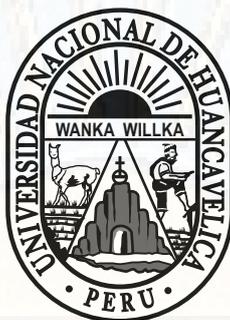


UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA

(CREADA POR LA LEY 25265)

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



TESIS

**LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTACIÓN
DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA
DE LA LOCALIDAD DE HUANCAMELICA – 2016**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL**

PRESENTADO POR:

**BACH. MARÍA DEL PILAR MANCILLA LUJAN
BACH. WALTER SILVESTRE QUISPE**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**HUANCAMELICA – PERÚ
2019**

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS

EN LA CIUDAD UNIVERSITARIA DE PATURPAMPA; AUDITORIO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES, A LOS... 24 DÍAS DEL MES DE... OCTUBRE... DEL AÑO 2019, A HORAS... 10:00AM SE REUNIERON, EL JURADO CALIFICADOR, CONFORMADO DE LA SIGUIENTE MANERA:

PRESIDENTE: Dr. Edgar Augusto SALINAS LOARTO

SECRETARIO: Lic. Mat. Oscar Manuel GARCÍA COTO

VOCAL: Lic. Adm. Daniel Quispe VIDALON

DESIGNADOS LOS MIEMBROS DEL JURADO CON RESOLUCIÓN N°
334-2019-FCE-R-U.N.H.; PARA LA TESIS TITULADO:

"LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCAYELICA - 2016"

CUYO AUTOR ES (EL) (LOS) GRADUADO (S):

BACHILLER (S): MARIA DEL PILAR MANCILLA LUTAN

WALTER SILVESTRE QUISPE

A FIN DE PROCEDER CON LA SUSTENTACIÓN DE LA TESIS TITULADO ANTES CITADO.

FINALIZADO LA SUSTENTACIÓN Y EVALUACIÓN; SE INVITA AL PÚBLICO PRESENTE Y AL (LOS) SUSTENTANTE (S) ABANDONAR EL RECINTO; PARA LA DELIBERACIÓN POR PARTE DEL JURADO. LUEGO DEL DEBATE SE LLEGÓ AL SIGUIENTE RESULTADO:

BACHILLER: MARIA DEL PILAR MANCILLA LUTAN

PRESIDENTE: APROBADO

SECRETARIO: APROBADO

VOCAL: APROBADO

RESULTADO FINAL: APROBADO POR UNANIMIDAD

BACHILLER: WALTER SILVESTRE QUISPE

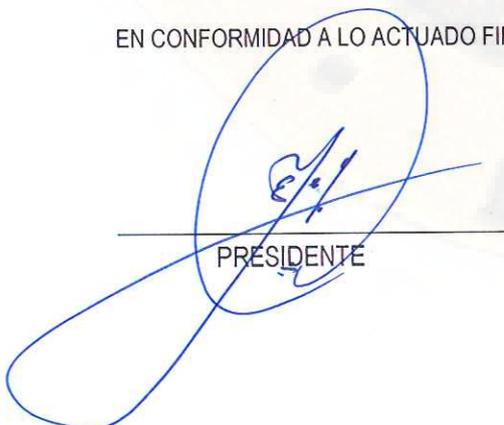
PRESIDENTE: APROBADO

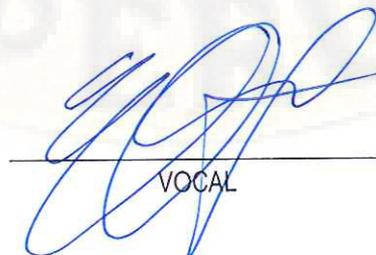
SECRETARIO: APROBADO

VOCAL: APROBADO

RESULTADO FINAL: APROBADO POR UNANIMIDAD

EN CONFORMIDAD A LO ACTUADO FIRMAMOS AL PIE.


PRESIDENTE

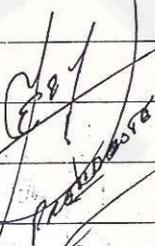

VOCAL

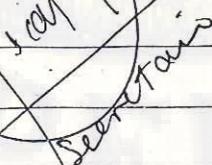

SECRETARIO

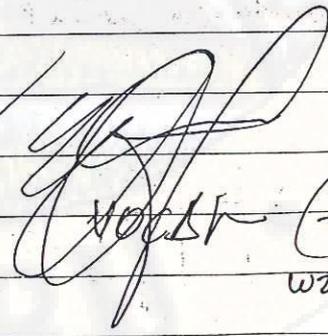


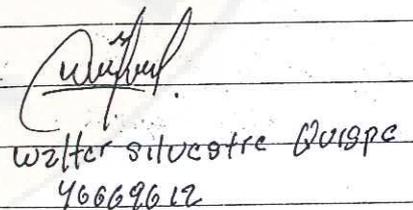
Acta de Sustentación de tesis

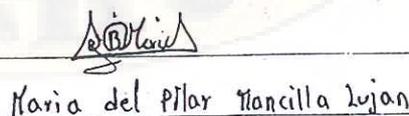
Reunidos en el aula magna de la facultad de Ciencias empresariales, siendo las 10:00 AM del día jueves 24 de octubre de 2019, siendo los miembros de jurado Dr. Edger Augusto Salinas Loarte (presidente); Lic. Mat. Oscar Manuel García Ceja (secretario); Lic. Pdm. Daniel Quispe Vidalon (vocal); para llevar a cabo la sustentación de la tesis titulado: "LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCANELICA - 2016"; presentado por los Bachilleres: María Del Pilar Mancilla Lujan y Walter Silvestre Quispe, para optar el título profesional de licenciado en Administración, dando cumplimiento a las resoluciones N° 334-2019-FCE-R-UNH. de reconfirmación de designación de jurados y la Resolución N° 667-2019-FCE-R-UNH, de programación de fecha y hora para la sustentación, las mismas que se dieron lectura al inicio del presente acto. El presidente del jurado informa a los sustentados que tienen 40' (minutos) para la sustentación, dando inicio al acto. culminado esta etapa, se procedió con la fase de las preguntas por parte de los miembros del jurado evaluador, una vez culminada esta fase, el presidente de jurado invita a los sustentados y público en general abandonar el recinto para la deliberación en secreto. luego de una simple deliberación por parte del jurado, se llegó al siguiente resultado final, **APROBADO POR UNANIMIDAD**, siendo las 12:02 del medio día; se da por culminada la sustentación, firmamos el jurado en señal de conformidad


Edger Augusto Salinas Loarte
Presidente

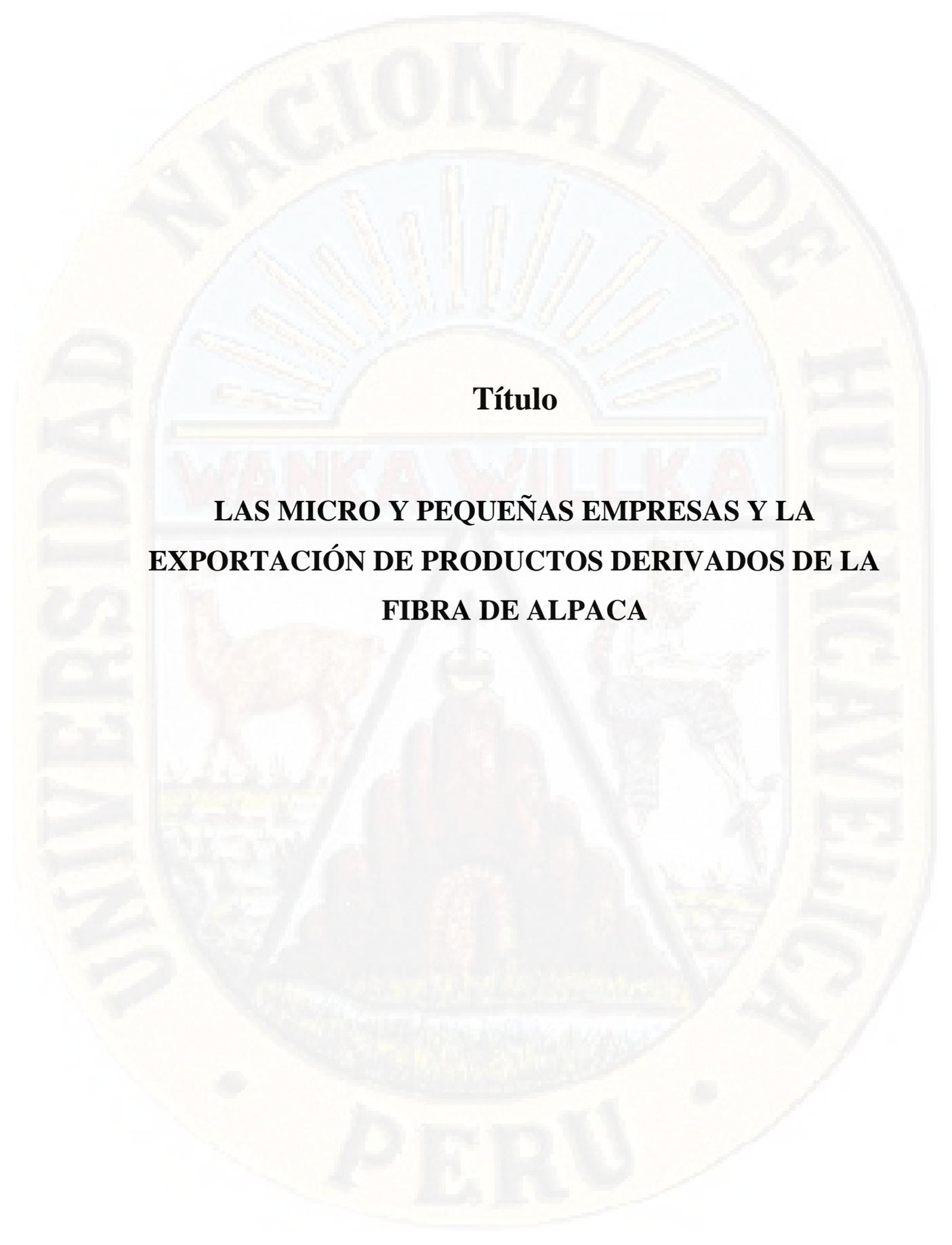

Oscar Manuel García Ceja
Secretario


Daniel Quispe Vidalon
Vocal


Walter silvestre Quispe
46669612

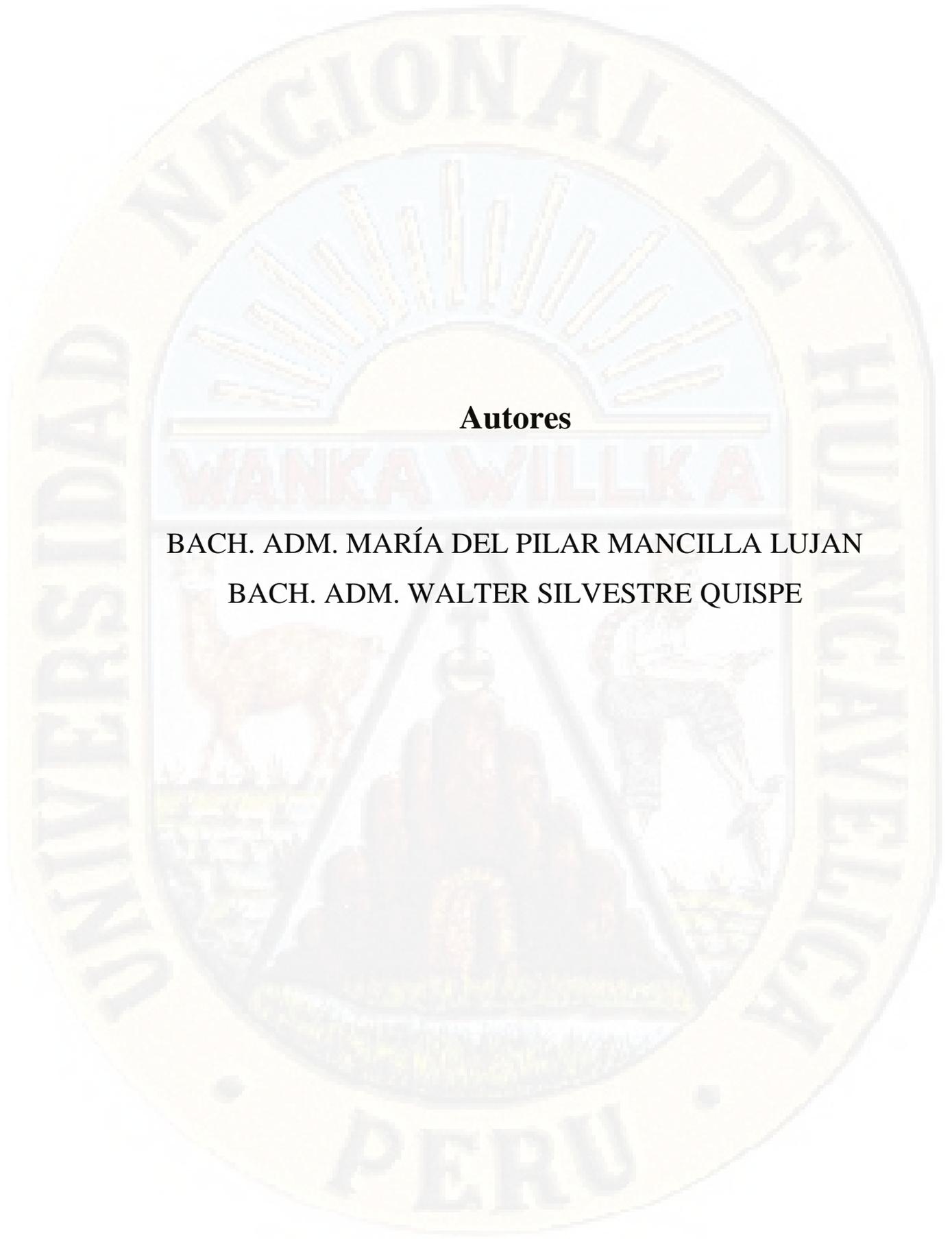

María del Pilar Mancilla Lujan

47577140



Título

**LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA
EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA
FIBRA DE ALPACA**



Autores

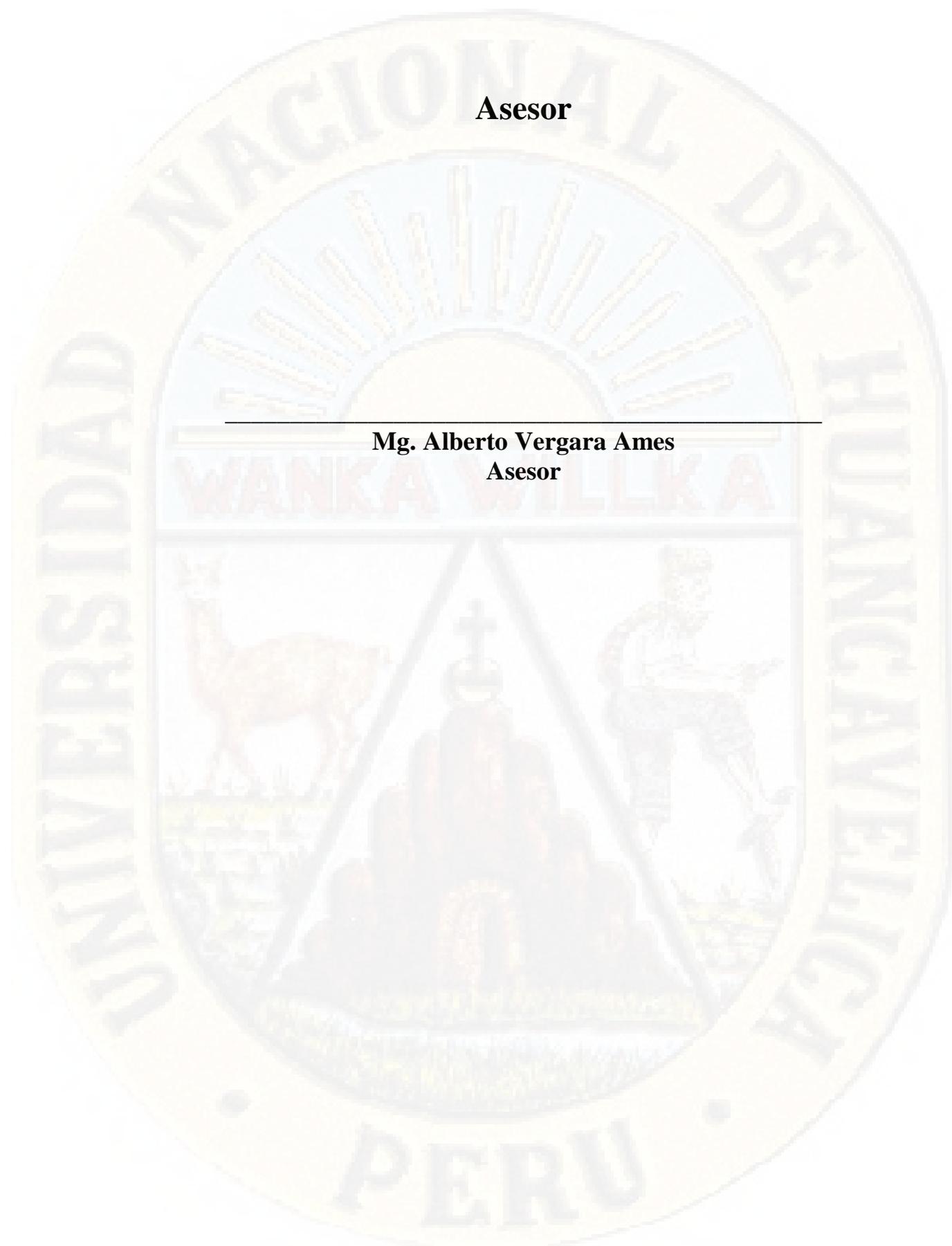
BACH. ADM. MARÍA DEL PILAR MANCILLA LUJAN

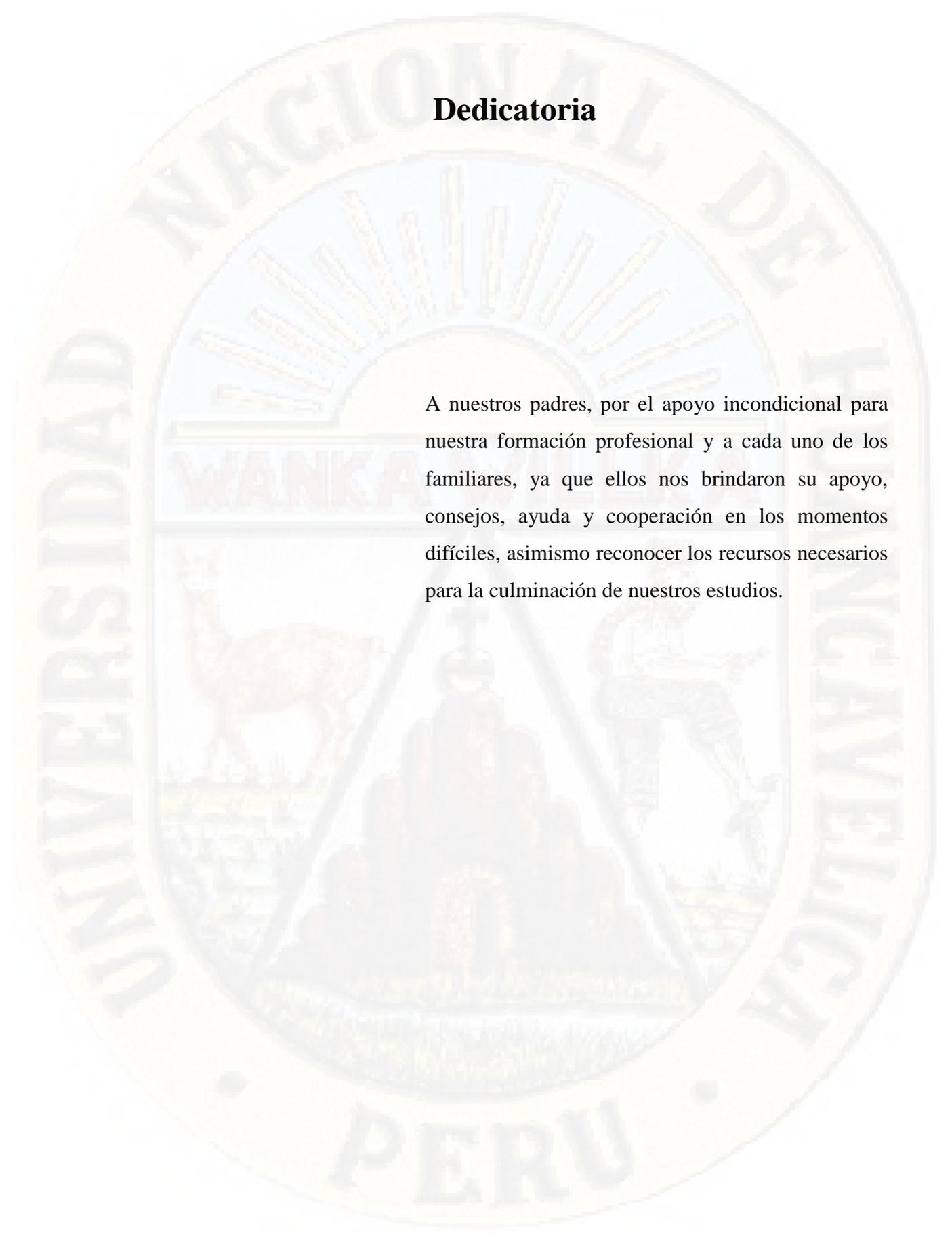
BACH. ADM. WALTER SILVESTRE QUISPE

Asesor

Mg. Alberto Vergara Ames

Asesor





Dedicatoria

A nuestros padres, por el apoyo incondicional para nuestra formación profesional y a cada uno de los familiares, ya que ellos nos brindaron su apoyo, consejos, ayuda y cooperación en los momentos difíciles, asimismo reconocer los recursos necesarios para la culminación de nuestros estudios.

Índice

Portada	i
Acta de sustentación	ii
Título	iv
Autor	v
Asesor	vi
Dedicatoria.....	vii
Índice.....	viii
Resumen	xi
Abstract	xii
Introducción	xiii

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema	15
1.2. Formulación del problema	18
1.2.1. Problema General.....	18
1.2.2. Problemas Específicos	18
1.3. Objetivos.....	18
1.3.1. Objetivo General	18
1.3.2. Objetivos Específicos	19
1.4. Justificación	19
1.4.1. Justificación practica	20
1.4.2. Justificación metodológica.....	20
1.5. Limitaciones.....	20

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes	21
2.1.1. A Nivel Internacional.....	21
2.1.2. A Nivel Nacional	23
2.1.3. A Nivel Local	27
2.2. Bases teóricas sobre el tema de investigación	28
2.2.1. Micro y Pequeña Empresa	28
2.2.2. Exportaciones	36
2.3. Bases conceptuales	39
2.3.1. Micro y Pequeña Empresa	39
2.3.2. Exportaciones	40
2.4. Definición de términos.....	40
2.5. Hipótesis	44
2.5.1. Hipótesis General.....	44
2.5.2. Hipótesis Específicos	44
2.6. Variables.....	44
2.7. Operacionalización de variables	45

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Ámbito temporal y espacial.....	47
3.2. Tipo de investigación	47
3.3. Nivel de investigación	48
3.4. Población, muestra y muestreo	48
3.4.1. Población	48
3.4.2. Muestra	51

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
3.6. Técnicas y procesamiento de análisis de datos	52
CAPÍTULO IV	
RESULTADOS	
4.1. Análisis de información.....	54
4.1.1. Resultados a Nivel Descriptiva: Micro y Pequeña Empresa y Exportación de Productos Derivados de Alpaca.....	54
4.2. Prueba de Hipótesis	75
4.3. Discusión de resultados	78
CONCLUSIONES.....	82
RECOMENDACIONES.....	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
Apéndice.....	87

Resumen

La micro y pequeñas empresas constituyen la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma jurídica reconocida en nuestro país, las cuales en nuestro país constituyen el sostén de muchísimas familias, estas micro y pequeñas empresas son la fuerza impulsora del crecimiento económico que genera empleo desde el sector privado que calma la demanda de empleabilidad del Perú en su conjunto.

Es por ello que, en las últimas tres décadas, la acción de los agentes de la cadena productiva y el complejo circuito de comercialización de la fibra han profundizado la brecha de desigualdad socioeconómica y cultural, llevando la peor parte los criadores de alpacas, considerados entre los sectores más pobres de la población nacional y uno de los más vulnerables dentro del contexto de la economía de libre mercado; en este contexto se estableció como objetivo de la conocer la correlación entre las variables las micro y pequeña empresa y la exportación de la fibra de alpaca.

La investigación en su desarrollo fue factible, bajo la tipología de un estudio de tipo Aplicada, el nivel de la investigación es el descriptivo correlacional, con un diseño no experimental de corte transeccional; asimismo, se utilizó el método científico como método general y los específicos como el inductivo, deductivo y el correlacional.

Para la recolección de la información se recurrió a la técnica de la encuesta, con su respectivo cuestionario donde recoge las preguntas para conocer la relación entre las variables de estudio.

En el tratamiento de la estadística inferencial se obtuvo el siguiente valor: el p valor de 0,003 de significancia bilateral entre las variables, con la cual queda demostrado la relación entre las variables de estudio. En el grado de correlación de la r de Pearson ubicamos a la luz de los resultados en 0,537 por lo que podemos decir que es correlación positiva media, o directamente proporcional.

Palabras clave: Micro y pequeña empresa, exportación, tradicional, no tradicional, tratado de libre comercio.

Abstract

Micro and small businesses constitute the economic unit constituted by a natural or legal person, under any legal form recognized in our country, which in our country constitute the support of many families, these micro and small Companies are the driving force behind the economic growth that generates employment from the private sector that calms the demand for employability of Peru as a whole.

That is why, in the last three decades, the action of the agents of the productive chain and the complex circuit of commercialization of the fiber have deepened the gap of socioeconomic and cultural inequality, carrying the worst part the breeders of alpacas, Considered among the poorest sectors of the national population and one of the most vulnerable in the context of the free market economy; In this context it was established as an objective of knowing the correlation between the variables micro and small enterprise and the export of the alpaca fiber.

