovechar sobre las conclusiones determinadas para realizar comparaciones con nuestros resultados, y realizar una adecuada discusión en el trabajo de investigación emprendida por nosotros los investigadores.

d. Meza, Meza, (2015), presentaron un trabajo de investigación tesis al que le titularon: *“Factores que determinan la competitividad de las micro y pequeñas empresas textiles – confecciones de la Región Junín periodo 2014”* tesis, sustentado para obtener el título profesional de Economista, en la Facultad de Economía de la Universidad Nacional del Centro del Perú, en la que llegaron a determinar las siguientes conclusiones:

- Después de haber realizado la investigación sobre factores que determinan la competitividad de las micro y pequeñas empresas textiles-confecciones de la Región Junín periodo 2014, se ha considerado que la competitividad de la de las micro y pequeñas empresas textiles-confecciones de la Región Junín está en función del nivel educativo del empresario, nivel educativo del trabajador, nivel tecnológico de las maquinarias y equipos e inversión en calidad del producto; investigando que estos factores son lo que determinaron la competitividad de las micro y pequeñas empresas, contrastando la hipótesis si se logra consistencia del modelo de investigación y se determinan los factores detallados a la competitividad de las micro y pequeñas empresas.
- Los resultados se validan con la teoría de la cadena de valor de Michael Porter, el cual señala que la competitividad está en función del nivel educativo del empresario, nivel educativo del trabajador, nivel tecnológico de las maquinarias y equipos e inversión en calidad del producto.
- Respecto a la competitividad: El nivel educativo del empresario de las micro y pequeñas empresas influye a la competitividad de forma positiva; el nivel educativo del trabajador de las micro y pequeñas empresas influye de forma positiva a la competitividad; el nivel tecnológico de las maquinarias y equipos de las micro y pequeñas empresas influye de forma positiva a la competitividad y la inversión en calidad del producto de las micro y pequeñas empresas influye de forma positiva a la competitividad.

Esta tesis, permitirá ver cómo las micro y pequeñas empresas en textiles artesanales, manejan su producción, además con las conclusiones vertidas se podrá realizar comparaciones de nuestros resultados, así como tomar en consideración las

recomendaciones, para poder ver las empresas de textiles en la localidad de Huancavelica.

e. Sucso, (2016), realizó un trabajo de investigación titulado: *“Factores que afectan en la exportación de las empresas del sector textil de la Región de Tacna periodo 2013-2014”*, tesis presentada para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales, en la Universidad Privada de Tacna, y que el investigador llegó a las siguientes conclusiones:

- Se observa que la tendencia de acuerdo a los datos registrados, referente al índice de precio al consumidor, es de carácter variante, tal como se demuestra en la Tabla 3.
- Respecto al tipo de cambio se ha observado una tendencia creciente, debido a que la moneda nacional se ido fortaleciendo respecto al Dólar, esto debido a que se trata de un tipo de cambio flexible.
- Confirma que, las exportaciones, en el periodo 2013 – 2014, ha ido incrementándose en forma creciente, tal como se muestra en la Tabla 5, es decir que los precios internacionales han sido más elevados que los precios internos de la economía nacional.
- Estos indicadores económicos fortalecen la teoría económica relacionada con una política monetaria poca intervención de la política fiscal, demostrándose que este tipo de investigación se ha desarrollado bajo un modelo económico de corte liberal.

f. Caballero, Canchucaja, Miguel, y Paitamala, (2012), presentaron un trabajo de investigación, titulado: *“Plan estratégico del Sector Artesanal de la Región Junín*, trabajo presentado para obtener el grado de magister en Administración Estratégica de Negocios, en la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, quienes arribaron a las siguientes conclusiones:

- El análisis competitivo del sector artesanal de la región Junín revela que actualmente hay deficiencias, entre estas resaltan las siguientes: (a) el crecimiento económico, (b) las exportaciones, (c) la generación de empleo, (d) las habilidades gerenciales y (e) la innovación. A través de la puesta en marcha de este plan estratégico, se pretende elevar la competitividad en todos estos puntos, a fin de

convertir a Junín en una de las cinco primeras provincias del país en exportaciones, diversificación de productos, innovación, formación laboral y generación de competencias o habilidades gerenciales.

- El desarrollo de la ventaja competitiva estará basado en la diferenciación de los productos con alto valor agregado. Esto permitirá al sector mejorar las condiciones desde el presente hasta el año 2021. La evolución del sector artesanal del departamento de Junín se reflejará en los siguientes aspectos: (a) desarrollo de habilidades gerenciales, (b) incorporación de tecnología en la producción, (c) mayor innovación, (d) generación de empleo, (e) productividad, (f) formación laboral, (g) diversificación de la producción, (h) incremento de las exportaciones, e (i) crecimiento económico.
- El sector artesanal del departamento Junín requiere la conformación de clústeres para poder competir exitosamente a nivel nacional e internacional. Esta es la forma de disminuir los costos, acceder a materia prima de calidad y alcanzar volúmenes de producción que permitan atender grandes pedidos. Entre otros beneficios, destaca la diversificación de la oferta, lo que permitirá al sector consolidarse en los mercados y contar con una presencia permanente
- La producción de artesanía en Junín contempla varios rubros, como los mates burilados, los textiles y la cerámica, elaborados en pequeños talleres familiares, sin estándares de calidad ni metas de producción. La tecnología aplicada en el proceso productivo es escasa, y hay una falta generalizada de conocimientos de mercado y habilidades gerenciales.
- El sector se encuentra integrado por productores, distribuidores o comercializadores, y entes gubernamentales. Los productores venden toda la mercadería a acopiadores o distribuidores, lo que restringe el acceso directo a los consumidores y evita que se conozcan los gustos y tendencias del mercado. Al mismo tiempo, el no llegar de manera directa al consumidor final reduce el margen de ganancia, y la capacidad del sector para innovar y desarrollar ventaja competitiva.
- Los objetivos de largo plazo contemplan el incremento en ventas y en exportaciones, así como en el acceso directo a los mercados, lo cual permitirá desarrollar productos acordes a las necesidades de los consumidores y generar ventaja sobre los

competidores. Finalmente, este será el camino para incrementar el desarrollo humano, reflejado en la reducción de la pobreza y el analfabetismo.

- Se implementarán estrategias agresivas con el objetivo de incrementar la participación del sector artesanía de Junín en el mercado mundial. Para esto, se deben crear alianzas estratégicas y obtener el apoyo de entes gubernamentales, centrales y regionales, para ahondar en capacitación y dar acceso a tecnología punta. Hasta el año 2012, esta ayuda no ha sido adecuada para las necesidades del sector, ya que las capacitaciones ofrecidas han sido teóricas y muy breves. Para cerrar la brecha entre los artesanos de Junín y los de otros países, como México, se requiere tecnificar la producción y brindar capacitación en acceso a mercados, comercialización y habilidades gerenciales.
- No hay clústeres desarrollados, aunque la actividad productiva y la concentración geográfica favorecen la conformación de los mismos. La ventaja competitiva se basa en la diferenciación, ya que la elaboración manual agrega valor a los productos, así como el uso de materias primas naturales. Debe reforzarse el comercio justo, el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad social, para que el mercado aprecie los productos como sostenibles.

Este trabajo de investigación, nos ayudará mucho en la ejecución de este trabajo de investigación emprendida, toda vez que sus conclusiones serán de mucha valía para realizar comparaciones con nuestros resultados y poder realizar nuestras discusiones, que nos permitirá afianzar nuestra investigación.

2.1.2. A nivel local

a. Echabaudis, Soto, (2018), Realizaron un trabajo de investigación titulado: *“formalización y gestión empresariales: Caso artesanía textil del distrito de Yauli, Huancavelica, Perú, 2017”* trabajo Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, en la Universidad Nacional de Huancavelica, los que arribaron a las siguientes conclusiones:

- La evidencia empírica ha determinado que la formalización empresarial contribuye de forma positiva y significativa a la gestión empresarial en los artesanos textiles del distrito de Yauli – Huancavelica, periodo 2017. La intensidad de la contribución mediante el coeficiente de rangos de Spearman hallada es

$r_s=0,719$ que se tipifica como positiva media, asimismo la prueba de hipótesis muestra que la relación hallada es significativa y el contraste de significancia asociado es $p=0,0<0,05$. La estimación de la correlación poblacional se ubica al 95% entre los límites IC [0,564 - 0,825]. La prueba de bondad de ajuste muestra que el 0,512 de la variabilidad de la formalización empresarial es explicado por la gestión empresarial. El 26,6% de Artesanos textiles consideran que la gestión empresarial es bajo el 51,6% considera que es medio y el 21,9% considera que es alto; asimismo 29,7% de artesanos consideran que la formalización empresarial es bajo el 51,6% es medio y el 18,8% es alto.

- Se ha determinado que la formalización empresarial en su dimensión formalidad laboral contribuye de forma positiva y significativa a la gestión empresarial en los artesanos textiles del distrito de Yauli – Huancavelica, periodo 2017. La intensidad de la contribución mediante el coeficiente de rangos de Spearman hallada es $r_s=0,634$ que se tipifica como positiva media, asimismo la prueba de hipótesis muestra que la relación hallada es significativa y el contraste de significancia asociado es $p=0,0<0,05$. El 37,5% de Artesanos textiles consideran que la formalidad laboral es bajo el 54,7% considera que es medio y el 7,8% considera que es alto.
- Se ha determinado que la formalización empresarial en su dimensión formalidad laboral contribuye de forma positiva y significativa a la gestión empresarial en los artesanos textiles del distrito de Yauli – Huancavelica, periodo 2017. La intensidad de la contribución mediante el coeficiente de rangos de Spearman hallada es $r_s=0,634$ que se tipifica como positiva media, asimismo la prueba de hipótesis muestra que la relación hallada es significativa y el contraste de significancia asociado es $p=0,0<0,05$. El 31,3% de Artesanos textiles consideran que la formalidad tributaria es bajo el 64,1% considera que es medio y el 4,7% considera que es alto.

b. Mancilla, Silvestre, (2018), realizaron un trabajo de investigación cuyo título es: *“Las micro y pequeñas empresas y la exportación de productos derivados de la fibra de alpaca de la localidad de Huancavelica – 2016”*, trabajo realizado en la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales,

en la Universidad Nacional de Huancavelica, para optar el título de Licenciado en Administración, quienes arribaron a las siguientes conclusiones:

- Los resultados obtenidos han corroborado la existencia de una incidencia positiva significativa entre la Exportación de productos derivados de la fibra de alpaca y las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huancavelica en el año 2016, con una significación bilateral de 0,003 que es inferior a 0,005 o 5% asimismo la correlación identificada fue de 0,537 llegando a ser una correlación positiva media o directamente proporcional.
 - Se logró determinar la existencia de una incidencia positiva y significativa entre la variable micro y pequeñas empresas y la dimensión exportaciones tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016. La correlación r de Pearson identificada es de 0,361 llegando a ser una correlación positiva débil, o directamente proporcional.
 - Se logró determinar la existencia de una incidencia positiva y significativa entre la variable micro y pequeñas empresas y la dimensión exportaciones no tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016. La correlación r de Pearson identificada es de 0,531 llegando a ser una correlación positiva media o directamente proporcional.
 - Se logró determinar la existencia de una incidencia positiva y significativa entre la variable micro y pequeñas empresas y la dimensión exportaciones aprovechando el tratado de libre comercio en el distrito de Huancavelica en el año 2016. La correlación r de Pearson identificada es de 0,340 llegando a ser una correlación positiva débil, o directamente proporcional.
- c. **Cahuana, Jines, (2017)**, presentaron la investigación cuyo título es: *“Las Microfinanzas y el desarrollo económico de las micro y pequeñas empresas textiles del distrito de Yauli - periodo 2015”*, en la Escuela Profesional de Contabilidad de la Facultad de ciencias Empresariales, en la Universidad Nacional de Huancavelica, para optar el título profesional de contador Público, quienes arribaron a las siguientes conclusiones:
- Se ha determinado que las microfinanzas se relacionan de forma positiva y

significativa con el desarrollo económico de las micro y pequeñas empresas textiles del distrito de Yauli-periodo 2015. La intensidad de la relación hallada es de $r=84\%$ que tienen asociado una probabilidad $p.=0,0<0,05$ por lo que dicha relación es positiva y significativa. Se ha determinado en lo referente a las microfinanzas que en el 25,0% de los casos consideran que es malo, el 50,0% de los casos consideran que el nivel es regular y el 25,0% de los casos que el nivel es bueno. Estos resultados implican que la percepción de las micro y pequeñas empresas textiles acerca de las microfinanzas es significativamente regular. En lo referente al desarrollo económico se ha identificado que en el 25.0% de los casos consideran que es bajo, el 37.5% de los casos consideran que el nivel es medio y el 37.5% de los casos que el nivel es alto. Estos resultados implican que la percepción de las micro y pequeñas empresas textiles acerca del desarrollo económico es significativamente buena.

- Se ha determinado el hecho que las microfinanzas en su dimensión sistema financiero se relaciona de forma positiva y significativa con el desarrollo económico de las micro y pequeñas empresas textiles del distrito de Yauli-periodo 2015. La intensidad de la relación hallada es de $r=62\%$ que tienen asociado una probabilidad $p.=0,0<0,05$ 5 por lo que dicha relación es positiva y significativa. Se ha determinado en lo referente al sistema financiero de las micro y pequeñas empresas textiles del distrito de Yauli, observamos que el 18.7% de los casos consideran que es malo, 37.5% de los casos consideran que el nivel es regular y el 43.5% de los casos que el nivel el buena. Estos resultados implican que la percepción de las micro y pequeñas empresas textiles acerca de los servicios financieros es significativamente buena.
- - Se ha determinado el hecho que las microfinanzas en su dimensión endeudamiento financiero se relaciona de forma positiva y significativa con la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas textiles del distrito de Yauli-periodo 2015. La intensidad de la relación hallada es de $r=89\%$ que tienen asociado una probabilidad $p.=0,0<0,05$ por lo que dicha relación es positiva y significativa. Se ha determinado en lo referente a endeudamiento financiero que en el 18,8% de los casos consideran que es malo, el 37,5% de los casos consideran que el nivel es

regular y el 43,8% de los casos que el nivel es bueno. Estos resultados implican que la percepción de las micro y pequeñas empresas textiles acerca del endeudamiento financiero es significativamente buena. En lo referente a la rentabilidad que en el 25.0% de los casos consideran que es bajo, el 31.3% de los casos consideran que el nivel es medio y el 43.8% de los casos que el nivel es alto. Estos resultados implican que la percepción de las micro y pequeñas empresas textiles acerca de la rentabilidad es significativamente alto.

- Se ha determinado el hecho que las microfinanzas se relaciona de forma positiva y significativa con la productividad de las micro y pequeñas empresas textiles del distrito de Yauli-periodo 2015. La intensidad de la relación hallada es de $r=88\%$ que tienen asociado una probabilidad $p.=0,0<0,05$ por lo que dicha relación es positiva y significativa. Se ha determinado en lo referente a las microfinanzas que en el 25,0% de los casos consideran que es malo, el 50,0% de los casos consideran que el nivel es regular y el 25,0% de los casos que el nivel es Buena. Estos resultados implican que la percepción de las micro y pequeñas empresas textiles acerca de las microfinanzas es significativamente regular. En lo referente a la productividad se ha identificado que en el 25.0% de los casos consideran que es bajo, el 31.3% de los casos consideran que el nivel es medio y el 43.8% de los casos que el nivel es alto. Estos resultados implican que la percepción de las micro y pequeñas empresas textiles acerca de la productividad es significativamente alto.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Teorías del valor agregado

Es frecuente escuchar que nuestro país debe dedicar más esfuerzo a los sectores agrícolas para que agreguen más valor a sus productos, pero muchas veces, los que pregonan, no tienen en claro que es lo que significa “valor agregado o añadido”.

El concepto de "valor añadido" o “Valor agregado” busca en pocas palabras, qué el cliente obtenga alguna ventaja adicional. Para una empresa el concepto de valor agregado, tiene un enfoque diferente al valor agregado en los procesos productivos.

Agregando valor percibido de sus productos o servicios para una empresa es una forma de mejorar lo que están ofreciendo, sin necesidad de añadir costes.

Esto hace las comparaciones directas de precios más difíciles para los clientes potenciales, y puede aumentar sus márgenes de beneficio. Tal como lo dijo el profesor Roger Kaufman emérito por la Universidad Estatal de Florida e investigador del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) según su estrategia de Megathinking Planning: “Todo negocio no sólo se debe proponer generar productos y servicios para obtener ganancias económicas sino, que se ofrezca valor agregado para mejorar el entorno de vida de todos los clientes, empleados, comprador final y sociedad en general”.

Lo que trata de decirnos el profesor Kaufman es que más allá de buscar un beneficio económico, las empresas deben hacer cambios en sus procesos productivos tanto de bienes tangibles como de los servicios que ofrezcan y con esto mejorarán el entorno y calidad de vida de todas las personas que están ligadas a la empresa directa e indirectamente.

En cambio, para un producto no agroindustrial, no transformado, agregarle un valor significa procesarlo, eliminar intermediarios o ayudar a la cadena productiva, un paso más desde el inicio de ésta. Desgraciadamente los productores que solo se dedican a fabricar y comercializar la materia prima, están destinados a obtener siempre ingresos limitados y escasos, sin embargo, con el solo hecho de picar la fruta o hacer jugo se incrementa de forma considerable el precio y las ganancias por tal producto.

A continuación, se muestran unos ejemplos claros dónde se ha incorporado valor agregado a la materia prima y no se han sometido a un proceso industrial difícil.

2.2.1.1. La función de la producción

La tesis estudiará la producción de la artesanía textil basada en la teoría que los principales factores de la producción son el capital y el trabajo.

Según la teoría microeconómica las empresas son las encargadas de producir bienes y servicios. Para tales fines, las empresas emplean insumos de producción y factores productivos (capital y trabajo). Este proceso puede ser expresado matemáticamente por medio de las denominadas funciones de producción.

Definición: Función de Producción “Expresión matemática que relaciona insumos productivos con base en una tecnología específica con el objetivo de obtener un bien o servicio”.

En esta función llamaremos tecnología a las diferentes maneras de combinar los factores productivos, dicha función nos dice cuál es el nivel de producción que se puede obtener con la tecnología y la combinación de factores dada.

Definición: Tecnología “Forma funcional utilizada para combinar los factores de producción”. (Chuquimango, 2017, p. 35).

2.2.1.2. El producto medio y el producto marginal

En algunas ocasiones las empresas no pueden variar libremente la utilización de sus factores productivos, es decir, si bien pueden decidir si contratar más o menos trabajadores, es probable que no sea igual de fácil incrementar o reducir la cantidad de capital empleado, o al menos no en un período de tiempo corto.

En tales situaciones, es útil calcular el producto medio o el producto marginal por cada unidad adicional contratada del factor libre, en este caso del trabajo.

Definición: Producto Medio y Producto Marginal “El producto medio equivale a dividir el producto total obtenido dada una combinación de factores y una tecnología por el total de unidades de un factor específico utilizado. El producto marginal es el valor adicional de producción obtenido cuando se incrementa en una unidad un factor de producción”.

2.3. Bases conceptuales

2.3.1. Artesanía Textil

Artesanía textil se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se diferencia del trabajo en serie o industrial. Para que una artesanía sea tal debe ser trabajado a mano y cuanto, menos procesos industriales tengan, más artesanal va a ser. La artesanía es un objeto totalmente cultural, ya que tiene la particularidad de variar dependiendo de la cultura, el paisaje, el clima y la historia del lugar. (Artesanía textil.com).

Además, el arte textil se relaciona fuertemente con los demás elementos de la vida cotidiana de las personas en un territorio. Así, los acontecimientos importantes, los ciclos de producción, el paisaje, la cultura, la ritualidad y cosmovisión, confluyen

en el proceso de confección de las diferentes prendas. A pesar de que por diferentes motivos se ha dejado de usar las vestimentas tradicionales, reemplazadas por la ropa comercial, aún en algunas comunidades no han dejado de tener una valoración que merecen. Usadas en el día a día y en las diferentes fiestas y rituales, están presentes recordándonos, con mucha belleza y creatividad, las vivencias y los elementos de la naturaleza y la vida cotidiana en la cultura andina.

