



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL POTENCIAL
EXPORTADOR EN EL SECTOR TEXTIL ARTESANAL
DEL CENTRO POBLADO DE PORCÓN ALTO –
CAJAMARCA EN EL AÑO 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Rios Liñan Ivi Samanta

Asesor:

Mg. Lic. Trudy Tannert Rengifo

Lima – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **Ivi Samanta Rios Liñan**, denominada:

**“NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL POTENCIAL EXPORTADOR EN EL SECTOR
TEXTIL ARTESANAL DEL CENTRO POBLADO DE PORCÓN ALTO –
CAJAMARCA EN EL AÑO 2017”**

Lic. Trudy Tannert Rengifo
ASESOR

Lic. Nombres y Apellidos
JURADO
PRESIDENTE

Lic. Nombres y Apellidos
JURADO

Lic. Nombres y Apellidos
JURADO

DEDICATORIA

*Dedicado de manera especial a Dios y a mis amigos pues ellos fueron el motor para
continuar a pesar de las dificultades que se han presentado.
A mi familia por su apoyo a la distancia.*

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Privada del Norte por los conocimientos adquiridos, a mi director de carrera MBA. Enrique Mirko Gonzales Anampa, por su respaldo, a mi asesora Lic. Trudy Tannert Rengifo, por su tiempo y dedicación hacia este proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Formulación del problema.....	14
1.3. Justificación	14
1.3.1 Justificación teórica	14
1.3.2 Justificación práctica	14
1.4. Limitaciones.....	15
1.4.1 Externas.....	15
1.4.2 Internas.....	15
1.4.3 Superación de limitaciones	15
1.5. Objetivos.....	15
1.5.1. Objetivo general.....	15
1.5.2. Objetivos específicos.....	16
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1 Antecedentes.....	17
2.1.1 Antecedentes nacionales	17
2.1.2 Antecedentes internacionales	19
2.2 Bases teóricas	23
2.2.1 La competitividad	23
2.2.2 Concepto de Competitividad.....	23
2.2.3 Elementos de la competitividad	24
2.2.4 Competitividad Empresarial	25
2.2.5 Competitividad Económica.....	28

2.2.6 Modelos de Competitividad	28
2.2.7 Teorías de la Competitividad	31
2.2.8 Tipos de Competitividad	33
2.2.9. Producto textil	37
2.3 Definición de términos básicos.....	38
2.4 Hipótesis.....	40
2.4.1 Hipótesis General:	40
2.4.2 Hipótesis específicas:.....	40
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	41
3.1 Operacionalización de variables	41
3.2 Diseño de investigación	43
3.3 Unidad de estudio	43
3.4 Población	43
3.5 Muestra (muestreo o selección).....	43
3.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	43
3.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	44
3.7.1 Análisis de datos	44
3.7.2 Procedimientos.....	44
CAPÍTULO 4. RESULTADOS.....	46
4.1 Conocimiento de maquinaria.....	46
4.2 Capacidad de producción	47
4.3 Relación comercial.....	49
4.4 Capacidad económica y financiera	51
4.5 Capacidad de Recursos Humanos.....	53
4.6 Marketing Mix	55
4.7 Regulaciones comerciales nacionales	58
4.8 Programas de apoyo.....	59
4.9 Cooperación con otras asociaciones.....	60
4.10 Exportaciones	61
4.11 Accesibilidad a los mercados internacionales	62
4.12 Regulaciones comerciales internacionales.....	63
4.13 Ferias internacionales	65
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN	66
CONCLUSIONES	70

RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS	72
ANEXOS.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Estrategias para Incrementar el Nivel de Competitividad	27
Tabla 2	Exportaciones no tradicionales 2014 – 2017	35
Tabla 3:	Resultados de Nivel de Manejo de Maquinaria.....	46
Tabla 4:	Resultado de Conocimiento acerca de los Textiles Artesanales	47
Tabla 5	Resultado de Nivel de Calidad del Producto.....	48
Tabla 6	Resultados de Nivel de Compra sobre el Producto textil.....	49
Tabla 7:	Resultados del Nivel de Proveedores.....	50
Tabla 8:	Resultado del nivel económico.....	51
Tabla 9:	Resultado del Nivel de Acceso al Financiamiento.....	52
Tabla 10:	Resultado del Nivel de Capacitaciones sobre Productos Textiles	53
Tabla 11:	Resultados del Nivel de Estudios de los Artesanos	54
Tabla 12:	Resultados del Nivel en Cuanto al Precio.....	55
Tabla 13:	Resultados del Nivel de Ventas.....	56
Tabla 14:	Resultados del Nivel de Conocimiento sobre herramientas de Publicidad	57
Tabla 15:	Resultados del Nivel de Conocimiento sobre Regulaciones Nacionales	58
Tabla 16:	Resultados del Nivel de Apoyo de los Programas al Sector Textil	59
Tabla 17:	Resultados del Nivel de Existencia de Asociaciones Textiles	60
Tabla 18:	Resultados del Nivel de Exportaciones por año de Textiles Artesanales.....	61
Tabla 19:	Resultados del Nivel de Adaptabilidad en el Mercado Internacional.....	62
Tabla 20:	Resultados del Nivel de Conocimientos sobre Regulaciones Internacionales	63
Tabla 21:	Resultados del Nivel de Conocimiento sobre Certificaciones Textiles	64
Tabla 22:	Resultados del Nivel de Participación en Ferias Internacionales.....	65
Tabla 23:	Resultados sobre la Hipótesis General.....	66
Tabla 24:	Resultados sobre la Hipótesis Específica 1	67
Tabla 25:	Resultados sobre la Hipótesis Específica 2	68
Tabla 26:	Resultados sobre la Hipótesis Específica 3	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:	Exportaciones por tipo de Textil en Agosto 2015 - Agosto 2016 (Millones \$)	13
Figura 2:	Elementos de la Competitividad.....	25
Figura 3:	El Poder de Proveedores y Compradores.....	29
Figura 4:	Modelo de las 5 Fuerzas de Porter	30
Figura 5:	Marketing Mix.....	33
Figura 6:	Reglas para el Ingreso de Textiles a Estados Unidos.....	36
Figura 7:	Nivel de Manejo de Maquinaria.....	46
Figura 8:	Nivel de Conocimiento acerca de los Textiles Artesanales	47
Figura 9:	Nivel de Calidad del Producto.....	48
Figura 10:	Nivel de Compra sobre el Producto Textil	49
Figura 11:	Nivel de Proveedores	50
Figura 12:	Nivel Económico.....	51
Figura 13:	Nivel de Acceso al Financiamiento	52
Figura 14:	Nivel de Capacitaciones sobre Productos Textiles	53
Figura 15:	Nivel de Estudios de los Artesanos.....	54
Figura 16:	Nivel en cuanto al Precio	55
Figura 17:	Nivel de Ventas	56
Figura 18:	Nivel de Conocimiento sobre Herramientas de Publicidad	57
Figura 19:	Nivel de Conocimiento sobre Regulaciones Nacionales	58
Figura 20:	Nivel de Apoyo de Programas al Sector Textil	59
Figura 21:	Nivel de Existencia de Asociaciones Textiles.....	60
Figura 22:	Nivel de Exportaciones por Año de Textiles Artesanales.....	61
Figura 23:	Nivel de Adaptabilidad en el Mercado Internacional	62
Figura 24:	Nivel de Conocimiento sobre Regulaciones Internacionales.....	63
Figura 25:	Nivel de Conocimiento sobre Certificaciones Textiles	64
Figura 26:	Nivel de Participación en Ferias Internacionales	65

RESUMEN

En la siguiente tesis, se conoció el nivel de competitividad del sector textil artesanal en Cajamarca del centro poblado de Porcón Alto, para poder identificar cuáles son las principales dificultades en la competitividad del sector, para mejorar e innovar la producción y al mismo tiempo comercializar el producto textil artesanal y así se tendrá un potencial exportador en dicho centro poblado.