The research in its development was feasible, under the typology of a study of type applied, the level of the investigation is the descriptive correlational, with a non-experimental design of cut transectional; Likewise, the scientific method was used as a general method and the specific ones as the inductive, deductive and the correlational.

For the collection of the information was used the technique of the survey, with their respective questionnaire where he collects the questions to know the relationship between the variables of study.

In the treatment of inferential statistics, the following value was obtained: the P value of 0.003 of bilateral significance between the variables, with which the relation between the study variables is demonstrated. In the degree of correlation of Pearson R we locate in the light of the results in 0.537 so we can say that is positive correlation medium, or directly proportional.

Keywords: Micro and small business, export, traditional, non-traditional, free trade agreement.

Introducción

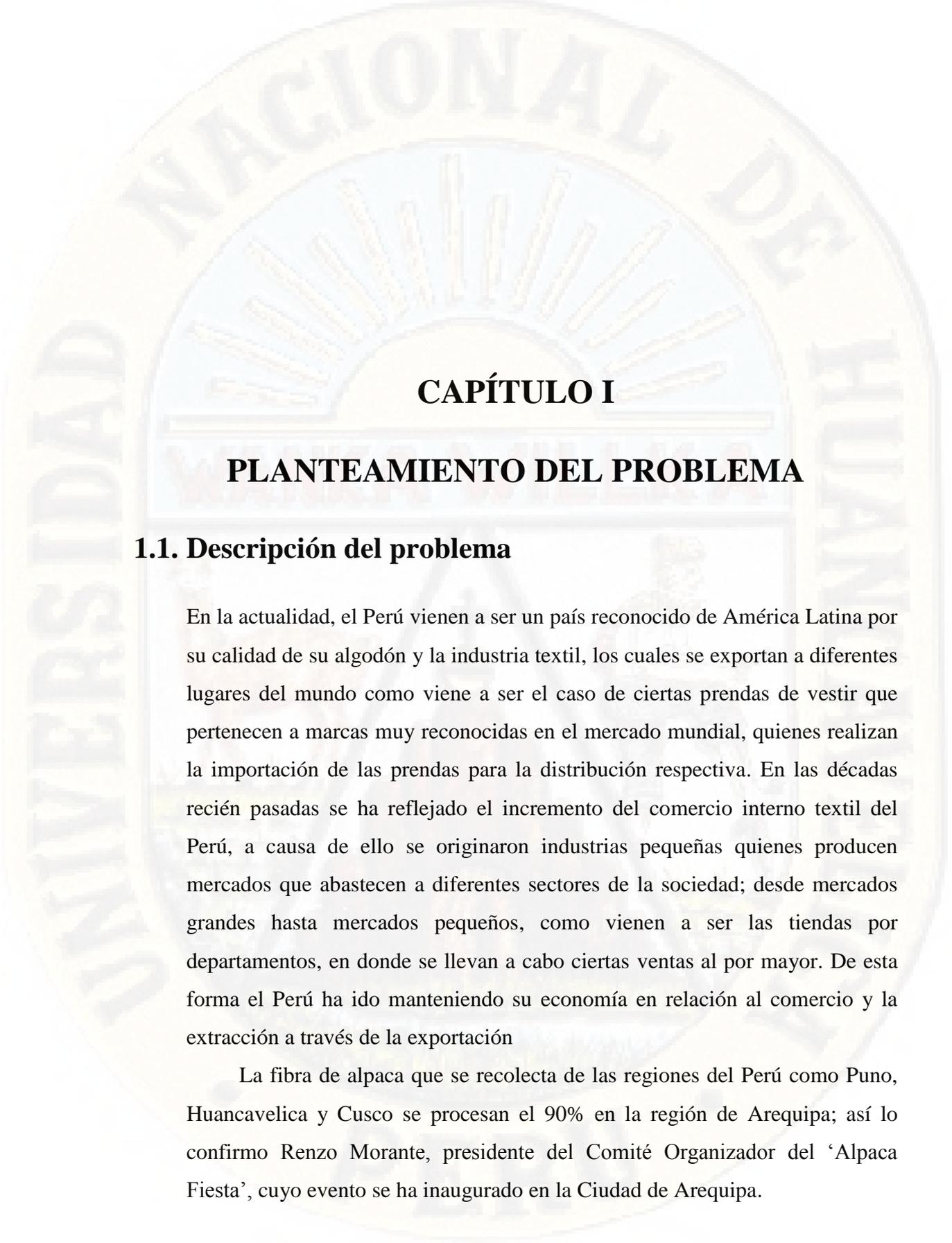
Con el desarrollo de la investigación se determinó la correlación entre la micro y pequeña empresa y la exportación de los productos derivados de la fibra de alpaca en la localidad de Huancavelica en el periodo 2016, con la finalidad que sirva a los propietarios o socios de la micro y pequeñas empresas quienes vienen exportando sus productos en determinadas cantidades por cada periodo de tiempo. Para la investigación se tuvo que recurrir a las micro y pequeñas empresas de la localidad para observar el mercado al cual viene accediendo fuera del territorio, en la variable exportación de la fibra de alpaca donde se quiere saber la correlación entre las variables propuestas al inicio de la presente investigación,

En el primer capítulo se desarrollará el planteamiento del problema, refiriendo el desarrollo a nivel macro reconociendo las investigaciones que vienen desarrollando las micro y pequeñas empresas a nivel de los países latinoamericanos, esto gracias a que como nuestro país reúnen las condiciones naturales para la crianza de los camélidos sudamericanos. Por otra parte, tomamos en consideración los mercados crecientes en países como Estados Unidos, Japón, Corea, etc., la cantidad de familias que se dedican a la crianza de los camélidos sudamericanos. Hacemos hincapié en estructurar y detallar los síntomas, las causas, el pronóstico y el control del pronóstico para el conocimiento y desarrollo de la investigación. Se plantea la hipótesis general, así como las hipótesis específicas, de igual manera se plantea el objetivo tanto general y los específicos, por último, planteamos la importancia de la presente investigación.

En el segundo capítulo se llega a desarrollar el marco teórico, recabando en primer lugar los antecedentes de las variables de investigación micro y pequeña empresa y la exportación de las fibras de alpaca, tomando los antecedentes internacionales, nacionales y el local, que nos permita reconocer los avances de investigación de las variables de nuestro estudio, para orientarnos en el desarrollo de la investigación. Las bases teóricas, nos hacen reconocer que existe un marco legal, que nos permite participar en el campo de la exportación, tomando productos específicos, en nuestro caso el proceso de la fibra de alpaca, con productos que de ella podemos obtener.

En el tercer capítulo se expone la metodología utilizada para el desarrollo del presente estudio: el tipo de investigación es, donde al amparo de los autores citado podemos indicar que se encasilla dentro de la investigación aplicada. El Nivel de investigación es correlacional, adicionalmente se hizo uso de los métodos de investigación como el método científico, apoyado del método específico que es el descriptivo. La población y la muestra queda determinado por un total de 30 micro y pequeñas empresas que están en la ciudad de Huancavelica, y en los distritos de Ascensión y Yauli.

En el cuarto capítulo se expone los resultados obtenidos tras la aplicación de nuestra encuesta y el correspondiente trato estadístico, mediante el programa SPSS, donde gracias a la estadística inferencial queda demostrado la validez de nuestra hipótesis planteada al inicio de nuestra investigación.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

En la actualidad, el Perú viene a ser un país reconocido de América Latina por su calidad de su algodón y la industria textil, los cuales se exportan a diferentes lugares del mundo como viene a ser el caso de ciertas prendas de vestir que pertenecen a marcas muy reconocidas en el mercado mundial, quienes realizan la importación de las prendas para la distribución respectiva. En las décadas recién pasadas se ha reflejado el incremento del comercio interno textil del Perú, a causa de ello se originaron industrias pequeñas quienes producen mercados que abastecen a diferentes sectores de la sociedad; desde mercados grandes hasta mercados pequeños, como vienen a ser las tiendas por departamentos, en donde se llevan a cabo ciertas ventas al por mayor. De esta forma el Perú ha ido manteniendo su economía en relación al comercio y la extracción a través de la exportación

La fibra de alpaca que se recolecta de las regiones del Perú como Puno, Huancavelica y Cusco se procesan el 90% en la región de Arequipa; así lo confirmó Renzo Morante, presidente del Comité Organizador del 'Alpaca Fiesta', cuyo evento se ha inaugurado en la Ciudad de Arequipa.

En la actualidad, los destinos principales de exportación de los productos vienen a ser Estados Unidos, Japón y Corea; por otro lado, en el mercado interno, las prendas se ofrecen en diversos centros comerciales de Lima.

Existen aproximadamente 100 mil familias en el país las cuales se dedican a la crianza respectiva de alpacas y por consecuencia a la fabricación de prendas de la lana extraída de este animal; lo cual le convierte en una principal fuente económica.

Dichas afirmaciones fueron brindadas en el transcurso de la inauguración del ‘Alpaca Fiesta’, cuyo evento se realizó con el fin de promover el consumo de prendas de fibra de alpaca a nivel mundial, al ser estas finas y de alta calidad.

Los productores de camélidos sudamericanos de la región de Huancavelica lograron un total de 33.488 kilos de fibra de alpaca durante la campaña de acopio realizada en el mes de abril, según lo manifestó el director regional de Camélidos Sudamericanos (Quispe T, 2015).

Huancavelica, considerada por todos como la región con los mayores índices de pobreza o extrema pobreza, cuya actividad general entre la población generacional es la actividad ganadera y agrícola, estas dos actividades ancestrales supervive entre las familias huancavelicanas, unas viven en las ciudades, que aglomeran a un gran número de habitantes, la otra parte de la población mantiene viva estas actividades como forma de vida, fuera de la ciudad, cultivando productos de pan llevar y/o criando animales mayores.

Huancavelica, una de las regiones con el mayor número de crianza de alpacas en el país, lo que nos motiva a tomar en consideración la existencia de una cadena de valor de la fibra de alpaca, esta cadena la observamos desde la crianza de los animales como son las alpacas, la comercialización de la fibra de alpaca, su procesamiento, para luego comercializarlos desde productos de gran escala de producción hasta la producción manual que realizan a menor escala entre la población.

Para una parte de la población huancavelicana, criadores de alpacas, la fibra de alpaca llega a ser una fuente permanente de ingresos, pese a que en

muchos años los precios de adquisición son los más bajos del mercado. En esta cadena de valor están las empresas que intervienen en la transformación de la fibra de alpaca los cuales son producidos para dos mercados, la primera la el consumo interno o mercado local o nacional y la segunda para la venta fuera de las fronteras de nuestro país, lo que nos conlleva a su estudio en primer lugar a un estudio de mercado local, de la comercialización de los productos de derivados de la fibra de alpaca.

Síntomas

- Contaminación del recurso agua, por efecto de la grasa que tiene la fibra en bruto
- El escaso uso de la tecnología en la producción de fibra
- Falta de articulación del mercado
- Baja capacidad de negociación de los productores.

Causas:

- A este caso los camélidos pierden su lana o fallecen
- Al no conocer la tecnología a los productores no les ayuda la salida de sus productos
- Es que los productores bastan con vender sus productos sin saber la realidad de este negocio se debe a que los productores suelen tomarlo como una actividad secundaria

Pronostico:

- La pérdida de estas alpacas afecta seriamente a los lugareños, que dependen de la venta de la lana para su subsistencia. Dificultad en crecimiento de los tejidos
- Presencia de empresas extranjeras de otros lugares
- Otras empresas de competencia aprovecharan las actividades rentables
- No mejorara sus condiciones económicas

Control de Pronóstico:

- Proponer una estrategia desarrollo del sector camélido que permita potenciar su crianza y mejorar la calidad que se exprese en la fórmula mejor calidad

- Avanzar en el proceso de transformación de la fibra y generación de valor agregado.
- apoyar y motivar a que organizaciones de productores y productoras asuman el reto de la industrialización de su propia fibra para ofertarlo a un mercado local insatisfecho por la oferta actual

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Qué relación existe 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?

1.2.2. Problemas Específicos

- Qué relación existe entre las micro y pequeñas empresas en las exportaciones tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.
- Qué relación existe entre las micro y pequeñas empresas en las exportaciones no tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.
- Qué relación existe entre las micro y pequeñas empresas en las exportaciones aprovechando el tratado de libre comercio en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la relación de 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.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar la relación de las micro y pequeñas empresas en las exportaciones tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.
- Determinar la relación de las micro y pequeñas empresas en las exportaciones no tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.
- Determinar la relación de las micro y pequeñas empresas en las exportaciones aprovechando el tratado de libre comercio en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

1.4. Justificación

Nuestra investigación nos permitió entender sistemáticamente la diversidad de factores que conllevan a una producción y comercialización de la fibra de alpaca, siendo la producción ineficiente e incapaz de cubrir los requerimientos de cantidad calidad que requiere el mercado local, nacional o internacional; la producción que hoy tiene la región Huancavelica puede ser mejorada, esto gracias a que mejore los costos que pueda otorgar el mercado a la fibra de alpaca.

De acuerdo a los objetivos de la investigación, se optó el por qué la exportación de la fibra de alpaca no es suficiente a los mercados internacionales y nacionales. Además se contribuirá a los ganaderos de la provincia de Huancavelica en cuanto a sus productos derivados de fibra de alpaca a mostrar al mercado con una motivación a tomar en consideración la existencia de una cadena de valor de la fibra de alpaca, esta cadena la observamos desde la crianza de los animales como son las alpacas, la comercialización de la fibra de alpaca, su procesamiento, para luego comercializarlos desde productos de gran escala de producción hasta la producción manual que realizan a menor escala entre la población.

El sector textil peruano cuenta con una larga tradición, por muchos años ha sido reconocido por la calidad de sus fibras naturales. El contar con algodón de fibras extra largas ha sido una ventaja que se ha utilizado para penetrar mercados exigentes y conocedores.

1.4.1. Justificación practica

El logro de los objetivos establecidos de investigación pretende aportar con nuevas formas prácticas para mejor la exportación de productos derivados de fibra de alpaca. Con el estudio del mercado será más practico la salida estés productos a otros países que nos permita el Tratado de Libre Comercio.

1.4.2. Justificación metodológica

En este trabajo se aplicó la metodología científica; que consistió en identificar el problema, para después de analizar las teorías, formular soluciones a través de la hipótesis; así como identificar los objetivos que orientan la investigación. Todo esto mediante la aplicación de todos los elementos metodológicos correspondientes.

1.5. Limitaciones

La presente investigación nos va a proporcionar resultados las cuales podrán ser aplicadas en las micro y pequeñas empresas de la localidad de Huancavelica.

En cuanto a las limitaciones, no encontramos ninguna limitación, todo lo contrario, hay todo el interés de parte de las micro y pequeñas empresas de la localidad de Huancavelica, para esto realizare el estudio respectivo, además que existen algunos temas de investigación referente al tema escogido.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

De acuerdo al problema a investigar, pude encontrar antecedentes que mi ayuden como antecedentes del proyecto de investigación que lleva por título “las micro y pequeñas empresas y la exportación de los productos derivados de la fibra de alpaca del distrito de Huancavelica 2017” que tiene como antecedente los temas de estudio.

2.1.1.A Nivel Internacional

Roco (2016) en su tesis para optar el grado de magister “*Plan de exportación para cervecería artesanal Weisser*” en su investigación opto por hacer uso de una metodología clásica de un plan de negocios, concluyendo en lo siguiente:

En relación al objetivo general de la citada tesis se llega a la conclusión que la exportación de cerveza artesanal Weisser al mercado de Estados Unidos es rentable según lo propuesto en este documento. A tal efecto se estaría cumpliendo el objetivo general el cual es presentar un plan de negocio que otorgue la exportación con el fin de incrementar

las ventas y por último crecer internacionalmente, y de esta forma se reduciría la capacidad ociosa de la planta.

Se permitió conocer un conjunto de países y que estos sean analizados como posibles candidatos de explotación, todo ello gracias a ciertos análisis generales de zonas geográficas y que estas presentan grandes preferencias por el consumo de cerveza.

Se presenta a Estados Unidos como un país sólido en la exportación de cerveza Weisser ello tras un análisis macroeconómico, de comercio y de la industria de la cerveza además de otras variables importantes, a tal efecto Estados Unidos refleja un mercado muy interesante en cuanto a la cerveza artesanal en la mayoría de los indicadores además de variables como el Ingreso per cápita que lo hace distinto con los demás países. Además, este país presenta trabajo acelerado para la exportación pues existen factores que suman como experiencia anticipada a una exportación mejorando los procedimientos para realizar una exportación más fácil.

Una de las mejores estrategias encontradas en Estados Unidos y reflejadas en este trabajo es a través del “canal horeca” puesto que posee mayor margen, y a consecuencia el precio final al exportador puede incrementarse.

Por otra parte, se plantea ingresar a través de un importador alternativo, ya que, a diferencia de un importador normal, este permitirá que el exportador se incluya de forma directa en la comercialización de sus productos usando como intermediario al personal propio el cual negociara con los minoristas y hará uso directo de los distribuidores que el importador posee para laborar en relación a lo necesitado por parte del exportador.

Esta opción permite que se intervenga de forma directa en diferentes campañas de publicidad de los productos con los cuales se fomenta las ventas y posicionamiento de marca. De esta manera se permite al importador generar un precio mayor al exportador ya que se

interviene menos en el precio lo que permite al importador tener un margen menor.

2.1.2.A Nivel Nacional

Bello (2012) tesis para optar el grado de magister con mención en comercio exterior, “Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970 – 2010”, concluye:

En su investigación fue de carácter longitudinal, de carácter explicativo, y en sus conclusiones busca identificar las relaciones de causalidad entre las variables de su estudio, el tipo de estudio realizado en su investigación es descriptiva, causal y aplicada ya que existe un efecto de correlación entre sus variables de estudio, tras su investigación hizo uso de software de econometría EViews,

Del modelo planteado se concluye que si las Exportaciones peruanas aumentan en 1%, el PBI aumentaría en 0.13%.

La apertura comercial y promoción de productos a nivel internacional, han hecho que las exportaciones peruanas, sean tradicionales o no tradicionales, aumenten considerablemente en la última década. Así se tiene que como porcentaje del PBI las exportaciones representaron el 3.53% en 1970, el 9.6% en 1980, el 8.78% en 1990, el 12.62% en el 2000 y el 37.17% en el 2010, notándose que luego de la puesta en marcha del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX 2003-2013) en marzo del 2003 la tasa de crecimiento de exportaciones fue mayor.

Las Exportaciones Tradicionales predominan en la contribución del total de exportaciones en todo el periodo en análisis. Las Exportaciones Tradicionales representaron el 78% del total de exportaciones en el 2010, mientras las No Tradicionales representaron el 21% del total de exportaciones en el 2010 (1% corresponde a otros). Los sectores que más aportaron a la exportación son el sector minero, el

cual en el 2010 representó el 79% de la Exportaciones Tradicionales y el sector agropecuario, el cual representó el 29% de la Exportaciones No Tradicionales en el 2010.

Castillo (2008) Tesis para optar el grado académico de magister con mención en comercio y finanzas internacionales “Política económica y exportaciones de confecciones de fibra de alpaca mercado mundial 2000 – 2005”, concluye:

Dentro de su diseño metodológico a usar fue: el método descriptivo, el mismo que se comparara con el estadístico, análisis, síntesis e inductivo. El diseño usado es de carácter no experimental y longitudinal, el tipo de investigación es aplicada, el nivel de investigación es de carácter descriptivo, asimismo considera como población a la cadena productiva de la alpaca a nivel nacional desde la crianza de los camélidos sudamericanos hasta la exportación de las confecciones de fibra de alpaca. Luego del desarrollo de la presente tesis, se ha llegado a determinar que las prendas de Alpaca, son bienes inelásticos y/o en algunos casos relativamente inelásticos, lo cual indica que, si sube el precio de la fibra de Alpaca, no afectaría mucho en la cantidad demandada. Es así también que el Perú es una de las grandes potencias en exportar prendas y fibra de alpaca. Desafortunadamente, no satisfacemos todas las necesidades del mercado mundial, ya que es muy difícil que aumentemos la producción de exportación de este bien, a corto plazo.

En el mercado internacional la fibra de alpaca compite con una serie de pelos finos como el cashmere y el mohair los cuales se encuentran bien posicionados en el mercado, por lo que se obtiene precios superiores a los de las prendas de alpaca. Esta situación se va a revertir cuando logremos posicionar a los productos de alpaca mediante estrategias efectivas de mercadeo.

Herrera (2012) tesis para optar el título profesional, “Determinantes de las exportaciones no tradicionales en el Perú entre 2000 y 2010”, concluye:

Desarrollo una investigación aplicada en vista de que tiene como soporte técnico las leyes, normas, manuales y técnicas para el recojo, procesamiento y análisis de la información. El nivel de investigación es explicativo analítico y correlacional, para al final de la investigación arribar a las siguientes conclusiones:

Los términos de intercambio tienen una relación directa y positiva con las exportaciones no tradicionales, ya que, si los términos de intercambio aumentan en 1%, las exportaciones no tradicionales aumentarían en 0.32% aseverando que los principales determinantes de las exportaciones no tradicionales son los términos de Intercambio.

Las políticas externas tienen una relación directa con las exportaciones no tradicionales, trayendo consigo un aumento significativo, ello queda demostrado con la relación directa entre los términos de intercambio y las exportaciones no tradicionales.

Para el periodo en estudio el PBI de Estados Unidos muestra una relación directa con las exportaciones no tradicionales, ya que, si el PBI de EEUU aumenta en 1%, las exportaciones no tradicionales aumentarían en 4.05%.

Crispín (2008) en la Tesis para optar el título profesional, “Productividad y distribución de fibra de alpaca en la región Huancavelica” Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Escuela Académica Profesional de Economía, Lima – Perú 2008, para optar el título profesional de Economista, un análisis comparativo entre Huancavelica y Puno. Al final de su investigación arriba a las siguientes conclusiones:

El hecho de que existan ingresos mínimos de los productores de fibra de alpaca en la región Huancavelica corresponde a la calidad baja de fibra producida y vendida, más al contrario en la región de Puno se refleja ingresos elevado ello a causa de una calidad mejor de la fibra producida y vendida. Lo indicado evidencia los niveles mejorados de productividad (calidad) de Puno respecto a Huancavelica.

En Huancavelica no existe el conocimiento y concientización adecuado en relación al manejo de alpacas, lo que se indica la baja productividad, sin embargo, en la región de Puno se refleja la mejora continua en cuanto a manejo genético, un buen manejo sanitario, adecuado manejo de pastos, y proceso de esquila de la fibra; esto finalmente acaba en la mejora de niveles de productividad.

En Huancavelica existe un sistema de comercialización de la fibra de alpaca muy deficiente ello se refleja poca capacidad de organización de los productores, la escasa intervención de instituciones y la presencia de intermediarios, en comparación con la región Puno, en la cual se presencia a organizaciones constituidas por los productores, la presencia de instituciones de intervención y pocos intermediarios, la cual interviene y ayuda al fortalecimiento de mecanismos de comercialización y una articulación mejorada del mercado de la fibra en Puno.

Huaroto, (2011) en su tesis “Efecto de la adopción de internet en la productividad de las Mypes en el Perú” arriba a las siguientes conclusiones:

En la investigación mencionada tuvo el fin de probar la hipótesis de que un mayor uso o Adopción de Internet por parte del empresario origina el incremento de la productividad en su empresa MYPE. Para ello se hizo uso de una muestra de empresas MYPE en el Perú para los años 2007-2010.

Según se refleja en el cuarto capítulo, y al realizar la revisión de la Literatura Empírica, se evidencia que no existen estudios anteriores en el Perú y América Latina que analicen de forma directa efecto que genera el uso de Internet en la productividad de las MYPE. Ciertos estudios que buscan determinar el efecto del Internet su análisis se centró en distintas variables como viene ser los ingreso en el hogar o los salarios que se reflejan ya que vienen a ser la más grandes en cuanto a la productividad, además, estos estudios no abordaron el problema de la endogeneidad por variables omitidas existente entre ambas variables.

Según lo mencionado en el anterior párrafo se confirma que un aporte relevante del trabajo es que centra todos sus estudios en ubicar la relación causal que presenta el uso de Internet y la productividad (es decir, que no esté afectada por el problema de variables omitidas).

La hipótesis original de la relación ha quedado probada al observar un coeficiente de efecto mínimo al hacer uso de la metodología de Primeras Diferencias que se han corregido a causa de este problema. Se evidencian problemas importantes de sobreestimación en los estudios anticipados que consideraron este posible sesgo por variables suprimidas. El aporte del trabajo, del tipo metodológico, fue determinar a la variable “uso de Internet” de un modo más explicado de diferentes trabajos, en otras palabras, en este estudio se hizo a diferencia entre las diferentes aplicaciones de Internet. Para ello se ha construido un índice de Adopción de Internet a partir de la metodología de Lefebvre y Lefebvre (1996). Esta variable ha optado por poseer una comprensión mejor en cuanto al potencial del Internet para mejorar la productividad.

2.1.3.A Nivel Local

Tenorio, (2014) “Sistema de información en la gestión administrativa de las Mypes de servicio de la localidad de Huancavelica 2013” en su tesis de grado llega a las siguientes conclusiones:

El investigador logró determinar a sistemas de información que se han aplicado en las Mypes de servicios de la localidad de Huancavelica, brindando de forma positiva de la gestión correcta de las mismas, lo cual permiten una mejor toma de decisiones administrativas. A pesa de ello, cuando se habla del manejo de los sistemas de información no formales persisten algunas deficiencias.

Se ha entablado que los sistemas de información admitidos y puestos en la práctica por los gerentes de las Mypes de servicio de la localidad de Huancavelica, vienen aportando a que las Mypes de

servicio obtengan los objetivos planteados en sus planes estratégicos y operativos.

Se ha establecido que cuando se implemente los diferentes sistemas de información, y sean aprovechados de forma oportuna y eficiente las informaciones procesadas y relevantes para las Mypes, éstas quebrantan de manera positiva en aumentar la calidad de Mypes de servicio.

Se ha establecido que los sistemas de información se han visto mejorados en relación al manejo formal, con el aporte de nuevas tecnologías de la transmisión y procesamiento de diferentes informaciones, por ejemplo, el caso de la telefonía celular, internet, equipos de cómputo interconectados en red y programas aplicados de computo que se adaptan a las diversas necesidades y según lo requerido en cada una de las Mypes de servicio de la localidad de Huancavelica. Ello aporta en brindarle una mejor eficiencia a la dirección de las mismas.