Si bien los tejedores y tejedoras dominan todas las distintas etapas del tejido y se suelen hacer cargo desde el momento inicial de la provisión de la fibra hasta la comercialización de la prenda, existe una especialización a partir de las habilidades de cada uno, por ejemplo, una calidad muy fina de hilado, la preparación del urdido o una técnica especial de tejido. La elección de determinados colores, técnicas y diseños para la confección y decoración de una prenda textil, además de los materiales y su tratamiento, las dimensiones y acabados finales, van a otorgar a la prenda características diferenciadas propias del lugar de producción, del estatus social y económico de su portador, así como de la función, ritual o doméstica, a la que servirán.

La lengua, las fiestas, los rituales y las costumbres identifican a las personas un territorio determinado, y el uso de la vestimenta o de cualquier prenda tradicional es un potente comunicador visual que declara el lugar de origen quien la usa, lográndose identificar incluso el distrito o comunidad específica de proveniencia. A pesar de muchos factores como la migración de la población, ya sea permanente o temporal, la facilidad cada vez mayor para adquirir prendas manufacturadas, el laborioso y lento proceso de preparación de la vestimenta tradicional, la función de la vestimenta tradicional está vigente y estrechamente vinculada a la identidad cultural e históricamente, muchas familias conservan hermosos tejidos y vestimentas como recuerdos de familia, los que son guardados para el uso de parientes en las fiestas tradicionales importantes. Vestir prendas tradicionales implica una total identificación con la cultura local, sea principalmente mestiza es una renovación del sentido de pertenencia a un lugar. Así, por ejemplo, los colores, diseños y técnica empleada en el tejido de una manta bastarán para reconocer el lugar y origen de su usuaria y, con frecuencia, su estado civil.

El arte textil en los Andes de Perú y Bolivia es una expresión cultural que proviene de épocas prehispánicas. Por su alto contenido artístico, es una alternativa para la diversificación y complementación de los ingresos en la economía familiar, basada en actividades agropecuarias, principalmente para las mujeres. (Artesanía textil.com).

Como se puede apreciar la artesanía textil es la actividad que realizan las personas (artesanos), mediante el proceso de tejido a mano casi sin la intervención de máquinas industriales.

Estas actividades están íntimamente ligadas a la cultura de cada ciudadano artesano, que elabora los tejidos, en estricta convivencia con el día a día, respetando y revalorando las costumbres ancestrales, de sus antepasados, pudiendo ser heredados de padres, parientes, etc. Por lo general el artesano textil aprovecha la fibra de alpaca, pudiendo también emplear lana de oveja, como materia primordial, para realizar los tejidos de prendas de vestir, como sus accesorios.

2.3.1.1. Actividad artesanal textil

La indumentaria ha constituido a través de la historia una innegable marca de identidad y de pertenencia a un grupo social o étnico; es un elemento básico para la supervivencia e indicador de identidad y pertenencia. En la vestimenta a través de los colores y las formas se impregna nuestra manera de pensar, de sentir y nuestra historia. Son las diferentes culturas quienes van a dar manifiesto de ello.

El presente trabajo “Caracterización de la producción textil Artesanal” se enfoca en el objetivo de caracterizar la producción textil artesanal para mejorar la calidad de vida de los y las artesanos de la localidad de Huancavelica, así mismo mejorar la posición de tener productos con calidad exportable, en los mercados internacionales.

La artesanía es una actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales, incluso medios mecánicos, siempre en cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y esta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, intrínsecas al bien final ya sea en términos de valor histórico, cultural, utilitario o estético, que cumplen una función social reconocida,

empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción. (Ley N° 29073 Art. 5.)

Aquí podemos distinguir la actividad artesanal de otras actividades, puesto que esta actividad, es una actividad que revaloriza la cultura ancestral, empleando materias primas del medio donde se desenvuelve y preservando en su producción la mayor participación de la mano de obra para darle un mayor valor agregado.

“El desarrollo de la actividad textil” contempla una serie de etapas sucesivas, que van desde la obtención y preparación de las materias primas, siguiendo con el hilado, teñido de las lanas, hasta llegar a la etapa final de tejido. En este proceso intervienen aspectos importantes de la creatividad femenina, que van más allá de la aplicación práctica de los conocimientos técnicos. Eso se manifiesta en la forma particular en que cada artesana selecciona la técnica de tejido que va a utilizar, y a través del modo en que une y combina los distintos diseños y coloridos.” Manual Básico del telar. (Citado por Chuquimango, p. 27)

Aquí podemos ver que la actividad textil sigue una serie de procesos, desde la obtención de la materia prima hasta la actividad textil hecho a mano, estos procesos se inician desde la clasificación, preparación, hilado, teñido, tejido y acabado de cada uno de las prendas de vestir o accesorios (Chullos, guante, chalinaz, ponchos, chompas, etc.).

2.3.1.2. Líneas Artesanales y su clasificación.

Para los efectos de estudio podemos clasificarlos de acuerdo al clasificador nacional de líneas artesanales, las mismas que clasifica en los siguientes:

- a. Trabajos en cueros y pieles
- b. Productos de imajinería
- c. Trabajos en madera
- d. Productos de fibra vegetal
- e. Tapices y alfombra
- f. Trabajos en metales preciosos y no preciosos
- g. Textiles
- h. Sombreros y tacones
- i. Piedra tallada
- j. Vidrio
- k. Muebles
- l. Productos de mate
- m. Trabajos en ceras y parafinas

n. Pinturas estampados y teñidos

o. Otras líneas de productos

(Ley N° 29073).

2.3.1.3. Textiles

Son productos elaborados a partir de la fibra de lana que puede ser fibra de alpaca, lana de oveja, fibra de algodón, o mezclados entre ellos, y estos a la vez se clasifican en:

a. Tejidos a telar horizontal y vertical

b. Tejidos a palitos y ganchillos

c. Tejidos a lanzadera

d. Tejidos a mano.

(Ley N° 29073).

2.3.1.4. Fibras textiles

Materiales compuestos de filamentos, susceptibles de ser utilizados para la elaboración de hilos y su conversión en telas, bien sea mediante tejido o mediante otros procesos físicos o químicos.

2.3.1.5. Fibras naturales

Fibras que se encuentran en la naturaleza y se obtienen de vegetales, minerales y animales. Las fibras vegetales se obtienen de tallos, como el lino y yute; de hojas, como el hinquen y maguey; de frutos, como la fibra de coco; y de semillas como el algodón. Las fibras minerales como las que provienen del amianto y asbesto. Las fibras animales, como la seda y las fibras queratinas obtenidas de la piel de mamíferos que comprenden: lana (vellón de la oveja) y pelos finos (camélidos sudamericanos como alpaca, llama, vicuña y guanaco).

2.3.1.6. Innovación

Para Formichela (2005), la innovación representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad. Según Elser (1992)³ la innovación es “la producción de un nuevo conocimiento tecnológico, diferente de la invención que es la creación de alguna idea científica teórica o concepto que pueda conducir a la innovación cuando se aplica el proceso de producción”. Schumpeter

(1934) definió innovación en un sentido más amplio y consideró los siguientes casos como una innovación.

2.3.1.7. Innovación de la artesanía textil

Es el conjunto de actividades científicas, tecnológicas, financieras y comerciales que permiten: introducir nuevos o mejorados productos en el mercado nacional o extranjero; introducir nuevos o mejorados servicios; implantar nuevos o mejorados procesos productivos o procedimientos; introducir y validar nuevas o mejoradas técnicas de gerencia y sistemas organizacionales con los que se presta atención sanitaria y que se aplican en nuestras fábricas y empresas”. Por tanto, la innovación tecnológica es la que comprende los nuevos productos y procesos y los cambios significativos, desde el punto de vista tecnológico, en productos y procesos. Montoro (2010) afirma que “el dinamismo económico de una región depende de su capacidad de innovación tecnológica, la cual se apoya especialmente en su esfuerzo de inversión en I+D, en su capacidad de adquirir tecnologías, conocimientos, medios y equipos tecnológicos en el exterior, en el capital humano del que se dispone y dedica a la I+D y en el aprovechamiento que hacen sus empresas e instituciones de las oportunidades que ofrece la globalización económica”.

2.3.1.8. Dimensiones de la artesanía.

Para los efectos de estudio podemos clasificar las dimensiones de la artesanía según la Ley N° 29073. Como sigue:

- a. **Artesanía tradicional:** Son los bienes que tienen un uso utilitario o estético y que representan las costumbres y tradiciones de una región determinada. Constituyen, por lo tanto, expresión material de la cultura de comunidades o etnias, y pueden ser:
- b. **Artesanía innovada:** Son bienes que tienen una funcionalidad generalmente de carácter decorativo o utilitario, que está muy influenciado por la tendencia del mercado y pueden ser: Utilitaria y Artística.

2.3.2. Exportaciones

2.3.2.1. Definición y clasificación

Es la salida legal de mercancía nacional o nacionalizada para uso o consumo definitivo en el exterior. La exportación es la actividad más dinámica del país, generadora de empleo; con herramientas para provocar mayor generación de empleo con garantizada responsabilidad social. (Mancilla & Lujan, 2018, p. 30).

Las exportaciones según sus diferentes casos se clasifican en:

a. Según su valor

Menos de US\$ 2000 no son representativos para la estadística nacional, no podrían tener fines comerciales, no necesita intervención de Aduanas. Mayores de US\$ 2000 son considerados con fines comerciales según estadísticas, en ese caso se necesita intervención de Aduanas.

b. Según su periodo:

Exportaciones temporales, son las exportaciones que se realizan solo por un tiempo determinado máximo 12 meses (ferias, exportaciones a consignación, mercancías que no se pueden reparar en el país).

Exportaciones definitivas. Son las exportaciones que se realizan con la finalidad de consumirlo o utilizarlo en venta definitivo.

c. Según su libertad:

Prohibidas: productos que atenta contra la seguridad nacional, contra el patrimonio cultural y contra la flora y fauna silvestre nacional.

Restringidas: para exportar estos productos se necesita una autorización previa de las entidades rectoras o quienes sean responsables del manejo.

Libres: son los productos que se exportan con toda libertad, solo que cumplan los requisitos exigidos por aduanas.

d. Según su origen sectorial:

Son los productos como textiles, agroindustriales, minería, artesanía, productos hidrobiológicos etc.

e. Según sus beneficios:

Drack Back simplificado, devolución de impuestos por pertenecer a convenios con otros países. (Las notas de crédito no negociables no ofrecen beneficios). (Mancilla & Lujan, 2018, p. 31).

2.3.2.2.Importancia de las Exportaciones

La importancia de las exportaciones se da por:

- a. Ser fuente de generación de divisas que el país necesita para financiar sus importaciones.
- b. Contribuyen al crecimiento económico, creando industrias y generando empleo.
- c. Permite aprovechar las ventajas competitivas de los países-

- d. Permiten la innovación tecnológica
- e. Propician la competitividad internacional
- f. Pretender satisfacer la necesidad que tienen las empresas de otros países con mayores números de habitantes y mejor poder adquisitivo.
- g. Permite la presencia comercial internacional
- h. Permite incrementar las ventas
- i. Los jefes económicos de los grupos políticos coinciden en sus propuestas en incrementar las exportaciones con valor agregado (exportaciones no tradicionales).

2.3.2.3. Exportaciones Tradicionales

Están definidas mediante una normatividad legal que dice: “Las exportaciones tradicionales incluyen básicamente productos mineros, agrícolas, hidrocarburos y harina de pescado” (Decreto Supremo, 1992)

A nivel internacional las exportaciones se llegan a clasificar en dos grandes grupos: las exportaciones tradicionales y no tradicionales. (Ricaldi, 2003).

“Productos de exportación tradicional, son aquellos productos de materia prima con poco valor agregado y cuya cotización se fija en los mercados mundiales; las dos terceras partes de nuestras exportaciones están compuestas por éstas” (p.32)

2.3.2.4. Exportaciones no tradicionales

La normativa emitida por el Ministerio de economía y finanzas define “como exportaciones no tradicionales las demás partidas arancelarias no señaladas en esa norma y son producto que tienden a tener un mayor valor agregado”. (Decreto supremo, 1992).

De igual manera (Ricaldi, 2003) nos indica que la exportación de los productos no tradicionales la define de la siguiente manera: “productos de exportación no tradicional, son productos con mayor valor agregado que los tradicionales y los que menos exporta el Perú, representa sólo un tercio del total de exportaciones”, (p. 32).

2.3.3. Oportunidades de negocio con tratado de libre comercio TLC.

(Lira, 2009, p. 7) indica que las mypes y el tratado de libre comercio pueden tener la oportunidad de intercambiar lazos comerciales, y define de la siguiente manera:

El tratado de libre comercio entre Perú y Estados Unidos de Norteamérica ha creado oportunidades exportadoras para las micro y pequeñas empresas peruanas

(MYPEs). Para que las MYPEs puedan competir como exportadores directos o como parte de una cadena de exportación, deberán contar con las herramientas básicas que les permitan desarrollarse y formar parte de la economía formal del Perú. Uno de los países que ha contribuido en primer lugar fue Estados Unidos de Norteamérica, a donde se exportó productos no tradicionales, gracias al tratado de libre comercio que existe con dicho país, el tratado con dicho país nos permite a su vez actualizar con maquinaria de punta, lo que contribuye a que podamos competir con empresas similares de nuestro país y de otras regiones del mundo.

Como se podrá apreciar existen oportunidades de negocio con el exterior, habiendo tratados firmados, sobre todo para los productos no tradicionales, en ella podrá negociar nuestros conciudadanos que producen bienes no tradicionales, caso la artesanía textil.

2.3.4. Producción de fibra de alpaca.

Los reportes no son nada alentadores Para los países sudamericanos, Australia es uno de los países que viene otorgando mayores presupuestos para la mejora genética de los camélidos sudamericanos así nos indica: (Agronomes, 2016, p. 4), Actualmente Perú, Bolivia y Australia, en ese orden, son los principales países productores de alpacas. Pero en el caso de fibra Australia supera ya a Bolivia en la producción total de fibra por año, pues la productividad de cada alpaca en Australia alcanza en promedio a 7 libras mientras en Bolivia el promedio es de 4,5 libras, por alpaca.

Aquí podemos ver que la producción de fibra en el Perú, aún no es tan buena a comparación de los países productores y criadores de alpaca.

2.4. Definición de términos

a. Artesano

Entiéndase por artesano a la persona que se dedica a la elaboración de objetos que reúnan las características establecidas en el artículo 5, y que desarrolle una o más de las actividades señaladas en el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales.

b. Artesanía

Entiéndase por artesanía a la actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y esta continúe

siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, intrínsecas al bien final ya sea en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético, que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción.

c. Capacidad de Respuesta

Es una habilidad desarrollada en nuestra formación educativa, enfocándonos principalmente en el hablar y el escuchar hacia las personas.

d. Exportaciones tradicionales

Son las exportaciones que históricamente se venían realizando de aquellos bienes que contienen un ínfimo valor agregado respecto a su materia prima de origen.

e. Exportaciones no tradicionales

Son aquellas no considerados en la relación de productos tradicionales, están constituidos por exportación de productos relativamente nuevos en las transacciones de exportación del país y que han sufrido un proceso de transformación y están constituidos por bienes manufacturados, cuyos precios registran una menor fluctuación que en las materias primas.

f. Fibra de alpaca

Es el pelo que cubre a la alpaca (Lama pacos), comúnmente conocido como lana.

g. Satisfacción

Es un estado del cerebro producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones compensan su potencial energético, dando la sensación de plenitud e inapetencia extrema.

h. Sector Textil

Son las actividades que aglutina a los productos textiles, así como aquellas que confeccionan artículos textiles, excepto prendas de vestir, tales como: tapices, alfombras, chompas, redes cuerdas, entre otros.

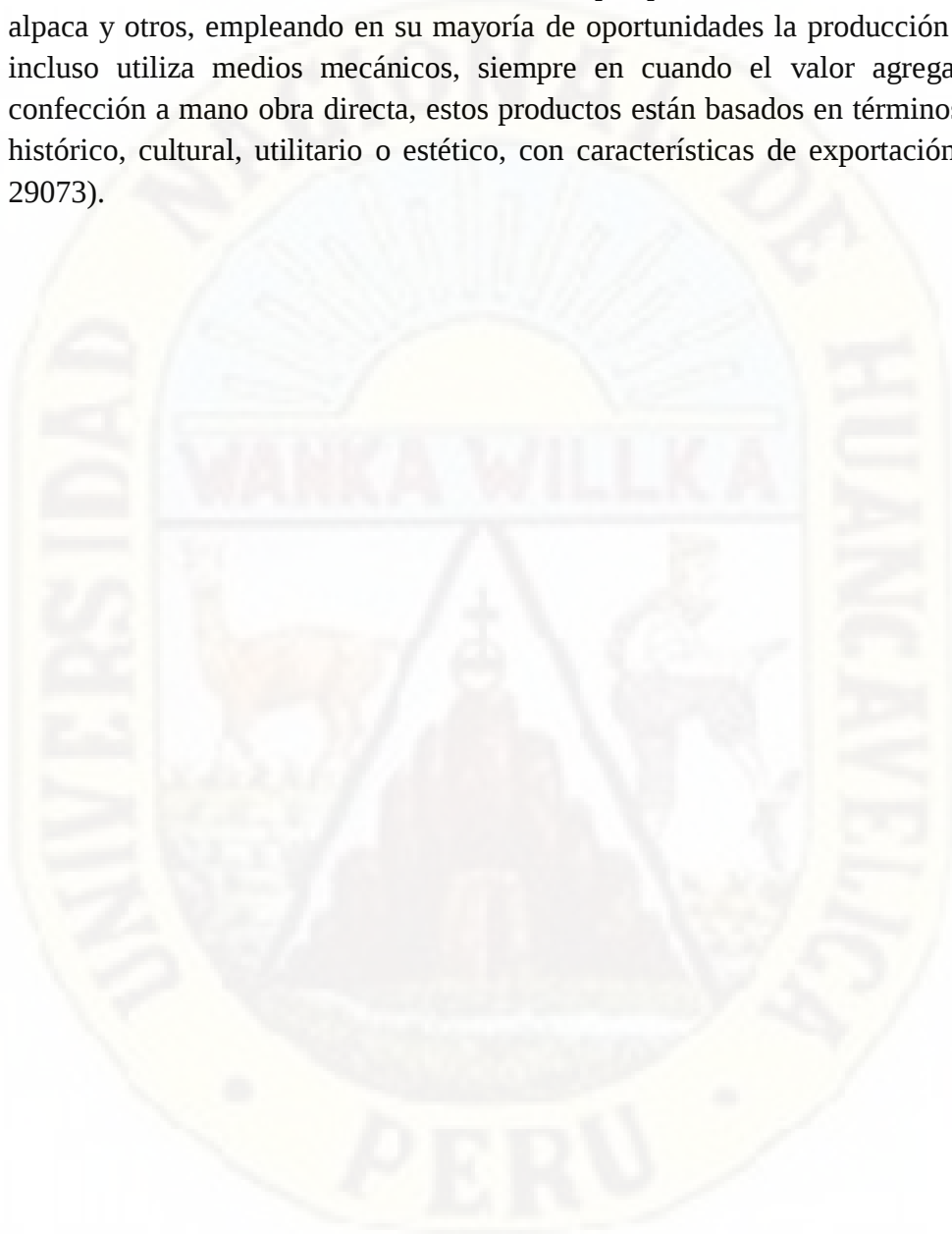
i. Servicio

Es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente o consumidor.