Las confecciones y la producción en el sector textil en el Perú que ha mostrado un gran crecimiento en los últimos años y su crecimiento en el mercado internacional ha estado basado en ventajas competitivas entre las que se puede nombrar la calidad y prestigio de las fibras peruanas y el alto nivel de integración del sector a lo largo del proceso productivo.

Como resultado de las encuestas aplicadas a los artesanos del centro poblado de Porcón Alto, se muestra que existe grandes dificultades en cuanto al conocimiento del producto textil, las ventas, comercialización, calidad se encuentra en un nivel totalmente bajo y no es suficiente para generar un nivel de competitividad al que se enfoque para un mercado nacional e internacional. Se puede tener en cuenta que la mejor manera de solucionar los problemas encontrados es necesario diseñar estrategias de competitividad para el desarrollo de las asociaciones en los que se encuentran los artesanos textiles, empezando por la producción de calidad textil, alianzas entre entidades para mejorar la economía, tener en cuenta los talleres o charlas sobre las diferentes regulaciones acerca del producto textil hacia los mismo familiares y a los artesanos del centro poblado de Porcón Alto en la provincia de Cajamarca, para la mejora de desarrollo en el mercado nacional e internacional.

Finalmente, a partir de esta investigación se concluye que la mejora de factores relacionados con la competitividad, en este caso el factor empresarial, nacional e internacional, ayuda al crecimiento del sector textil artesanal, por ende, tener una demanda continua desde el centro poblado de Porcón Alto, y se escala hacia el mercado nacional se lograría posicionarse en un mercado internacional con un producto de calidad.

ABSTRACT

In the thesis, the level of competitiveness of artisanal textile sector met in Cajamarca the town center Porcón Alto, to identify what are the main difficulties in the sector's competitiveness, to improve and innovate production while marketing the handmade textile product and thus have an export potential in that population center.

Apparel and production in the textile sector in Peru has shown tremendous growth in recent years and its growth in the international market has been based on competitive advantages among which can be named the quality and prestige of Peruvian fibers and the high level of integration of the sector throughout the production process.

As a result of the surveys artisans of the town center Porcón Alto, shows that there is great difficulty in knowledge of the textile product, sales, marketing, quality is a totally low and is not sufficient to generate a level of competitiveness to which approach to national and international markets. You can consider that the best way to solve the problems encountered is necessary to design competitive strategies for the development of partnerships which are textile artisans, starting with the production of textile quality partnerships between institutions to improve the economy, taking into account the workshops or talks about different regulations about the product textiles to the same family and artisans in the village of Porcón Alto center in the province of Cajamarca, to improve development in the domestic market and international.

Finally, from this research concludes that improving factors related to competitiveness, in this case the enterprise, national and international factor helps the growth of artisanal textile sector therefore have a continuous demand from the population center Porcón Alto, and scale to the domestic market position would be achieved in an international market with a quality product.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En el mercado actual, los acuerdos internacionales, la globalización económica y el rápido cambio tecnológico han sido favorables para diferentes oportunidades de negocio y así se genera una alta presión competitiva entre las empresas.

Cuando se habla de competitividad internacional, es realizar una investigación que determina cuáles son los factores de la empresa en cuanto a capacidad competitiva en el entorno global y se llega a mejorar los procesos internos para un buen rendimiento en los mercados externos. La calidad de vida de un país está determinada por la productividad de su economía, la cual se mide por el valor de los bienes y servicios producidos. (Paredes, 2017)

El sector textil y confecciones es uno de los más representativos de la industria a nivel mundial, donde se debe afrontar una competencia cada vez más compleja y permita generar compromisos colectivos para perseguir objetivos comunes.

La competitividad delimita las dificultades que presenta un sector, y en base a ello, se defina qué herramientas se pueden implementar para enfrentarnos a otro grupo productivo. Una vez realizadas éstas actividades que permiten conocer el estado del sector, llegan a servir de apoyo para el aumento de la competitividad y la productividad de las confecciones que se llevarán a cabo.