2.2. Bases teóricas sobre el tema de investigación

2.2.1. Micro y Pequeña Empresa

Definición literal del Decreto Supremo N° 007-2008 TR Art 4°. donde nos indica que:

La Micro y pequeña empresa representa a la unidad económica conformada por una persona natural o jurídica, bajo el régimen de alguna organización o gestión empresarial examinada en la normativa vigente, que tiene por fin desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Si esta Ley indica que la sigla Mype, se refiriere a las micro y pequeñas empresas. **(D.S., 2008 Art 4)**

Dentro de nuestra revisión bibliográfica se ha podido notar que para la definición muchos autores aún no se ponen de acuerdo, algunos

toman en consideración para su definición el volumen de ventas, el capital social invertido, el número de personas que labora, su valor de producción, y otros toman en consideración los activos para definirlo.

(CEPAL Católica, 2012, p. 2) En referencia a las Mypes nos indica que:

Se afirma que los negocios pequeños vienen a ser considerados como poder de impulso respecto al crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en pleno desarrollo. Hablando en términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa empieza su crecimiento, produce mayores empleos, porque demanda mayor mano de obra. Por otra parte, las ventas aumentarán, y se lograrán beneficios superiores, lo cual aporta en gran medida, a la formación del producto bruto interno.

La realidad de nuestro país por la diversidad geográfica muchos de los pueblos están siendo deshabitados por buscar nuevos horizontes económicos, por ello las ciudades como Lima, Trujillo albergan alrededor de centros urbanos nuevos asentamientos humanos o llamados también pueblos jóvenes, donde sus habitantes forman o conforman negocios personales o familiares y que en base a esfuerzo y creatividad llegan a conformar empresas de mayor envergadura económica.

SILUPÚ, (2013) define de la siguiente manera:

En el contexto peruano, las micro y pequeñas empresas (Mypes) se definen como unidades económicas constituidas por personas naturales o jurídicas que tienen una actividad legal y cumple con su obligación fiscal, es decir, están inscritas en el RUC y se acogen a alguna de las modalidades de pago de tributos por ingresos derivados de rentas de tercera categoría correspondientes a negocios de personas naturales y jurídicas.

El gobierno peruano con el fin de formalizar a los emprendedores correspondiente a los pequeños empresarios ha ido brindando algunas facilidades con el objetivo de que participen las Mypes en las convocatorias de las instituciones públicas de licitaciones pueda ir en

aumento, es por ello que se indica lo necesario para contar con el requisito mínimo de su Registro Único de Contribuyente.

Las Mypes en la actualidad generan empleo a casi la mitad de la población económicamente activa, por lo que su aporte a la economía nacional es de gran consideración; la población peruana crea su propio puesto de trabajo ante la falta de empleo, que le brinde calidad de vida y una remuneración acorde a sus capacidades.

La descentralización del aspecto económico es uno de los pilares con los cuales deben contar cada una de las regiones de nuestro país, los gobiernos locales en específico los servicios de administración tributaria (SAT), solo otorgan o participan en el otorgamiento de las licencias de funcionamiento de las micro y pequeñas empresas, por lo que coincidimos con al indicarnos que la Sunat (Superintendencia de administración Tributaria) deban ceder la administración de a las SAT, tal como lo manifiestan (German Development Institute, 2009).

Los regímenes tributarios de la micro y pequeña empresa ya no deberían ser administrados por la SUNAT, sino que por los municipios. En principio, esa ampliación potencial de los SAT se estima ventajosa, dado que, de por sí, ya llevan los registros necesarios para la recaudación de las licencias de funcionamiento.

Además, sobre los pequeños contribuyentes recae un menor interés de la SUNAT, puesto que esos representan sólo una parte muy pequeña de los ingresos de la SUNAT, requiriendo, sin embargo, un alto grado de esfuerzo administrativo. (pp. 82 y 83).

2.2.1.1.Importancia de las Mypes.

Del total de empresas existentes en el país (94.4% micro y 3.9% pequeña) las MYPES representan el 98 %, sin embargo, el 74% de ellas no están formalizadas. La mayor cantidad de Mypes informales se encuentran fuera de la ciudad de Lima, provocando empleos sin calidad (trabajadores muy mal pagados o en muchos

casos no remunerados) cuyos ingresos vienen a ser ínfimos en comparación a lo recaudado por las empresas formales similares.

Por otra parte, las Mypes brindan el 47% aproximadamente del producto bruto interno y estas son las mayores generadoras de empleo en la economía, aunque mayormente se trate de empleo informal. (Mathews, 2009, p. 20) menciona de esta forma lo importante que vienen a ser las Mypes en el Perú.

“Las empresas pequeñas deberían elaborar acciones específicas de corto y largo plazo para mitigar la mortalidad”, pues dar inicio con una pequeña empresa “involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas”. Sauser (2005) citado por (CENTRUM, católica, 2012, p. 2).

Es muy importante que una empresa cuente con un plan a corto y mediano plazo donde abarque métodos para un estudio de mercado para que con el transcurrir del tiempo se mantenga dentro del mercado puesto que siempre existirá el riesgo de perder lo invertido.

2.2.1.2. Formalización y Constitución

El estado se ha encargado de hacer sencillo los pasos para la formalización de las MYPES como son el registro, supervisión, inspección y verificación posterior; a la vez se ha priorizado la igualdad de género de los hombres y mujeres que conducen una MYPE, eliminando pues todo trámite tedioso.

Es imprescindible dejar claro que la microempresa no requiere su constitución como persona Jurídica, pudiendo ser dirigida de forma directa por su propietario persona individual. De esta forma adoptara de manera voluntaria la estructura de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o diferentes formas societarias previstas por la ley. Para el caso en que la MYPE se conforme como persona jurídica se realizara a través de escritura pública sin ser necesaria la presentación de la minuta.

2.2.1.3.Importancia de las Mypes para la Economía Peruana

Las micro y pequeñas empresas (Mypes) tienen un papel muy importante en el país y por tanto es justo que se destaque y es justo destacar su labor emprendedora y en favor de la economía nacional. Se menciona que el país viene a ser de emprendedores y para comprobarlo a continuación se muestran datos sobre la importancia de las Mypes:

a. Aportan al PBI

Según la Asociación de Emprendedores del Perú (Asep), en el Perú, “las Mypes aportan, el 40% del PBI (Producto Bruto Interno)” y, por ello, están entre las mayores impulsoras del crecimiento económico del país.

b. Ayudan a la generación de empleo

Las Mypes tienen una participación decisiva en materia de generación de competencia, empleo, inclusión social, innovación, y sobre todo la lucha contra la pobreza. En general las Mypes son generadoras del 47% del empleo en América Latina.

c. Motor de desarrollo

Las Mypes en el Perú constituyen el 98,6% de las unidades empresariales, otorgando la oportunidad a una gran parte de peruanos trabajadores los cuales contribuyen al desarrollo de la economía.

Además, conforme las Mypes van creciendo y desarrollándose, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía.

d. Empresas

La mayor cantidad de empresas existentes en el Perú (96,5%) pertenecen al sector de las Mypes. Y según la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex Perú), esta cifra va en incremento año tras año.

e. Mujeres emprendedoras

En el Perú existen 1 millón 270.000 de Mypes dirigidas por mujeres ello según lo indicado por el Ministerio de la Producción a finales del año 2017. De esta cifra el 79,5% se ubica en regiones del interior del país y el 20,5% está en Lima. Los departamentos con mayor cantidad son Piura, Puno, La Libertad, Junín y Cusco.

f. Créditos Mypes

Se conoce que para el mes de enero del año 2018 las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) otorgaron S/ 11,831 millones a las Mypes. “El monto representa un 13.7% respecto a los S/ 10,406 millones” que abarca durante el mismo período del 2017.

2.2.1.4. La Presencia de la MYPE en los Sectores Productivos

Después de un análisis estricto de lo que viene a ser las Mypes y su implicancia en la economía nacional se llega a concluir que se encuentran presentes prácticamente en los diferentes sectores. La mayor cantidad se ubica en los sectores no primarios (el sector agropecuario registra mayor cantidad de MYPE formal). Ello le da la posibilidad de incrementar la mano de obra y le brinda el potencial requerido para maximizar el valor agregado de la producción.

De esta forma se registran también una participación relevante de la Mypes en los sectores de comercio y servicios, esto es debido a que existe una gran factibilidad al momento de ingresar y salir de estos sectores, lo cual indica menores costos al momento de conformar una empresa dedicada a estos rubros.

Los rubros anteriormente mencionados están dirigidos al mercado interno sin embargo ello guarda una estrecha relación con la participación mínima que posee la MYPE en el mercado externo. Por otro lado, dentro de los principales sectores económicos de

exportación de las Mypes se encuentran los “no tradicionales (de origen animal, vegetal, textiles y confección)”. Es importante mencionar que la cantidad de partidas exportadas ha ido incrementando; integrándose, progresivamente, diferentes partidas nuevas comercializadas por las Mypes.

Luego de este repaso no se deja lugar a dudas sobre el papel que desempeña la MYPE en la economía de país es muy importante. Ello por el potencial al cual representan en su papel de impulsar el desarrollo empresarial muy a parte de lo que se evidencia en términos cuantitativos en relación al lugar que ocupan como estrato empresarial y a la fuente de empleo que supone.

La MYPE puede dar respuestas inmediatas a las variaciones que se pueden dar en el entorno productivo, además de ser un sector que se adapta fácilmente a las necesidades del mercado. A pesar de ello y de su progreso en el estrato empresarial, no viene a ser significativo el aporte al Producto Bruto Interno (PBI) no es significativo, se registra que en año 2005 alcanzó sólo un 42%. Es por esto que resulta muy interesante el hecho de que el 98% de empresas que lo cual concentra el 88% de empleos formales no viene a ser significativo su contribución siendo este ni tan siquiera la mitad del PBI. Las limitaciones que impiden explotar todo el potencial podrían a ser el causante del impacto de la MYPE en el PBI. Anteriormente se indicó que el centralismo de las grandes y medianas empresas viene a ser un factor que limita y obstaculiza la correcta organización y desarrollo de las pequeñas y microempresas y que en gran parte se vienen concentrando en el interior del Perú. Es primordial indicar que existen diferentes limitaciones internas, diferentes problemas de información, “la escasa capacidad operativa y gerencial, el uso inadecuado de tecnología”, la dificultades para poder acceder financieramente y entre otras. De esta forma se explica su baja productividad y su

baja competitividad, y que a efectos presenta una menor rentabilidad.

2.2.1.5. Panorama Actual de la MYPE

Con lo detallado anteriormente se formulan propuestas que debe asumir la MYPE para continuar en el mercado. Tal vez uno de los primeros temas a dar solución vendría a ser el acceso al crédito. Ya que si la MYPE poseería lo requerido en cuanto a capital financiero su productividad podría crecer. Al crearse las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC) y Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) en el año 1980, con este acto se registra un intento para atender esta necesidad. Se han creado las Edpymes con el fin de financiar a la MYPE, y de esta forma facilitar la conversión de ONGs en instituciones financieras formales. A pesar de estos esfuerzos no ha sido suficiente sobrellevar este problema que puede encontrarse un pequeño o microempresario.

Uno de los aspectos importantes en una MYPE es el riesgo que posee de desaparecer en el mercado, según cifras de cada 10 Mypes, sólo “3 logran superar el primer año y, de éstas, sólo 1 supera los dos años”. Ello refleja que el primer impedimento viene a ser muy frágil, las condiciones económicas, hoy en día, no auguran que una MYPE pueda sobrevivir sola, es decir sin la intervención y/o el apoyo de “otras empresas, centros tecnológicos o instituciones de apoyo”. Por este motivo es indispensable activar los mercados de salida de sus productos y consolidar los mercados de servicios y poder garantizar una correcta competitividad lo cual les asegure su permanencia en el sector empresarial.

En esta línea, se debe apuntar a implementar medidas que pongan fin al tradicional aislamiento al que han sido sometidas las Mypes. Para acometer una nueva estrategia que brinde a estas empresas un camino claro de desarrollo, se puede aprovechar la nueva percepción que se tiene de la MYPE a todo nivel. Sin duda

alguna, la función de estas empresas en el tejido empresarial se ha visto revalorizada desde hace un tiempo y se acepta, mayoritariamente, que el buen rumbo económico del país depende de un sector de pequeña y microempresa en óptimas condiciones.

2.2.2. Exportaciones

2.2.2.1. Definición y Clasificación

Viene a ser la salida legal de mercancía nacional o nacionalizada para su respectivo uso en el extranjero. Esta actividad viene a ser la más dinámica del país, la cual viene generando empleo; la cual cuenta las herramientas que producen mayor generación de empleo y que está garantizada responsabilidad social.

A continuación, se muestra la clasificación de las exportaciones:

a) Según su valor:

Cuando se presentan cantidades menores a US\$ 2000 este valor no viene a ser representativo para la estadística nacional, lo cual no sería visto con fines comerciales, por tanto, o estaría siendo intervenido por las Aduanas. Sin embargo, para cantidades superiores a US\$ 2000 si serán consideradas con fines comerciales según las estadísticas, para este caso si es necesario la intervención de las Aduanas.

b) Según su periodo:

Se encuentran las exportaciones temporales (mercancías imposibles de reparar en el país ferias, exportaciones a consignación).

Y también se encuentran las exportaciones definitivas.

c) Según su libertad:

Prohibidas: Se considera a los productos que pueden atentar contra la seguridad nacional, contra la flora y fauna silvestre nacional y contra el patrimonio cultural.

Restringidas: Para su libre comercialización estos productos van a requerir autorización previa, Ejem. Insumos que directa o indirectamente sirven para elaborar PBC, Las réplicas.

Libres.

d) Según su origen sectorial:

Conformado por los productos Textiles, minería, agroindustriales, productos hidrobiológicos, artesanía, etc.

e) Según sus beneficios:

Drack Back Simplificado, retorno de los impuestos por ser parte de otros convenios con otros países. (Las notas de crédito no negociable no brindan beneficios).

2.2.2.2.Importancia de las Exportaciones

- Es la fuente de generación de divisas que el país requiere para financiar sus importaciones.
- Aportan al crecimiento económico, formando industrias y generando oportunidad laboral.
- Permiten hacer uso de las ventajas competitivas de los países.
- Generan innovación tecnológica.
- Producen la competitividad internacional.
- Buscan satisfacer la necesidad que poseen las empresas de otros países con cantidades superiores de habitantes y mejor poder adquisitivo.
- Permite la existencia comercial internacional.
- Permite aumentar las ventas.
- Los jefes económicos de los grupos políticos presentan las mismas propuestas en aumentar las exportaciones con valor agregado (exportaciones no tradicionales).

2.2.2.3. Exportaciones Tradicionales

Van a estar definidas a través de una normativa legal expresándola de la siguiente manera: “Incluyen productos mineros, agrícolas, hidrocarburos y harina de pescado” (**Decreto Supremo, 1992, Art**)

Se clasifican en dos grupos a nivel internacional: las exportaciones tradicionales y no tradicionales: (Ricaldi, 2003), los productos de exportación tradicional, vienen a ser aquellos productos de “materia prima de valor agregado mínimo, con cotización fijada en mercados mundiales”; siendo que las dos terceras partes de las exportaciones están conformadas por éstas. (p.32).

2.2.2.4. Exportaciones No Tradicionales.

Según el marco normativo producido por el Ministerio de Economía y Finanzas define a las exportaciones no tradicionales como aquellos “productos que se inclinan a poseer un mayor valor agregado”. (**Decreto Supremo, 1992, Art**).

Por otra parte (**Ricaldi, 2003**) menciona que la exportación de los productos no tradicionales viene a ser: “productos con mayor valor agregado que los tradicionales” y que el Perú no exporta grandes cantidades, este tipo de productos representa tan solo un tercio del total de exportaciones. (p.32).

2.2.2.5. Oportunidad de Negocio Tratado de Libre Comercio

A continuación (LIRA, 2009, p.) define a las Mypes y el tratado de libre comercio de la siguiente manera:

A partir del tratado de libre comercio entre Perú y Estados Unidos se han producido oportunidad para exportar en cuanto a las micro y pequeñas empresas peruanas (Mypes). Las Mypes deben contar con las herramientas mínimas básicas y si puedan competir como exportadores directos o como parte de una cadena de

exportación, y de esta forma ser parte de la economía formal del Perú.

Estados Unidos es uno de los primeros países que ha contribuido, es a este lugar donde se ha exportado productos no tradicionales,

Podemos actualizar con maquinaria de primera calidad ello gracias al tratado de libre comercio que existe con los Estados Unidos, lo cual genera la competitividad empresas similares de nuestro país y de otras partes del mundo.

2.2.2.6. Producción de Fibra de Alpaca

Australia viene a ser uno de ellos países que brinda mayores cantidades de presupuesto con el fin de mejora genética de camélidos sudamericanos ello según lo indicado (**Agronomes, 2016, p. 4**), sin embargo, los reportes para los países sudamericanos no son nada alentadores para los países sudamericanos.

En la actualidad Perú, Bolivia y Australia, son los principales países productores de alpacas respectivamente en ese orden. Sin embargo, se registra que para el caso de fibra Australia supera ya a Bolivia en la producción total de fibra por cada año, ya que la generación de cada alpaca en Australia llega a la cantidad promedio de 7 libras sin embargo en Bolivia el promedio alcanzado es igual a 4.5 libras.

2.3. Bases conceptuales

2.3.1. Micro y Pequeña Empresa

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación,

producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas (SUNAT, 2013). Las ventas anuales que los clasifica:

- Microempresa: hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña Empresa: hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

2.3.2. Exportaciones

Las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países (INEGI, 2011). El vendedor (residente) es llamado “exportador” y el comprador (no residente) “importador”.

El cálculo de las exportaciones se contabiliza a través de la venta de bienes producidos en el país residente más la venta de bienes que formaron parte de algún proceso productivo realizado por residentes, así como los servicios de transporte y seguros que realizan los residentes dentro de las transacciones de importación (INEGI, 2011).

La exportación es el medio más común del que se sirve las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas.

2.4. Definición de términos

- **Acuerdos Comerciales:** Se entiende como los contratos generados entre dos o más países, a través de los cuales se van a regular materias estrictamente comerciales. Presentan carácter de tratados impositivos para

anticipar ventajas y seguridad en cuanto a la aplicación de tarifas y regímenes aduaneros que van a afectar contratantes.

- **Admisión Temporal:** Viene a ser el régimen aduanero mediante el cual se admite el ingreso al territorio aduanero de un país, con “suspensión de los derechos y tasas a la importación, de mercaderías importadas” y presenta un propósito definido y lo cual está destinada a ser reexportadas, “ya sea en su estado originario o como resultado de determinadas transformaciones o reparaciones” lo cual estará regido por un plazo preestablecido en la respectiva normativa. “Se debe constituir una garantía a favor de la aduana que otorga el régimen”.
- **Aduana:** Es la Unidad administrativa la cual se encarga de aplicar la legislación “relativa a la importación y exportación de mercadería, como control del tráfico de bienes interno o externo de un territorio aduanero, realizando valoración, clasificación, verificación, y de la aplicación y la fiscalización de un régimen arancelario y de prohibiciones”.
- **Arancel:** Se entiende como el impuesto o derecho de aduana, que se cobra a una mercancía cuando se va a importar o exportar.
- **Balanza Comercial:** Es el conjunto de transacciones comerciales elaboradas por un país con el exterior, el tiempo de un año, solidas en las importaciones y exportaciones de mercancías, se exterioriza el resultado de tres formas diferentes, en conformidad a los resultados de los valores totales intercambiados, puede ser: “Balanza comercial nivelada (cuando la importación y la exportación se equilibran), deficitaria o favorable (exceso de importación sobre exportación) y, favorables o con superávit (exceso de exportación sobre importación)”.
- **Bien de Capital:** Esta conformado por las “máquinas, vehículos, equipos, máquinas herramientas y herramientas destinadas, directa o indirectamente, a la producción de bienes o servicios o a la comercialización de los mismos”.
- **Cámara de Comercio:** Es la asociación o institución que, “a nivel local, provincial, nacional o internacional, agrupa a los comerciantes (sean importadores, exportadores, industriales, mayorista, minoristas, etc.)” con

el fin de amparar sus intereses, mejorar sus actividades comerciales conforme a una base de cooperación mutua con la promoción de la prosperidad.

- **Carta de Crédito:** Es el medio de pago mediante por el cual el Banco Emisor se compromete, a pedido del importador, pagarle al exportador una cierta cantidad de dinero, con anterioridad definida, a fin de realizar la entrega de los documentos de embarque en un periodo establecido.
- **Carta de Garantía:** Es un documento, emitido por una compañía de aeronavegación, lo cual indica la prueba de un contrato de transporte de carga, siendo, a la vez, “el comprobante de la recepción de las mercancías a ser transportada, con indicación del importe correspondiente en concepto de flete”.
- **Certificado de Análisis:** Es el documento que avala la naturaleza, composición, grado, etc. de la mercancía lo cual corresponde al contrato y su calidad.
- **Certificado de Origen:** Viene a ser un formato oficial a través del cual el exportador de un bien o una autoridad avala que el bien es propio del país o de la región por el cumplimiento de las reglas de origen establecidas.
- Este documento se indispensable y exigido en el país de destino con el fin de establecer el origen de las mercancías.
- **Certificado de Sanidad:** Viene a ser el documento que certifica y/o avala la mercancía ha sido analizada y se encuentra en condiciones perfectas para el consumo humano.
- **Certificado Fitosanitario:** Este tipo de documento es exigido comúnmente en exportaciones de productos silvoagropecuarios, mediante este papel se certifica que el acto de examinar y que se ajustan a las disposiciones fitosanitarias vigentes en el país del exportador.
- **Exportaciones Tradicionales:** Son las exportaciones que históricamente se han venido exportando y que por lo general “contienen un ínfimo valor agregado respecto a su materia prima de origen. Así tenemos el petróleo crudo, cobre, plata, oro, zinc, algodón, azúcar entre otros”.

- **Exportaciones no Tradicionales:** Vienen a ser todos los productos que **no son considerados** en la relación de productos tradicionales, “es decir a las exportaciones no tradicionales están constituidos por la exportación de productos relativamente nuevos en las transacciones de exportación del país” y por lo cual han pasado por procesos de transformación y que como resultado la diferencia de su materia prima de origen.
- **Fibra de Alpaca:** “Es el pelo que cubre a la alpaca, (Lama pacos), proviene de dos razas, Huacaya y Suri”.
- Estas razas tienen aspectos diferentes y presentan los siguientes colores básicos: “blancos, beige, cafés, grises y negros, los que tienen a su vez diversas tonalidades y combinaciones”.
- **Mype:** La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica “constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.
- **Reexportación:** Es cuando una mercadería originaria del exterior se envía a un país, para que después se embarque con otro cualquier destino. Se menciona que la mercadería ha sido “reexportada”, porque ha pasado por dos exportaciones: “Desde su país de origen hacia el territorio de tal o cual país y desde ahí hacia un tercero después”.
- **Sector Agropecuario:** El sector primario o agropecuario está formado por las “actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados”.
- Comúnmente los productos primarios fueron usados como materia prima en las diferentes producciones industriales. “Las principales actividades del sector primario son la agricultura, la minería, la ganadería, la silvicultura, la apicultura, la acuicultura, la caza y la pesca”.
- **Sector Textil:** A este sector pertenecen las “empresas que se dedican a la hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles, así como aquellas que confeccionan artículos textiles, excepto prendas de vestir, tales como: tapices, alfombras, chompas, redes, cuerdas, entre otros”.

- **Términos de Intercambio:** Se entiende como el tipo de cambio real de un país (país local) en relación a otro (país extranjero) “es el precio relativo de los bienes del país extranjero expresados en términos de bienes locales”.