2.5. Variables

Variable de estudio: Producción Textil Artesanal con Calidad de Exportación

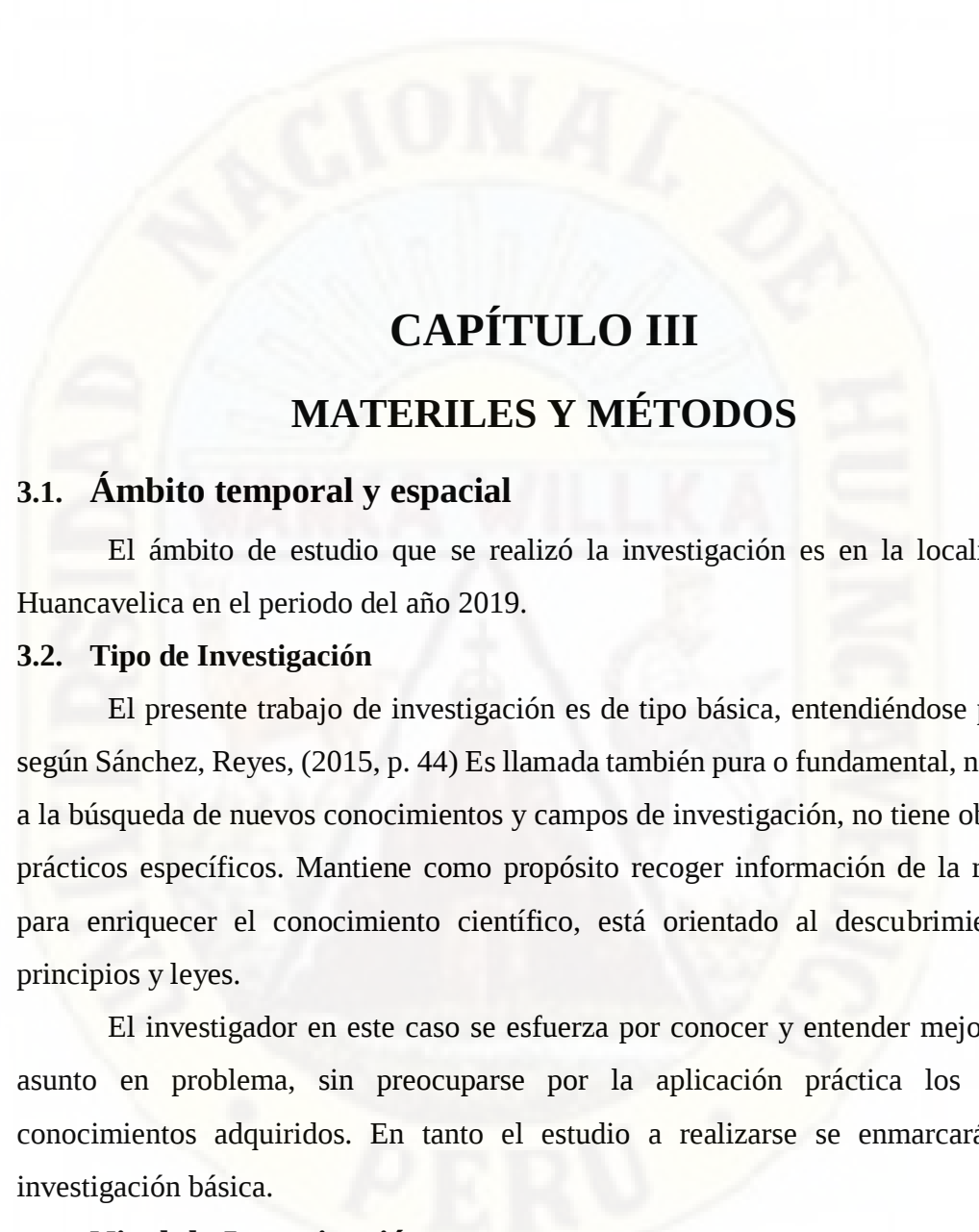
Son las actividades económicas y culturales de creación de bienes textiles, así como la confeccionan artículos textiles, excepto prendas de vestir, a base fibra de alpaca y otros, empleando en su mayoría de oportunidades la producción manual, e incluso utiliza medios mecánicos, siempre en cuando el valor agregado sea la confección a mano obra directa, estos productos están basados en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético, con características de exportación. (Ley N° 29073).



ANEXO N° 2

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE: Producción textil artesanal con calidad de Exportación (Ley N° 29073; 2007)	Son las actividades económicas y culturales de creación de bienes textiles, así como la confeccionan artículos textiles, excepto prendas de vestir, a base fibra de alpaca y otros, empleando en su mayoría de oportunidades la producción manual, e incluso utiliza medios mecánicos, siempre en cuando el valor agregado sea la confección a mano obra directa, estos productos están basados en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético, con características de exportación. (Ley N° 29073; 2007)	Es actividad económica, cultural que genera bienes textiles, a base de fibra de alpaca y otros, cuyo valor agregado es la elaboración a mano obra directa, cuyos componentes son: Artesanía tradicional, artesanía innovada, exportación no tradicional, exportación directa, exportación indirecta.	1.1: Artesanía tradicional 1.2: Artesanía innovada 1.3: Exportación no tradicional 1.4: Exportación directa, 1.5: Exportación indirecta	- Cantidad de producción Utilitaria - Cantidad de producción Artística - Cantidad de producción Utilitaria - Cantidad de producción Artística - Cantidad de Contratos de distribución - Cantidad de exportación directa -Cantidad de exportación indirecta



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Ámbito temporal y espacial

El ámbito de estudio que se realizó la investigación es en la localidad de Huancavelica en el periodo del año 2019.

3.2. Tipo de Investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo básica, entendiéndose por ella según Sánchez, Reyes, (2015, p. 44) Es llamada también pura o fundamental, nos lleva a la búsqueda de nuevos conocimientos y campos de investigación, no tiene objetivos prácticos específicos. Mantiene como propósito recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento científico, está orientado al descubrimiento de principios y leyes.

El investigador en este caso se esfuerza por conocer y entender mejor algún asunto en problema, sin preocuparse por la aplicación práctica los nuevos conocimientos adquiridos. En tanto el estudio a realizarse se enmarcará a ser investigación básica.

3.3. Nivel de Investigación

El nivel de la presente investigación es de carácter Descriptivo.

La investigación descriptiva Según Gonzáles, Oseda, Ramirez y Gave, (2011, p. 142) Es también conocida como la investigación estadística, se describen los datos

y características de la población o fenómeno en estudio. Este nivel de investigación responde a las preguntas: ¿quién?, ¿qué?, ¿Dónde?, ¿Cuándo? y ¿cómo?

Por otro lado, las investigaciones descriptivas según Sánchez y Reyes, (2015, p. 49) consiste fundamentalmente en describir un fenómeno o situación mediante el estudio del mismo en una circunstancia temporo -espacial determinada. Son las investigaciones que tratan de recoger información sobre el estado actual del fenómeno.

3.4. Población, Muestra, Muestreo

3.4.1. Población

Asumiendo la definición de (German Ccanto, 2010), se llama población al conjunto de individuos que tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo.

Para esta investigación, la población está constituida por los productores de las 60 asociaciones textiles artesanales de la localidad de Huancavelica del periodo 2019

3.4.2. Muestra

Respecto a la muestra (German Ccanto, 2010) es el conjunto de casos extraídos de una población, seleccionados por un método de muestreo. Asimismo (Sampieri, 2010) pone énfasis en el hecho que la muestra puede ser un subconjunto de la población o un sub conjunto propio, que tienen las mismas propiedades de la población y fundamentalmente las muestras deben ser representativas en su tamaño respecto a la población, en ese sentido se tomara como muestra a toda la población.

Para nuestra investigación hemos utilizado como muestra a los productores artesanales de las 60 asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019.

3.4.3. Muestreo

De acuerdo con (Meléndez, 2011) el muestreo es la técnica para elegir los sujetos de la muestra. Así pues, de acuerdo a la estructura poblacional y de la muestra se eligió como método de muestreo no probabilístico. Al que se le denomina *muestreo censal* fundamentalmente por el reducido tamaño de la muestra.

3.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

De acuerdo con (Bunge, 2002) citado por (Méndez, 2001, pág. 111) “las técnicas dependen de la naturaleza del conocimiento disponible, de los requisitos o exigencias de precisión, así como de la inteligencia y la habilidad del investigador encargado de aplicar la técnica”.

De esta manera se entiende técnica de investigación al conjunto de procedimientos coherentes con el hecho estudiado y con los recursos disponibles, conducente a la generación de información pertinente para la investigación, los que se emplearán:

De investigación documental, los que nos permitirá indagar sobre los aspectos teóricos y conocimiento, utilizando los instrumentos como los libros sobre artesanías textiles, normas y reglamentos sobre artesanías textiles, textos sobre calidad de exportable.

Fichaje, los que nos permitirá seleccionar los textos referentes a los temas a tratarse, para hacer las citas correspondientes.

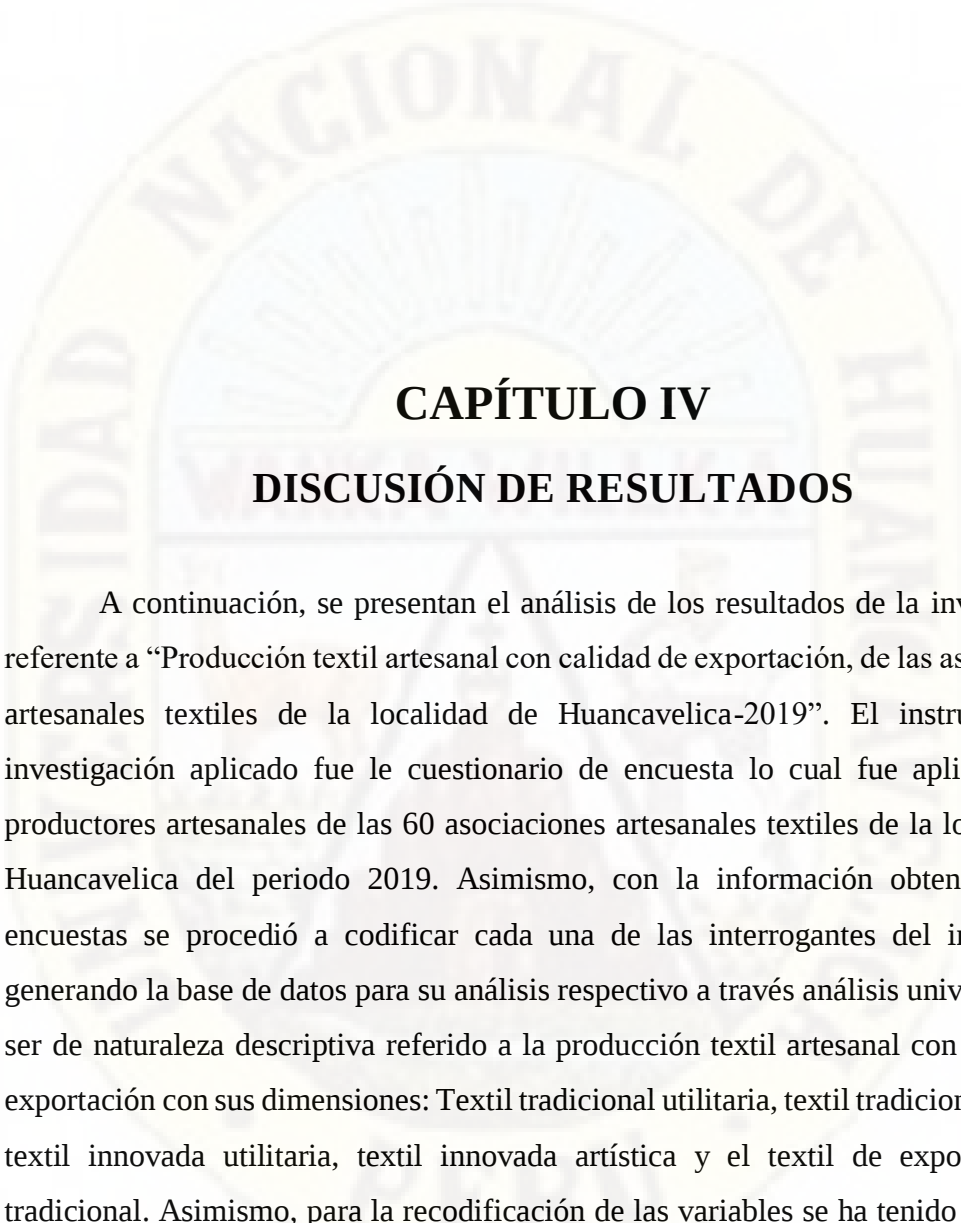
De investigación de campo, las fichas de observación, el cuestionario de encuesta.

En esta investigación hemos recurridos a las técnicas de Fichaje, así como la encuesta.

3.6. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

El procesamiento de datos se realizó de acuerdo a la estructura de los instrumentos de medición, así como softwares estadísticos, se procesó con la herramienta de apoyo el programa IBM SPSS Versión 26, luego se usó los elementos de la estadística descriptiva como son:

- Medidas de tendencia central: media, mediana, moda.
- Medidas de dispersión: desviación estándar.
- Tablas de frecuencia simple y doble entrada.
- Diagramas de barras y sectores.



CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A continuación, se presentan el análisis de los resultados de la investigación referente a “Producción textil artesanal con calidad de exportación, de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica-2019”. El instrumento de investigación aplicado fue el cuestionario de encuesta lo cual fue aplicada a los productores artesanales de las 60 asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019. Asimismo, con la información obtenida de las encuestas se procedió a codificar cada una de las interrogantes del instrumento generando la base de datos para su análisis respectivo a través análisis univariante por ser de naturaleza descriptiva referido a la producción textil artesanal con calidad de exportación con sus dimensiones: Textil tradicional utilitaria, textil tradicional artística, textil innovada utilitaria, textil innovada artística y el textil de exportación no tradicional. Asimismo, para la recodificación de las variables se ha tenido el nivel de medición de las variables que se tipifica como tipo encuesta. Posteriormente la información obtenida con los instrumentos fue procesado a través de las técnicas de la estadística descriptiva (tablas de frecuencia simple, diagrama de barras, diagrama, apiladas, diagrama de sectores) cabe precisar que la investigación no presenta hipótesis por lo tanto tan solo se realizara el análisis descriptivo de acuerdo alcance de la

investigación y los objetivos planteados. Finalmente es importante precisar que, para tener fiabilidad en los cálculos de los resultados, se procesó con la herramienta de apoyo el programa IBM SPSS Versión 26. Con lo cual se contrastó la veracidad de los resultados, además la redacción estuvo orientada por las normas del estilo APA séptima edición.

4.1. Análisis de información

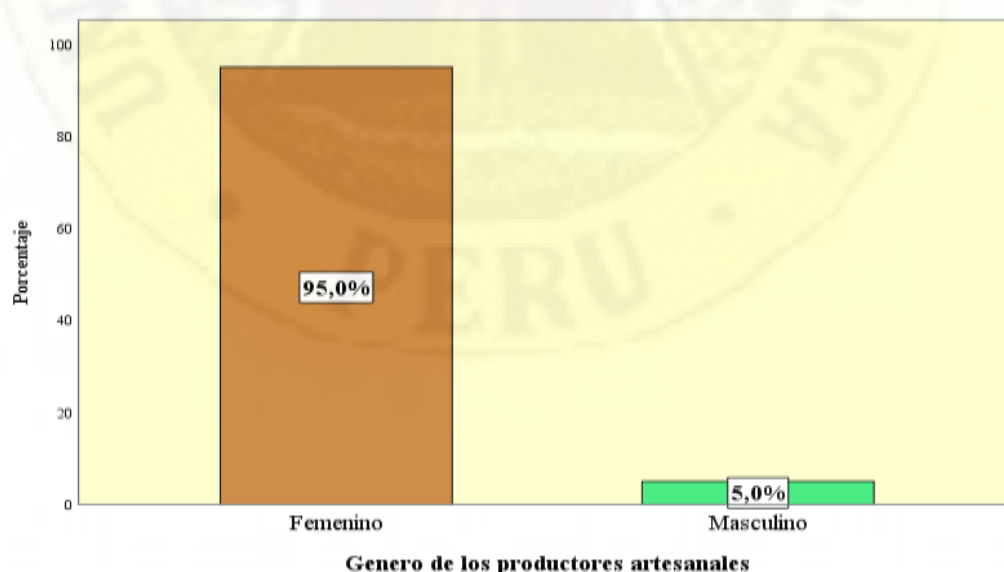
- **Datos generales de los productores artesanales**

Tabla 1. Género de los productores artesanales

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	57	95,0
Masculino	3	5,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 1. Diagrama del género de los productores artesanales



Fuente: Tabla 1.

De la Tabla 1 y Figura 1 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 57 (95,0%) productores son de género femenino, 3 (5,0%) productores son de sexo femenino del total de encuestados.

Tabla 2.

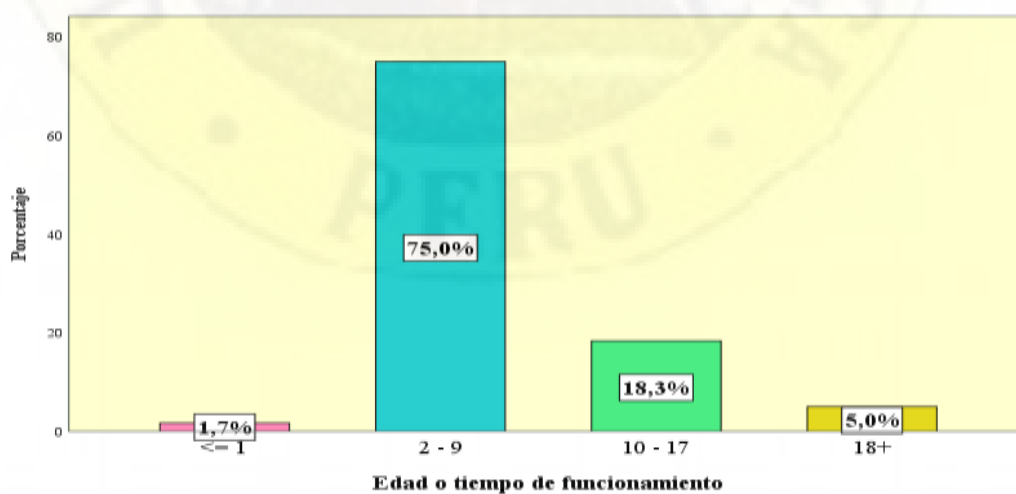
Edad o tiempo de funcionamiento

Tiempo (años)	Frecuencia	Porcentaje
<= 1	1	1,7
2 - 9	45	75,0
10 - 17	11	18,3
18+	3	5,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 2.

Diagrama del tiempo de funcionamiento



Fuente: Tabla 2.

De la Tabla 2 y Figura 2 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 1 (1,7%) productores artesanales tienen edades menores de 1 año, 45 (75,0%) tienen entre 2-9 años, 11 (18,3%) tienen edades entre 10-17 años y 3 (5,0%) tienen edades de 18 a más años del total de encuestados.

Tabla 3.

¿La asociación que Ud. Dirige está inscrita en registros públicos?

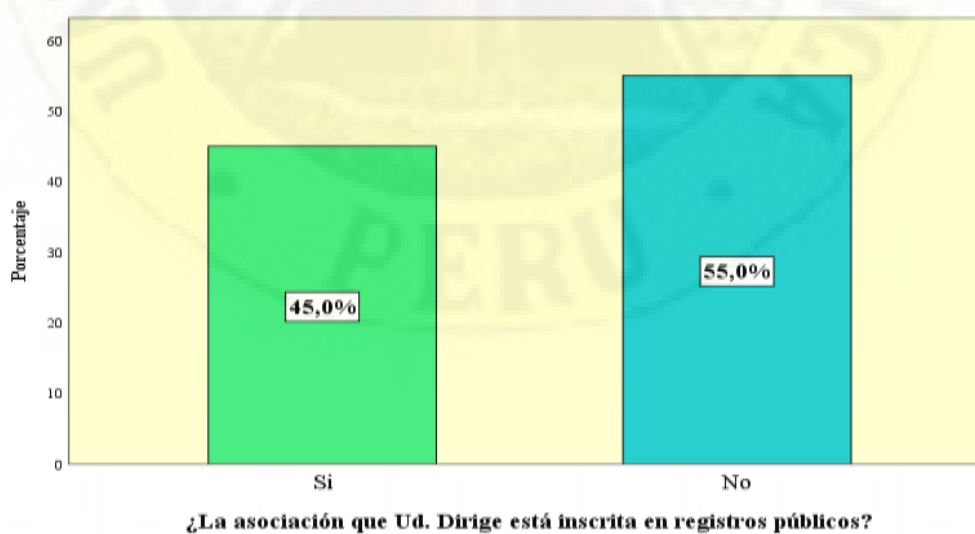
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	45,0
No	33	55,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Elaboración propia

Figura 3.

Diagrama a la interrogante están inscritos en registros públicos



Fuente: Tabla 3.

De la Tabla 3 y Figura 3 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 25 (41,7%) productores artesanales afirmar que si están inscritas en registro públicos y 33 (55,0) mencionan que del total de encuestados.

Tabla 4.