Nuestro país ha mejorado de manera sustantiva en el total de las exportaciones participativas, en este sentido, se viene impulsando el desarrollo de actividades productivas orientadas hacia el mercado exterior que conlleva a tener un producto de calidad con significativo valor agregado y permite tener una presencia competitiva en los mercados internacionales. A medida que los indicadores de exportación sean mejores, significa que se aprovechan las oportunidades de exportación como Tratados de Libre Comercio (TLC) que permite una gran variedad y diversificación de oferta exportable como es el caso de la industria textil. Se tiene en cuenta el contenido tecnológico medio-bajo y muestra un dinamismo importante dentro de las exportaciones ya que aún hereda un largo potencial con una industria altamente integrada, que desde tiempos preincas, han respaldado el desarrollo de la actividad económica en el Perú. Así, a través de los años fueron los responsables de continuar con la de la inversión industrial en fábricas de tejidos de lana. (Hinojosa, 2014)

Aragón y Rubio, (2005) demostraron que alcanzar y sostener un posicionamiento competitivo en los mercados mediante el diseño de procesos y técnicas de gestión más eficientes, se convierte en una expectativa crucial para el éxito y supervivencia de las empresas.

En el Perú, la artesanía, en especial la textil ha tenido un crecimiento que ha llegado a desarrollar en nuestros pueblos como una gran expresión cultural, ya que se ha logrado convertir en una fabricación de objetos artísticos de origen popular, constituyéndose como un importante sector y con excelentes perspectivas (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013)

Por tipo de textil, las exportaciones de prendas de vestir y otras confecciones son las que aportan mayor porcentaje a las exportaciones del sector textil; en segundo lugar, se encuentran los tejidos; en tercer lugar, los hilados; y, en cuarto lugar, las fibras textiles. Sin embargo, en el periodo Agosto 2015 Agosto 2016, solo las exportaciones de tejidos registraron un crecimiento de 7.7%, mientras que las exportaciones de prendas de vestir y otras confecciones, fibras textiles e hilados experimentaron decrecimientos de 11.0%, 15.0% y 19.9%, respectivamente. (Arias,2016)

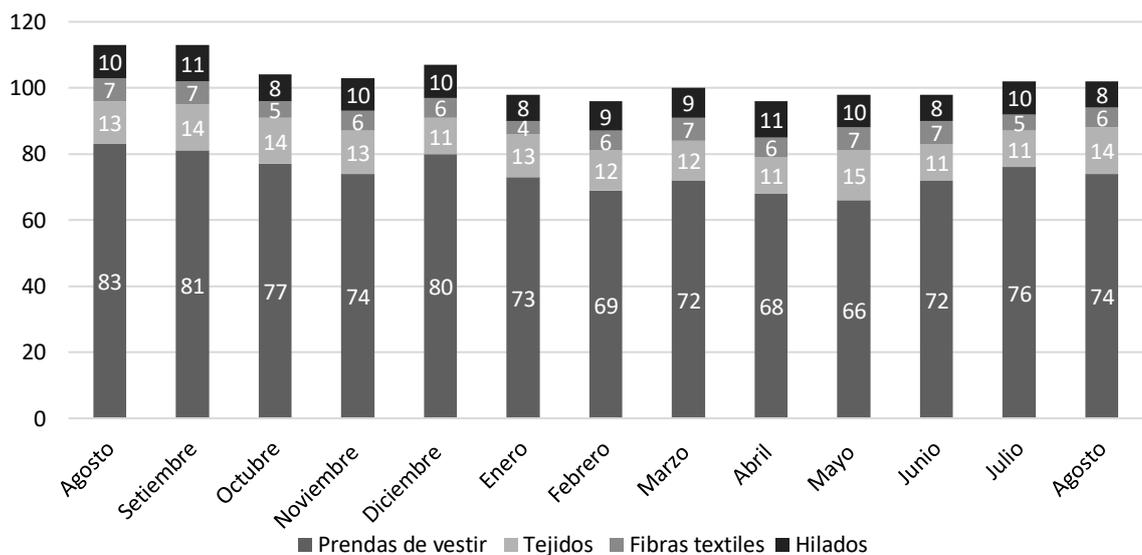


Figura 1: Exportaciones por tipo de Textil en agosto 2015 - agosto 2016 (Millones \$)