2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis General

La exportación de productos derivados de la fibra de alpaca se relaciona positivamente en las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

2.5.2. Hipótesis Específicos

- Las micro y pequeñas empresas se relaciona positivamente en las exportaciones tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.
- Las micro y pequeñas empresas se relaciona positivamente en las exportaciones no tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.
- Las micro y pequeñas empresas se relaciona positivamente en las exportaciones aprovechando el tratado de libre comercio en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

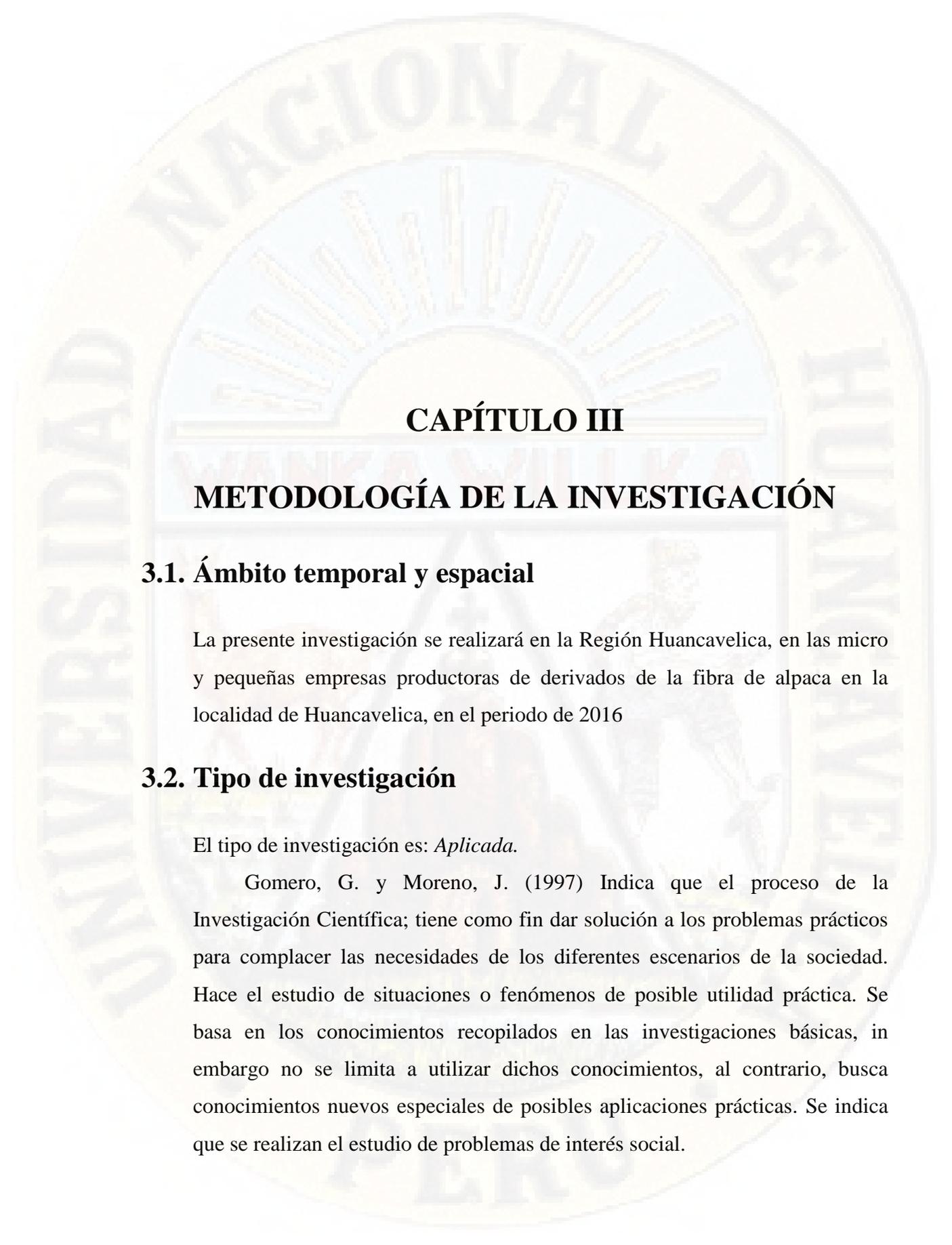
2.6. Variables

VARIABLE (X)	VARIABLE (Y)
Micro y Pequeñas Empresas	Exportación

2.7. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	CONCEPTO DE INDICADORES	Ítems
Micro y Pequeñas Empresas	<p>La Micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla Mype, se está refiriendo a las micro y pequeñas empresas.</p>	<p>Las distintas empresas con las que cuenta nuestra sociedad huancavelicana las podemos distinguir por el monto económico con la cual movilizan las mercaderías o servicios las cuales declara anualmente, asimismo por la cantidad de personal con la cual cuenta; para la presente investigación realizaremos las distinción y reconocimiento de las micro y pequeñas empresas.</p>	<p>Personas naturales</p> <p>Personas jurídicas</p>	<p>Empresa individual de responsabilidad limitada (Persona Natural).</p> <p>Empresa individual de responsabilidad limitada (Persona Jurídica).</p> <p>Sociedad anónima.</p> <p>Sociedad anónima cerrada.</p> <p>Sociedad comercial de responsabilidad limitada.</p>	<p>Persona Natural, asumes todas obligaciones. Esto significa que aceptas asumir la responsabilidad y garantizas con tu patrimonio y bienes el pago de las deudas u obligaciones que pudiera contraer la empresa.</p> <p>Persona Jurídica, es la empresa y no tú personalmente quien asume las obligaciones. Esto implica que las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa están garantizadas y se limitan solo a los bienes que estén registrados a su nombre. http://www.gob.pe/252-persona-natural-versus-persona-juridica.</p>	<p>p (1), p (2), p (3) p (4) y p (5)</p> <p>p (6), p (7), p (8) p (9) y p (10)</p>

	(D.S., 2008 Art 4).					
Exportación	<p>La exportación es el medio más común del que se sirve las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas.</p> <p>(Daniels Radebaugh, 2004)</p>	<p>Fibra de alpaca se utilizaba excluyentemente para denominar a las telas que se encontraban tejidas, aunque, con el desarrollo de la industria la palabra se usa también para designar a las telas que se obtienen a partir de otros procesos.</p>	<p>Tradicionales</p> <p>No tradicionales</p> <p>Tratado de libre comercio</p>	<p>Contratos de distribución</p> <p>Comercio electrónico</p> <p>Exclusividad territorial de las franquicias</p>	<p><u>Contrato de distribución.</u> - Se trata de un contrato bilateral por medio del cual una parte (distribuidor) se compromete frente a otra (principal) a comprar sus productos y revenderlos en el territorio del distribuidor.</p> <p><u>Comercio electrónico.</u> - Pues se agiliza y hace innecesaria la participación de terceras personas, además de que ayudan a disminuir los fallos y costos al momento de compartir información.</p> <p><u>Exclusividad territorial de las franquicias.</u> - Cuando la decisión de franquiciar pasa por la cabeza del empresario en general es por la necesidad de expandir su negocio.</p> <p>Sin embargo, poco se reflexiona sobre los territorios donde serán colocadas sus franquicias.</p>	<p>p (11), p (12) y p (13)</p> <p>p (14), p (15), p (16) y p (17)</p> <p>p (18), p (19) y p (20)</p>



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Ámbito temporal y espacial

La presente investigación se realizará en la Región Huancavelica, en las micro y pequeñas empresas productoras de derivados de la fibra de alpaca en la localidad de Huancavelica, en el periodo de 2016

3.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación es: *Aplicada*.

Gomero, G. y Moreno, J. (1997) Indica que el proceso de la Investigación Científica; tiene como fin dar solución a los problemas prácticos para complacer las necesidades de los diferentes escenarios de la sociedad. Hace el estudio de situaciones o fenómenos de posible utilidad práctica. Se basa en los conocimientos recopilados en las investigaciones básicas, in embargo no se limita a utilizar dichos conocimientos, al contrario, busca conocimientos nuevos especiales de posibles aplicaciones prácticas. Se indica que se realizan el estudio de problemas de interés social.

3.3. Nivel de investigación

El nivel de la investigación es: *Descriptivo-Correlacional*.

Sampieri R. (2004) Metodología de la Investigación; indica que los estudios descriptivos se basan en la búsqueda de “las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. En un estudio descriptivo se elige diferentes series de cuestiones y se calcula o recolecta información sobre cada una de ellas, y de esta forma detallar lo que se investiga.

Sampieri R. (2004) Metodología de la Investigación; los estudios correlacionales buscan la evaluación de “la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular)”.

3.4. Población, muestra y muestreo

3.4.1. Población

Para Chávez (2007), la población “es el universo de estudio de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados, constituida por características o estratos que le permiten distinguir los sujetos, unos de otros”. (p.162)

De igual manera, Corbetta (2007), define a la población como “un conjunto de N unidades, que constituyen el objeto de un estudio; donde N es el tamaño de la población”.

Atendiendo a estas consideraciones, en la presente investigación se contó con dos poblaciones: La primera, estuvo constituida por las empresas afiliadas por los ganaderos de las alpacas de los sectores que conforman a la provincia.

Lugar	Cantidad
Huancavelica	16

Ascensión	4
Yauli	10
Total	30

**ACABADO DE PRODUCTOS TEXTILES PROVINCIA DE
HUANCAVELICA**

RUC	RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	DISTRITO
10466730004	Villena Cárdenas, Pilar Justina	Confección textil	Hvca
10477223210	Quispe Paitan, Melissa	Confección textil	Hvca
10452104771	Enríquez de la Cruz, Roger Gregorio	Elaboración de ternos	Hvca
10476184075	Julián Gonzales, Maricruz Doris	Confección textil	Hvca
20600278160	Inversiones generales Wilhers S. A. C.	Confección textil	Hvca
10449234532	Tunque Ñahui, Giovana Rosario	Elaboración de prendas de vestir	Hvca
10232758380	Sonia Fernández Ladera	Confecciones artesanales	Hvca
10232057683	Doris Pumacahua Huamaní	Taller artesanal Sumac Wayta	Hvca
10232616810	Huamaní De la Cruz, Felícita	Asociación de artesanos Warmicuna	Hvca
10433966321	Yovana Olga Taipe Gómez	Asociación de artesanos Niño Enmanuel	Hvca
10232096701	Pedro Quincho De la Cruz	Centro de innovación artesanal Apu Humanrazu	Hvca

		E.I.R.L.	
10232037526	Raúl Mancha Gómez	Taller artesanal Yuyari Tatexi	Hvca
10232127983	Nicolás Gaspar Esplana	Taller de Koripaccha	Hvca
10232072429	Marcial Uldarico De la Cruz Torres	Taller artesanal Luz del cielo	Hvca
10232104568	Florencio Montano Martinez	Talabarberia	Hvca
10232778208	Corina Contreras Arana	Asociación artesanal Nuevo Amanecer	Hvca
20600095561	R y M & CIA S.A.C.	Multiservicios R y M	Ascensión
10458041011	Porras Paco, Katerine	Confección de prendas de vestir	Ascensión
20568693796	Creaciones y Confecciones San Francisco de Asís S.R.L.	Confecciones Textiles	Ascensión
10407923699	Fortunita Aguirre Breña	Artesanía Textil Cofeartex	Ascensión
20560021402	Asociación de Artesanos Moda Textil Ruaq Maki	Elaboración de artesanía Textil	Yauli
20601512001	Artesanía Textil Taype S.R.L.	Artesanía Textil Taype	Yauli
20454755321	Empresa de productos artesanales S.C.R.L.	Venta de productos artesanales	Yauli
20568214551	Asociación de artesanía y textil Pachahuasi Ccasapata Chopcca	Artesanía textil Pachahuasi	Yauli
10232516653	Romero Godoy Leoncia	Venta de artesanía textil	Yauli

20568544791	Asociación de Artesanas Chacarilla	Artesanía textil Chacarilla	Yauli
20568771266	Asociación Sedano Chafle	Artesanía textil Chafle	Yauli
10232572472	Huayra Alanya Rufina	Venta de artesanías	Yauli
10232634419	Crispín De la Cruz, Livia	Asociación de mujeres trabajadoras el brillo de oro	Yauli
10232796591	De la Cruz Meneses, Paulino	Comercialización de tejido de punto plano	Yauli

3.4.2. Muestra

Para (CARRASCO DIAZ, 2008). Menciona que “la muestra viene a ser el fragmento representativo de la población cuyas características esenciales son la de ser objetiva, para que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elemento que conforman dicha población”.

En este caso por el número que conforman la población de estudio, la muestra será la misma que la población.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas que se utilizaron para recolectar la información fueron las siguientes:

Investigación Documental: Para tal efecto se elaboraron fichas de resumen con información relevante de libros especializados.

Encuesta: a fin de determinar cuantitativamente la relación existente entre las variables en estudio.

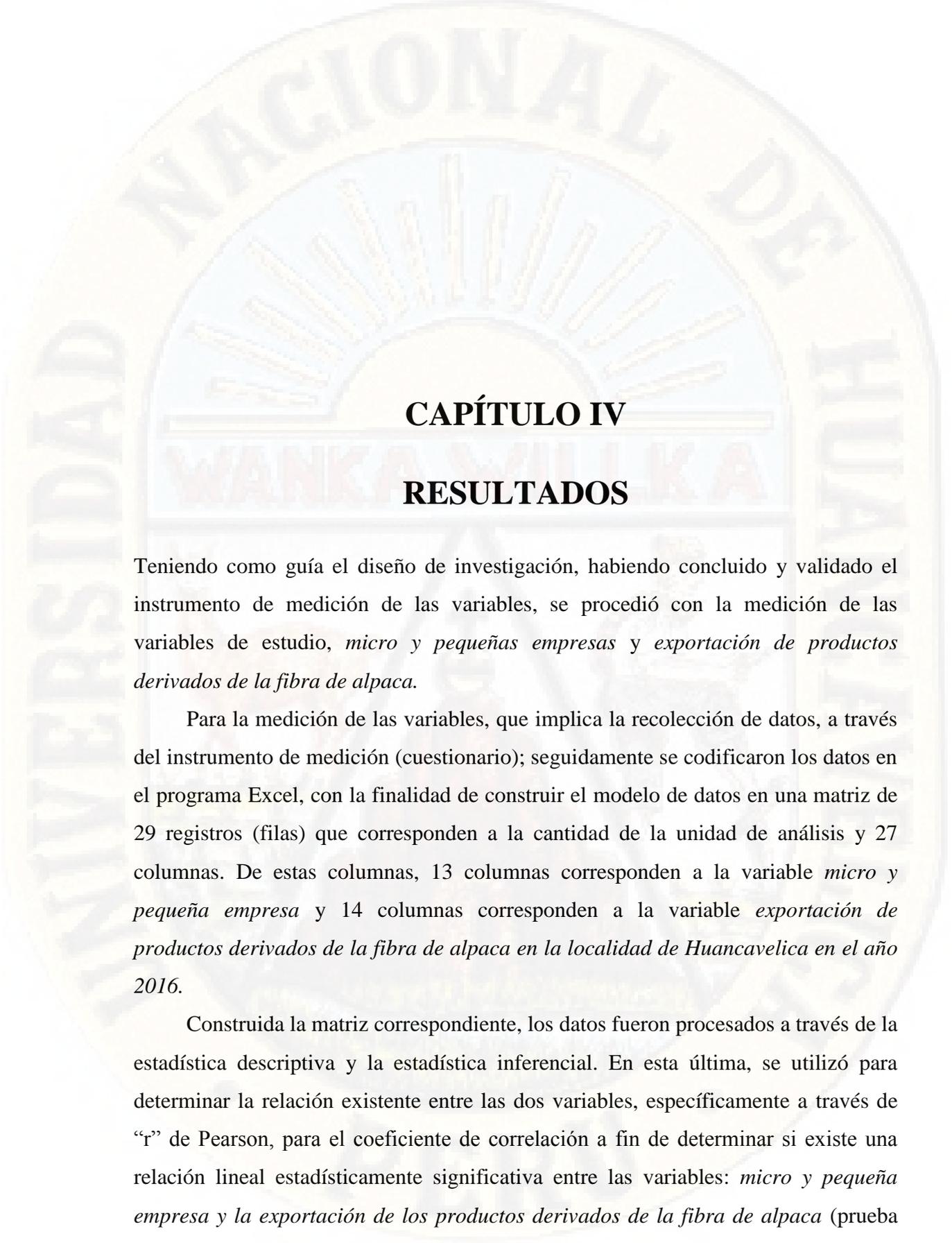
3.6. Técnicas y procesamiento de análisis de datos

El proceso de recolección de datos fue sistemático y planificado teniendo las siguientes etapas:

- Elaboración de los instrumentos de investigación
- Validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación
- Aplicación de los instrumentos de investigación
- Tabulación y codificación de los resultados obtenidos para su respectivo análisis estadístico.
- El análisis estadístico se efectuará mediante el uso del Software estadístico IBM SPSS v 22.0 y Microsoft Office V.2010 simultáneamente estos resultados se transferirán a Microsoft Word V. 2010 para la presentación final de los resultados.
- Obtenidos los datos y gráficos estadísticos se procederá al análisis, interpretación y discusión de los resultados obtenidos para luego llegar a las conclusiones y recomendaciones.

Se utilizó el programa Microsoft Excel v. 2010 para calcular los siguientes estadígrafos:

- Las Medidas de Tendencia Central (la media aritmética, la mediana y la moda), de Dispersión (La varianza y la desviación estándar y el coeficiente de variabilidad).
- Los estadígrafos de la Estadística Inferencial como la “r” de Pearson para contrastar la hipótesis de investigación.

The logo of the Universidad Nacional de Huancavelica is a large, semi-circular emblem in the background. It features a sun with rays rising over a horizon, with the text 'UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA' and 'WANKA WILKA' integrated into the design.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Teniendo como guía el diseño de investigación, habiendo concluido y validado el instrumento de medición de las variables, se procedió con la medición de las variables de estudio, *micro y pequeñas empresas y exportación de productos derivados de la fibra de alpaca*.

Para la medición de las variables, que implica la recolección de datos, a través del instrumento de medición (cuestionario); seguidamente se codificaron los datos en el programa Excel, con la finalidad de construir el modelo de datos en una matriz de 29 registros (filas) que corresponden a la cantidad de la unidad de análisis y 27 columnas. De estas columnas, 13 columnas corresponden a la variable *micro y pequeña empresa* y 14 columnas corresponden a la variable *exportación de productos derivados de la fibra de alpaca en la localidad de Huancavelica en el año 2016*.

Construida la matriz correspondiente, los datos fueron procesados a través de la estadística descriptiva y la estadística inferencial. En esta última, se utilizó para determinar la relación existente entre las dos variables, específicamente a través de “r” de Pearson, para el coeficiente de correlación a fin de determinar si existe una relación lineal estadísticamente significativa entre las variables: *micro y pequeña empresa y la exportación de los productos derivados de la fibra de alpaca* (prueba de la hipótesis planteada por el investigador).

4.1. Análisis de información

4.1.1. Resultados a Nivel Descriptiva: Micro y Pequeña Empresa y Exportación de Productos Derivados de Alpaca.

Tabla N° 01 Estadísticos
Variable Micro y Pequeña Empresa

N	Válidos	30
	Perdidos	0
Media		2,39
Error típico de la media		,130
Mediana		2,00
Moda		2
Desviación típica		,685
Varianza		,470
Asimetría		2,276
Error típico de asimetría		,441
Rango		3
Mínimo		2
Máximo		5
Suma		67

Fuente: Base de datos.

En la tabla N° 01 se muestra las estadísticas de resumen de la variable *micro y pequeñas empresas*. En ella se observa que la media es 2,39 puntos; la mediana es 2,00 puntos, asimismo la puntuación que se repite más veces (moda) es 2. La puntuación mínima es 2, y la puntuación máxima es 5; en cuanto a las medidas de dispersión que miden la variabilidad o dispersión de los datos, de la variable: *micro y pequeñas empresas* encontramos a la desviación típica con una puntuación es de 0,685 y la varianza es de 0,470.

Tabla N° 02 Estadísticos
Exportación de Productos Derivados de la Fibra de Alpaca

N	Válidos	30
	Perdidos	0
Media		2,21
Error típica de la media		,107
Mediana		2,00
Moda		2
Desviación típica		,568
Varianza		,323
Asimetría		,027
Error típica de asimetría		,441
Rango		2
Mínimo		1
Máximo		3
Suma		62

Fuente: Base de datos.

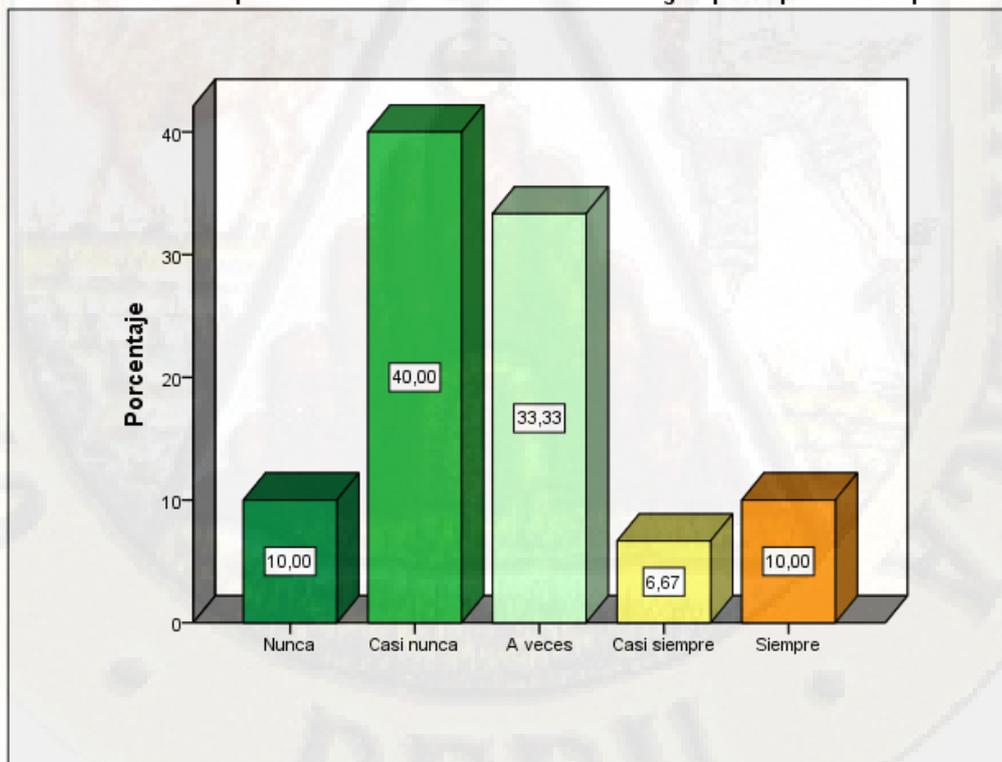
En la tabla N° 02 se muestra las estadísticas de resumen de la variable *micro y pequeñas empresas*. En ella se observa que la media es 2,21 puntos; la mediana es 2,00 puntos, asimismo la puntuación que se repite más veces (moda) es 2. La puntuación mínima es 1, y la puntuación máxima es 3; en cuanto a las medidas de dispersión que miden la variabilidad o dispersión de los datos, de la variable: *micro y pequeñas empresas* encontramos a la desviación típica con una puntuación es de 0,568 y la varianza es de 0,323.

Tabla N° 03. Su empresa toma en cuenta las nuevas tecnologías para optimizar sus procesos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	10,00	10,00	10,00
Casi nunca	12	40,00	40,00	50,00
A veces	10	33,33	33,33	83,33
Casi siempre	2	6,67	6,67	90,00
Siempre	3	10,00	10,00	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 01. Su empresa toma en cuenta las nuevas tecnologías para optimizar sus procesos



Fuente: Tabla N° 03

Interpretación: En la tabla n° 03 y el gráfico 01, se exponen el resultado del primer ítem: Su empresa toma en cuenta las nuevas tecnologías para optimizar

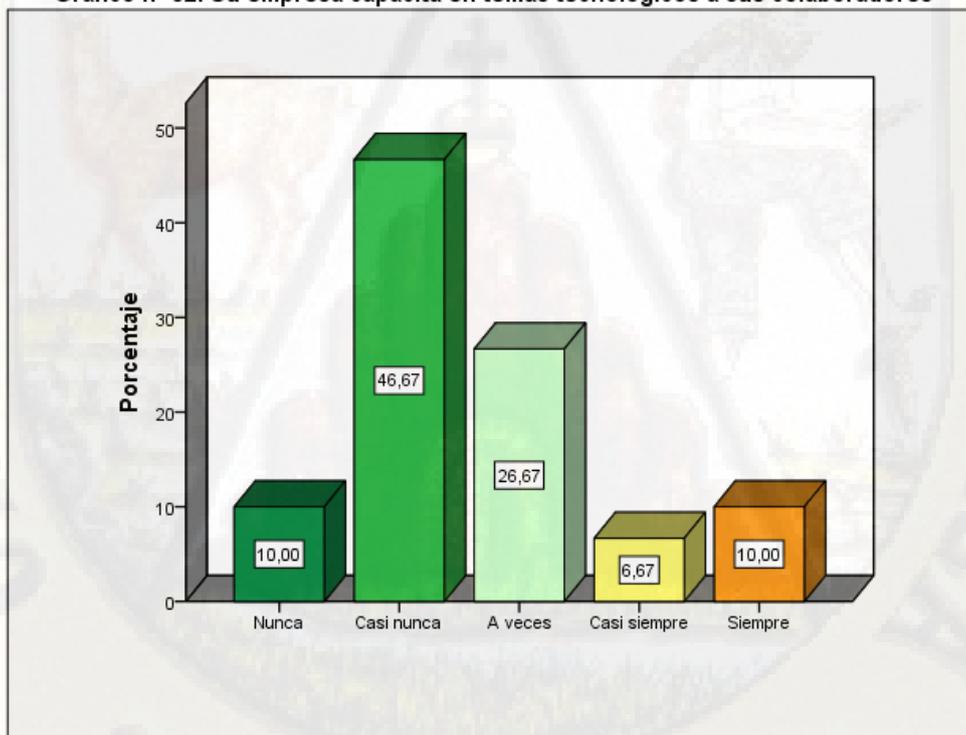
sus procesos; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 3 de los encuestados que representan un 10% indican que nunca; 12 de los encuestados que representan 40% indican que casi nunca; 10 de los encuestados que representan un 33,33% indican que a veces; 2 de los encuestados que representan un 6,67% indican que casi siempre y 3 de los encuestados que representan un 10% indican que siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 04. Su empresa capacita en temas tecnológicos a sus colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	10,00	10,00	10,00
Casi nunca	14	46,67	46,67	56,67
A veces	8	26,67	26,67	83,33
Casi siempre	2	6,67	6,67	90,00
Siempre	3	10,00	10,00	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 02. Su empresa capacita en temas tecnológicos a sus colaboradores



Fuente: Tabla n° 04

Interpretación: En la tabla n° 04 y el gráfico 02, se exponen el resultado del ítem: Su empresa capacita en temas tecnológicos a sus colaboradores; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 3 de los encuestados

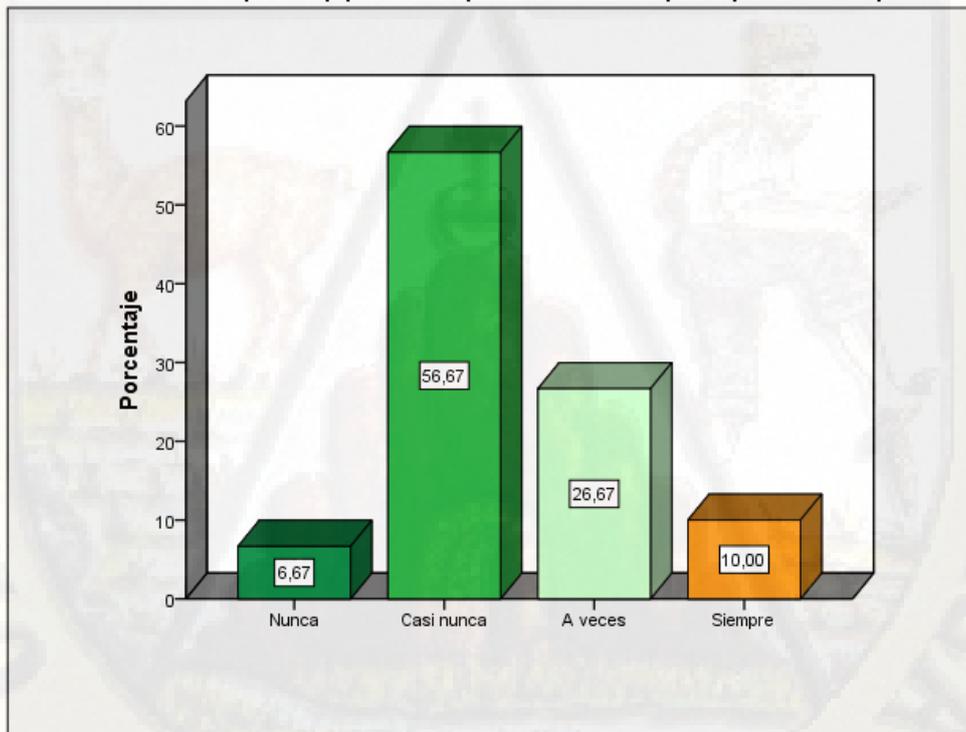
que representan un 10% indican que nunca; 14 de los encuestados que representan 46,67% indican que casi nunca; 8 de los encuestados que representan un 26,67% indican que a veces; 2 de los encuestados que representan un 6,67% indican que casi siempre y 3 de los encuestados que representan un 10% indican que siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 05. Considera que los equipos de su empresa son adecuados para el proceso de sus productos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	6,67	6,67	6,67
Casi nunca	17	56,67	56,67	63,33
Válidos A veces	8	26,67	26,67	90,00
Siempre	3	10,00	10,00	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 03. Considera que los equipos de su empresa son adecuados para el proceso de sus productos