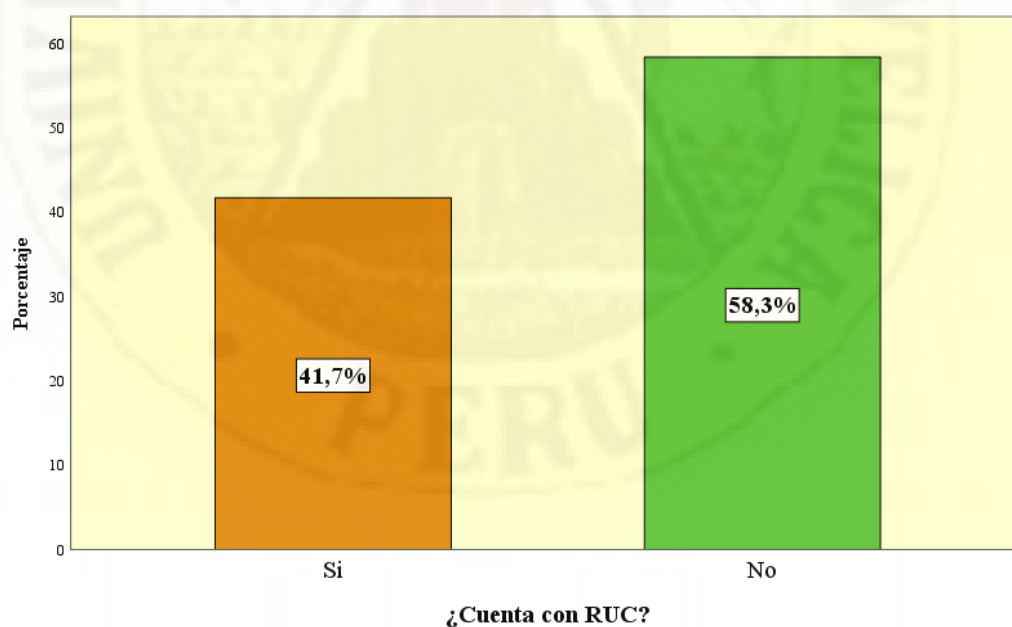
¿Cuenta con RUC?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	41,7
No	35	58,3
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 4.

¿Cuenta con RUC?



Fuente: Tabla 4.

De la Tabla 4 y Figura 4 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 25 (41,7%) productores artesanales afirmar que si cuentan con RUC y 35 (58,3%) mencionan que no del total de encuestados.

Tabla 5.

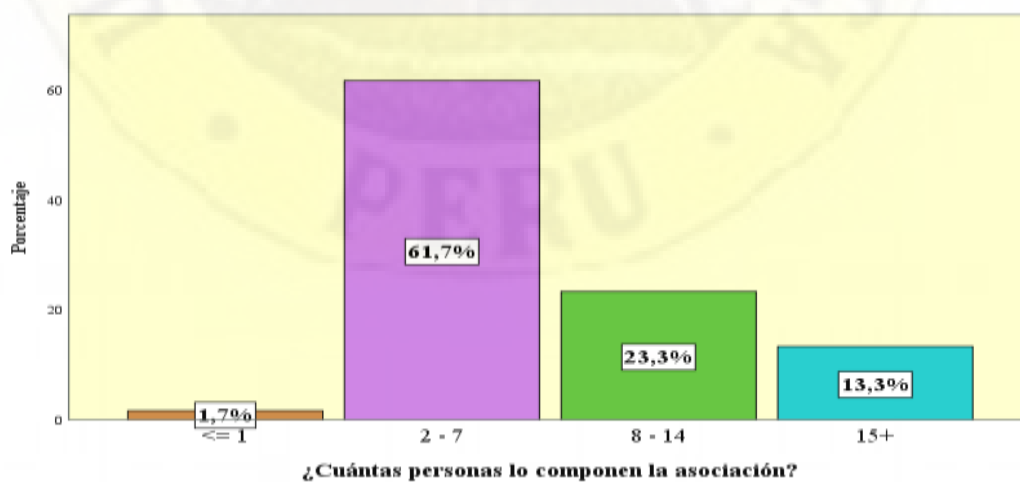
¿Cuántas personas lo componen la asociación? (Agrupada)

Número de personas	Frecuencia	Porcentaje
<= 1	1	1,7
2 - 7	37	61,7
8 - 14	14	23,3
15+	8	13,3
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 5.

Diagrama de las personas lo componen la asociación



Fuente: Tabla 5.

De la Tabla 5 y Figura 5 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 1 (1,7%) productores artesanales lo componen menos de una persona, 37 (61,7%) tienen entre 2-7 personas, 14 (23,3%) lo componen 8-14 personas y 8 (13,3%) lo componen más de 15 personas del total de encuestados.

Tabla 6.

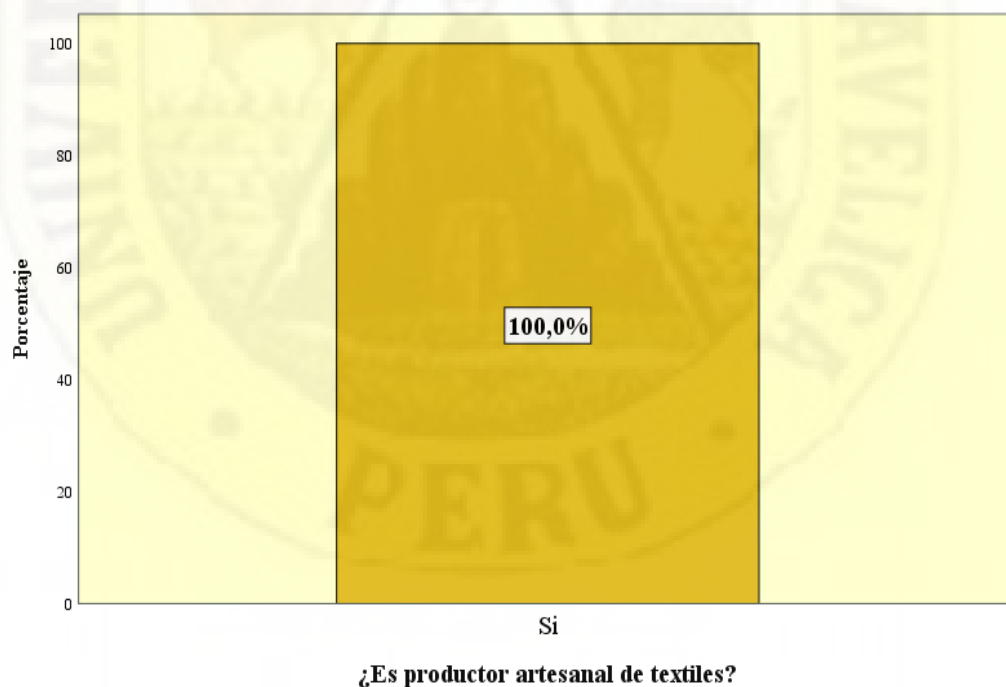
¿Es productor artesanal de textiles?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 6.

¿Es productor artesanal de textiles?



Fuente: Tabla 6.

De la Tabla 6 y Figura 6 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 60 (100,0%) productores artesanales mencionan que son productores artesanales del total de encuestados.

4.1.1. Análisis univariada

4.1.1.1. Análisis de la variable producción textil artesanal con calidad de exportación

4.1.1.1.1. Análisis de la dimensión textil tradicional utilitaria

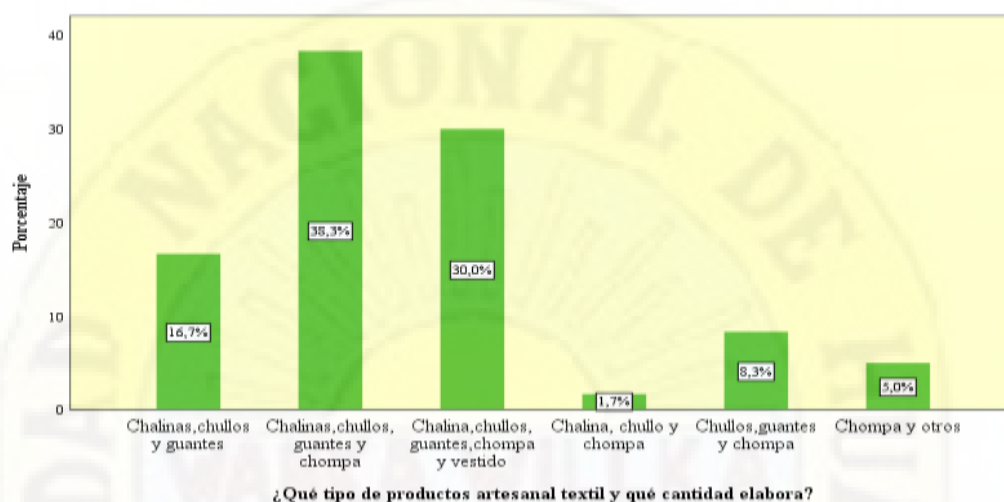
Tabla 7. ¿Qué tipo de productos artesanal textil y qué cantidad elabora?

Productos artesanales textil	Frecuencia	Porcentaje
Chalinas, chullos y guantes	10	16,7
Chalinas, chullos, guantes y chompa	23	38,3
Chalina, chullos, guantes, chompa y vestido	18	30,0
Chalina, chullo y chompa	1	1,7
Chalina, guantes y chompa	5	8,3
Chompa y otros	3	5,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 7.

¿Qué tipo de productos artesanal textil y qué cantidad elabora?



Fuente: Tabla 7.

De la Tabla 7 y Figura 7 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 10 (16,7%) productores artesanales mencionan que producen chalinas, chullos y guantes, 23(38,3%) productores artesanales mencionan que producen chalinas, chullos, guantes y chompa, 18(30,0%) productores artesanales mencionan que producen chalinas, chullos, guantes, chompa y vestido y 1 (1,7%) productores artesanales mencionan que producen chalinas, chullos y chompa, 5 (8,3%) mencionan que producen chullos guantes y chompa y 3 (5,0%) producen chompa y otros del total de encuestados.

Tabla 8.

¿Qué cantidad máxima de productos elabora?

Cantidad máxima de productos	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 50	38	63,3
51 a 100	2	3,3

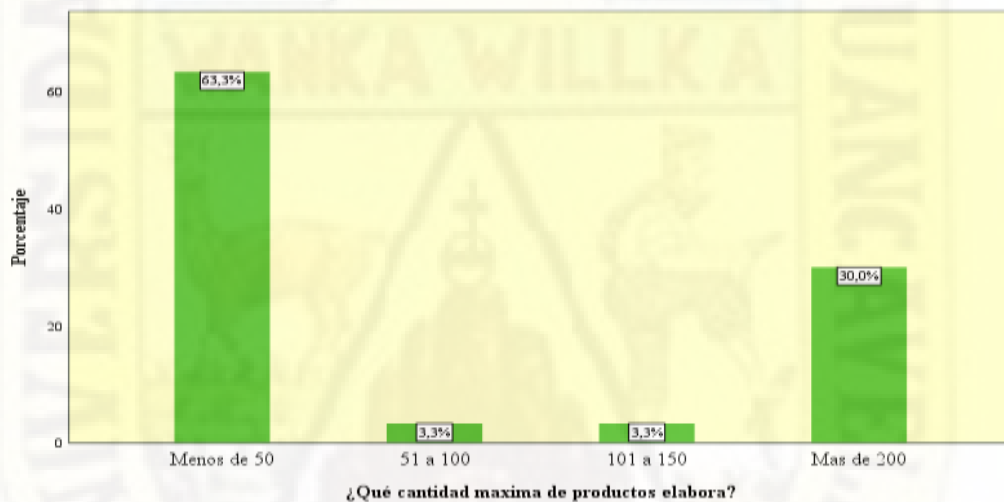
101 a 150	2	3,3
Mas de 200	18	30,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Elaboración propia

Figura 8.

¿Qué cantidad máxima de productos elabora?



Fuente: Tabla 8.

De la Tabla 8 y Figura 8 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 38 (63,3%) productores artesanales mencionan que producen menos de 50, 2 (3,3%) productores artesanales mencionan que producen entre 51 a 100, 2 (3,3%) productores artesanales mencionan que producen entre 101 a 150 productos y 18 (30,0%) productores artesanales mencionan que producen más de 200 productos del total de encuestados.

Tabla 9.

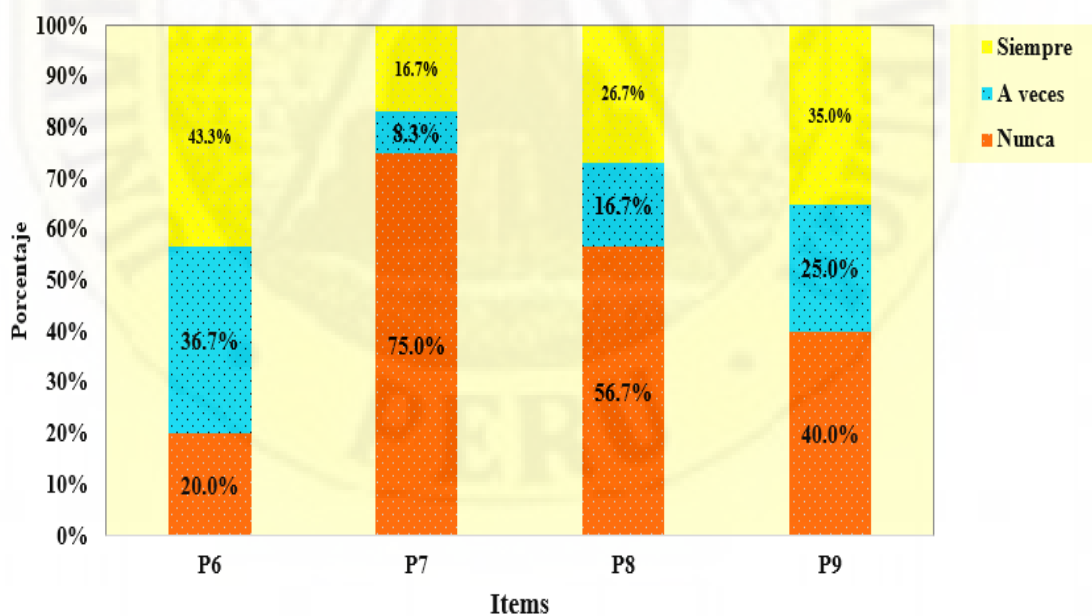
Resultados de los ítems del instrumento sobre el reconocimiento dimensión textil tradicional utilitaria

Items	Nunca		A veces		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
P6	12	20,0	22	36,7	26	43,3	60	100,0
P7	45	75,0	5	8,3	10	16,7	60	100,0
P8	34	56,7	10	16,7	16	26,7	60	100,0
P9	24	40,0	15	25,0	21	35,0	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 9.

Diagrama de los ítems del instrumento sobre el reconocimiento dimensión textil tradicional utilitaria



Fuente: Tabla 9.

Se procede a describir los resultados ítems por ítems de la aplicación del instrumento de medición:

[P6] ¿La asociación tienen como objetivo internacionalizar sus productos?, el 20,0% (12) de los encuestados artesanales mencionan que nunca tienen como objetivo internacionalizar sus productos, el 36,7% (22) de los encuestados artesanales mencionan que a veces tienen como objetivo internacionalizar sus productos y el 36,7% (26) de los encuestados artesanales mencionan que siempre tiene como objetivo internacionalizar sus productos del, total de encuestados.

[P7] ¿La asociación exporta sus productos?, el 75,0% (45) de los encuestados artesanales mencionan que la asociación nunca exporta sus productos, el 8,3% (5) de los encuestados artesanales mencionan que la asociación a veces exporta sus productos y el 16,7% (10) de los encuestados artesanales mencionan que la asociación siempre exporta sus productos, del total de encuestados.

[P8] ¿Para la exportación de sus productos utiliza intermediarios?, el 56,7% (34) de los encuestados artesanales mencionan que nunca utilizan intermediario para la exportación sus productos, el 16,7% (10) la categoría a veces con el mismo porcentaje y el 26,7% (16) de los encuestados artesanales mencionan que siempre utilizan intermediario para la exportación sus productos, de total de encuestados.

[P9] ¿La asociación ha definido sus expectativas de exportación dentro de los próximos 2 años?, el 24,0% (24) de los encuestados artesanales mencionan que nunca han definido sus expectativas de exportación, el 25,0% (15) de los encuestados artesanales mencionan que a veces han definido sus expectativas de exportación y el 35,0% (21) de los encuestados artesanales mencionan que siempre han definido sus expectativas de exportación dentro de los próximos 2 años, del total de encuestados.

Tabla 10.

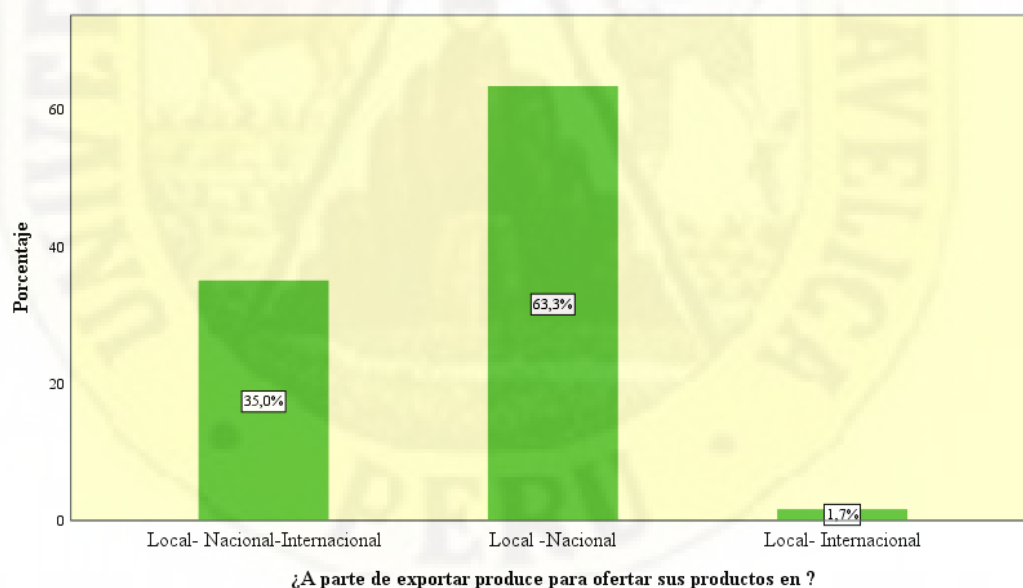
¿A parte de exportar produce para ofertar sus productos en?

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Local- Nacional-Internacional	21	35,0
Local -Nacional	38	63,3
Local- Internacional	1	1,7
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 10.

¿A parte de exportar produce para ofertar sus productos en?



Fuente: Tabla 10.

De la Tabla 10 y Figura 10 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 21 (35,0%) productores artesanales mencionan que producen sus productos para

ofertarlos a nivel local- nacional e internacional, 38 (63,3%) productores artesanales mencionan que producen sus productos para ofertarlos a nivel local- nacional, 1 (1,7%) productores artesanales que producen sus productos para ofertarlos a nivel local- internacional, del total de encuestados.

Tabla 11.

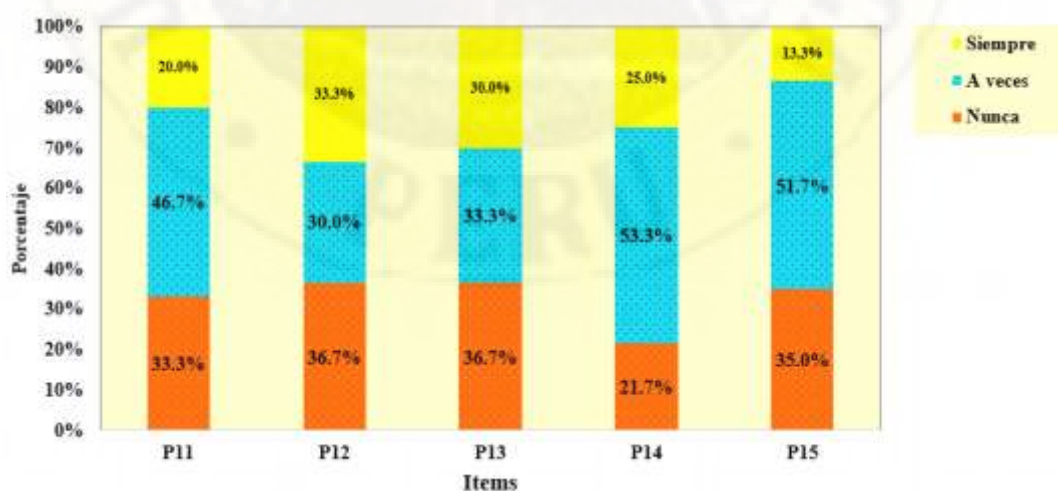
Resultado de los ítems del instrumento

Ítems	Nunca		A veces		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
P11	20	33,3	28	46,7	12	20,0	60	100,0
P12	22	36,7	18	30,0	20	33,3	60	100,0
P13	22	36,7	20	33,3	18	30,0	60	100,0
P14	13	21,7	32	53,3	15	25,0	60	100,0
P15	21	35,0	31	51,7	8	13,3	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 11.