Tomado de Exportaciones del sector textil peruano 2016 (<http://mercadosyregiones.com/2016/10/exportaciones-del-sector-textil-peruano/>)

Como se puede observar en la figura 1, las exportaciones por el tipo de textil que se ha mencionado varían en millones de \$ desde Agosto de 2015 hacia Agosto de 2016. Con los tejidos textiles es en donde se ha incrementado.

Por otro lado, en Cajamarca, en la mayoría de sus provincias se desarrolla el tejido artesanal, transmitido de generación en generación, así su producción es a nivel de unidades familiares, pero al pasar el tiempo se ha llegado a conformar algunas asociaciones de artesanos y desarrollar productos como alfombras, ponchos, mantas, cojines mantelería y otros. En el centro poblado de Porcón Alto las asociaciones artesanales están compuestas por mujeres y hombres que algunos han sido capacitados por entidades no gubernamentales y se utiliza como materia prima principal la lana de ovino. (Elías, Soriano, Huamán, Romero y Cornejo; 2007)

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017?

1.3. Justificación

1.3.1 Justificación teórica

Cajamarca, se encuentra con deficiencias en el acabado de la artesanía textil y problemas operativos por no tener una adecuada capacitación eficiente para desarrollar productos textiles de calidad.

La investigación se realiza con el fin de lograr un nivel de competitividad que mediante factores los artesanos textiles en el centro poblado Porcón Alto - Cajamarca obtendrán productos con calidad estándar, que permitan acceder a mercados nacionales e internacionales para mantener una relación comercial sostenible.

La competitividad aumentará el poder de negociación con clientes y proveedores nacionales, y se genera el valor agregado y calidad en los productos a la hora de enfrentarse al mercado.

Los artesanos textiles presentan falta de conocimiento, compromiso e integración para generar un desarrollo en el sector textil que permitirá ampliar sus mercados. Por estas circunstancias, se encuentra la oportunidad de promover e impulsar la competitividad a un mayor nivel para mejorar la artesanía textil en el centro poblado de Porcón Alto.

1.3.2 Justificación práctica

Con el análisis de los factores de competitividad para el desarrollo de estrategias que generen ventajas competitivas empezando por organizaciones de producción textil artesanal, los artesanos ampliarán su conocimiento acerca de la producción de textiles,

innovarán, mejorará la calidad y se presentará diferentes estrategias en la artesanía textiles en el centro poblado de Porcón Alto.

Finalmente, los beneficiados directos de la investigación son todos los artesanos del centro poblado que busca generar un buen textil y se satisface las necesidades culturales de los visitantes e incrementar sus ingresos, al mismo tiempo se mejorará el producto artesanal en mercados nacionales e internacionales con implementación de factores de competitividad.

1.4. Limitaciones

1.4.1 Externas

- Falta de información acerca de este tipo de producto tanto nacional como local acerca del textil artesanal.
- No se cuenta con entidades públicas y privadas que brinden beneficios o faciliten a todas las asociaciones artesanales que trabajen en el producto textil.

1.4.2 Internas

- Factores personales, el escaso tiempo dedicado por motivos laborales por parte de la autora
- No contar con especialistas en el tema textil artesanal en la región de Cajamarca
- Falta de recursos económicos para realizar la presente investigación

1.4.3 Superación de limitaciones

La superación a las limitaciones en función a la búsqueda de información acerca del producto textil artesanal fue la indagación a profundidad encontrada en libros, páginas web, etc.; asimismo, las limitaciones internas fueron superadas a través de reorganización de tiempos, para una mayor dedicación a la presente investigación. Por lo tanto, los resultados no se han visto afectados.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizar el nivel de la competitividad del potencial exportador en el sector textil del centro poblado de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar en el factor empresarial el nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017
- Identificar en el factor nacional el nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017
- Identificar en el factor internacional el nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes nacionales