Fuente: Tabla n° 05

Interpretación: En la tabla n° 05 y el gráfico 02, se exponen el resultado del ítem: Considera que los equipos de su empresa son adecuados para el proceso de sus productos; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 2 de los encuestados que representan un 6,67% indican que nunca; 17 de los encuestados que representan 56,67% indican que casi nunca; 8

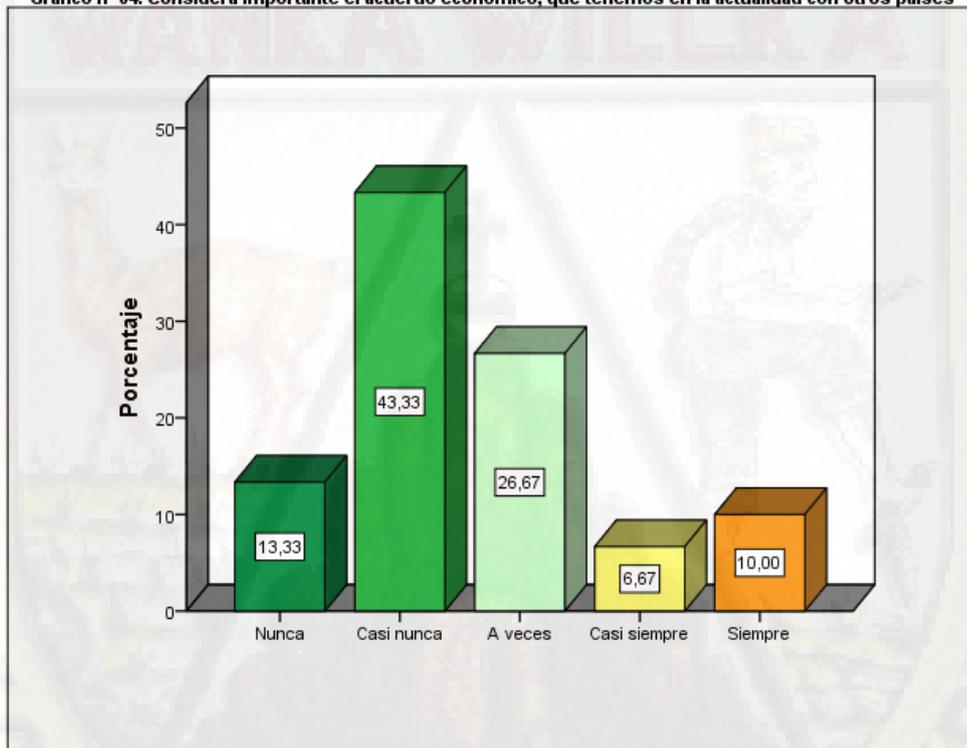
de los encuestados que representan un 26,67% indican que a veces, y 3 de los encuestados que representan un 10% indican que siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 06. Considera importante el acuerdo económico, que tenemos en la actualidad con otros países

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	13,33	13,33
	Casi nunca	13	43,33	56,67
	A veces	8	26,67	83,33
	Casi siempre	2	6,67	90,00
	Siempre	3	10,00	100,00
	Total	30	100,00	100,00

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 04. Considera importante el acuerdo económico, que tenemos en la actualidad con otros países



Fuente: Tabla n° 06

Interpretación: En la tabla n° 06 y el gráfico 04, se exponen el resultado del ítem: Considera importante el acuerdo económico, que tenemos en la actualidad con otros países; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 4 de los encuestados que representan un 13,33% indican que nunca; 13 de los encuestados que representan 43,33% indican que casi nunca; 8 de los encuestados que representan un 26,67% indican que a veces; 2 de los

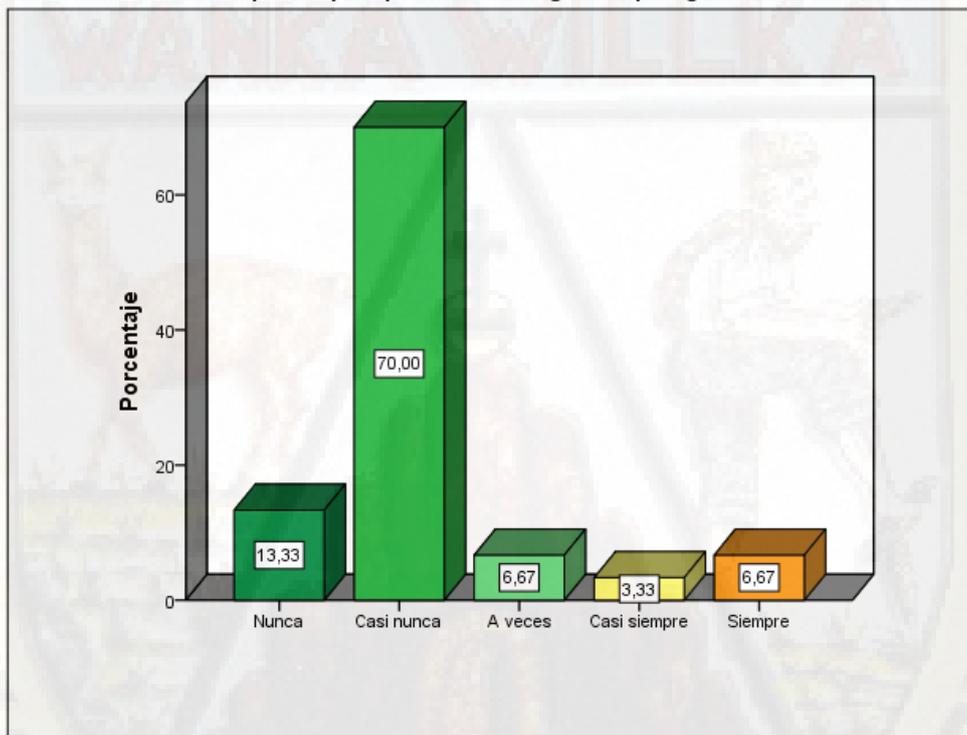
encuestados que representan un 6,67% indican que casi siempre y 3 de los encuestados que representan un 10% indican que siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 07. Considera importante participar en las ferias regionales que organiza las distintas entidades públicas y privadas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	13,33	13,33
	Casi nunca	21	70,00	83,33
	A veces	2	6,67	90,00
	Casi siempre	1	3,33	93,33
	Siempre	2	6,67	100,00
	Total	30	100,00	100,00

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 05. Considera importante participar en las ferias regionales que organiza las distintas entidades ...



Fuente: Tabla n° 07

Interpretación: En la tabla n° 07 y el gráfico 05, se exponen el resultado del ítem: Considera importante participar en las ferias regionales que organiza las distintas entidades públicas y privadas; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 4 de los encuestados que representan un 13,33% indican que nunca; 21 de los encuestados que representan 70% indican que casi nunca; 1 encuestado refiere que casi siempre que representa el 3.33%,

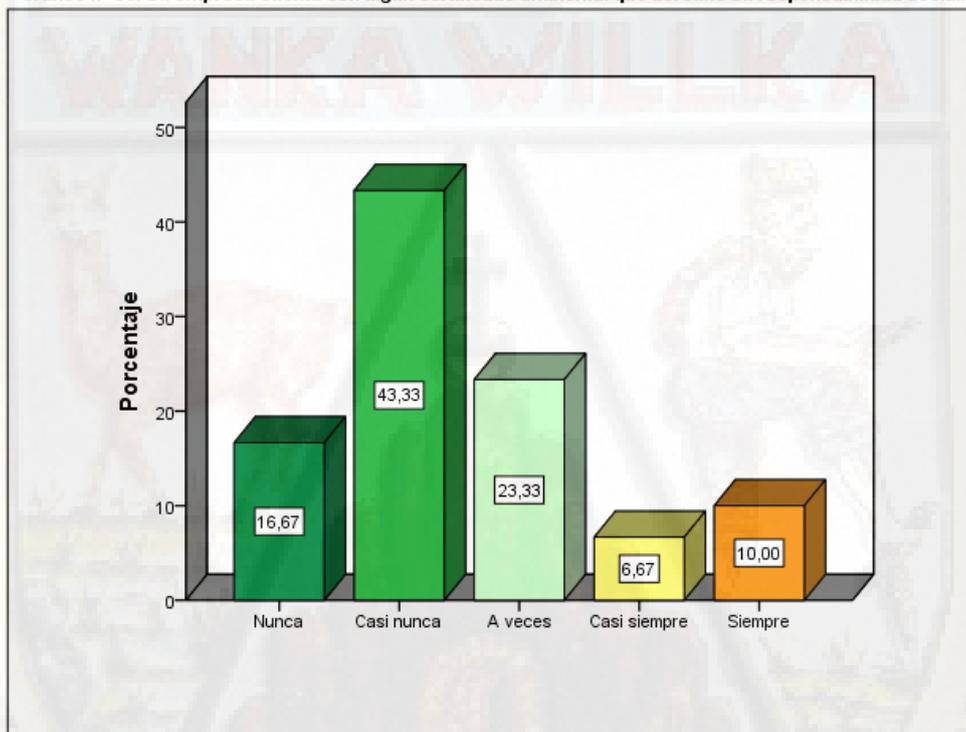
y 2 de los encuestados que representan un 6,67 indican que casi siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 08. Su empresa cuenta con algún certificado ambiental que acredite su responsabilidad social.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	5	16,67	16,67
	Casi nunca	13	43,33	60,00
	A veces	7	23,33	83,33
	Casi siempre	2	6,67	90,00
	Siempre	3	10,00	100,00
	Total	30	100,00	100,00

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 06. Su empresa cuenta con algún certificado ambiental que acredite su responsabilidad social.



Fuente: Tabla n° 08

Interpretación: En la tabla n° 08 y el gráfico 06, se exponen el resultado del ítem: Su empresa cuenta con algún certificado ambiental que acredite su responsabilidad social; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 5 de los encuestados que representan un 16,67% indican que nunca; 13 de los encuestados que representan 43,33% indican que casi nunca; 7 de los encuestados que representa un 23,33% indican que a veces; 2 de los encuestados que representan un 6,67% indican que casi siempre y 3 de los

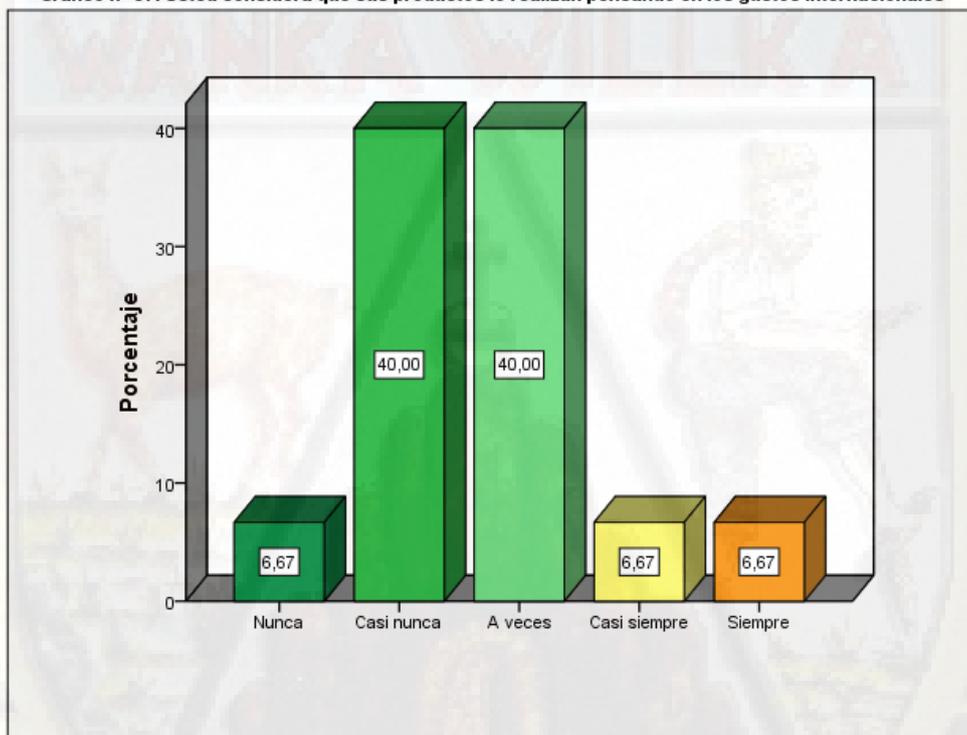
encuestados que representan un 10% indican que siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 09. Usted considera que sus productos lo realizan pensando en los gustos internacionales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	6,67	6,67	6,67
Casi nunca	12	40,00	40,00	46,67
A veces	12	40,00	40,00	86,67
Casi siempre	2	6,67	6,67	93,33
Siempre	2	6,67	6,67	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 07. Usted considera que sus productos lo realizan pensando en los gustos internacionales



Fuente: Tabla n° 09

Interpretación: En la tabla n° 09 y el gráfico 07, se exponen el resultado del ítem: Usted considera que sus productos lo realizan pensando en los gustos internacionales; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 2 de los encuestados que representan un 6,67% indican que nunca; 12 de los encuestados que representan 40% indican que casi nunca; 12 de los encuestados que representan un 40% indican que a veces; 2 de los encuestado que representan el 6,67% que casi siempre, y 2 de los encuestados

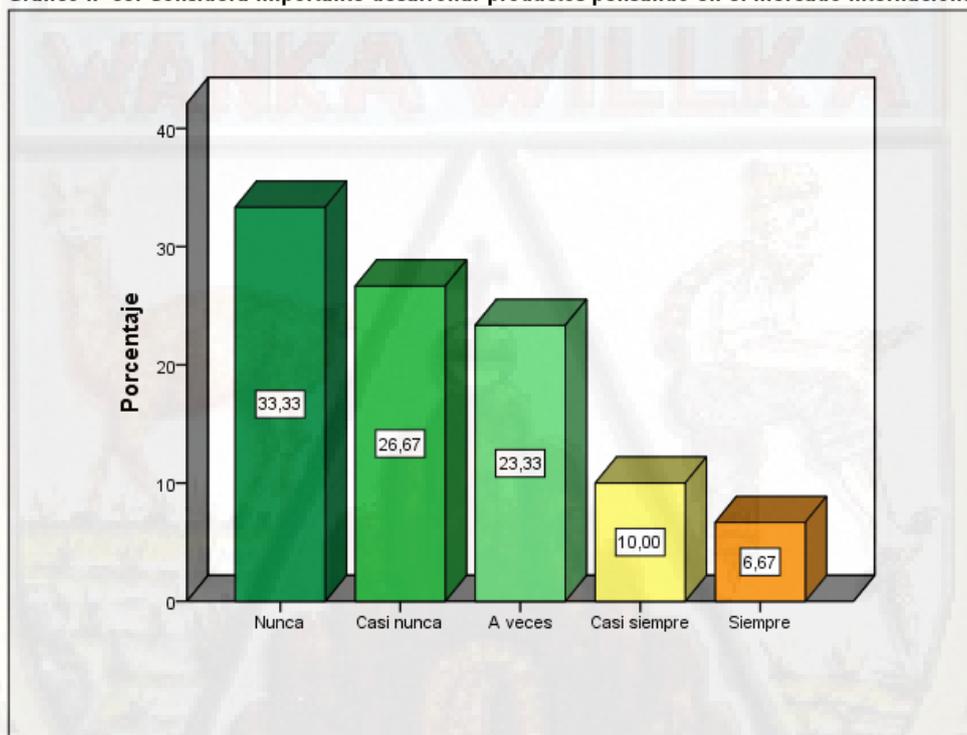
que representan un 6.67%% indican que casi siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 10. Considera importante desarrollar productos pensando en el mercado internacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	10	33,33	33,33
	Casi nunca	8	26,67	60,00
	A veces	7	23,33	83,33
	Casi siempre	3	10,00	93,33
	Siempre	2	6,67	100,00
	Total	30	100,00	100,00

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 08. Considera importante desarrollar productos pensando en el mercado internacional



Fuente: Tabla n° 10

Interpretación: En la tabla n° 10 y el gráfico 08, se exponen el resultado del ítem: Considera importante desarrollar productos pensando en el mercado internacional; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 10 de los encuestados que representan un 33,33% indican que nunca; 8 de los encuestados que representan 26,67% indican que casi nunca; 7 de los encuestados que representan un 23,33% indican que a veces; 3 de los encuestados que representan un 10% indican que casi siempre, y 2 encuestados

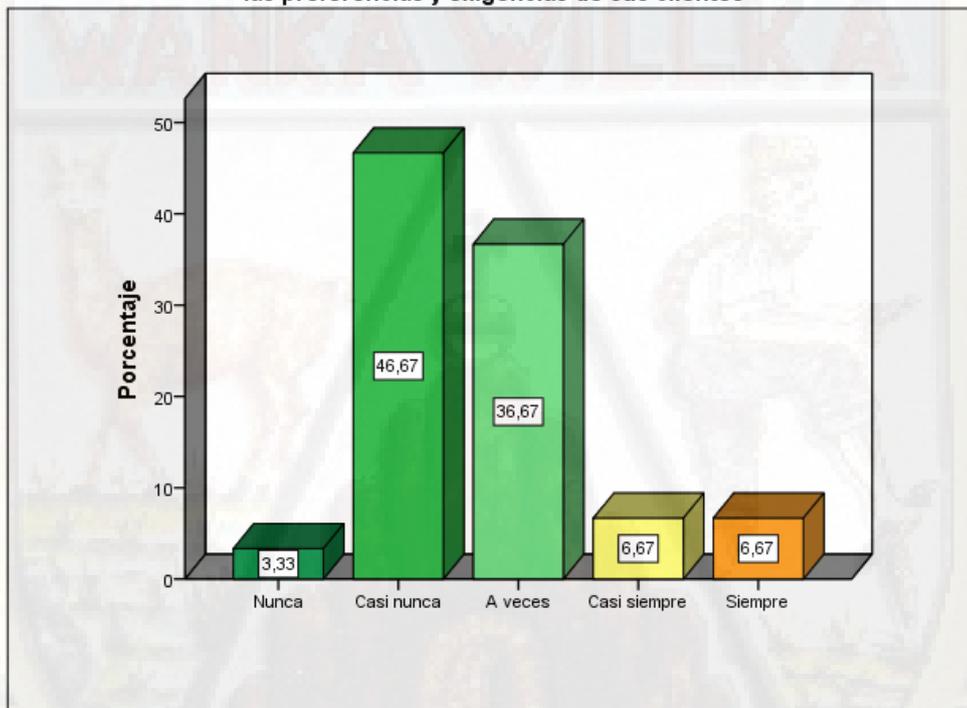
que representan el 6.67% indican que siempre de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 11. Su empresa está en capacidad de modificar los productos de acuerdo a las preferencias y exigencias de sus clientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	3,33	3,33	3,33
Casi nunca	14	46,67	46,67	50,00
A veces	11	36,67	36,67	86,67
Casi siempre	2	6,67	6,67	93,33
Siempre	2	6,67	6,67	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 09. Su empresa está en capacidad de modificar los productos de acuerdo a las preferencias y exigencias de sus clientes



Fuente: Tabla n° 11

Interpretación: En la tabla n° 11 y el gráfico 09, se exponen el resultado del ítem: Su empresa está en capacidad de modificar los productos de acuerdo a las preferencias y exigencias de sus clientes; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 1 de los encuestados que representan un 3,33% indican que nunca; 14 de los encuestados que representan 46,67% indican que casi nunca; 11 de los encuestados que representan un 36,67% indican que a veces; 2 de los encuestados que representa el 6.67% mencionan

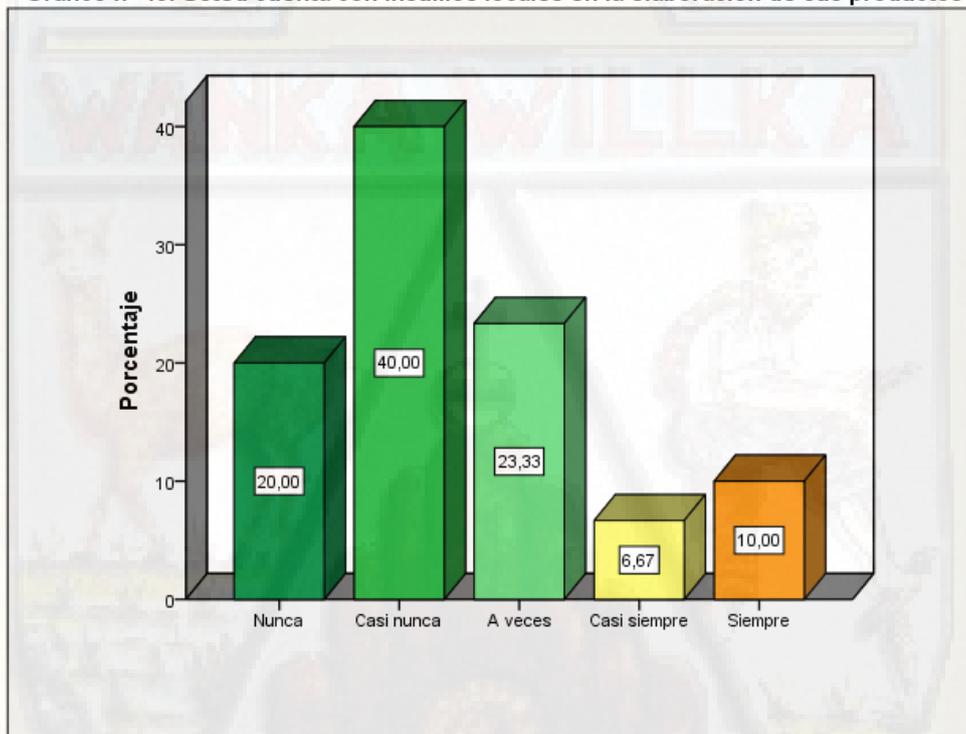
casi siempre, y 2 de los encuestados que representan un 6,67% indican que casi siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 12. Usted cuenta con insumos locales en la elaboración de sus productos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	20,00	20,00	20,00
Casi nunca	12	40,00	40,00	60,00
A veces	7	23,33	23,33	83,33
Casi siempre	2	6,67	6,67	90,00
Siempre	3	10,00	10,00	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 10. Usted cuenta con insumos locales en la elaboración de sus productos



Fuente: Tabla n° 12

Interpretación: En la tabla n° 12 y el gráfico 10, se exponen el resultado del ítem: Usted cuenta con insumos locales en la elaboración de sus productos; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 6 de los encuestados que representan un 20% indican que nunca; 12 de los encuestados que representan 40% indican que casi nunca; 7 de los encuestados que representan un 23,33% indican que a veces; 2 de los encuestados que

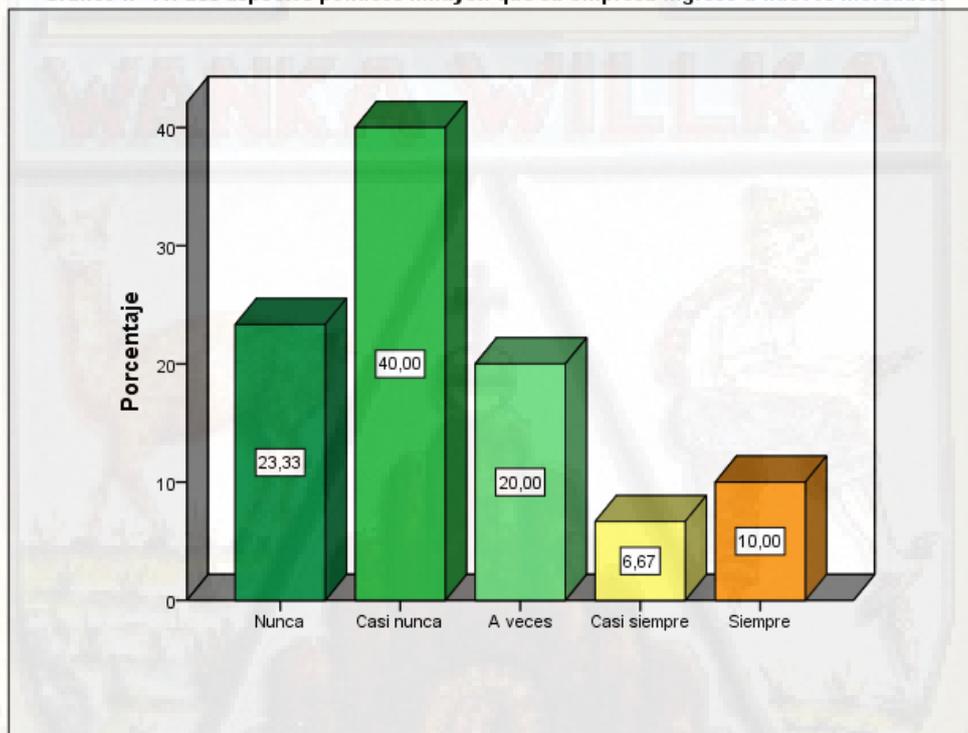
representan un 6,67% indican que casi siempre y 3 de los encuestados que representan un 10% indican que siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 13. Los aspectos políticos influyen que su empresa ingrese a nuevos mercados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	23,33	23,33	23,33
Casi nunca	12	40,00	40,00	63,33
A veces	6	20,00	20,00	83,33
Casi siempre	2	6,67	6,67	90,00
Siempre	3	10,00	10,00	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 11. Los aspectos políticos influyen que su empresa ingrese a nuevos mercados.