Diagrama de los ítems del instrumento



Fuente: Tabla 11.

Se procede a describir los resultados ítems por ítems de la aplicación del instrumento de medición:

[P11] ¿Conoce en forma clara el concepto del negocio dentro del mercado internacional?, el 33,3% (20) de los encuestados artesanales mencionan que nunca lo tienen en forma clara el concepto del negocio dentro del mercado internacional, el 46,7% (28) de los encuestados artesanales mencionan que a veces lo tienen en forma clara el concepto del negocio dentro del mercado internacional y el 46,7% (12) de los encuestados artesanales mencionan que siempre tiene lo tienen en forma clara el concepto del negocio dentro del mercado internacional del, total de encuestados.

[P12] ¿Hace seguimiento de su portafolio de productos, para determinar los más vendidos ó los que presentan dificultades comerciales?, el 36,7% (22) de los encuestados artesanales mencionan que la asociación nunca hace seguimiento de su portafolio de productos, el 30,0% (18) de los encuestados artesanales mencionan que la asociación a veces hacen seguimiento de su portafolio de productos y el 33,3% (20) de los encuestados artesanales mencionan que la asociación siempre hacen seguimiento de su portafolio de productos, del total de encuestados.

[P13] ¿Cuenta con un producto que se vende con éxito en el mercado nacional?, el 36,7% (22) de los encuestados artesanales mencionan que nunca cuenta con un producto que se vende con éxito en el mercado nacional, el 33,3% (20) de los encuestados artesanales mencionan que a veces cuenta con un producto que se vende con éxito en el mercado nacional y el 30,0% (18) de los encuestados artesanales mencionan que siempre cuenta con un producto que se vende con éxito en el mercado nacional, de total de encuestados.

[P14] ¿Conoce las normas técnicas, de calidad, envase, embalaje, o preferencia del consumidor del producto?, el 21,7% (13) de los encuestados artesanales mencionan que nunca conoce las normas técnicas, el 53,3% (32) de los encuestados artesanales mencionan que a veces conoce las normas técnicas y el 25,0% (15) de los encuestados artesanales mencionan que siempre conoce las normas técnicas, del total de encuestados.

[P15] ¿Cuenta con sistema de gestión de calidad para la producción de sus productos en el mercado internacional?, el 35,0% (21) de los encuestados artesanales mencionan que nunca han contado con sistema de gestión de calidad para la producción de sus productos en el mercado internacional, el 51,7% (31) de los encuestados artesanales mencionan que a veces han contado con sistema de gestión de calidad para la producción de sus productos en el mercado internacional y el 13,3% (8) de los encuestados artesanales mencionan que siempre han contado con sistema de gestión de calidad para la producción de sus productos en el mercado internacional, del total de encuestados.

Tabla 12.

Si la respuesta es afirmativa ¿Realiza Ud. Control de niveles calidad y/o control de estándares de calidad en sus productos?

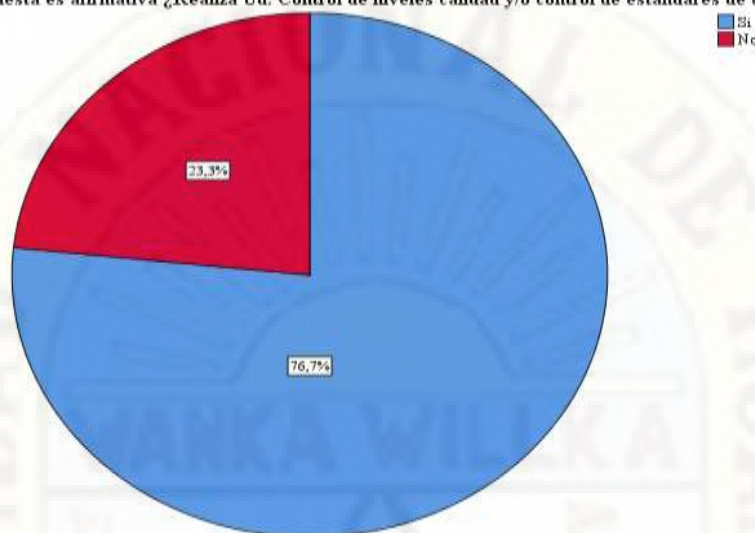
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	76,7
No	14	23,3
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 12.

Si la respuesta es afirmativa ¿Realiza Ud. Control de niveles calidad y/o control de estándares de calidad en sus productos?

Si la respuesta es afirmativa ¿Realiza Ud. Control de niveles calidad y/o control de estándares de calidad en sus productos?



Fuente: Tabla 12.

De la Tabla 12 y Figura 12 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 46 (76,7%) productores artesanales afirmar que si realiza el control de niveles calidad y/o control de estándares de calidad en sus productos y 14 (23,3%) mencionan que no del total de encuestados.

Tabla 13.

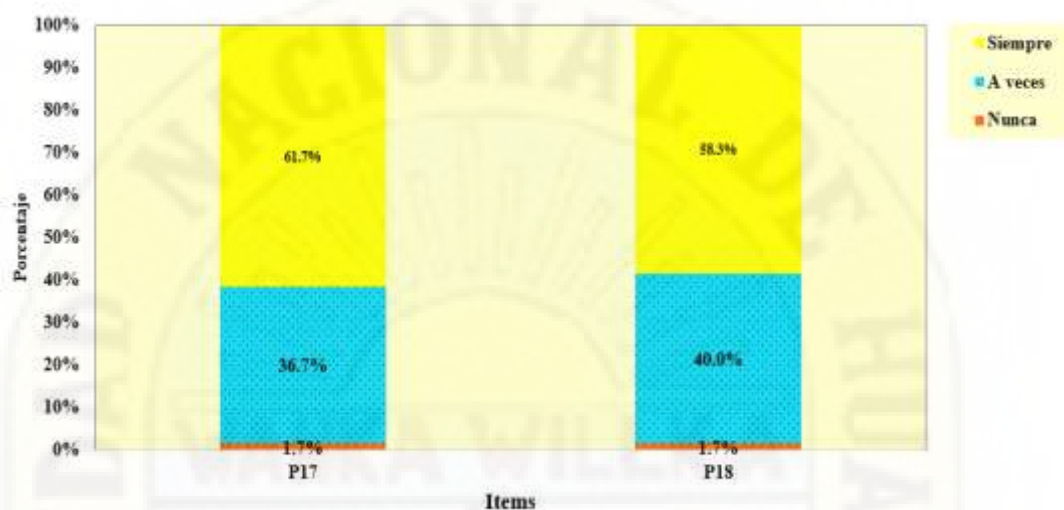
Resultado de los ítems de la encuesta

Ítems	Nunca		A veces		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
P17	1	1,7	22	36,7	37	61,7	60	100,0
P18	1	1,7	24	40,0	35	58,3	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 13.

Diagrama de los ítems de la encuesta



Fuente: Tabla 13.

Se procede a describir los resultados ítems por ítems de la aplicación del instrumento de medición:

[P17] ¿Sus productos transmiten valor cultural?, el 1,7% (1) de los encuestados artesanales mencionan que nunca sus productos transmiten valor cultural, el 36,7% (22) de los encuestados artesanales mencionan que a veces sus productos transmiten valor cultural y el 61,7% (37) de los encuestados artesanales mencionan que siempre sus productos transmiten valor cultural, del total de encuestados.

[P18] ¿Sus diseños son autóctonos de la Región?, el 1,7% (1) de los encuestados artesanales mencionan que la asociación nunca sus diseños son autóctonos, el 40,0% (24) de los encuestados artesanales mencionan que la asociación a veces sus diseños son autóctonos y el 58,3% (35) de los encuestados artesanales mencionan que la asociación siempre diseños son autóctonos, del total de encuestados.

Tabla 14.

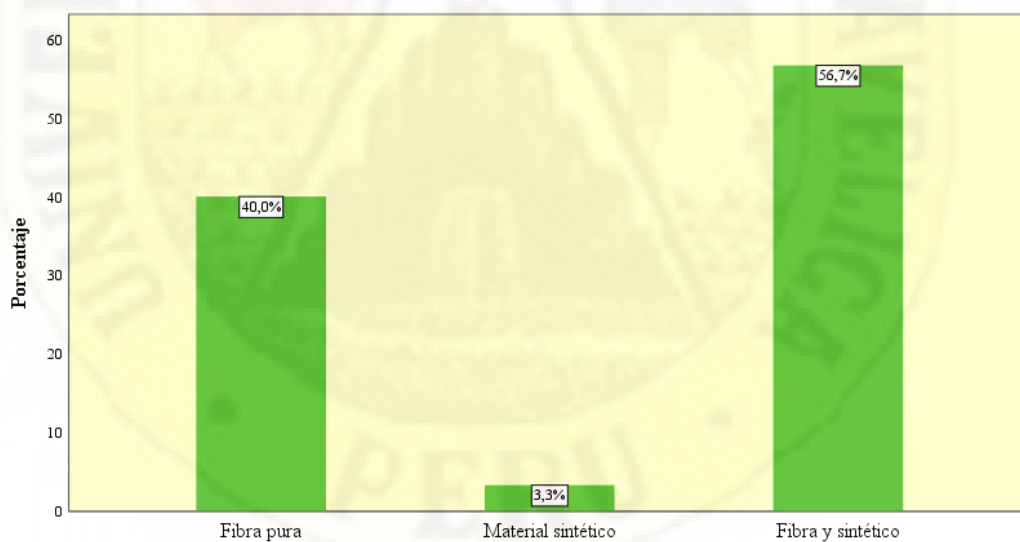
El material utilizado en la producción de sus productos de exportación es:

Material de producción	Frecuencia	Porcentaje
Fibra pura	24	40,0
Material sintético	2	3,3
Fibra y sintético	34	56,7
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 14.

El material utilizado en la producción de sus productos de exportación



El material utilizado en la producción de sus productos de exportación es:

Fuente: Tabla 14.

De la Tabla 14 y Figura 14 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 24 (40,0%) productores artesanales material utilizado en la producción de sus

productos de exportación es fibra pura, 2 (3,3%) productores artesanales material utilizado en la producción de sus productos de exportación es material sintético y 34 (56,7%) productores artesanales material utilizado en la producción de sus productos de exportación es fibra y sintético , del total de encuestados.

Tabla 15.

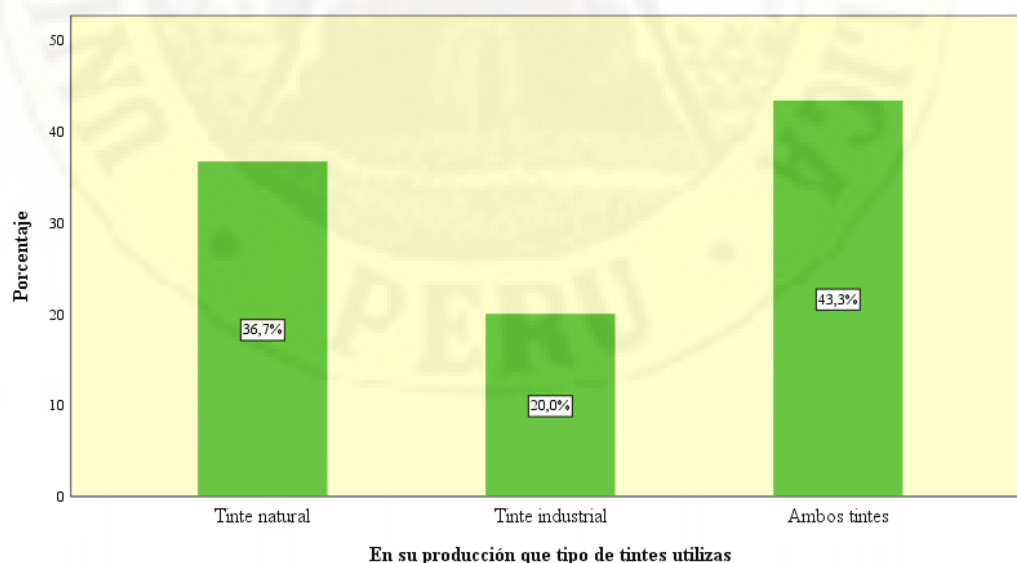
En su producción que tipo de tintes utiliza

Tipo de tintes	Frecuencia	Porcentaje
Tinte natural	22	36,7
Tinte industrial	12	20,0
Ambos tintes	26	43,3
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 15.

En su producción que tipo de tintes utiliza



Fuente: Tabla 15.

De la Tabla 15 y Figura 15 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 22 (36,7%) productores artesanales utilizan tinte natural, 12 (20,0%) productores artesanales utilizan tinte industrial y 26 (43,3%) productores artesanales utilizan ambos tintes, del total de encuestados.

Tabla 16.

¿Considera Ud. Importante reducir el “Tiempo de producción” y “Utilización óptima de materiales” en el proceso de producción?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	98,3
No	1	1,7
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 16.

¿Considera Ud. Importante reducir el “Tiempo de producción” y “Utilización óptima de materiales” en el proceso de producción?



Fuente: Tabla 16.

De la Tabla 16 y Figura 16 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 59 (98,0%) productores artesanales afirman que si es importante reducir el “Tiempo de producción” y “Utilización óptima de materiales” en el proceso de producción y el 1(1,7%) consideran que no del total de encuestados.

Tabla 17.

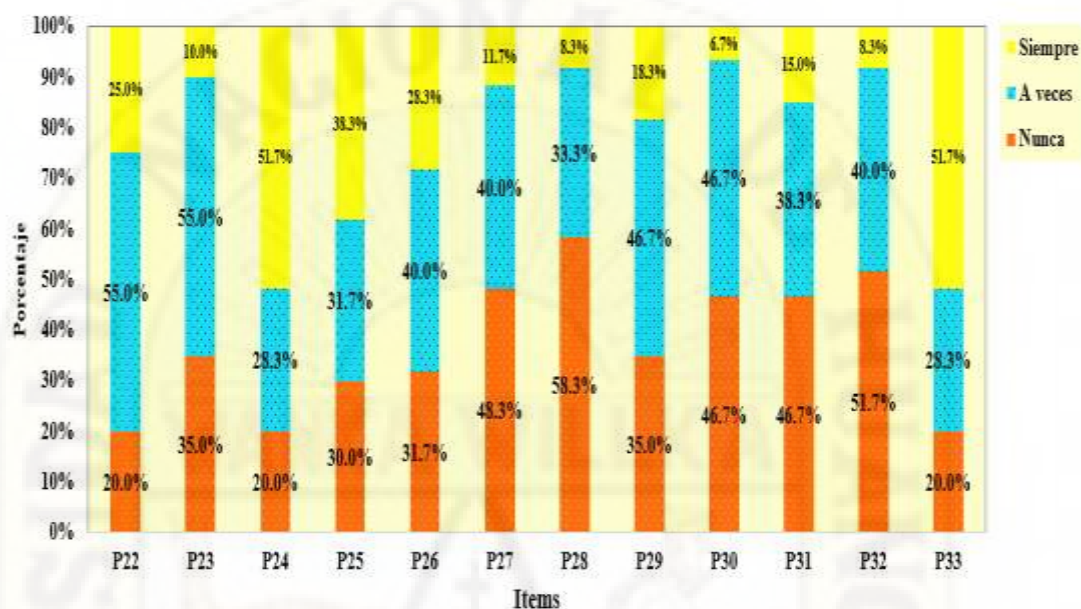
Resultado de los ítems de la encuesta

Ítems	Nunca		A veces		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
P22	12	20,0	33	55,0	15	25,0	60	100,0
P23	21	35,0	33	55,0	6	10,0	60	100,0
P24	12	20,0	17	28,3	31	51,7	60	100,0
P25	18	30,0	19	31,7	23	38,3	60	100,0
P26	19	31,7	24	40,0	17	28,3	60	100,0
P27	29	48,3	24	40,0	7	11,7	60	100,0
P28	35	58,3	20	33,3	5	8,3	60	100,0
P29	21	35,0	28	46,7	11	18,3	60	100,0
P30	28	46,7	28	46,7	4	6,7	60	100,0
P31	28	46,7	23	38,3	9	15,0	60	100,0
P32	31	51,7	24	40,0	5	8,3	60	100,0
P33	12	20,0	17	28,3	31	51,7	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 17.

Diagrama de los ítems de la encuesta



Fuente: Tabla 17.

Tabla 18.

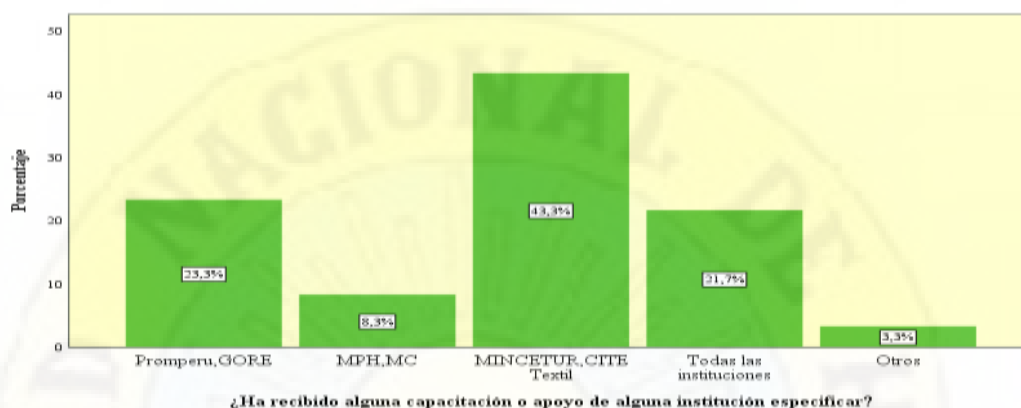
¿Ha recibido alguna capacitación o apoyo de alguna institución especificar?

Instituciones	Frecuencia	Porcentaje
Promperú, GORE	14	23,3
MPH, MC	5	8,3
MINCETUR, CITE Textil	26	43,3
Todas las instituciones	13	21,7
Otros	2	3,3
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 18.

¿Ha recibido alguna capacitación o apoyo de alguna institución especificar?



Fuente: Tabla 18.

De la Tabla 18 y Figura 18 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 14 (23,3%) productores artesanales mencionan haber recibido capacitación o apoyo, Promperu, GORE, 5 (8,3%) productores artesanales mencionan haber recibido capacitación o apoyo de parte de la MPH, MC, 26 (43,3%) productores artesanales mencionan haber recibido capacitación o apoyo de parte de la MINCETUR, CITE Textil y 13 (21,7%) productores artesanales mencionan haber recibido capacitación o apoyo de parte de todas las instituciones y el 2 (3,3%) mencionaron otros del total de encuestados.

Tabla 19.

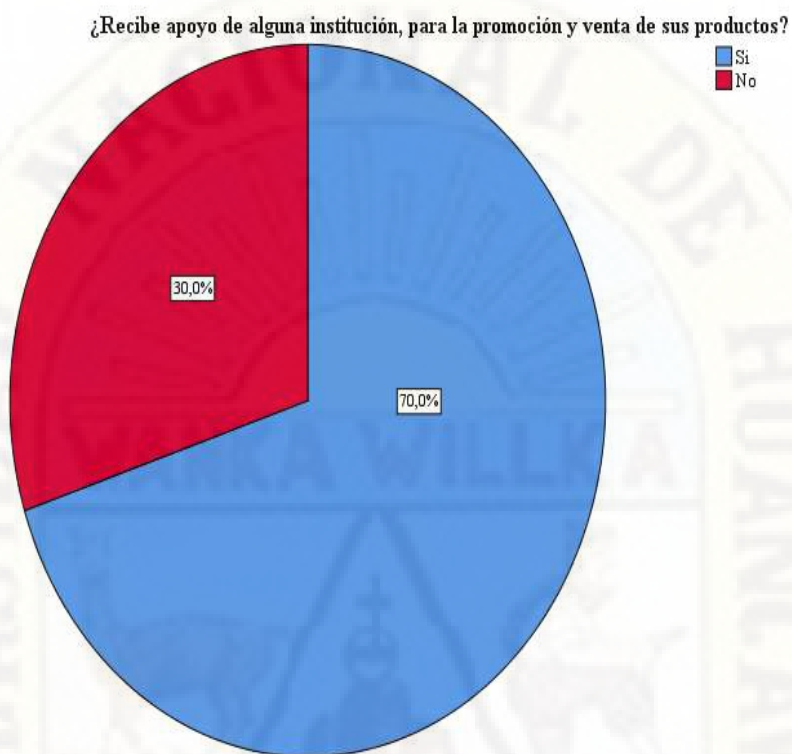
¿Recibe apoyo de alguna institución, para la promoción y venta de sus productos?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	70,0
No	18	30,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 19.