Gonzales (2013) en su tesis “Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria” se propone investigar cómo influye la Ley N° 28015 en la gestión y competitividad de las MYPES del sector textil. En cuanto a su método descriptivo se utilizaron herramientas como encuestas que mostraron la falta de conocimiento acerca de la Ley N°28015, hace que su gestión sea deficiente y no permita ser competitivos. El resultado también presentó que no hay financiamiento y no se tienen nociones acerca de la asociatividad empresarial. Se llega a la conclusión de que el mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial que es fundamental para alcanzar el potencial competitivo en el crecimiento de la organización.

Espíritu (2014) en su tesis “Formación de un clúster para la exportación de prendas de vestir a base de hilado de algodón orgánico a Brasil” plantea como objetivo verificar que dentro del sector textil exportador sea posible la formación de un clúster empresarial textil exportador de prendas de vestir a base de hilado de algodón orgánico que sea competitivo en el mercado de Brasil. Mediante el método descriptivo con la recolección de datos, da como resultado que la competitividad del sector confecciones para la exportación como el análisis del país destino, Brasil, muestran que existe un potencial muy fuerte que se desarrolla en este sector. Actualmente existe una oficina comercial del Perú en Brasil, en la cual el consejero económico comercial Antonio Castillo ha afirmado que este país se convertirá en el próximo primer destino para las confecciones peruanas ya que actualmente lidera el segmento de confecciones de algodón de alta calidad en Brasil, creciendo más de 72% en los últimos 6 años. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la factibilidad administrativa puede darse, ya que todas cuentan con experiencia exportadora y manejo de la cadena de distribución física internacional.

Se puede destacar de dicho estudio que la mejor manera de entrar en el mercado brasileño es mediante de una asociación, con un distribuidor local ya establecido, las ferias pueden ser un buen punto de encuentro para conocer posibles socios y hacer conocido la marca o la calidad del producto a ofrecer. Esto contribuirá con el mejoramiento de la competitividad, y por ende con el crecimiento del sector textil y confecciones.

Rafael (2011) en su estudio “Competitividad de los clúster textil Perú-México”, se plantea como objetivo compartir aspectos de la dinámica operativa existente en ambos escenarios para mantener u optimizar los niveles productivos. En cuanto a su método descriptivo se utilizaron entrevistas como herramientas y así obtener como resultado que las confecciones peruanas ganan terreno a las importaciones en las tiendas por departamento debido a su mejor calidad y diseño; esta inclusión se debe en gran parte a la demanda de los consumidores que reconocen el talento y la creatividad de los diseñadores nacionales. En el caso mexicano la industria textil destaca su participación entre las otras industrias manufactureras en un 5% del Producto Interno Bruto Manufacturero, dato correspondiente al segundo trimestre del año 2009. Se llegó a la conclusión con relación al análisis competitivo del clúster Gamarra - Zapotlanejo, que “Gamarra” se encuentra posicionada, aunque menos competitiva en comparación con la ponderación alcanzada por “Zapotlanejo” que se presenta un poco más enérgica. Se presentan aspectos opuestos relacionados con una cultura organizacional individualista, en la que al mismo tiempo procura construir y mantener redes de cooperación tanto sociales como empresariales, formales o informales. En este estudio se resalta la cooperación tanto social como empresarial con la finalidad de mejorar la competitividad y del mismo modo tener una mayor relación comercial junto con la asociatividad.

Gonzales, Espilco y Aragón (2003) en su investigación sobre el “Análisis de Estrategias Competitivas en Sectores Industriales del Perú” se plantea que las fuerzas competitivas según Porter modifican operaciones de una empresa, influye en los diferentes potenciales y actuales competidores, los clientes, proveedores y los productos sustitutos. Esto ocurre debido a que si se tiene una estrategia de diferenciación el enfoque es más acertado y se puede aplicar en el mercado, en este caso al peruano. Las estrategias están constituidas por el liderazgo en costos, diferenciación y enfoque que en el escenario actual del mercado se permite no solo una defensa si no un ataque hacia los competidores. Por lo tanto, pueden satisfacer los requerimientos de precio y calidad de abastecimiento de mercado.