Fuente: Tabla n° 13

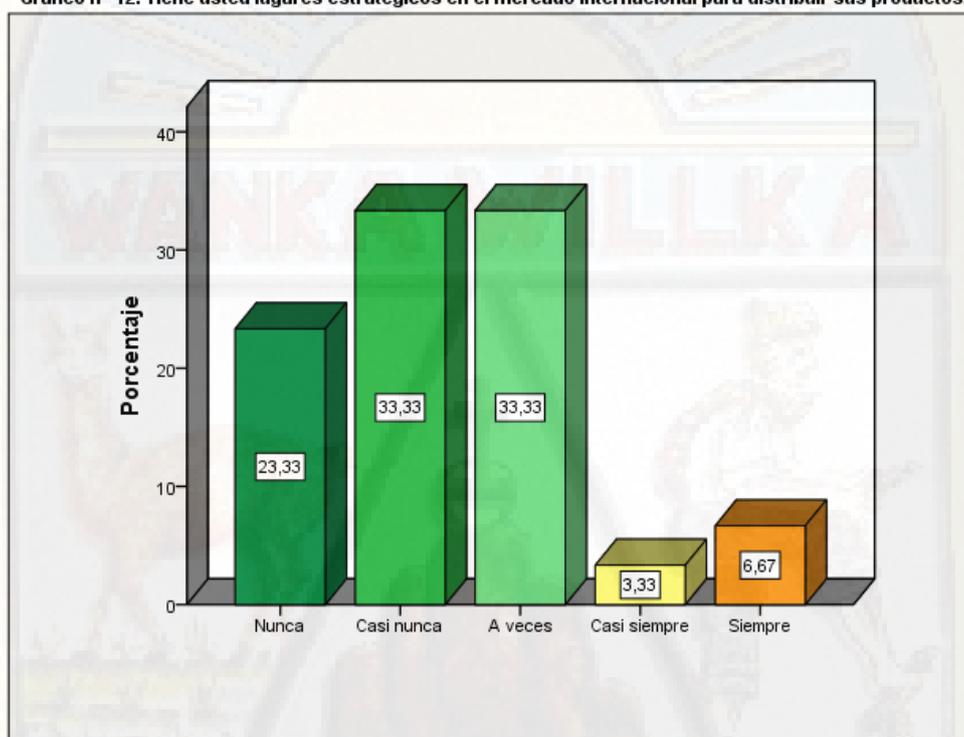
Interpretación: En la tabla n° 13 y el gráfico 11, se exponen el resultado del ítem: Los aspectos políticos influyen que su empresa ingrese a nuevos mercados; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 7 de los encuestados que representan un 23,33% indican que nunca; 12 de los encuestados que representan 40% indican que casi nunca; 6 de los encuestados que representan un 20% indican que a veces; 2 de los encuestados que representan un 6,67% indican que casi siempre y 3 de los encuestados que representan un 10% indican que siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 14. Tiene usted lugares estratégicos en el mercado internacional para distribuir sus productos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	23,33	23,33	23,33
Casi nunca	10	33,33	33,33	56,67
A veces	10	33,33	33,33	90,00
Casi siempre	1	3,33	3,33	93,33
Siempre	2	6,67	6,67	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 12. Tiene usted lugares estratégicos en el mercado internacional para distribuir sus productos.



Fuente: Tabla n° 14

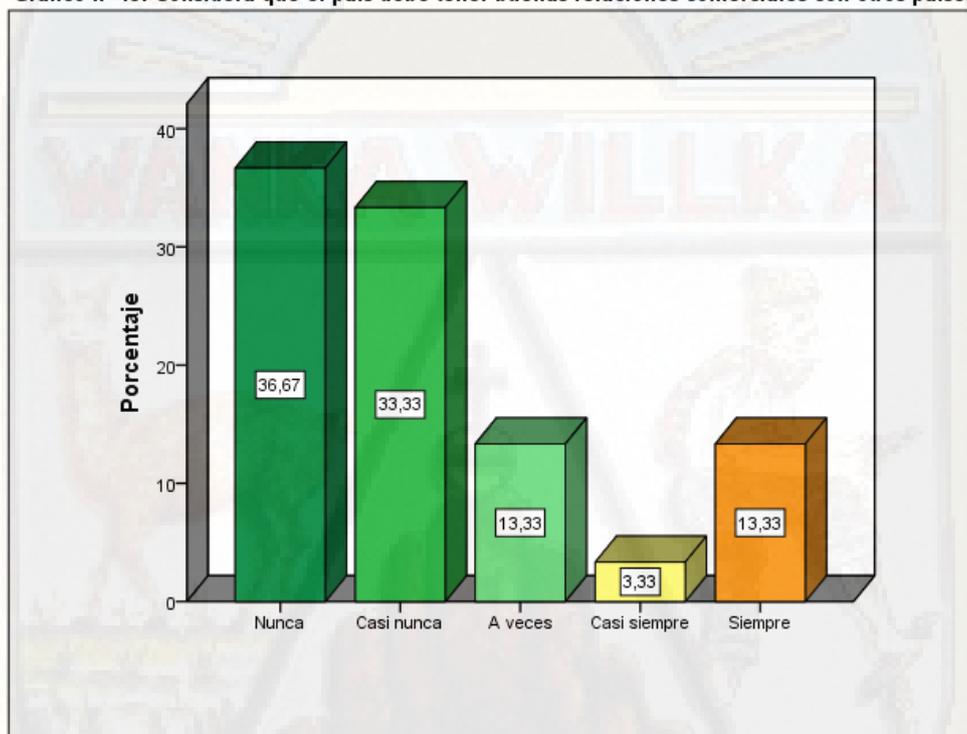
Interpretación: En la tabla n° 14 y el gráfico 12, se exponen el resultado del ítem: Tiene usted lugares estratégicos en el mercado internacional para distribuir sus productos; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 7 de los encuestados que representan un 23,33% indican que nunca; 10 de los encuestados que representan 33,33% indican que casi nunca; 10 de los encuestados que representan un 33,33% indican que a veces; y 2 de los encuestados que representan un 6,67% indican que casi siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 15. Considera que el país debe tener buenas relaciones comerciales con otros países

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	11	36,67	36,67
	Casi nunca	10	33,33	70,00
	A veces	4	13,33	83,33
	Casi siempre	1	3,33	86,67
	Siempre	4	13,33	100,00
	Total	30	100,00	100,00

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 13. Considera que el país debe tener buenas relaciones comerciales con otros países



Fuente: Tabla n° 15

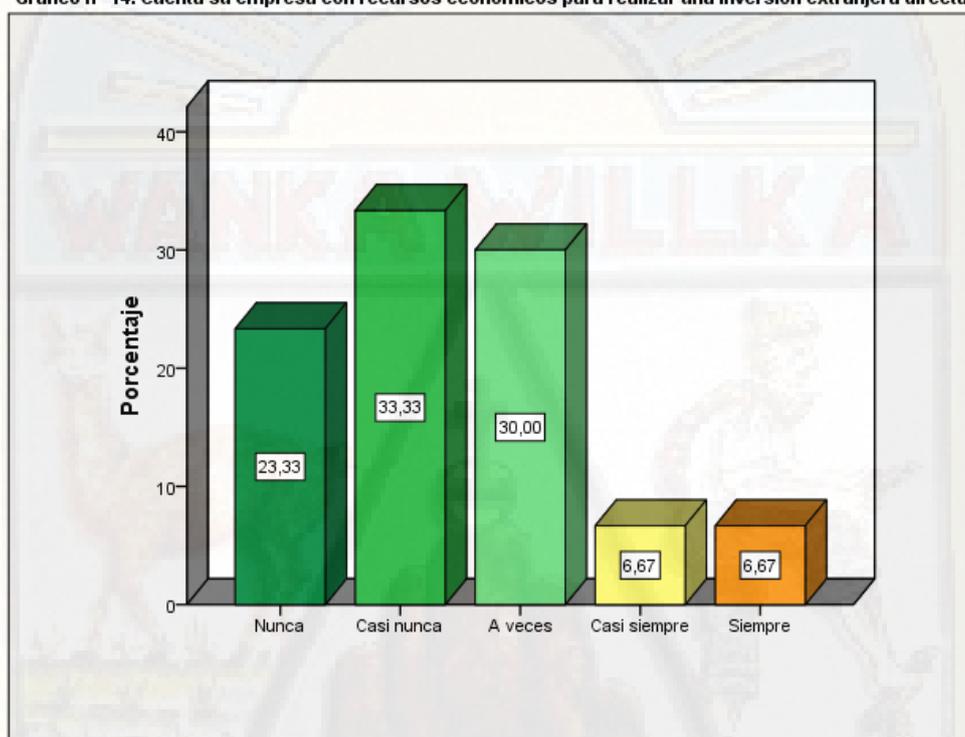
Interpretación: En la tabla n° 15 y el gráfico 13, se exponen el resultado del ítem: Considera que el país debe tener buenas relaciones comerciales con otros países; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 11 de los encuestados que representan un 36,67% indican que nunca; 10 de los encuestados que representan 33,33% indican que casi nunca; 4 de los encuestados que representan un 13,33% indican que a veces; 1 de los encuestados que representan un 3,33% indican que casi siempre y 4 de los encuestados que representan un 13,33% indican que siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 16. Cuenta su empresa con recursos económicos para realizar una inversión extranjera directa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	23,33	23,33	23,33
Casi nunca	10	33,33	33,33	56,67
A veces	9	30,00	30,00	86,67
Válidos Casi siempre	2	6,67	6,67	93,33
Siempre	2	6,67	6,67	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 14. Cuenta su empresa con recursos económicos para realizar una inversión extranjera directa.



Fuente: Tabla n° 16

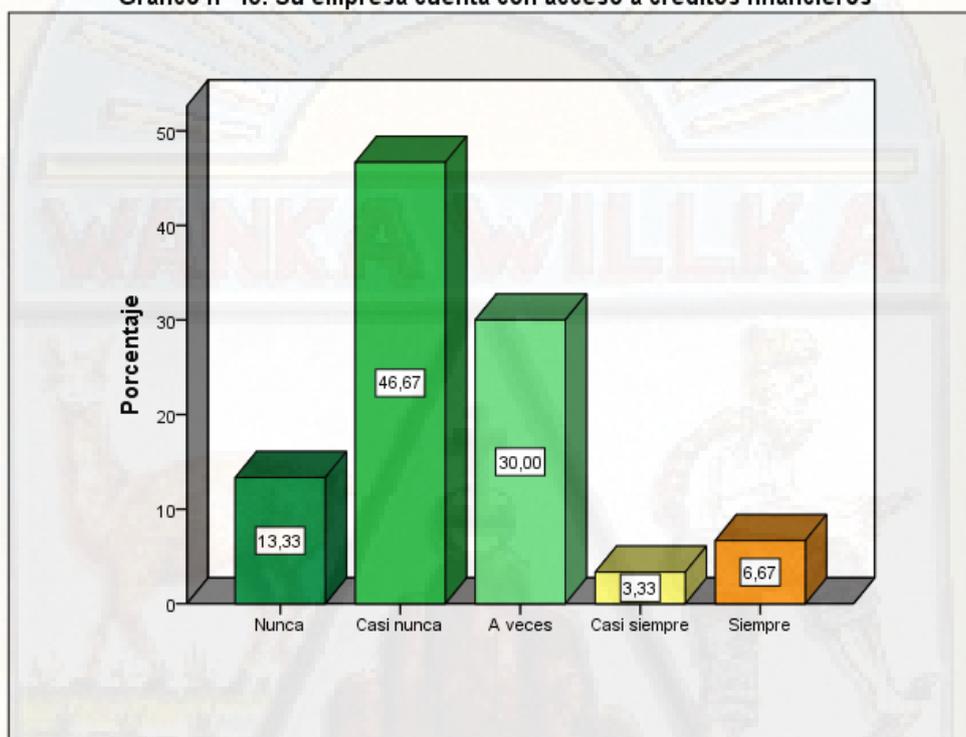
Interpretación: En la tabla n° 16 y el gráfico 14, se exponen el resultado del ítem: Cuenta su empresa con recursos económicos para realizar una inversión extranjera directa; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 7 de los encuestados que representan un 23,33% indican que nunca; 10 de los encuestados que representan 33,33% indican que casi nunca; 9 de los encuestados que representan un 30% indican que a veces; y 2 de los encuestados que representan un 6,67% indican que casi siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 17. Su empresa cuenta con acceso a créditos financieros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	13,33	13,33
	Casi nunca	14	46,67	60,00
	A veces	9	30,00	90,00
	Casi siempre	1	3,33	93,33
	Siempre	2	6,67	100,00
	Total	30	100,00	100,00

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 15. Su empresa cuenta con acceso a créditos financieros



Fuente: Tabla n° 17

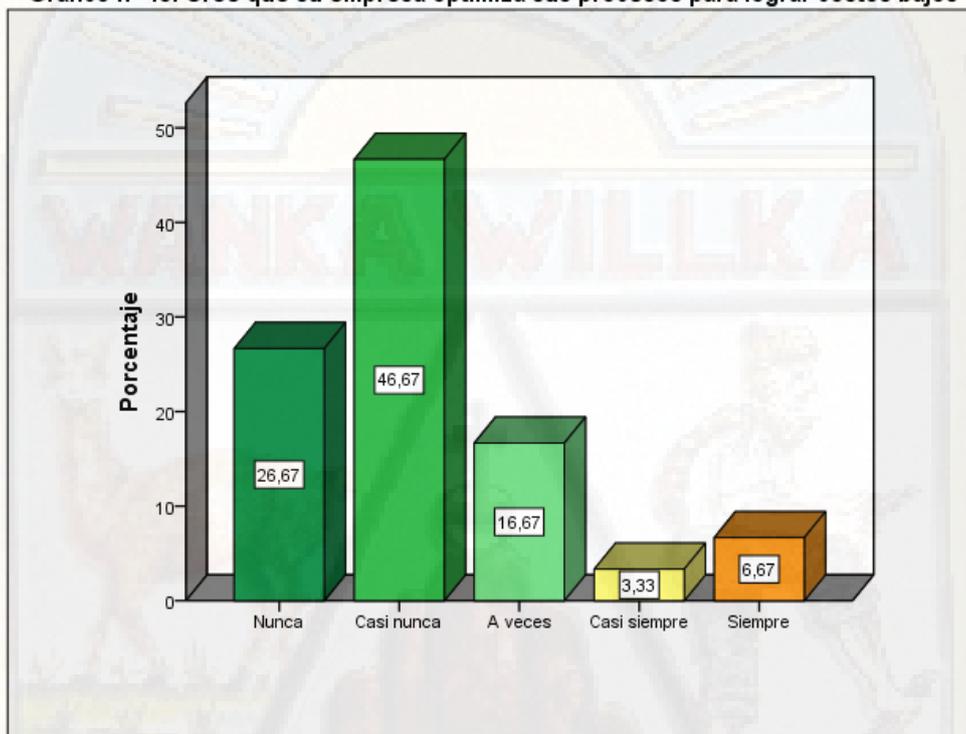
Interpretación: En la tabla n° 17 y el gráfico 15, se exponen el resultado del ítem: Su empresa cuenta con acceso a créditos financieros; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 4 de los encuestados que representan un 13,33% indican que nunca; 14 de los encuestados que representan 46,67% indican que casi nunca; 9 de los encuestados que representan un 30% indican que a veces; y 1 de los encuestados que representan un 3,33% indican que siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 18. Cree que su empresa optimiza sus procesos para lograr costos bajos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	8	26,67	26,67
	Casi nunca	14	46,67	73,33
	A veces	5	16,67	90,00
	Casi siempre	1	3,33	93,33
	Siempre	2	6,67	100,00
	Total	30	100,00	100,00

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 16. Cree que su empresa optimiza sus procesos para lograr costos bajos



Fuente: Tabla n° 18

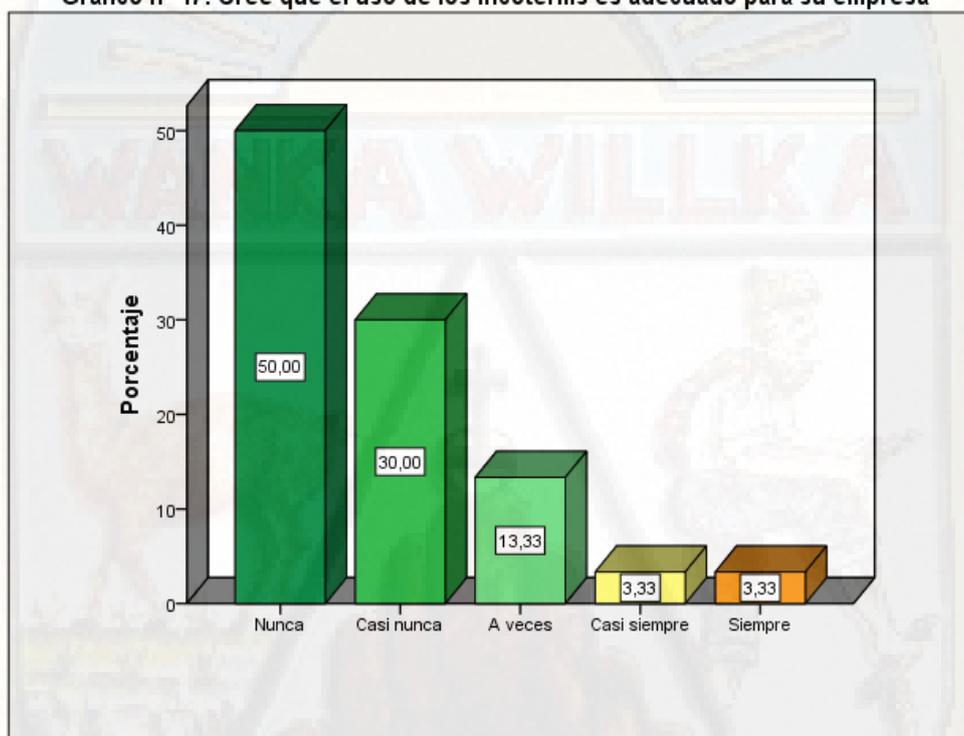
Interpretación: En la tabla n° 18 y el gráfico 16, se exponen el resultado del ítem: Cree que su empresa optimiza sus procesos para lograr costos bajos; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 8 de los encuestados que representan un 26,67% indican que nunca; 14 de los encuestados que representan 46,67% indican que casi nunca; 5 de los encuestados que representan un 16,67% indican que a veces; y 1 de los encuestados que representan un 3,33% indican que casi siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla N° 19. Cree que el uso de los Incoterms es adecuado para su empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	15	50,00	50,00	50,00
Casi nunca	9	30,00	30,00	80,00
A veces	4	13,33	13,33	93,33
Casi siempre	1	3,33	3,33	96,67
Siempre	1	3,33	3,33	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 17. Cree que el uso de los Incoterms es adecuado para su empresa



Fuente: Tabla n° 19

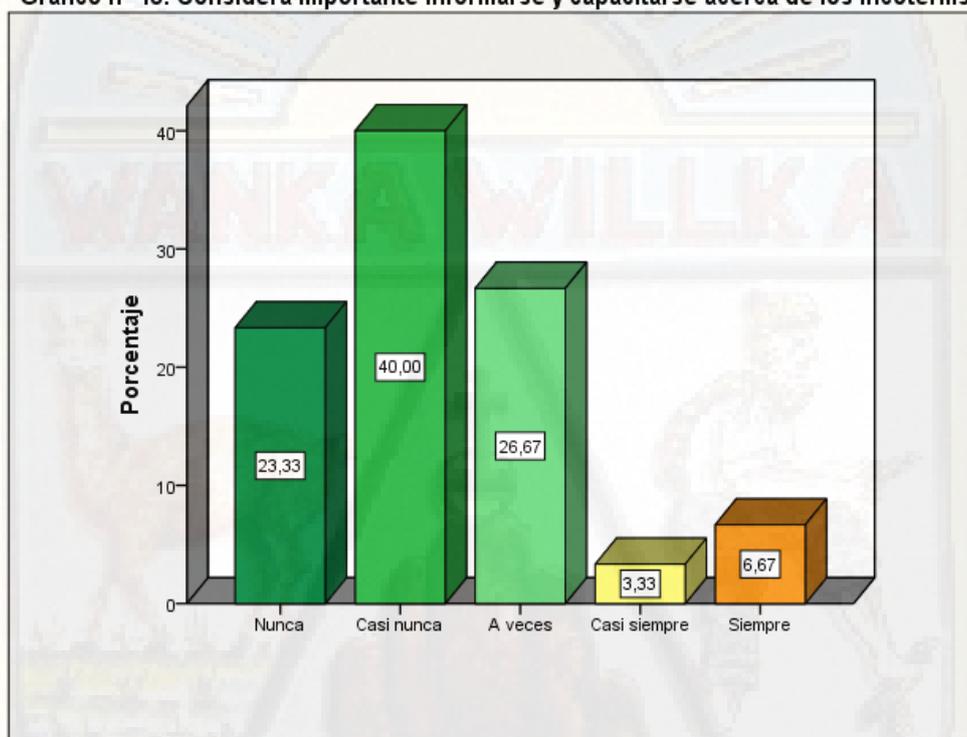
Interpretación: En la tabla n° 19 y el gráfico 17, se exponen el resultado del ítem: Cree que el uso de los Incoterms es adecuado para su empresa; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 15 de los encuestados que representan un 50% indican que nunca; 9 de los encuestados que representan 30% indican que casi nunca; y 4 de los encuestados que representan un 13,33% indican que a veces, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 20. Considera importante informarse y capacitarse acerca de los Incoterms

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	23,33	23,33	23,33
Casi nunca	12	40,00	40,00	63,33
A veces	8	26,67	26,67	90,00
Casi siempre	1	3,33	3,33	93,33
Siempre	2	6,67	6,67	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 18. Considera importante informarse y capacitarse acerca de los Incoterms



Fuente: Tabla n° 20

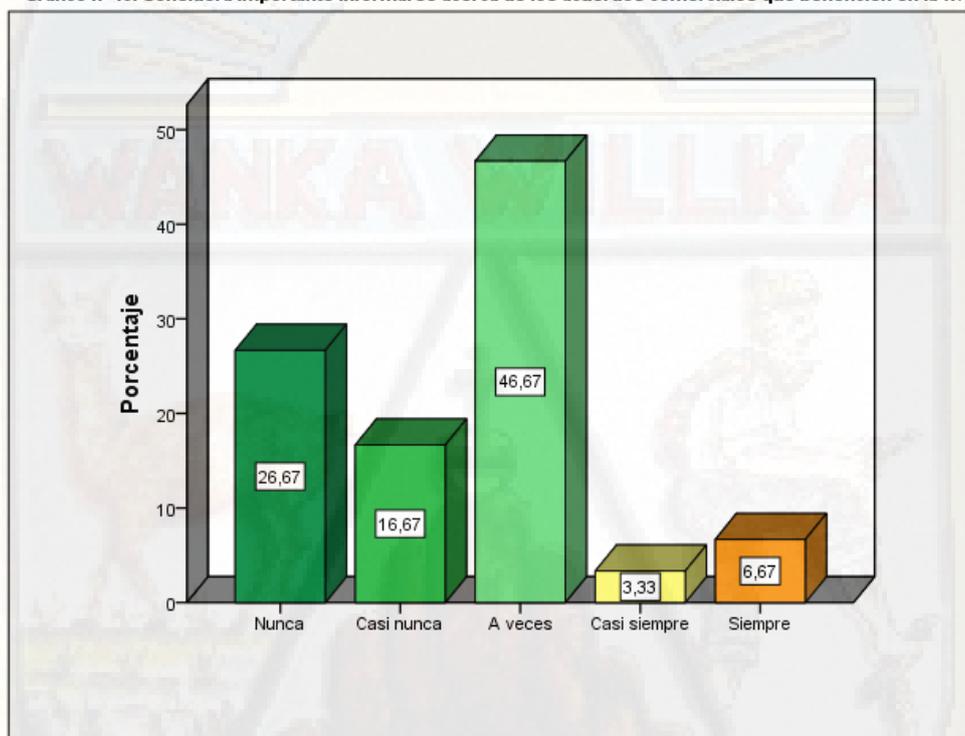
Interpretación: En la tabla n° 20 y el gráfico 18, se exponen el resultado del ítem: Considera importante informarse y capacitarse acerca de los Incoterms; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 7 de los encuestados que representan un 23,33% indican que nunca; 12 de los encuestados que representan 40% indican que casi nunca; 8 de los encuestados que representan un 26,67% indican que a veces; y 1 de los encuestados que representan un 3,33% indican que casi siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 21. Considera importante informarse acerca de los acuerdos comerciales que beneficien en la reducción de aranceles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	26,67	26,67	26,67
Casi nunca	5	16,67	16,67	43,33
A veces	14	46,67	46,67	90,00
Casi siempre	1	3,33	3,33	93,33
Siempre	2	6,67	6,67	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 19. Considera importante informarse acerca de los acuerdos comerciales que beneficien en la ...