¿Recibe apoyo de alguna institución, para la promoción y venta de sus productos?



Fuente: Tabla 19.

De la Tabla 19 y Figura 19 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 72 (70,0%) productores artesanales afirmar que si recibieron apoyo de alguna institución, para la promoción y venta de sus productos y el 18 (30,0%) productores artesanales menciona que no recibieron apoyo de alguna institución, para la promoción y venta de sus productos, del total de encuestados.

Tabla 20.

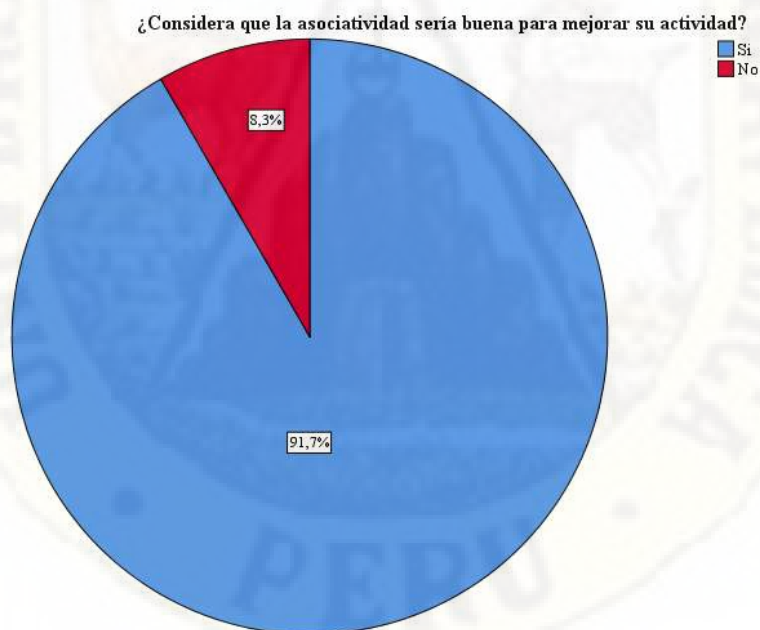
¿Considera que la asociatividad sería buena para mejorar su actividad?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	91,7
No	5	8,3
Total	60,0	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 20.

¿Considera que la asociatividad sería buena para mejorar su actividad?



Fuente: Tabla 20.

De la Tabla 20 y Figura 20 se puede observar que de los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica del periodo 2019, 55(91,7%) productores artesanales afirmar que si considera que la asociatividad

sería buena para mejorar su actividad y el 5(8,3%) mencionan no del total de encuestados.

Tabla 21.

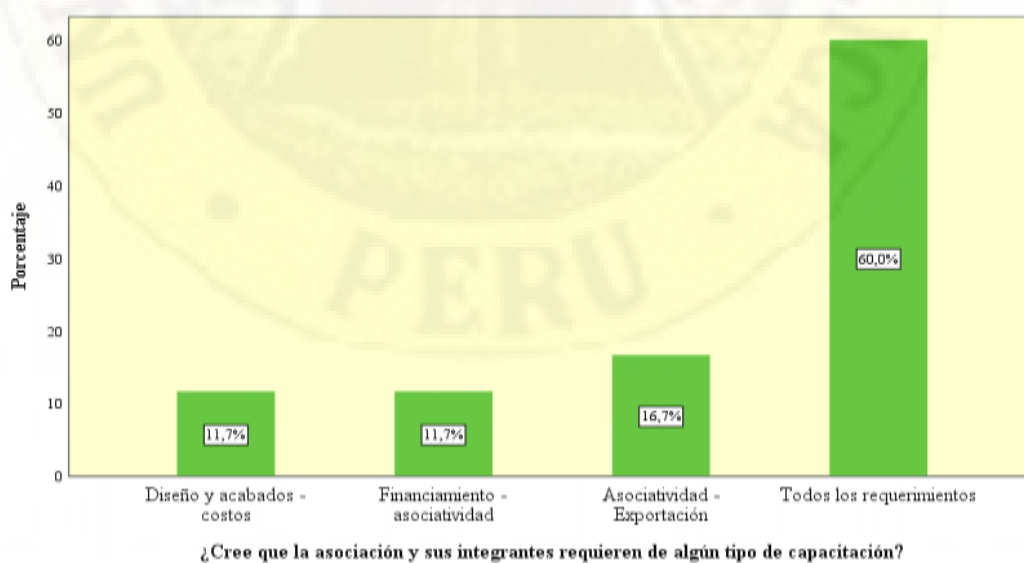
¿Cree que la asociación y sus integrantes requieren de algún tipo de capacitación?

Tipo de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Diseño y acabados - costos	7	11,7
Financiamiento - asociatividad	7	11,7
Asociatividad - Exportación	10	16,7
Todos los requerimientos	36	60,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 21.

¿Cree que la asociación y sus integrantes requieren de algún tipo de capacitación?



Fuente: Tabla 21.

Tabla 22.

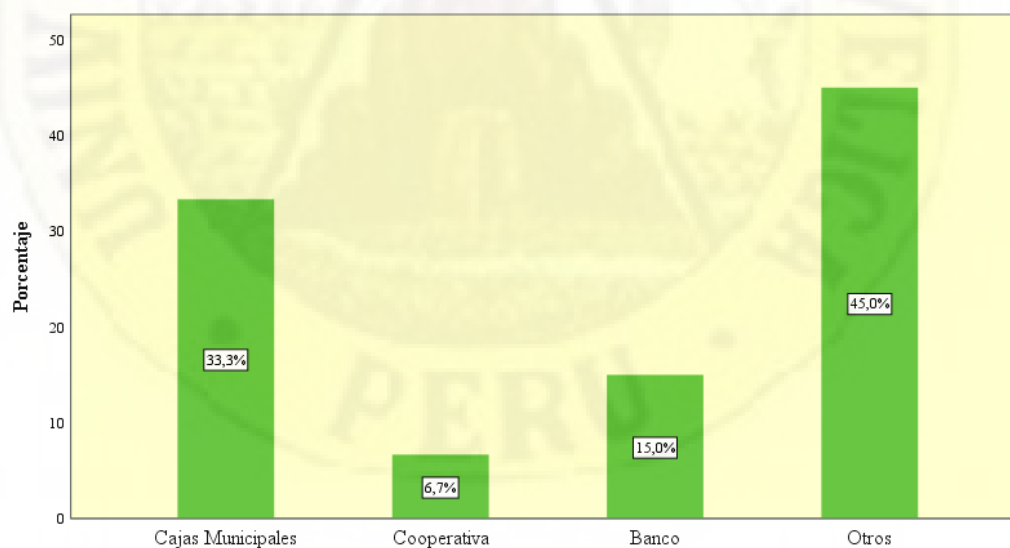
¿Alguna vez recurrió a fuentes de financiamiento para el desarrollo de su producción artesanal

Fuentes de financiamiento	Frecuencia	Porcentaje
Cajas Municipales	20	33,3
Cooperativa	4	6,7
Banco	9	15,0
Otros	27	45,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 22.

¿Alguna vez recurrió a fuentes de financiamiento para el desarrollo de su producción artesanal



¿Alguna vez recurrió a fuentes de financiamiento para el desarrollo de su producción artesanal

Fuente: Tabla 22.

Tabla 23.

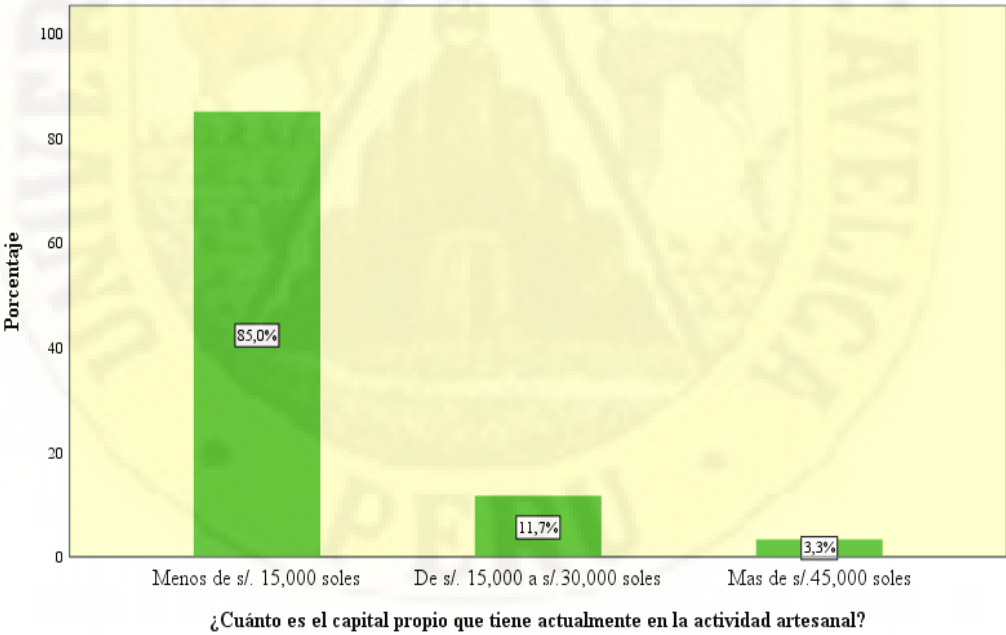
¿Cuánto es el capital propio que tiene actualmente en la actividad artesanal?

Capital propio	Frecuencia	Porcentaje
Menos de s/. 15,000 soles	51	85,0
De s/. 15,000 a s/.30,000 soles	7	11,7
Mas de s/.45,000 soles	2	3,3
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 23.

¿Cuánto es el capital propio que tiene actualmente en la actividad artesanal?



Fuente: Tabla 23.

Tabla 24.

¿Quisiera Ud. que alguna institución le brinde el apoyo necesario para exportar sus productos?

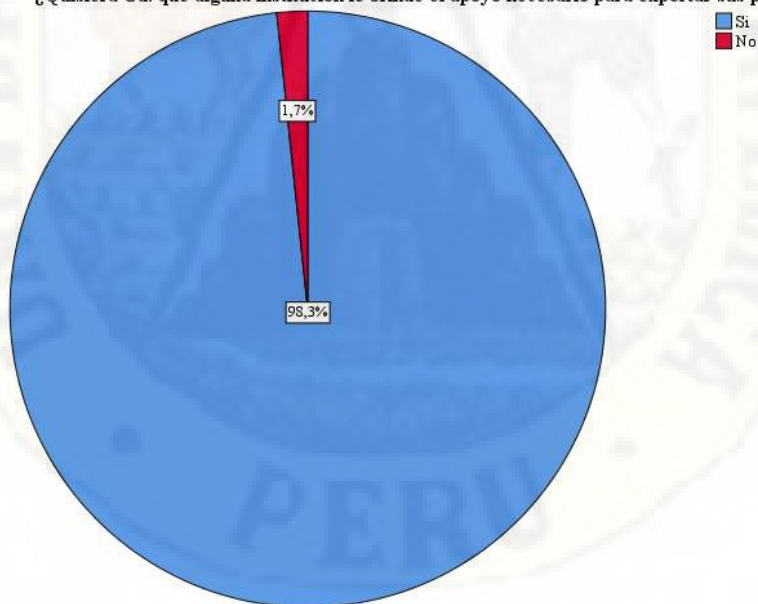
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	98,3
No	1	1,7
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 24.

¿Quisiera Ud. que alguna institución le brinde el apoyo necesario para exportar sus productos?

¿Quisiera Ud. que alguna institución le brinde el apoyo necesario para exportar sus productos?



Fuente: Tabla 24.

Tabla 25.

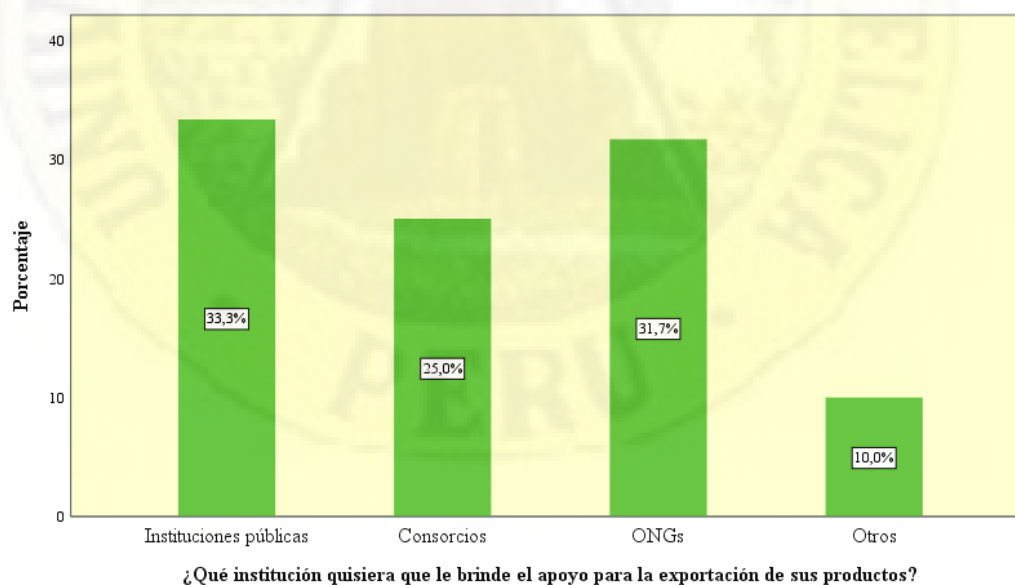
¿Qué institución quisiera que le brinde el apoyo para la exportación de sus productos?

Institución	Frecuencia	Porcentaje
Instituciones públicas	20	33,3
Consortios	15	25,0
ONGs	19	31,7
Otros	6	10,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 25.

¿Qué institución quisiera que le brinde el apoyo para la exportación de sus productos?



Fuente: Tabla 25.

Tabla 26.

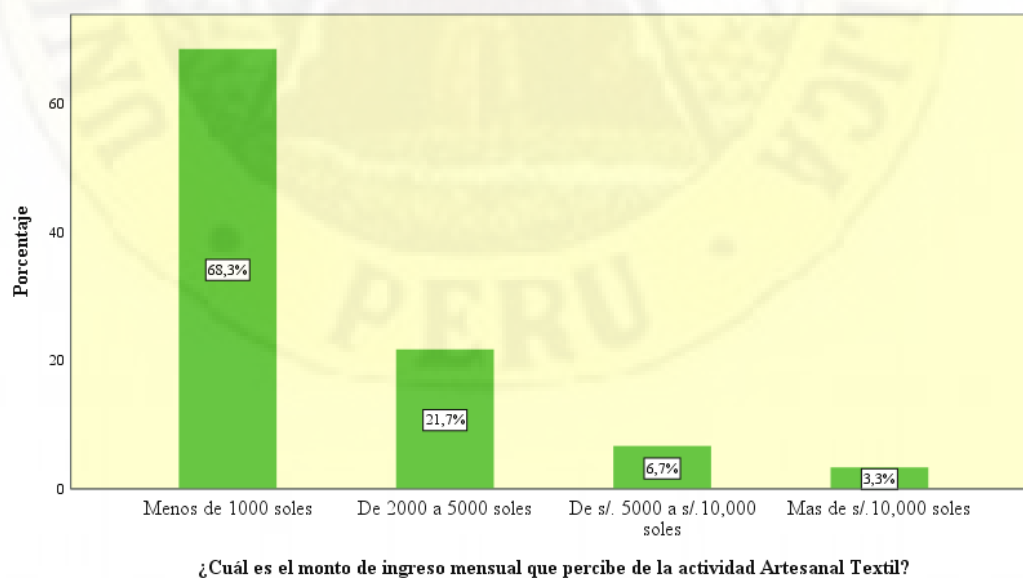
¿Cuál es el monto de ingreso mensual que percibe de la actividad Artesanal Textil?

Monto de ingreso mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1000 soles	41	68,3
De 2000 a 5000 soles	13	21,7
De s/. 5000 a s/.10,000 soles	4	6,7
Mas de s/.10,000 soles	2	3,3
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 26.

¿Cuál es el monto de ingreso mensual que percibe de la actividad Artesanal Textil?



Fuente: Tabla 26.

Tabla 27.

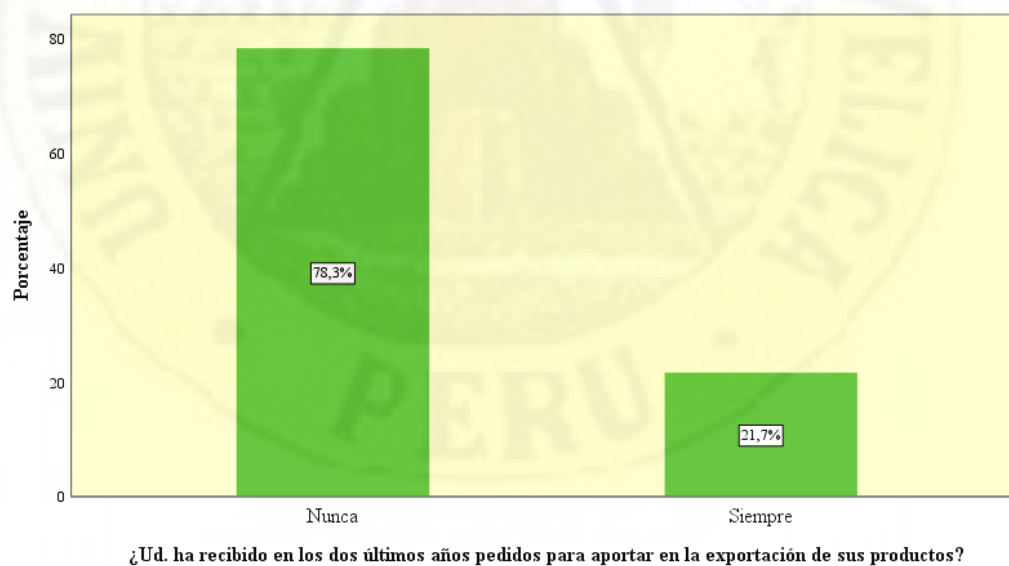
¿Ud. ha recibido en los dos últimos años pedidos para aportar en la exportación de sus productos?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	47	78,3
Siempre	13	21,7
Total	30	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 27.

¿Ud. ha recibido en los dos últimos años pedidos para aportar en la exportación de sus productos?



Fuente: Tabla 27.

Tabla 28.

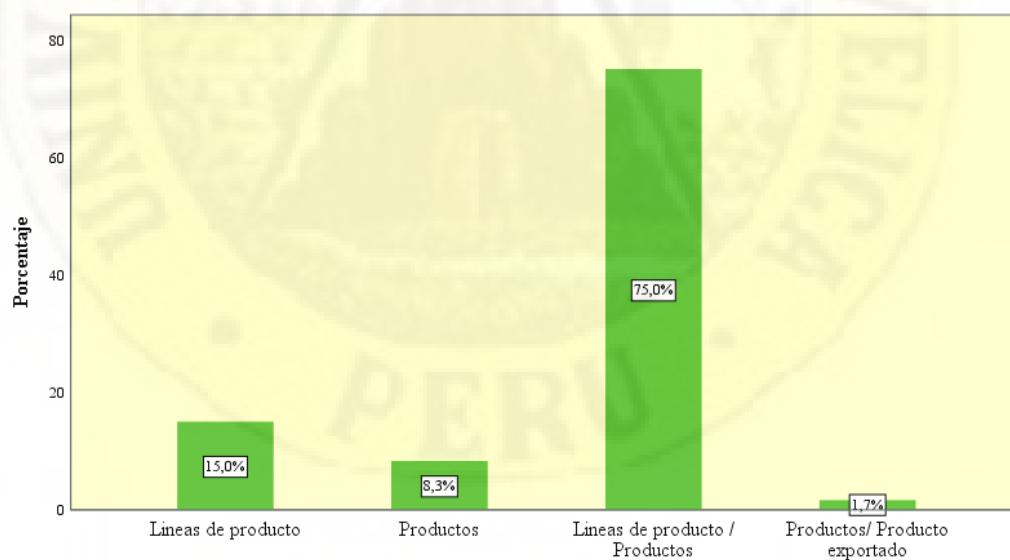
Puede señalar la producción en la que más resalta.