Fuente: Tabla n° 21

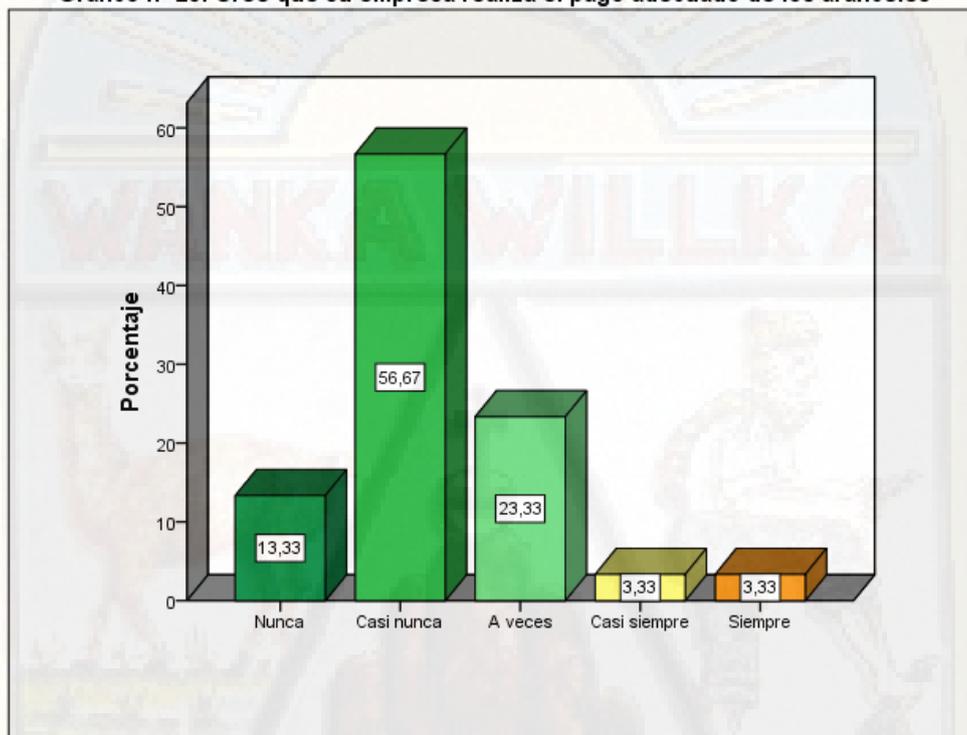
Interpretación: En la tabla n° 21 y el gráfico 19, se exponen el resultado del ítem: Considera importante informarse acerca de los acuerdos comerciales que beneficien en la reducción de aranceles; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 8 de los encuestados que representan un 26,67% indican que nunca; 5 de los encuestados que representan 16,67% indican que casi nunca; 14 de los encuestados que representan un 46,67% indican que a veces; y 1 de los encuestados que representan un 3,33% indican que casi siempre, de un total de 30 de los encuestados.

Tabla n° 22. Cree que su empresa realiza el pago adecuado de los aranceles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	13,33	13,33	13,33
Casi nunca	17	56,67	56,67	70,00
A veces	7	23,33	23,33	93,33
Casi siempre	1	3,33	3,33	96,67
Siempre	1	3,33	3,33	100,00
Total	30	100,00	100,00	

Fuente: cuestionario aplicado

Gráfico n° 20. Cree que su empresa realiza el pago adecuado de los aranceles



Fuente: Tabla n° 22

Interpretación: En la tabla n° 22 y el gráfico 20, se exponen el resultado del ítem: Cree que su empresa realiza el pago adecuado de los aranceles; donde se obtuvo las siguientes puntuaciones: con una frecuencia de 4 de los encuestados que representan un 13,33% indican que nunca; 17 de los encuestados que representan 56,67% indican que casi nunca; y 7 de los encuestados que representan un 23,33% indican que a veces; de un total de 30 de los encuestados.

4.2. Prueba de Hipótesis

A fin de determinar se realizó entre las variables micro y pequeñas empresas y la exportación de los derivados de la fibra de alpaca en la localidad de Huancavelica en el periodo 2016 así como de las variables micro y pequeña empresa y las dimensiones Tradicional, No Tradicional y el Tratado de Libre Comercio que corresponden a la variable exportación de la fibra de alpaca, adoptamos el sistema clásico de Pearson que consiste en los siguientes pasos:

A. Formulación de Hipótesis General.

H_1 : La exportación de productos derivados de la fibra de alpaca influirá favorable y significativamente en las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

H_0 : La exportación de productos derivados de la fibra de alpaca No, influirá favorable y significativamente en las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

Nivel de significancia = 5% = 0,05

Estimación de p-valor: según la tabla n° 23 el p-valor es de 0,003

Tabla N° 23. Correlaciones entre las variables

		Variable Micro y Pequeña Empresa	Exportación de Productos Derivados de la Fibra de Alpaca
Variable Micro y Pequeña Empresa	Correlación de Pearson	1	,537**
	Sig. (bilateral)		,003
	N	30	30
Exportación de Productos Derivados de la Fibra de Alpaca	Correlación de Pearson	,537**	1
	Sig. (bilateral)	,003	
	N	30	30

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Toma de decisión: $p < 0,05$ entonces rechazamos la hipótesis Nula (H_0) aceptando la hipótesis alterna H_1 : La exportación de productos derivados de la fibra de alpaca influirá favorable y significativamente en las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huancavelica en el año 2016; propuesta por el investigador. Debemos reconocer que la correlación

según la tabla n° 23 donde la correlación de Pearson es de 0,537 ubicando este valor en la tabla inferior diremos: que la correlación es media positiva.

B. Formulación de Hipótesis Específica. (Variable Micro y Pequeña empresa y la dimensión Tradicional)

H_1 : Las micro y pequeñas empresas influirán favorable y significativamente en las exportaciones tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

H_0 : Las micro y pequeñas empresas No influirán favorable y significativamente en las exportaciones tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

Tabla N° 25. Correlaciones la Variable Micro y Pequeña empresa y la dimensión Tradicional

		Variable Micro y Pequeña Empresa	Dimensión Tradicional
Variable Micro y Pequeña Empresa	Correlación de Pearson	1	,361
	Sig. (bilateral)		,059
	N	30	30
Dimensión Tradicional	Correlación de Pearson	,361	1
	Sig. (bilateral)	,059	
	N	30	30

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Toma de decisiones: La correlación r de Pearson identificada es de 0,361 llegando a ser una correlación positiva débil, o directamente proporcional. Siendo asimismo la significación parcial entre la variable micro y pequeña empresa y la dimensión Tradicional es de 0,59 de una muestra de 30 encuestados.

Formulación de Hipótesis Específica. (Variable Micro y Pequeña empresa y la dimensión No Tradicional)

H_1 : Las micro y pequeñas empresas influirán favorable y significativamente en las exportaciones no tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

H₀ : Las micro y pequeñas empresas No influirán favorable y significativamente en las exportaciones no tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

Tabla N° 26. Correlaciones entre la variable Micro y Pequeña Empresa y la dimensión No Tradicional

		Variable Micro y Pequeña Empresa	Dimensión No Tradicional
Variable Micro y Pequeña Empresa	Correlación de Pearson	1	,531**
	Sig. (bilateral)		,004
	N	30	30
Dimensión No Tradicional	Correlación de Pearson	,531**	1
	Sig. (bilateral)	,004	
	N	30	30

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Toma de decisiones: La correlación r de Pearson identificada es de 0,531 llegando a ser una correlación positiva media, o directamente proporcional. Siendo asimismo la significación parcial entre la variable micro y pequeña empresa y la dimensión Tradicional es de 0,005 de una muestra de 30 encuestados.

Formulación de Hipótesis Específica. (Variable Micro y Pequeña empresa y la dimensión Tratado de Libre Comercio

H₁: Las micro y pequeñas empresas influirán favorable y significativamente en las exportaciones aprovechando el tratado de libre comercio en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

H₀ : Las micro y pequeñas empresas No influirán favorable y significativamente en las exportaciones aprovechando el tratado de libre comercio en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

Tabla N° 27. Correlaciones entre la variable Micro y Pequeña Empresa y la dimensión Tratado de Libre Comercio

		Variable Micro y Pequeña Empresa	Dimensión Tratado de Libre Comercio
Variable Micro y Pequeña Empresa	Correlación de Pearson	1	,340
	Sig. (bilateral)		,077
	N	30	30
Dimensión Tratado de Libre Comercio	Correlación de Pearson	,340	1
	Sig. (bilateral)	,077	
	N	30	30

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Toma de decisiones: La correlación r de Pearson identificada es de 0,340 llegando a ser una correlación positiva débil, o directamente proporcional. Siendo asimismo la significación parcial entre la variable micro y pequeña empresa y la dimensión Tradicional es de 0,077 de una muestra de 30 encuestados.

Tabla n° 28. Interpretación de los coeficientes de correlación – “Pearson”

Pearson	
Intervalos	Interpretación
– 1.00	Correlación negativa perfecta
– 0.90	Correlación negativa muy fuerte
– 0.75	Correlación negativa considerable
– 0.50	Correlación negativa media
– 0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+ 0.10	Correlación positiva débil
+ 0.50	Correlación positiva media
+ 0.75	Correlación positiva considerable
+ 0.90	Correlación positiva muy fuerte
+ 1.00 =	Correlación positiva perfecta

Fuente: Metodología de la investigación- Hernández, Fernández y Baptista – Cuarta Edición- México.

4.3. Discusión de resultados

La investigación tuvo como variables a las micro y pequeñas empresas y la exportación de productos derivados de la fibra de alpaca, para se tomó en consideración a las empresas que pertenecen al rubro CIU 17120 acabado de productos textiles pertenecientes a la provincial de Huancavelica en el año 2016, inscritas en el directorio de la micro y pequeña, mediana empresa de la región de Huancavelica. En función a lo programado en el objetivo general y los específicos propuestos para el inicio de la presente investigación se logró determinar y conocer que, el resultado al cual se ha arribado es que,

efectivamente existe una correlación positiva entre las variables de las micro y pequeña empresa y la exportación de los productos derivados de la fibra de alpaca, la prueba realizada mediante la *r* de Pearson, la cual nos arrojó un resultado de 0.340 llegando a ser una correlación positiva débil, o directamente proporcional. Siendo asimismo la significación parcial entre la variable micro y pequeña empresa y la dimensión Tradicional es de 0,077 de una muestra de 30 encuestados.

Dentro de los antecedentes del nivel internacional se tiene el trabajo de Roco (2016) en su tesis para optar el grado de magister “*Plan de exportación para cervecería artesanal Weisser*” en su investigación hizo uso de una metodología clásica de un plan de negocios, arribando a las siguientes conclusiones:

Con respecto al objetivo general de la tesis se puede concluir que la exportación de cerveza artesanal Weisser al mercado de Estados Unidos es rentable bajo la propuesta entregada en este documento. Con lo cual se cumple este objetivo general de presentar un plan de negocio que permita la exportación y con ello crecer en ventas y finalmente expandirse internacionalmente, permitiendo además reducir capacidad ociosa de la planta.

Con respecto a los objetivos específicos se concluye que:

Unos análisis generales de zonas geográficas con mayor preferencia hacia el consumo de cerveza más variables de la metodología CAGE permiten llegar a un conjunto de países a analizar como candidatos a la exportación. Luego los análisis macroeconómicos, de comercio y de la industria de la cerveza además de otras variables importantes en la decisión mostraron a Estados Unidos como el país más sólido para poder exportar la cerveza Weisser, puesto que muestra un mercado atractivo para la cerveza artesanal en la mayoría de los indicadores además de variables como el Ingreso per cápita que lo diferencian del resto. Además, factores adicionales como la experiencia previa en una exportación frustrada que ayuda a que los pasos para realizar esta exportación en este país sean más fáciles ya que se tiene trabajo avanzado para la exportación.

Con el autor Roco, coincidimos que el trabajo realizado es con la finalidad de conocer y mejorar las condiciones para la exportación de los productos tradicionales con las que cuenta las empresas acantonadas en la provincia de Huancavelica, países como los Estados Unidos de América, son potenciales mercados donde la exigencia de los productos, exportados requiere de un acabado especial, donde tomando en consideración que las tallas deben ser tomados en consideración.

Dentro del ámbito nacional se tiene Crispín (2008) Tesis que sirvió para optar el título profesional, “*Productividad y distribución de fibra de alpaca en la región Huancavelica*” Universidad Nacional Mayor de San Marcos, facultad de ciencias económicas Escuela Académica Profesional de Economía, Lima – Perú 2008, para optar el título profesional de Economista, un análisis comparativo entre Huancavelica y Puno. Al final de su investigación arriba a las siguientes conclusiones:

Los bajos ingresos de los productores de fibra de alpaca de la región Huancavelica son atribuibles a la baja calidad de fibra producida y vendida, en tanto que en la región Puno se observa ingresos más altos debido a una mejor calidad de la fibra producida y vendida. Lo señalado estaría mostrando mejores niveles de productividad (calidad) de Puno respecto a Huancavelica.

En Huancavelica existe un menor conocimiento y concientización del adecuado manejo de alpacas, lo que se traduce en bajos niveles de productividad, en tanto que en la región Puno existe una mejora continua del manejo genético, un buen manejo sanitario, adecuado manejo de pastos, y proceso de esquila de la fibra; esto se traduce en mejores niveles de productividad.

El deficiente sistema de comercialización de la fibra de alpaca en Huancavelica está evidenciado por la falta de capacidad organizativa de los productores, poca presencia de instituciones de intervención y la presencia de intermediarios, en contraste con la región Puno, en la cual existen organizaciones formadas por los productores, la presencia de instituciones de intervención y pocos intermediarios, lo que ayuda a fortalecer los mecanismos de comercialización y una mejor articulación del mercado de la fibra en Puno.

Aún dentro de nuestra región las autoridades, así como la inversión privada no ven a la producción de fibra de alpaca como una buena inversión, esto se debe a que la comercialización de la fibra de alpaca no cubre las expectativas económicas para comercializarlo a gran escala, por lo que, las comunidades campesinas optan por la crianza artesanal de los camélidos sudamericanos, y la comercialización de la fibra de alpaca en baja escala, por tanto los productos derivados de esta se ve limitada a la confección de productos en menor escala.

La investigación correlacional, bajo el método r de Pearson tiene como objetivo determinar el grado de correlación que existe entre las variables, en la tabla n° 24, donde puede uno observar los grados de correlación, y a la luz de los resultados obtenidos mediante el software estadístico SPSS, donde se obtuvo 0,537 podemos indicar que: entre la variable micro y pequeña empresa y la segunda variable exportación de productos derivados de la fibra de alpaca existe una relación positiva media, indicándonos que la relación es positiva o directamente proporcional. En cumplimiento al objetivo general de la presente investigación, asimismo en la tabla n° 23 en la significación bilateral cuyo resultado se obtuvo 0,003 donde constatamos que es inferior al 0,005 o 5% por lo que queda demostrado la hipótesis alterna, H_1 : La exportación de productos derivados de la fibra de alpaca influirá favorable y significativamente en las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huancavelica en el año 2016.

CONCLUSIONES

1. Los resultados obtenidos nos 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 al 0,005 o 5%, asimismo la correlación identificada fue de 0,537 llegando a ser una correlación positiva media o directamente proporcional.
2. 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.
3. 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.
4. 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.

RECOMENDACIONES

1. Las pequeñas y medianas empresas deben de buscar las formas de integrar una alianza con la finalidad de mejorar tanto en calidad de la producción, así como en la comercialización en mayores cantidades de la que están produciendo a la fecha.
2. Las exportaciones tradicionales a que están acostumbrados las micro y pequeñas empresas, tienen que cambiar, debido a que estas no representan ingresos significativos en las economías familiares, por carecer de valor agregado, por tanto, es mejor exportar productos procesados y generar de esa manera mejores ingresos económicos en las familias.
3. Es necesario hacer entender a los micro y pequeños productores los beneficios que otorga los tratados de libre comercio debido a que muchos no conocen las ventajas y, por tanto, no se les otorga la importancia a sus productos y ello hace que no generen valor agregado a sus productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

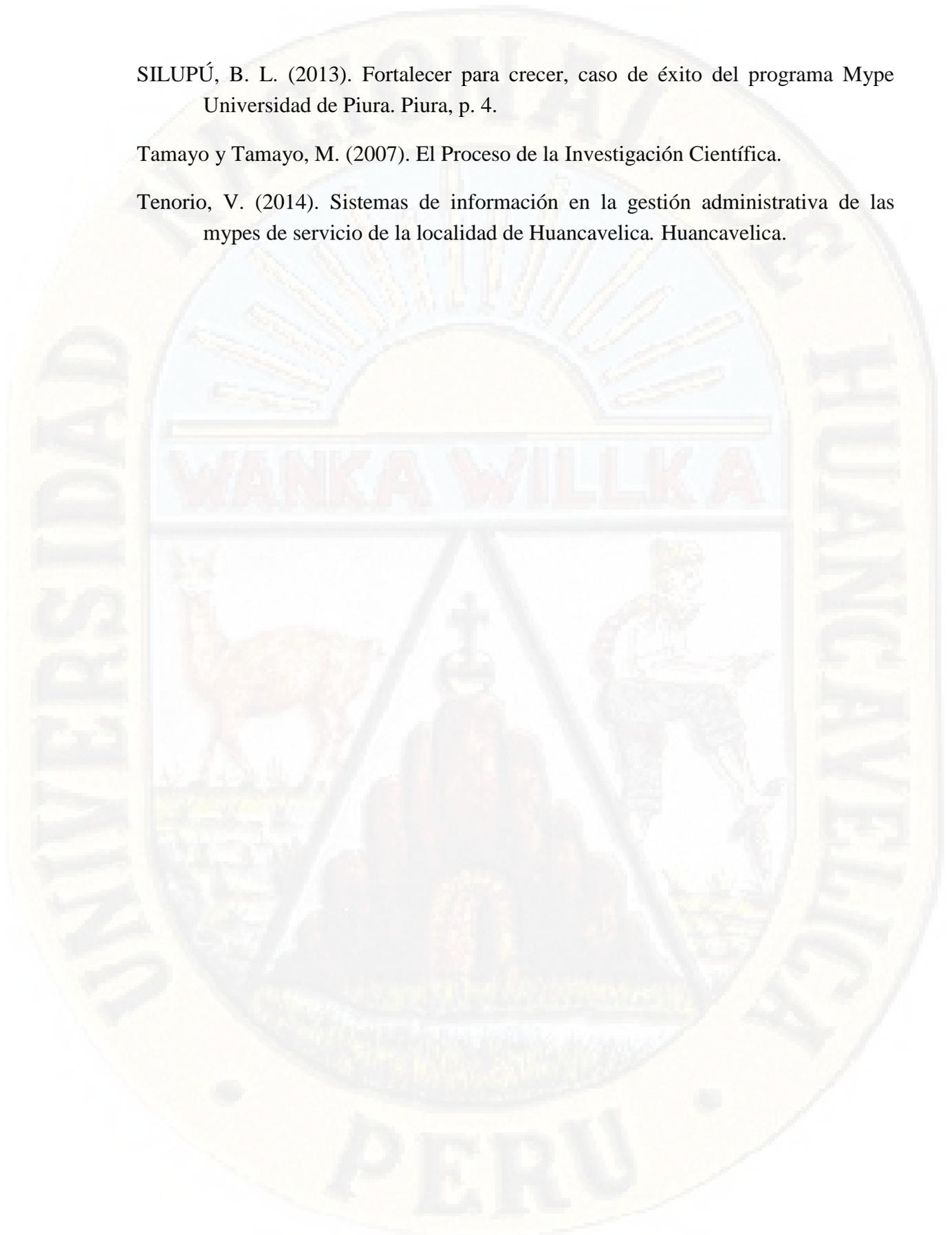
- Parella Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2010). Metodología de la investigación cuantitativa. pág. (pag.86).
- Agronomes, v. (2016, p. 4). comportamiento del mercado mundial de la fibra de alpaca. *agronomes*, 16.
- Aguilar, R. F. (2007). Estudio Prospectivo del Mercado del Espárrago en el Norte chico del Perú – 2007 - 2017. NORTE DEL PERU.
- Baca, G. (2010, p. 53). Evaluación de proyectos. México: Mc Graw Hill.
- Bello. (2012). Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970 - 2010.
- Carrasco Díaz, S. (2006). metodología dela investigacion cientifica. pág. 42.
- CARRASCO DIAZ, S. (2008). ESTRATEGIA y TÉCNICA DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.
- Castillo, R. A. (2008). Política económica y exportaciones de confecciones de fibras alpaca mercado mundial: 2000-2005. Universidad de San Martín de Porres. Programa Cybertesis PERÚ.
- CENTRUM, Católica. (2012, p. 2). Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú. Lima - Perú.
- CEPAL Católica. (2012, p. 2). Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú. Lima - Perú.
- Creación y Desarrollo de Empresas. (2015, p. 6). Guía de apoyo al emprendedor.
- Crispín, M. (2008). Productividad y distribución de fibra de alpaca en la region de Huancavelica un análisis comparativo entre Huancavelica y Puno. Lima – Perú.
- D.S. (2008 Art 4). Decreto Supremo N° 007-2008. Lima.
- Daniels Radebaugh. (2004). Negocios internacionales: ambientes y operaciones. México: Pearson Educación.
- Decreto Supremo. (1992, Art). Ministerio de Economía y Finanzas Decreto Supremo. Lima - Perú.

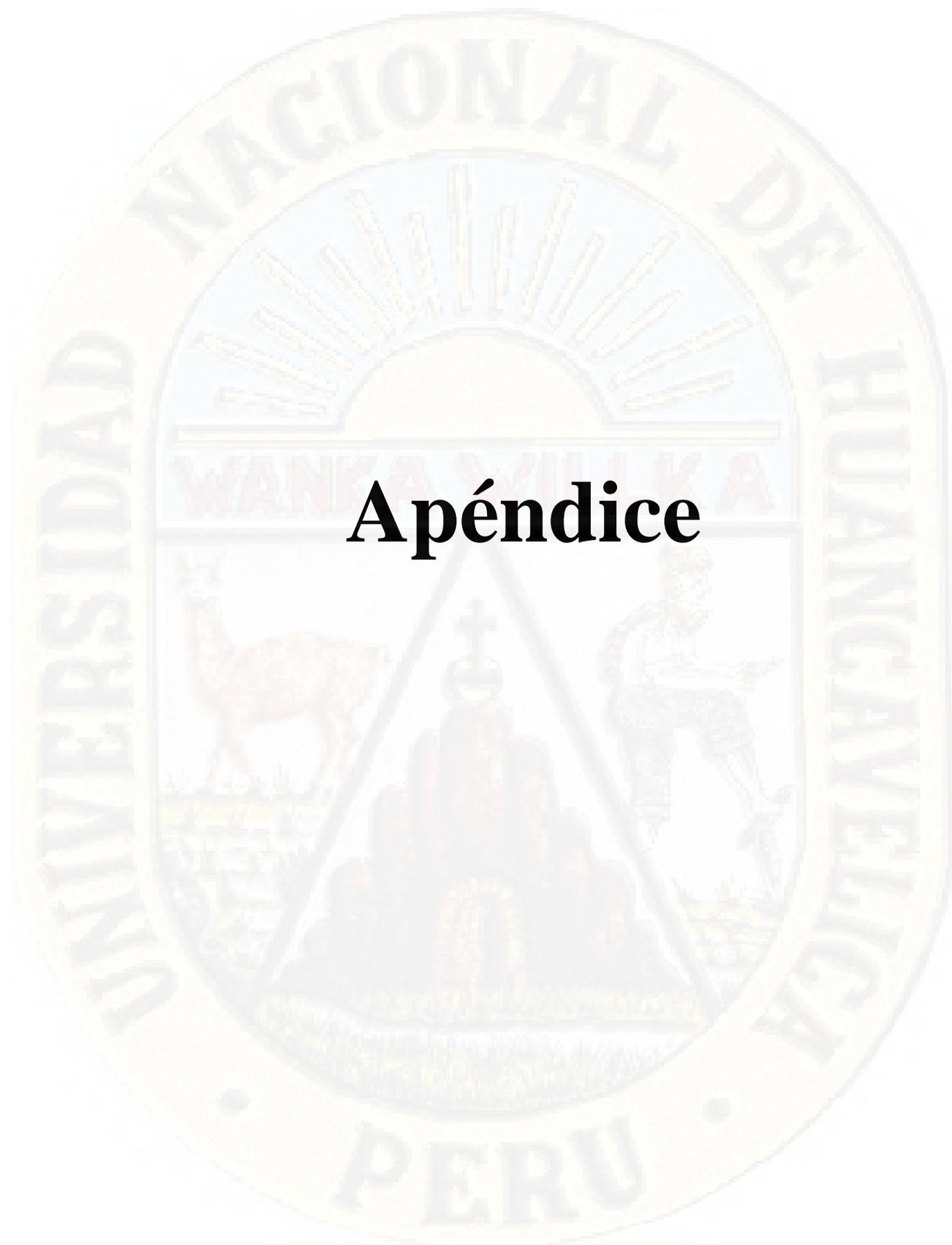
- German Development Institute. (2009). Administración tributaria municipal en el contexto del proceso de descentralización en el Perú. Bonn.
- GONZALES, A., & OSEDA, D. (2008, p. 23). Cómo aprender y enseñar investigación científica.
- Hernández Sampiere, R. (2014, p. 214). Metodología de la investigación sexta edición. México.
- Herrera, J. J. (2012). DETERMINANTES DE LAS EXPORTACIONES NO. LIMA-PERU.
- Huaroto. (2011). Efecto de la adopción de internet en la productividad de las Mypes en el Perú. Lima.
- Kerlinger. (2002). investigación del comportamiento .
- LIRA, B. P. (2009, p.7). "Finanzas y financiamiento" las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer.
- Mathews, J. C. (2009, p. 20). Competitividad. Lima - Perú.
- Méndez Álvarez, C. (2008). Metodología. Guía para elaborar diseños de Investigación en ciencias económicas, contables y administrativas.
- mheducation. (20 de 11 de 2017 parr, 2). Obtenido de <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448169298.pdf>
- Molina. (2013). Estudio de Mercado para una línea de jabón antibacterial.
- Porter, M. (1980, p. 124). Ventaja Competitiva.
- PromPerú. (2016, p. 4). Estudio de mercado.
- PromPerú. (2016, p. 4). Estudio de mercado.
- Quispe T, T. (2015). Camélidos Sudamericanos' (Dircams. huancavelica.
- Ricaldi, H. R. (2003). Empresas familiares de producción artesanal de mates burilados de Huancayo: problemática y lineamientos básicos para la creación de consorcios de exportación. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Roco. (2016). Plan de exportación para cerveceria artesanal Weisser.

SILUPÚ, B. L. (2013). Fortalecer para crecer, caso de éxito del programa Mype Universidad de Piura. Piura, p. 4.

Tamayo y Tamayo, M. (2007). El Proceso de la Investigación Científica.

Tenorio, V. (2014). Sistemas de información en la gestión administrativa de las mypes de servicio de la localidad de Huancavelica. Huancavelica.