Producción	Frecuencia	Porcentaje
Líneas de producto	9	15,0
Productos	5	8,3
Líneas de producto / Productos	45	75,0
Productos/ Producto exportado	1	1,7
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 28.

Puede señalar la producción en la que más resalta



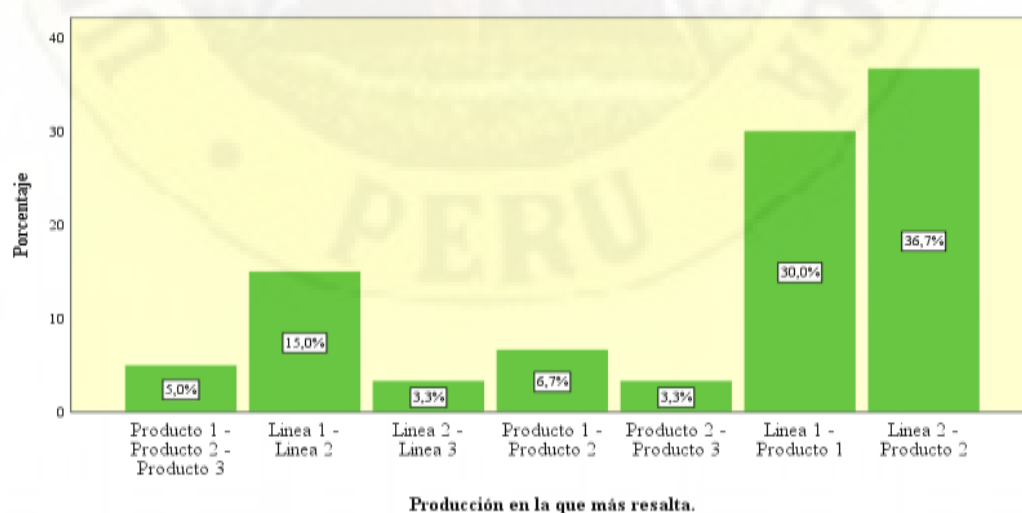
Puede señalar la producción en la que más resalta.

Fuente: Tabla 28.

Tabla 29.*Producción en la que más resalta.*

Producción que más resalta	Frecuencia	Porcentaje
Producto 1 - Producto 2 - Producto 3	3	5,0
Línea 1 - Línea 2	9	15,0
Línea 2 - Línea 3	2	3,3
Producto 1 - Producto 2	4	6,7
Producto 2 - Producto 3	2	3,3
Línea 1 - Producto 1	18	30,0
Línea 2 -Producto 2	22	36,7
Total	60	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores artesanales de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica.

Figura 29.*Puede señalar la producción en la que más resalta*

Fuente: Tabla 29.

En concordancia a los resultados analizados se caracterizó la producción textil artesanal con calidad de exportación de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019 dando cumplimiento al objetivo general de la investigación asimismo los análisis respectivos se realizaron en términos descriptivos por la misma naturaleza de la investigación asimismo resaltar que no tienen hipótesis. Cabe recalcar que también se realizó el análisis descriptivo en base a 5 dimensiones de la variable única “producción textil artesanal con calidad de exportación”.

Además de los resultados obtenidos se contrastó con los antecedentes de la investigación el autor Vidal, (2018), realizó una tesis cuyo título es: “Planeamiento estratégico en una empresa del sector textil exportador de Lima, 2017”, arribando a las siguientes conclusiones: Se concluye a través de los resultados obtenidos que el 24.39% de los colaboradores perciben que el nivel del planeamiento estratégico en la empresa Cofaco Industries es muy eficiente, el 47.97% un nivel eficiente y un 27.64% un nivel poco eficiente. En tanto Calderón et al., (2017), presentaron la investigación: “Planeamiento Estratégico para el Sector Textil”, en dicho trabajo se llegó a las siguientes conclusiones: Resaltando la ideas que para la realización de este planeamiento estratégico, se desarrolló una evaluación externa, la cual permitió identificar las siguientes oportunidades: (a) consumidores reconocen la calidad de los tejidos peruanos, (b) penetración del sector retail en el país, (c) consumo nacional y demanda interna en expansión, y (d) disponibilidad de recursos e insumos diferenciados. Además, mencionaron que, con la evaluación externa, también se conoció que la industria textil en el Perú enfrenta amenazas, tales como: (a) débiles regulaciones y crítica de consumo, (b) ausencia de educación técnica calificada, (c) alta competencia de productos importados, (d) informalidad, (e) limitado desarrollo tecnológico, y (f) la industria textil es altamente contaminante. Y también mencionaron que la industria textil en el Perú está conformada fundamentalmente por dos subsectores: el subsector textil propiamente dicho y el subsector de confecciones. Este último resulta ser un subsector bastante atractivo para pequeños emprendedores, pues incursionar en este implica inversión inicial mínima indicando que con este trabajo de investigación pretendemos nosotros, analizar cómo se proyecta los objetivos y metas, así como poder planear la producción en el sector textil, para así de alguna

forma realizar comparaciones en nuestra discusión y catalizar sobre nuestros resultados. De igual forma en referencia el autor Quiñones, (2017), realizó una tesis intitulado: “Plan de Marketing para la participación de una Asociación de Artesanos Nacionales en Ferias Internacionales, 2016”, en la que llegó a las siguiente idea principal ante la ausencia de conocimientos competitivos y estratégicos a nivel empresarial dentro de los artesanos de Asamil, se ha visto la oportunidad de proponer un plan de Marketing con la finalidad de promover su presencia en ferias internacionales y convertirse en el futuro exportadores de artesanía peruana. Y también recalco que mediante la investigación realizada se teorizó la variable correspondiente al plan de marketing, teniendo en cuenta los diferentes aportes que anteceden, el trabajo se desarrolló con la finalidad de abordar una idea adecuada que permita mejorar la situación actual de la empresa. Asimismo, en el ámbito nacional se contrastó con los autores Meza, Meza, (2015), presentaron un trabajo de investigación tesis al que le titularon: “Factores que determinan la competitividad de las micro y pequeñas empresas textiles – confecciones de la Región Junín periodo 2014”, después de haber realizado, se ha considerado que la competitividad de la de las micro y pequeñas empresas textiles-confecciones de la Región Junín está en función del nivel educativo del empresario, nivel educativo del trabajador, nivel tecnológico de las maquinarias y equipos e inversión en calidad del producto; investigando que estos factores son lo que determinaron la competitividad de las micro y pequeñas empresas, contrastando la hipótesis si se logra consistencia del modelo de investigación y se determinan los factores detallados a la competitividad de las micro y pequeñas empresas. Algo que se resalta de la investigación que los resultados se validan con la teoría de la cadena de valor de Michael Porter, el cual señala que la competitividad está en función del nivel educativo del empresario, nivel educativo del trabajador, nivel tecnológico de las maquinarias y equipos e inversión en calidad del producto. Al igual que las investigaciones citadas en el nivel local resaltamos a Echabaudis y Soto (2018), Realizaron un trabajo de investigación titulado: “formalización y gestión empresariales: Caso artesanía textil del distrito de Yauli, Huancavelica, Perú, 2017”, los que arribaron a las siguientes conclusiones: se ha encontrado la evidencia empírica ha determinado que la formalización empresarial contribuye de forma positiva y

significativa a la gestión empresarial en los artesanos textiles del distrito de Yauli – Huancavelica, periodo 2017. Además, se ha determinado que la formalización empresarial en su dimensión formalidad laboral contribuye de forma positiva y significativa a la gestión empresarial en los artesanos textiles del distrito de Yauli – Huancavelica, periodo 2017. Asimismo, se ha determinado que la formalización empresarial en su dimensión formalidad laboral contribuye de forma positiva y significativa a la gestión empresarial en los artesanos textiles del distrito de Yauli – Huancavelica, periodo 2017. En tanto los autores Mancilla y Silvestre (2018), investigaron sobre “Las micro y pequeñas empresas y la exportación de productos derivados de la fibra de alpaca de la localidad de Huancavelica – 2016”, quienes arribaron y mencionaron que los resultado han corroborado la existencia de una incidencia positiva significativa entre la Exportación de productos derivados de la fibra de alpaca y las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huancavelica en el año 2016, de igual forma se logró determinar la existencia de una incidencia positiva y significativa entre la variable micro y pequeñas empresas y la dimensión exportaciones tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016. Asimismo, se logró determinar la existencia de una incidencia positiva y significativa entre la variable micro y pequeñas empresas y la dimensión exportaciones no tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016. Lo mismo ocurrió entre la variable micro y pequeñas empresas y la dimensión exportaciones aprovechando el tratado de libre comercio en el distrito de Huancavelica en el año 2016. Finalmente, los autores locales Cahuana y Jines (2017), investigaron sobre “Las Microfinanzas y el desarrollo económico de las micro y pequeñas empresas textiles del distrito de Yauli - periodo 2015”, , quienes arribaron y determinaron que las microfinanzas se relaciona de forma positiva y significativa con el desarrollo económico de las micro y pequeñas empresas textiles del distrito de Yauli-periodo 2015 y también precisaron que estos resultados implican que la percepción de las micro y pequeñas empresas textiles acerca de las microfinanzas es significativamente regular. En lo referente al desarrollo económico se ha identificado que en el 25.0% de los casos consideran que es bajo, el 37.5% de los casos consideran que el nivel es medio y el 37.5% de los casos que el nivel es alto.

Estos resultados implican que la percepción de las micro y pequeñas empresas textiles acerca del desarrollo económico es significativamente buena.



Conclusiones

1. Se ha caracterizado la producción textil artesanal con calidad de exportación de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019. la población estuvo constituida por los productores de las 60 asociaciones textiles artesanales. Asimismo, por la naturaleza de alcance descriptivo se ha evidenciado los resultados en cuanto las dimensiones: Textil tradicional utilitaria, textil tradicional artística, textil innovada utilitaria, textil innovada artística y textil de exportación no tradicional.
2. Se ha caracterizado la producción textil artesanal en su dimensión textil tradicional utilitaria de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019. Asimismo, por la naturaleza de alcance descriptivo se ha evidenciado los resultados de las 30 asociaciones textiles artesanales.
3. Se ha caracterizado la producción textil artesanal en su dimensión textil tradicional artística de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019. Asimismo, por la naturaleza de alcance descriptivo se ha evidenciado los resultados de las 10 asociaciones textiles artesanales.
4. Se ha caracterizado la producción textil artesanal en su dimensión textil innovada utilitaria de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019. Asimismo, por la naturaleza de alcance descriptivo se ha evidenciado los resultados de las 10 asociaciones textiles artesanales.
5. Se ha caracterizado la producción textil artesanal en su dimensión textil innovada artística de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019. Asimismo, por la naturaleza de alcance descriptivo se ha evidenciado los resultados de las 5 asociaciones textiles artesanales.
6. Se ha caracterizado la producción textil artesanal en su dimensión textil de exportación no tradicional de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019. Asimismo, por la naturaleza de alcance descriptivo se ha evidenciado los resultados, de las 5 asociaciones textiles artesanales.

Recomendaciones

1. Se recomienda a los productores textil de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica, a formalizarse con la documentación de acuerdo a las normas legales debido a que el 58.3% de los encuestados manifiestan que no cuentan con el Registro Único del Contribuyente (RUC).
2. Recomendar a las asociaciones textil artesanal, a fin fortalecer en sus agremiados la decisión de exportar sus productos toda vez que aún quedan un 26.7% que no tienen el objetivo de internacionalizar sus productos.
3. Recomendamos a los productores artesanales de las asociaciones de producción textil de la localidad de Huancavelica diversificar la producción de los productos de exportación tradicional en atuendos que puedan ser atractivos en el mercado de la moda.
4. Recomendar a los productores de las asociaciones textiles, utilizar materiales que estén de acorde a los estándares de calidad porque, el 46,7% emplea material sintético y en combinación de fibra de alpaca, por otro lado, el tinte que utilizan son tintes industrial o combinado con tinte natural.
5. Recomendar a las asociaciones realizar convenios con organismos dedicados a la exportación a fin de tener que realizar capacitaciones a los productores debido a que existe un 66% de los encuestados no tienen conocimiento total de las negociaciones a nivel internacional, o sea no tienen claro cómo hacer las exportaciones, así mismo no conocen las normas técnicas de calidad, envase, embalaje o preferencias del consumidor.
6. Recomendar a las asociaciones fortalecer en la gestión de calidad para la producción de sus productos en el mercado internacional, debido a que el 80.5% de los asociados nunca han contado un sistema de gestión de calidad, y si conoce lo conocen medianamente.

7. Recomendar a los organismos gubernamentales como el Mincetur o el Gobierno Regional, CITE Textil Universidad, brindar más apoyo en la promoción de los productos artesanales, así como brindar capacitaciones y actualizaciones en temas concernientes a la exportación y comercialización de los productos artesanales textil, de los productores y asociaciones artesanales textil de la Región de Huancavelica, toda vez que el 73,3% de los productores de las asociaciones requieren capacitaciones o actualizaciones en temas como el diseño y acabados, financiamiento, asociatividad y exportación, manejo de costos.
8. Recomendar a los investigadores, a fin de ampliar o mejorar la investigación a partir de nuestros resultados, para ver cómo se puede mejorar la capacidad productiva y su posterior comercialización de los productos artesanales textil de los productores de la Región Huancavelica debido a que sólo comercializan a nivel local o nacional muchas veces no cubren los costos de producción y solo es producción para supervivencia.

Referencias bibliográficas

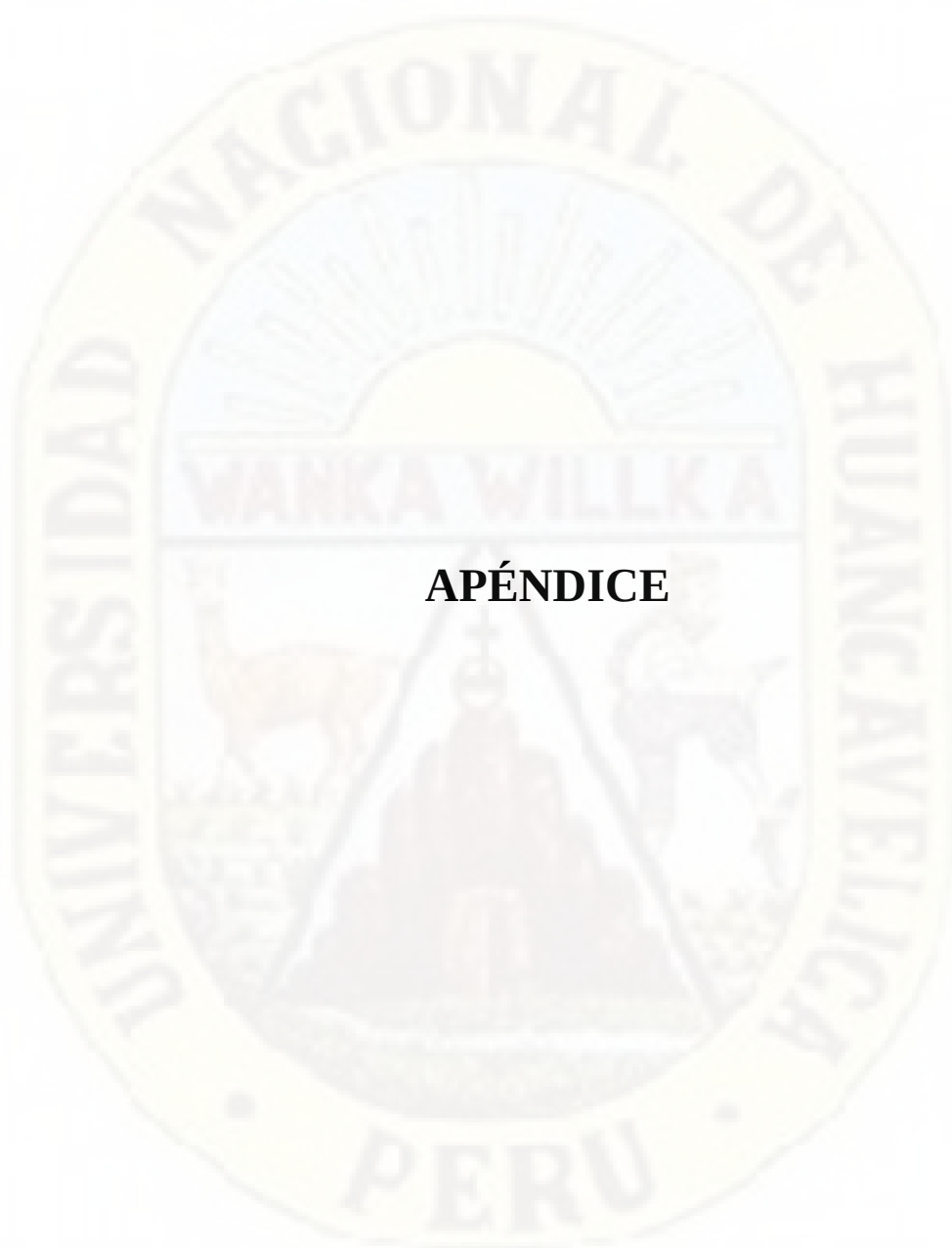
- Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières (2016). Guatemala.
- Bunge, M. (2002). La Investigación Científica. Mexico D.F.: Mcgraw Hill.
- Caballero, S., Canchucaja, P., Miguel, J. y Paitamala, O. (2012), Plan Estratégico del Sector Artesanal de la Región Junín. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Cahuana, T., Jines, M. (2017), Las microfinanzas y el desarrollo económico de las Micro y pequeñas empresas textiles del Distrito de Yauli – periodo 2015. Universidad Nacional de Huancavelica.
- Calderón, R., Leyva, V., Miranda, M., Pais, C. (2017), Planeamiento Estratégico para el Sector Textil. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Cconcho, J., Callañaupa, M. (2016), Dinámica del mercado artesanal textil y su influencia en la imagen turística de la textilería originaria del Distrito de Chinchero.
- Chiavenato, I. (2001) Administración: Procesos Administrativo. Editorial MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE COLOMBIA.
- Chiavenato, I. (2011) Planeación Estratégica Segunda Edición.
- Chuquimango, T. (2017), La productividad de artesanía textil en el Distrito de Cajamarca año 2016.
- Contreras, M. (2013), Diseño de nuevos productos textiles artesanal de Teotitlán del Valle, en coordinación con el Centro de Arte Textil Zapoteco Bii Daiüü. Universidad Tecnológica de la Mixteca.
- Cruz, M. (2006), Plan de mercadeo para tienda artesanal. Universidad de la Salle Bogotá Colombia.
- Dardón, J. (2016), Plan de negocios para la exportación de artículos con tejidos típicos de Guatemala a Chile aplicando el concepto de comercio justo. Universidad de Chile.
- Echabaudis, J., Soto, G. (2018), Formalización y Gestión Empresariales: caso artesanías textil del Distrito de Yauli, Huancavelica, Perú. Universidad Nacional de Huancavelica.