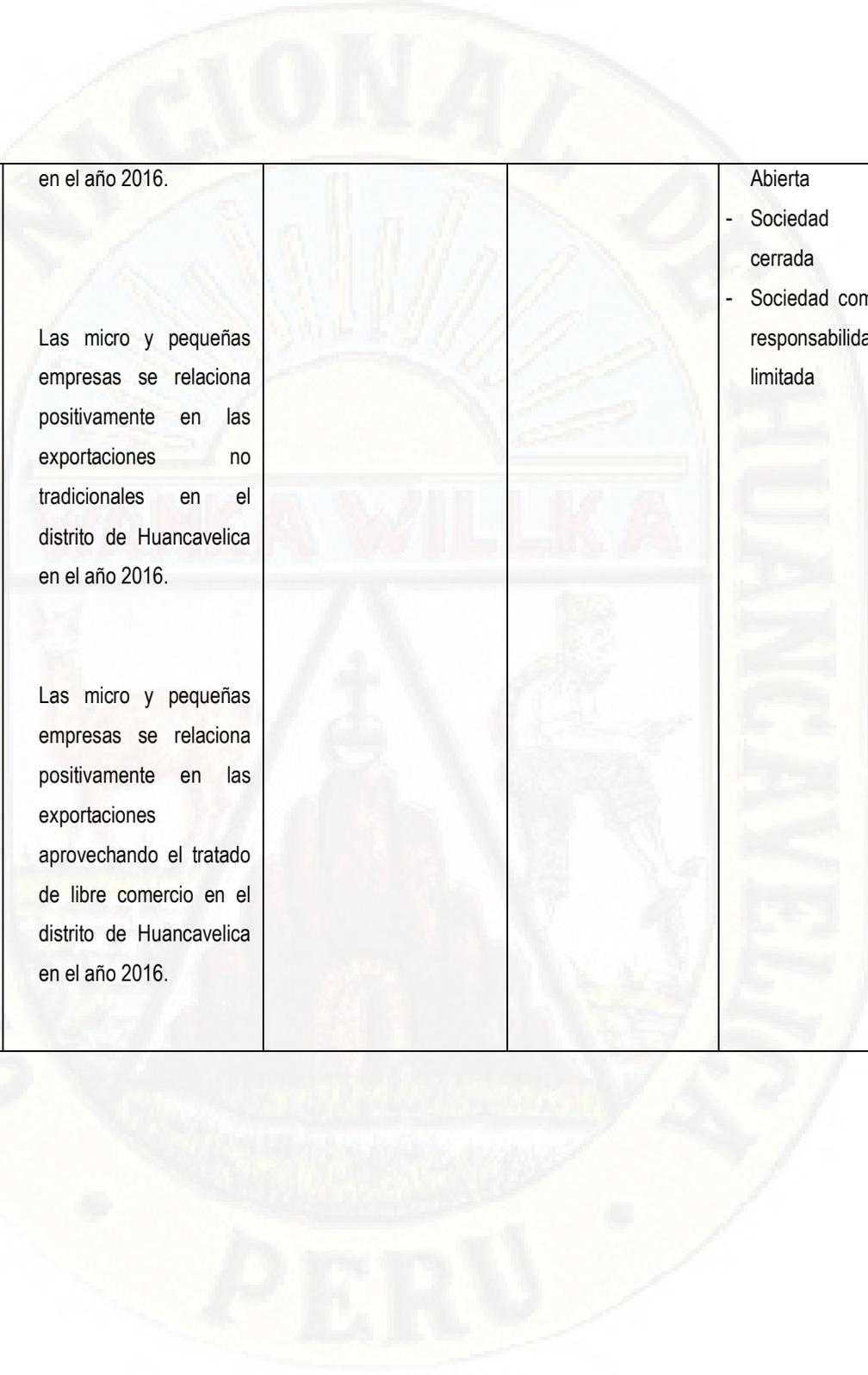


Apéndice

MATRIZ DE CONSISTENCIA:

LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCAMELICA – 2016

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General ¿Qué relación existe 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?</p>	<p>Objetivo General: Determinar la relación de 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.</p>	<p>Hipótesis General: La exportación de productos derivados de la fibra de alpaca se relaciona positivamente en las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huancavelica en el año 2016.</p>	<p>Variable Independiente: Micro y pequeñas empresas</p>	<p>- Persona natural</p>	<p>- Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (Persona Natural)</p>	<p>Método general: Científico. Tipo de investigación: básica Nivel de investigación: Descriptivo. Diseño de investigación: Descriptivo Correlacional.</p>
<p>Problemas Específicos: Qué relación existe entre las micro y pequeñas empresas en las exportaciones tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año</p>	<p>Objetivos Específicos: Determinar la relación de las micro y pequeñas empresas en las exportaciones tradicionales en el distrito de Huancavelica</p>	<p>Hipótesis Específicos: Las micro y pequeñas empresas se relaciona positivamente en las exportaciones tradicionales en el distrito de Huancavelica</p>	<p>Variable Dependiente: Exportación de productos derivados de la fibra de alpaca</p>	<p>- Persona jurídica</p>	<p>- Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (Persona Jurídica) - Sociedad Anónima</p>	<p>Donde: M = Muestra O₁, Variable Independiente O₂, Variable Dependiente r = relación entre las dos variables.</p> 

<p>2016.</p> <p>Qué relación existe entre las micro y pequeñas empresas en las exportaciones no tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.</p> <p>Qué relación existe entre las micro y pequeñas empresas en las exportaciones aprovechando el tratado de libre comercio en el distrito de Huancavelica en el año 2016.</p>	<p>en el año 2016.</p> <p>Determinar la relación de las micro y pequeñas empresas en las exportaciones no tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.</p> <p>Determinar la relación de las micro y pequeñas empresas en las exportaciones aprovechando el tratado de libre comercio en el distrito de Huancavelica en el año 2016.</p>	<p>en el año 2016.</p> <p>Las micro y pequeñas empresas se relaciona positivamente en las exportaciones no tradicionales en el distrito de Huancavelica en el año 2016.</p> <p>Las micro y pequeñas empresas se relaciona positivamente en las exportaciones aprovechando el tratado de libre comercio en el distrito de Huancavelica en el año 2016.</p>		<p>Abierta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sociedad Anónima cerrada - Sociedad comercial de responsabilidad limitada 	<p>Población y muestra:</p> <p>Población: micro y pequeñas empresas del distrito de Huancavelica.</p> <p>Muestra: micro y pequeñas empresas del distrito de Huancavelica.</p> <p>Técnicas e Instrumentos:</p> <p>Observación: Fichaje de observación directa e indirecta.</p> <p>La entrevista: Recopilación de información mediante preguntas</p> <p>Fichaje: Fichas de resumen, párrafo y comentario.</p> <p>Encuestas: Cuestionario de encuesta.</p> <p>Análisis Documental: Análisis de material impreso</p> <p>Técnicas de procesamiento de datos: Se hará uso de la estadística descriptiva e inferencial, y para la prueba de hipótesis se hará uso de la prueba "r" de Pearson.</p>
---	---	---	---	---	---

CUESTIONARIO

Estimado Encuestado: Me complace presentar la investigación titulada “LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCVELICA – 2016” la confidencialidad de sus respuestas será respetada y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación, no escriba su nombre en ningún lugar del cuestionario.

Datos Generales:

1. Edad:
2. Género:
 - a) Masculino () b) Femenino ()

Información relacionada con las variables:

Instrucciones: Lea cada una de las preguntas, luego marca una de las cinco alternativas, la que sea más apropiada a tu opinión, que corresponda a la respuesta que escogiste según tu convención. No existe respuestas buenas ni malas asegúrese de responder todas las preguntas.

	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE			
	1	2	3	4	5			
	Premisas			Validez				
01	Su empresa toma en cuenta las nuevas tecnologías para optimizar sus procesos			1	2	3	4	5
02	Su empresa capacita en temas tecnológicos a sus colaboradores			1	2	3	4	5
03	Considera que los equipos de su empresa son adecuados para el proceso de sus productos			1	2	3	4	5
04	Considera importante el acuerdo económico, que tenemos en la actualidad con otros países			1	2	3	4	5
05	Considera importante participar en las ferias regionales que organiza las distintas entidades públicas y privadas.			1	2	3	4	5
06	Su empresa cuenta con algún certificado ambiental que acredite su responsabilidad social.			1	2	3	4	5
07	Usted considera que sus productos lo realizan pensando en los gustos internacionales			1	2	3	4	5

08	Considera importante desarrollar productos pensando en el mercado internacional	1	2	3	4	5
09	Su empresa está en capacidad de modificar los productos de acuerdo a las preferencias y exigencias de sus clientes	1	2	3	4	5
10	Usted cuenta con insumos locales en la elaboración de sus productos	1	2	3	4	5
11	Los aspectos políticos influyen que su empresa ingrese a nuevos mercados.	1	2	3	4	5
12	Tiene usted lugares estratégicos en el mercado internacional para distribuir sus productos.	1	2	3	4	5
13	Considera que el país debe tener buenas relaciones comerciales con otros países	1	2	3	4	5
14	Cuenta su empresa con recursos económicos para realizar una inversión extranjera directa.	1	2	3	4	5
15	Su empresa cuenta con acceso a créditos financieros	1	2	3	4	5
16	Cree que su empresa optimiza sus procesos para lograr costos bajos	1	2	3	4	5
17	Cree que el uso de los Incoterms es adecuado para su empresa	1	2	3	4	5
18	Considera importante informarse y capacitarse acerca de los Incoterms	1	2	3	4	5
19	Considera importante informarse acerca de los acuerdos comerciales que beneficien en la reducción de aranceles	1	2	3	4	5
20	Cree que su empresa realiza el pago adecuado de los aranceles	1	2	3	4	5



UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 0917-2017-FCE-R-UNH

Huancavelica, 20 de Diciembre del 2017

VISTO:

Hoja de Tramite del Decanato N° 3011 de fecha 06-12-2017, El Oficio N° 732-2017-EPA-DFCE-VRAC/UNH de fecha 05-12-2017 presentado por el Director de la Escuela Profesional de Administración, Informe N° 98-2017-EASL-JAI-EPA-FCE-UNH de fecha 05-12-2017 y la solicitud presentado por **MANCILLA LUJAN MARIA DEL PILAR Y SILVESTRE QUISPE WALTER**; pidiendo designación de Docente Asesor y Miembros Jurados para el Proyecto de Investigación, y;

CONSIDERANDO:

Que según el Artículo 8° de la ley N° 30220 dice El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regimenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico.

Que, en concordancia al Artículo N° 83° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado por la Asamblea Estatutaria en sesión del día 17 de diciembre de 2014 prescribe, otorga los grados académicos de Bachiller, Maestro, Doctor y Título Profesional a nombre de la nación aprobados en cada facultad y escuela de posgrado. En los grados y títulos de las carreras profesionales o programas de posgrado acreditados se mencionará tal condición.

Que, según la Décima Tercera disposición complementaria transitoria. De la ley N° 30220 dice Los estudiantes que, a la entrada en vigencia de la presente Ley, se encuentren matriculados en la universidad no están comprendidos en los requisitos establecidos en el artículo 45° de la presente. Así mismo la disposición transitoria del estatuto de la UNH dice los estudiantes que a la entrada en vigencia de la ley número 30220, se encuentren matriculados en la UNH no están comprendidos en los requisitos establecidos para titulación del presente estatuto, el mismo tratamiento se dará para los egresados.

Que, el Artículo 36° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe una vez elaborada el informe y aprobado por el docente el asesor, el informe de investigación será presentado en tres ejemplares anillados a la Escuela Académico Profesional correspondiente, pidiendo revisión y declaración de apto para sustentación, por los jurados.

Que, el Artículo 37° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe que la Escuela Académico Profesional estará integrado por tres docentes ordinarios de la especialidad o afin con el tema de investigación. El jurado será presidido por el docente de mayor categoría y/o antigüedad. La escuela comunicara al Decano de la Facultad para que este emita la resolución correspondiente

Que, el Artículo 38° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe el Jurado nombrado después de revisar el trabajo de investigación dictaminara en un plazo no mayor de 10 días hábiles, disponiendo su pase a sustentación o devolución para su complementación y/o corrección.

En uso de las atribuciones establecidas por el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Decano de la Facultad;

RESUELVE:

ARTÍCULO 1° DESIGNAR al **MG. ALBERTO VERGARA AMES**, como Asesor del Proyecto de Investigación Científica Titulado: **"LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTANCIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCVELICA - 2016"**, presentado por **MANCILLA LUJAN MARIA DEL PILAR Y SILVESTRE QUISPE WALTER**; de la Escuela Profesional de Administración.



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 0917-2017-FCE-R-UNH

Huancavelica, 20 de Diciembre del 2017

ARTÍCULO 2° DESIGNAR a los miembros Jurados del Proyecto de Investigación titulado: **“LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTANCION DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCVELICA - 2016”**, presentado por **MANCILLA LUJAN MARIA DEL PILAR Y SILVESTRE QUISPE WALTER**; de la Escuela Profesional de Administración; a los siguientes docentes:

- | | |
|---------------------------------------|------------|
| • DR. EDGAR AUGUSTO SALINAS LOARTE | PRESIDENTE |
| • LIC. ADM. GUIDO AMADEO FIERRO SILVA | SECRETARIO |
| • LIC. ADM. DANIEL QUISPE VIDALON | VOCAL |
| • DR. ABAD ANTONIO SURICHAQUI MATEO | SUPLENTE |

ARTÍCULO 3° ELÉVESE el presente documento a las instancias pertinentes.

ARTÍCULO 4° NOTIFÍQUESE a los interesados para su conocimiento y demás fines.

“Regístrese, Comuníquese y Archívese. -----”



Dr. CARLOS LOZANO NUÑEZ
DECANO



Dr. ABAD ANTONIO SURICHAQUI MATEO
SECRETARIO DOCENTE

C.c.
DFCE
EPA.
Interesados
Archivo



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN DE CONSEJO DE FACULTAD N° 0230-2018-FCE-R-UNH

Huancavelica, 04 de Julio del 2018.

VISTO:

Oficio Transcriptorio N° 057-2018-SD-FCE-R-UNH de fecha 04-07-2018, Oficio N° 0239-2018-EPA-DFCE-VRAC/UNH de fecha 04-07-2018, Informe N° 012-2018-EASL-PJ-EPA-FCE-UNH de fecha 05-04-2018, emitido por el docente asesor y miembros jurados pidiendo Aprobación del Proyecto de Investigación presentado por los Bachilleres **MANCILLA LUJAN MARIA DEL PILAR** y **SILVESTRE QUISPE WALTER** de la Escuela Profesional de Administración, y:

CONSIDERANDO:

Que según el Artículo 8° de la ley N° 30220 dice El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico.

Que, de conformidad a lo prescrito por el Artículo 15° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado mediante la Asamblea Estatutaria en sesión del día 17 de diciembre de 2014 con resolución N° 001-2014-AE-UNH de fecha 18-12-2014; la autonomía es inherente a la UNH, se ejerce de conformidad con la Constitución Política del Perú, la Ley Universitaria y demás normas, la autonomía es reconocida por el estado y se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, Gubernamental, Académico, Administrativo y Económico.

Que, el Artículo 11 del Reglamento de Grados y Títulos aprobado mediante Resolución N° 0207-2018-CU-UNH, En su inciso 11.3 menciona que el asesor designado revisará el proyecto y emitirá un informe al Decano de la Facultad recomendando la aprobación del proyecto de investigación. La decanatura emitirá la resolución de aprobación e inscripción del proyecto de investigación; previa ratificación del Consejo de Facultad

Que, el Artículo 29 del Reglamento de Grados y Títulos aprobado mediante Resolución N° 0207-2018-CU-UNH que el asesor del proyecto de la tesis es asesorado (a) por un docente de la carrera profesional, que cumpla con los requisitos: debe contar con el Grado Académico de Maestro, Experiencia académica y especialista en el área en el que se desarrolla la investigación.

Que, el Artículo 30° del Reglamento de Grados y Títulos aprobada mediante Resolución N° 0207-2018-CU-UNH, prescribe que el jurado estará integrado por (03) tres docentes ordinarios presidido por el docente de mayor categoría y antigüedad y uno (01) en calidad de accesitario. La escuela comunicara al Decano de la Facultad para que este emita la resolución correspondiente.

En uso de las atribuciones establecidas por el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Decano de la Facultad.

Que, estando a lo acordado por el Consejo de Facultad en su Sesión Ordinaria del día 04-07-2018;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1° APROBAR e INSCRIBIR el Proyecto de Investigación Científica titulado: **"LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCVELICA - 2016"** presentado por los Bachilleres **MANCILLA LUJAN MARIA DEL PILAR** y **SILVESTRE QUISPE WALTER** de la Escuela Profesional de Administración.

ARTÍCULO 2° ELÉVESE el presente documento a las instancias pertinentes.

ARTÍCULO 3° NOTIFÍQUESE a los interesados para su conocimiento y demás fines.

"Regístrese, Comuníquese y Archívese."



Dr. CARLOS LOZANO NUÑEZ
DECANO



Dr. ABAD ANTONIO SURICHAQUI MATEO
SECRETARIO DOCENTE



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 334-2019-FCE-R-UNH

Huancavelica, 27 de Mayo del 2019

VISTO:

Hoja de Tramite del Decanato N° 488 de fecha 02-04-2019, El Oficio N° 0138-2019-EPA-DFCE-VRAC/UNH de fecha 01-04-2019 presentado por el Director de la Escuela Profesional de Administración, Informe N° 09-2019-JAI-EPA-FCE-UNH de fecha 28-03-2019; y la solicitud presentado por **MANCILLA LUJAN MARIA DEL PILAR y SILVESTRE QUISPE WALTER**; recomposición de Jurado y designación de Jurado Secretario Evaluador para el Proyecto de Tesis, y;

CONSIDERANDO:

Que según el Artículo 8° de la ley N° 30220 dice El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regimenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico.

Que, en concordancia al Artículo N° 89° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado por la Asamblea Universitaria en sesión extraordinaria de los días 06, 07 y 08 de marzo de 2019, con resolución N° 0001-2019-AU-UNH de fecha 11-03-2019 prescribe, otorga los grados académicos de Bachiller, Maestro, Doctor y Título Profesional y título de segunda especialidad a nombre de la nación aprobados en cada facultad y escuela de posgrado. En los grados y títulos de las carreras profesionales o programas de posgrado acreditados se mencionará tal condición.

Que, según la Décima Tercera disposición complementaria transitoria. De la ley N° 30220 dice Los estudiantes que, a la entrada en vigencia de la presente Ley, se encuentren matriculados en la universidad no están comprendidos en los requisitos establecidos en el artículo 45° de la presente. Así mismo la disposición transitoria del estatuto de la UNH dice los estudiantes que a la entrada en vigencia de la ley número 30220, se encuentren matriculados en la UNH no están comprendidos en los requisitos establecidos para titulación del presente estatuto, el mismo tratamiento se dará para los egresados.

Que con Resolución N° 0917-2017-FCE-R-UNH de fecha 20-12-2017 donde se designó al docente **MG. GUIDO AMADEO FIERRO SILVA** como Secretario Jurado Evaluador del Proyecto de Tesis "**LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCAMELICA - 2016**" presentado por **MANCILLA LUJAN MARIA DEL PILAR y SILVESTRE QUISPE WALTER** de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Que con Resolución de Consejo de Facultad N° 148-2019-FCE-R-UNH de fecha 30-04-2019 donde se aprueba la remoción por renuncia Voluntaria del Docente a la Escuela Profesional de Administración a favor del **MG. GUIDO AMADEO FIERRO SILVA** a la Plaza RE-1618 Docente Nombrado en la Categoría Asociado a Dedicación Exclusiva a Tiempo Completo Adscrito al Departamento Académico de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica, a partir del día jueves 28 de marzo del 2019.

Que, el Artículo 16 del Reglamento de Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 0330-2019-CU-UNH de la Universidad Nacional de Huancavelica literal (e) transcurrido el plazo el asesor remite su informe al director de escuela. De no existir observaciones, la escuela deriva a la decanatura el expediente de lo actuado con opinión favorable, solicitando la aprobación del proyecto de investigación mediante acto resolutivo.

Que, el Artículo 16 del Reglamento de Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 0330-2019-CU-UNH de la Universidad Nacional de Huancavelica literal (e) transcurrido el plazo el asesor remite su informe al director de escuela. De no existir observaciones, la escuela deriva a la decanatura el expediente de lo actuado con opinión favorable, solicitando la aprobación del proyecto de investigación mediante acto resolutivo.

Que, el Artículo 16 del Reglamento de Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 0330-2019-CU-UNH de la Universidad Nacional de Huancavelica literal (f) una vez emitida la resolución de aprobación del proyecto el interesado (os) procederán a ejecutar el proyecto

Que, el Artículo 21° del Reglamento de Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 0330-2019-CU-UNH de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe que el jurado estará integrado por (03) tres docentes ordinarios o contratados a tiempo completo, presidido por el de mayor categoría y antigüedad y uno (01) en calidad de accesitario.





SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 334-2019-FCE-R-UNH

Huancavelica, 27 de Mayo del 2019

En uso de las atribuciones establecidas por el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Decano de la Facultad;

RESUELVE:

ARTÍCULO 1° RECONFORMAR a los miembros del Jurado y designar como Jurado Secretario Evaluador del Proyecto de Tesis, por haber renunciado Voluntariamente el **MG. GUIDO AMADEO FIERRO SILVA** a la Plaza RE-1618 Docente Nombrado en la Categoría Asociado a Dedicación Exclusiva a Tiempo Completo Adscrito al Departamento Academico de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica, a partir del día jueves 28 de marzo del 2019.

ARTÍCULO 2° DESIGNAR al Jurado Evaluador del Proyecto de Tesis titulado: "LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCAMELICA - 2016" presentado por **MANCILLA LUJAN MARIA DEL PILAR** y **SILVESTRE QUISPE WALTER** de la Escuela Profesional de Administración; a los siguientes docentes:

- | | |
|--------------------------------------|------------|
| • DR. EDGAR AUGUSTO SALINAS LOARTE | PRESIDENTE |
| • LIC. MAT. OSCAR MANUEL GARCIA CAJO | SECRETARIO |
| • LIC. ADM. DANIEL QUISPE VIDALON | VOCAL |
| • DR. ABAD ANTONIO SURICHAQUI MATEO | SUPLENTE |

ARTÍCULO 3° ELÉVESE el presente documento a las instancias pertinentes.

ARTÍCULO 4° NOTIFÍQUESE a los interesados para su conocimiento y demás fines.

"Regístrese, Comuníquese y Archívese. -----"



Dr. CARLOS LOZANO NUÑEZ
DECANO



Dr. ABAD ANTONIO SURICHAQUI MATEO
SECRETARIO DOCENTE

C.c.
DFCE
EPA.
Interesados
Archivo



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 667-2019-FCE-R-UNH

Huancavelica, 21 de Octubre del 2019

VISTO:

Hoja de Tramite N° 2121 de fecha 16-10-2019, Solicitud S/N en folios N° 15 presentado por los Bachilleres en Ciencias Administrativas **MANCILLA LUJAN MARIA DEL PILAR** y **SILVESTRE QUISPE WALTER**; pidiendo programación de fecha y hora para sustentación de tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración; y:

CONSIDERANDO:

Que según el Artículo 8° de la ley N° 30220 dice El Estado reconoce la autonomía universitaria. La autonomía inherente a las universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico.

Que, de conformidad a lo prescrito por el Artículo 15° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado mediante la Asamblea Universitaria en sesión extraordinaria el día 29 de mayo de 2019 con resolución N° 0002-2019-AU-UNH de fecha 29-05-2019; la autonomía es inherente a la UNH, se ejerce de conformidad con la Constitución Política del Perú, la Ley Universitaria y demás normas, la autonomía es reconocida por el estado y se manifiesta en los siguientes regímenes: Normativo, Gubernamental, Académico, Administrativo y Económico.

Que, en concordancia al Artículo N° 89° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado por la Asamblea Universitaria en sesión extraordinaria del día 29 de mayo de 2019, con resolución N° 0002-2019-AU-UNH de fecha 29-05-2019 prescribe, otorga los grados académicos de Bachiller, Maestro, Doctor y Título Profesional y título de segunda especialidad en nombre de la nación, aprobados en cada facultad y escuela de posgrado. En los grados y títulos de las carreras profesionales o programas de posgrado acreditados se mencionará tal condición.

Que, según la Décima Tercera disposición complementaria transitoria. De la ley N° 30220 dice Los estudiantes que, a la entrada en vigencia de la presente Ley, se encuentren matriculados en la universidad no están comprendidos en los requisitos establecidos en el artículo 45° de la presente. Así mismo la disposición transitoria del estatuto de la UNH dice los estudiantes que a la entrada en vigencia de la ley número 30220, se encuentren matriculados en la UNH no están comprendidos en los requisitos establecidos para titulación del presente estatuto, el mismo tratamiento se dará para los egresados.

Que, en virtud al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, modificado con Resolución N° 0825-2019-CU-UNH, en el Artículo N° 17, en su literal a) si el graduado es declarado Apto para sustentación (por unanimidad o mayoría), solicitará al Decano de la Facultad para que fije lugar, fecha y hora para la sustentación. La Decanatura emitirá la Resolución fijando fecha hora y lugar para la sustentación, asimismo entregará a los jurados el formato del acta de evaluación.

Que con el OFICIO N° 0490-2019-EPA-DFCE-VRAC/UNH de fecha 15-10-2019, Informe N° 93-2019-EASL-PJ/FCE-UNH de fecha 09-10-2019, los docentes miembros del jurado evaluador emiten informe de aprobación del informe final de tesis titulado "**LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCAMELICA - 2016**", dando pase a sustentación.

En uso de las atribuciones establecidas por el Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Decano de la Facultad;

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°

PROGRAMAR la fecha y hora para la Sustentación Vía Tesis titulada: "**LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA LOCALIDAD DE HUANCAMELICA - 2016**", presentado por las Bachilleres en Ciencias Administrativas **MANCILLA LUJAN MARIA DEL PILAR** y **SILVESTRE QUISPE WALTER** para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración el día jueves 24 de octubre del 2019 a horas 10:00 a.m. en el Aula Magna de la Facultad de Ciencias Empresariales.

ARTICULO 2°

ENCARGAR al Presidente del Jurado el cumplimiento de la presente Resolución y la remisión del acta y documentos sustentatorios al Decanato para su registro y trámite correspondiente.

"Regístrese, Comuníquese y Archívese. -----"



Dr. LUIS JULIO PALACIOS AGUILAR
DECANO



Dr. EMILIANO REYMUNDO SOTO
SECRETARIO DOCENTE

C.c.
DFCE.
Interesados
Archivo