- Formichella, M. (2005). Innovación del concepto de desarrollo y su relación con el desarrollo. Recuperado el 29 de mayo de 2010. <http://190.41.189.210/oficinas/investigaciones/Evolucion%20del%20Concepto%20de%20Innovacion%20y%20Desarrollo.pdf>
- Fregoso A., Ortega, L., Pérez, M, Vásquez, H., Proyecto de emprendimiento para la venta de artesanía textil mexicana, 2017. DEAM.
- Gonzáles, A., Oseda, D., Ramires, F., Gave, J. (2011), ¿Cómo aprender y enseñar investigación científica? Edic. UNH.
- Hernandez, R., Fernáandez, C., Baptista, P. (2010), Metodología de la Investigación. Edic. Mc Graw Hill.
- Lira, M (2009). Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio al cliente. Coordinación Editorial: María Carmen Lira Mejía.
- Lorena, K. (2010), Proyecto de creación de empresa para la comercialización internacional de artesanía de la comunidad indígena Embera Chamí. Universidad Tecnológica de Pereira.
- Mendez, R. (2001), Investigación fundamentos y metodología, Edic. Pearson Educación, Mexico. Mc. Graw Hill.
- Meza, Y., Meza, K.(2015), Factores que determinan la competitividad de las Micro y Pequeñas empresas textiles – confecciones de la Región Junín periodo 2014. Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Quiñones, Z. (2017), Plan de marketing para la participación de una asociación de Artesanos Nacionales en Ferias Internacionales, 2016. Universidad Privada Norbert Wiener.
- Sánchez, H., Reyes, C. (2015) Metodologías y Diseños en la Investigación Científica. Editorial Business Support Aneth SRL Lima-Perú.
- Schumpeter, J.A. (1934) The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credits, Interest, and the Business Cycle. Transaction Publishers, Piscataway.
- Sucso, D. (2016), Factores que afectan en la exportación de las Empresas del Sector Textil de la Región de Tacna periodo 2013-2014. Universidad Privada de Tacna.
- Villarroel, C. (2014), Plan estratégico de creación e internacionalización del Alwe como canal de exportación de tejidos hechos a mano. Universidad de Chile.

Decreto Supremo N° 008-2010-MINCETUR.

Reglamento de la Ley N° 29073 - Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal.





APÉNDICE

Apéndice 1: Matriz de Consistencia

Tema: “Producción textil artesanal con calidad de exportación, de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica-2019”

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE Y DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
GENERAL: ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019? ESPECÍFICOS: ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión Artesanía tradicional de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019? ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión Artesanía innovada de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019? ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión Artesanía no tradicional de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019? ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión Artesanía de exportación directa de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019? ¿Cuáles son las características de la producción textil artesanal con calidad de exportación en su dimensión Artesanía de exportación indirecta de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019?	GENERAL Caracterizar la producción textil artesanal en su dimensión Artesanía tradicional con calidad de exportación de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019. ESPECÍFICOS Caracterizar la producción textil artesanal en su dimensión Artesanía innovada con calidad de exportación de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019. Caracterizar la producción textil artesanal en su dimensión Artesanía no tradicional con calidad de exportación de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019. Caracterizar la producción textil artesanal en su dimensión Artesanía de exportación directa con calidad de exportación de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019. Caracterizar la producción textil artesanal en su dimensión Artesanía de exportación indirecta con calidad de exportación de las asociaciones artesanales de la localidad de Huancavelica – 2019.	Variable: Producción textil artesanal con calidad de Exportación. (Ley N° 29073; 2007) Dimensiones: Artesanía tradicional. Artesanía innovada Artesanía no tradicional Artesanía de exportación directa Artesanía de exportación indirecta.	· Cantidad de producción Utilitaria · Cantidad de producción Artística · Cantidad de producción Utilitaria · Cantidad de producción Artística. - Cantidad de Contratos de distribución - Cantidad de exportación directa - Cantidad de exportación indirecta	TIPO Básica. NIVEL: Descriptivo. DISEÑO: Descriptiva simple. M → O M = Muestra O = Observación MÉTODOS GENERAL: Científico ESPECÍFICOS: • Inductivo, Deductivo, Observacional, Descriptivo. POBLACIÓN Las asociaciones productores artesanales textiles de la localidad de Huancavelica 2019, que son un total de 60.. MUESTRA 60 Asociaciones. MUESTREO No probabilístico Intencionado o criterial. TÉCNICAS • Investigación documental. • Fichaje. • Investigación de campo.

Autores: Bach. José Gabriel Mancha Abregu - Yeni Karina Jurado Cambillo

APENDICE 2:
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
VARIABLE: Producción textil artesanal con calidad de Exportación (Ley N° 29073; 2007)	Son las actividades económicas y culturales de creación de bienes textiles, así como la confección de artículos textiles, excepto prenda de vestir de base fibra de alpaca y otros, empleando en su mayoría de oportunidades, la producción manual, e incluso utiliza medios mecánicos siempre en cuando el valor agregado sea la confección a mano de obra directa estos productos están basados en términos de valor histórico, cultural, utilitario o estético, con características de exportación (Ley N° 29073; 2007)	Es actividad económica, cultural que genera bienes textiles, a base de fibra de alpaca y otros, cuyo valor agregado es la elaboración a mano obra directa, cuyos componentes son: Artesanía tradicional, artesanía innovada, exportación no tradicional, exportación directa, exportación indirecta.	1.1: Artesanía tradicional	Cantidad de producción Utilitaria Cantidad de producción Artística
			1.2: Artesanía innovada	Cantidad de producción Utilitaria Cantidad de producción Artística
			1.3: Exportación no tradicional	Cantidad de Contratos de distribución
			1.4: Exportación directa,	Cantidad de exportación directa
			1.5: Exportación indirecta	-Cantidad de exportación indirecta

Cuestionario de encuesta

INSTRUCCIONES: Estimado(a) señor(a), a continuación, se le presenta una serie de ítems referentes a la producción textil artesanal con calidad de exportación de las asociaciones artesanales textiles de la localidad de Huancavelica, los mismos que deberá responder con **sinceridad**, considerando que toda información será manejada en forma reservada, marcando con un aspa (x) o complementando aquella proposición que mejor exprese su punto de vista.

Nombre o Razón Social del Asociado:

Genero (F) (M) Edad o tiempo de funcionamiento :

1. ¿La asociación que Ud. Dirige está inscrita en registros públicos? Si ()
No ()
2. ¿Cuenta con RUC? Si () No ()
3. ¿Cuántas personas lo componen la asociación? _____Hombres
_____Mujeres
4. ¿Es productor artesanal de textiles? Si _____ No _____
Señale de que rubro:

Clases de producción para exportación	Cantidad de producción (T.M.)
Textil tradicional utilitaria	
Textil tradicional artística	
Textil innovada utilitaria	
Textil innovada artística	
Textil de exportación no tradicional	
Otros ()	

5. ¿Qué tipo de productos artesanal textil y qué cantidad elabora?

Producto	Cantidad Mensual	Cantidad Máxima a pedido.
Chalinas		
Chullos		
Guantes		
Chompa		
Vestidos (Ganchillo)		
Otros: ()		

6. ¿La asociación tienen como objetivo internacionalizar sus productos?
a. Si/ Siempre _____ b. Algunas /A veces _____ c. No /Nunca _____

7. ¿La asociación exporta sus productos? Si _____
No _____

8. ¿Para la exportación de sus productos utiliza intermediarios?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. _____
No/Nunca _____

9. ¿La asociación ha definido sus expectativas de exportación dentro de los próximos 2 años?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. _____
No/Nunca _____

10. ¿A parte de exportar produce para ofertar sus productos en ?

%	Mercado		
	Local	Nacional	Internacional
Porcentaje			

11. ¿Conoce en forma clara el concepto del negocio dentro del mercado internacional?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. _____
No/Nunca _____

12. ¿Hace seguimiento de su portafolio de productos, para determinar los más vendidos ó los que presentan dificultades comerciales?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. _____
No/Nunca _____

13. ¿Cuenta con un producto que se vende con éxito en el mercado nacional?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. _____
No/Nunca _____

14. ¿Conoce las normas técnicas, de calidad, envase, embalaje, o preferencia del consumidor del producto?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. _____
No/Nunca _____

15. ¿Cuenta con sistema de gestión de calidad para la producción de sus productos en el mercado internacional?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. _____
No/Nunca _____

16. Si la respuesta es afirmativa ¿Realiza Ud. Control de niveles calidad y/o control de estándares de calidad en sus productos?
() Si ¿Cómo?.....
() No ¿Por qué?.....

17. ¿Sus productos transmiten valor cultural?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. No/Nunca _____
18. ¿Sus diseños son autóctonos de la Región?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. No/Nunca _____
19. El material utilizado en la producción de sus productos de exportación es:
a. Fibra pura _____ b. Material Sintético _____ c. Fibra y Sintético _____
20. En su producción que tipo de tintes utilizas
a. Tinte Natural _____ b. Tinte Industrial _____ c. Ambos tintes _____
21. ¿Considera Ud. Importante reducir el “Tiempo de producción” y “Utilización óptima de materiales” en el proceso de producción?
() Si Cómo:.....
() No Por qué:.....
22. ¿Cuenta con capacidad para ampliar su producción actual?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. No/Nunca _____
23. ¿Tiene sistematizada la gestión administrativa y productiva?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. No/Nunca _____
24. ¿La asociación considera los factores ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en ellas?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. No/Nunca _____
25. ¿El proceso de producción es suficientemente flexible para permitir cambios en el tamaño, tipo y prioridad de los productos a ser fabricados, en función de satisfacer las necesidades de los clientes?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. No/Nunca _____
26. ¿La asociación conoce su segmento de mercado actual y potencial, así como su participación, crecimiento y rentabilidad, para plasmar en el mercadeo de líneas de productos?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. No/Nunca _____
27. ¿Realiza estudios de mercados internacionales o tiene acceso a ellos?
a. Si/siempre _____ b. Algunas/ A veces _____ c. No/Nunca _____

28. ¿Mantiene contactos comerciales permanentes en el exterior que demanden sus productos?
- a. Si/siempre_____ b. Algunas/ A veces_____ c. No/Nunca_____
29. ¿Conoce la terminología utilizada en el comercio internacional (incoterms, formas de pago, entre otros)?
- a. Si/siempre_____ b. Algunas/ A veces_____ c. No/Nunca_____
30. ¿La asociación cuenta con una estructura de costos de exportación?
- a. Si/siempre_____ b. Algunas/ A veces_____ c. No/Nunca_____
31. ¿Tiene un sistema de monitoreo financiero para la gestión de sus fondos?
- a. Si/siempre_____ b. Algunas/ A veces_____ c. No/Nunca_____
32. ¿La asociación posee capacidad financiera para recibir pagos diferidos del mercado internacional?
- a. Si/siempre_____ b. Algunas/ A veces_____ c. No/Nunca_____
33. ¿Alguna vez ha tenido capacitación para mejorar sus técnicas de producción?
- a. Si/siempre_____ b. Algunas/ A veces_____ c. No/Nunca_____
34. ¿Ha recibido alguna capacitación o apoyo de alguna institución especificar?

Institución que brindo capacitación o apoyo a la asociación	Si	Cantidad Veces
Promperu		
Gobierno Regional		
Municipalidad Provincial de Huancavelica		
Ministerio de Cultura		
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo		
CITE Textil		
Otros()		
Ninguno		

35. ¿Recibe apoyo de alguna institución, para la promoción y venta de sus productos?

Si ____ de quien (es):

No ____ Por qué:

36. ¿Considera que la asociatividad sería buena para mejorar su actividad?

Si _____ No _____

37. ¿Cree que la asociación y sus integrantes requieren de algún tipo de capacitación?

Requerimiento de capacitación	Marque con: X
Diseño y acabados	
Costos	
Financiamiento	
Asociatividad	
Exportación	
Otros (.....)	

38. ¿Alguna vez recurrió a fuentes de financiamiento para el desarrollo de su producción artesanal textil?

() Si () No

() Cajas Municipales:

() Cooperativa:.....

() Banco:

() Otros:

39. ¿Cuánto es el capital propio que tiene actualmente en la actividad artesanal?

() Menos de s/. 15,000 Soles.

() De s/. 15,000 a s/. 30,000 Soles

() De s/. 31,000 a s/. 45,000 Soles

() Mas de 45,000 Soles

40. ¿Quisiera Ud. que alguna institución le brinde el apoyo necesario para exportar sus productos?

() Si () No

41. ¿Qué institución quisiera que le brinde el apoyo para la exportación de sus productos?

() Instituciones Públicas

() Consorcios

() ONGs

() Otros

42. ¿Cuál es el monto de ingreso mensual que percibe de la actividad Artesanal Textil?

() Menos de 1000 Soles.

() De 2000 a 5000 Soles

() De 5000 a 10,000 Soles

() Mas de 10,000 Soles

43. ¿Ud. ha recibido en los dos últimos años pedidos para aportar en la exportación de sus productos?

() Nunca

() Si

44. Puede señalar la producción en la que más resalta.

Líneas de Producto:	Línea 1: Accesorios Dama	Línea 2: Accesorios Niñas	Línea 3:
Productos:	Prod. 1: Mitones/Guantes	Prod. 2: Chalinas/Vinchas	Prod. 3:
Producto Exportado:	Prod. 1:	Prod. 2:	Prod. 3:

!!!!!!! Muchas gracias por su colaboración!!!!!!!!!!!!

Base de datos

N °	G	Ti_f un	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P5 _1	P 6	P 7	P 8	P 9	P 1 0	P 1 1	P 1 2	P 1 3	P 1 4	P 1 5	P 1 6	P 1 7	P 1 8	P 1 9	P 2 0	P 2 1	P 2 2	P 2 3	P 2 4	P 2 5	P 2 6	P 2 7	P 2 8	P 2 9	P 3 0	P 3 1	P 3 2	P 3 3	P 3 4	P 3 5	P 3 6	P 3 7	P 3 8	P 3 9	P 4 0	P 4 1	P 4 2	P 4 3	P 4 4	P44 _1	
1	0	5	2	2	4	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	4			
2	0	5	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	4	9			
3	0	12	1	1	3	1	2	1	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	1	3	3	3	3	1	3	2	3	2	2	2	1	3	2	2	1	3	3	1	1	1	2	1	1	1	2	7			
4	0	2	2	2	2	1	3	1	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	1	4	4	1	1	3	3	1	2	6	
5	1	7	1	1	3	1	2	5	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	2	2	1	2	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	1	2	1	3	3	4	1	1	4	3	5	9		
6	0	10	1	2	8	1	2	5	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	1	3	3	3	1	1	3	2	3	3	2	1	2	1	2	3	2	3	4	2	1	4	1	2	1	3	1	1	4	9	
7	0	4	2	2	8	1	2	5	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	1	3	3	3	1	1	3	2	3	3	2	1	2	1	2	3	2	3	1	2	1	4	1	2	1	1	3	1	4	2	
8	0	10	1	2	8	1	2	5	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	1	3	3	3	1	1	3	2	3	3	2	1	2	1	2	3	2	3	4	2	1	4	1	2	1	3	1	1	4	9	
9	0	1	1	1	8	1	1	1	3	1	3	3	1	1	3	3	2	2	2	3	3	1	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	4	4	1	1	1	2	1	2	4
10	0	25	1	1	4	1	3	5	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	1	1	1	4	4	1	1	3	2	3	4	2		
11	0	25	1	1	4	1	3	5	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	1	4	4	1	1	2	2	3	4	9		
12	0	8	1	1	4	1	3	5	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	1	1	1	4	4	1	1	2	2	3	4	9	

1	3	0	10	1	1	1	1	3	5	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	1	1	4	1	1	1	2	3	3	4	2
1	4	0	10	1	1	1	1	3	5	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	1	1	4	1	1	1	2	3	3	4	9
1	5	0	10	1	1	1	1	3	5	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2	1	3	3	1	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	4	4	2	1	3	2	3	4	8
1	6	1	10	1	1	1	1	3	5	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2	1	3	3	1	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	1	1	4	1	2	1	1	2	3	4	9
1	7	0	10	1	1	1	1	3	5	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2	1	3	3	1	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	4	1	2	1	2	2	3	4	9
1	8	0	10	1	1	1	1	3	5	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2	1	3	3	1	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	4	4	1	1	1	2	1	4	8
1	9	0	5	1	2	8	1	3	5	3	1	2	3	1	2	3	3	3	2	1	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	3	4	9
2	0	0	5	1	1	5	1	2	3	3	1	2	3	1	1	3	2	2	2	1	3	3	1	1	1	2	2	3	3	3	2	2	1	1	2	2	3	3	1	1	4	4	1	1	2	2	1	4	7
2	1	0	8	1	1	0	1	1	5	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	1	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	1	4	2	4	1	2	4	3	4	6
2	2	0	5	1	2	8	1	3	5	3	1	2	3	1	1	3	2	2	2	1	3	3	3	1	1	2	2	3	3	3	2	2	1	1	2	2	3	3	1	1	4	4	1	1	2	2	1	4	8
2	3	0	5	1	2	5	1	3	5	3	1	2	3	1	2	3	3	2	2	1	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1	4	1	2	1	3	2	1	4	9
2	4	0	5	1	1	1	1	2	2	3	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	4	1	1	4	1	1	1	3	1	3	2	6

2	5	0	25	1	1	4	1	3	5	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	1	1	3	4	1	1	2	2	1	1	5
2	6	0	5	2	2	3	1	2	1	3	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	4	1	1	2	1	1	1	1	4	9		
2	7	0	6	1	1	4	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	1	1	2	1	2	3	1	1	4	4	1	1	4	1	1	2	6	
2	8	0	5	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3	1	1	4	9	
2	9	0	4	2	2	3	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	2	4	1	1	2	1	1	1	5	
3	0	0	3	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	2	2	1	1	3	3	3	3	1	2	1	2	1	2	1	1	3	2	2	2	3	4	1	1	4	1	1	1	4	1	1	4	8	
3	1	0	4	2	2	3	1	6	1	2	1	1	2	2	1	1	2	3	2	1	3	3	1	3	1	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	5	2	1	4	4	1	1	1	1	1	4	
3	2	0	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	3	1	3	3	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	3	2	1	1	2	3	2	2	2	4	1	1	4	1	1	4	8	
3	3	0	3	2	1	3	1	5	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	3	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	4	4	1	1	1	1	4	8	
3	4	0	8	1	1	0	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	3	2	1	3	3	1	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	2	2	3	3	1	1	2	4	1	1	4	1	1	4	8
3	5	0	4	1	1	3	1	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	3	1	2	1	2	4	1	1	2	1	1	4	9	
3	6	0	2	2	1	3	1	5	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	5	2	2	4	4	1	1	3	1	1	1	4	

3	7	0	3	2	2	2	1	3	1	3	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	3	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	3	1	1	4	3	1	1	2	1	1	4	8	
3	8	0	4	2	2	3	1	3	1	3	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	3	3	3	3	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	8		
3	9	0	3	2	2	4	1	5	1	2	1	1	2	2	3	1	1	2	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	1	4	4	1	1	3	1	1	4	8			
4	0	0	3	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	4	4	1	1	4	1	1	4	8		
4	1	1	10	2	2	0	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	3	2	3	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	9			
4	2	0	3	2	2	3	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	3	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	2	3	1	1	2	1	1	4	8	
4	3	0	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	3	2	1	3	4	1	1	1	1	3	1	4	
4	4	0	3	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	1	1	4	8		
4	5	0	3	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	3	3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	2	1	1	4	9
4	6	0	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	3	3	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	3	4	1	2	3	1	1	1	4	
4	7	0	3	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	3	2	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3	1	2	3	3	1	1	1	1	4	9	
4	8	0	3	2	2	3	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	3	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	2	1	1	3	1	1	4	8

4	9	0	2	2	2	3	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	3	2	1	3	2	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	3	1	1	3	3	1	1	2	1	1	4	9		
5	0	0	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	3	3	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	3	1	1	1	3	1	1	4	9	
5	1	0	2	2	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	9
5	2	0	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3	1	2	1	3	3	2	2	1	2	1	2	1	1	3	1	1	4	3	1	1	3	1	1	4	8		
5	3	0	4	2	2	3	1	6	1	2	1	1	2	2	2	1	2	3	1	2	3	3	1	1	1	3	2	2	2	1	1	1	3	2	2	1	2	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	4	9		
5	4	0	5	1	1	9	1	2	3	2	1	1	1	2	3	2	2	1	3	2	3	2	1	2	1	2	2	3	3	2	1	3	2	2	1	3	3	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	4	8		
5	5	0	3	2	2	2	1	5	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	4	1	1	1	3	1	1	4	8		
5	6	0	2	2	2	3	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	3	3	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	3	1	1	3	1	1	1	3	1	1	4	8		
5	7	0	2	2	2	2	1	6	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	4		
5	8	0	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	3	4	1	1	4	4	1	1	1	1	1	4	9		
5	9	0	10	2	2	5	1	3	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	1	1	4	1	1	1	4	1	1	4	
6	0	0	5	2	2	4	1	5	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	3	3	3	3	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	4	4	1	1	3	1	1	1	4	

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



Bach. Gabriel Mancha Abregú, aplicando encuestas a asociado de productores





Bach. Yeni Karina Jurado Cambillo, aplicando encuesta a una asociada productora- Textil.





Bach. Yeni Karina Jurado Cambillo, aplicando encuesta a una asociada productora- Textil.