Parodi (2011) en su tesis “Principales problemas en la calidad de la fibra de Alpaca que limitan la comercialización de prendas de vestir en el mercado Francés” plantea como objetivo determinar los principales problemas sobre la calidad de fibra en textil hacia un determinado mercado europeo ya que no existe un adecuado cuidado del producto en sus inicios. Con un estudio de diseño experimental se observa que el bajo nivel de calidad de los productos dificulta y limita una buena confección de prendas de buena calidad. Por lo tanto, las empresas exportadoras al lugar de destino europeo no cumplen con exigencias

de calidad en las prendas y no llega a existir una relación de diseños innovadores a pesar de tener una tendencia alta en ventas hacia el mercado internacional. La falta de recursos económicos en general de las empresas que generan prendas de vestir de alpacas no les permite invertir en tecnologías para monitorear la materia prima desde sus inicios.

Atoche y Corzo (2015) en su investigación sobre “Factores de competitividad que promueven el potencial exportador de las micro empresas de da “Asociación De Fabricantes Industriales Textiles La Libertad"- 2015” en su objetivo principal determina el potencial exportador de las micro empresas y se demuestra que un gran factor empresarial para el desarrollo de ésta es la competitividad y se llega a generar una ventaja frente a los demás competidores en el mercado junto con el ambiente en el que se trabaja, la misma tecnología que se utiliza en los procesos de producción y la rentabilidad. Por lo tanto, se identifica así que el grado de competitividad que aplican las empresas comerciales como, la que se ha presentado se manifiesta en la calidad de los productos que se ofrece al público.

Burgos (2014) en su tesis “La política de capacitación como un mecanismo para la mejora de su competitividad: Análisis del sector Maderero en el distrito de Villa el Salvador- Lima Metropolitana” tiene como objetivo analizar el efecto de la capacitación sobre la competitividad de la micro y pequeña en el sector de su investigación, a fin de contribuir a mejorar las políticas y/o programas de capacitación en el que la competitividad se basa en introducir los mejores productos y un nuevo funcionamiento con nuevas formas empresariales para incrementar la capacidad productiva, entre otros. La competitividad se asocia con la capacidad en la empresa hacia los mercados teniendo en cuenta la productividad, costos, valor agregado, participación de mercado, exportaciones, innovación tecnológica, calidad de los productos, entre otros y se aproxima a una ventaja competitiva nacional e internacional.

2.1.2 Antecedentes internacionales

Serrano (2011) en su estudio “Competitividad Internacional: Un Enfoque Empresarial” se propuso como objetivo captar y sistematizar el conocimiento sobre el rendimiento de una empresa en términos de su competitividad internacional, de forma que sirva de reflexión coherente para la toma de decisiones eficaces de procesos de internacionalización. En cuanto a su método descriptivo, la recolección de datos, da como resultado la valoración de la competitividad internacional de una empresa que están vinculadas a las características propias de cada empresa, a las dinámicas sectoriales en las que se

inscribe su actividad, al territorio de origen y a los determinantes que surgen de los procesos de globalización e inserción internacional.

Se puede aprovechar dicho estudio para llegar a conocer como una empresa se puede asociar para desarrollar la competitividad empresarial, de manera que sirva para la toma de decisiones eficaces en procesos de internacionalización.

Buitrago (2015) en su estudio “Nivel de competitividad en micro empresas de Ibagué Colombia”, tiene como objetivo determinar el nivel de competitividad de las empresas como base para diseñar acciones que contribuyan a su fortalecimiento y cuales son su debilidad que presentan para poder impulsar su desarrollo. En cuanto a su método con un nivel exploratorio y descriptivo, el resultado permite mostrar un nivel promedio de competitividad en los cuatro sub sectores de artesanía, alimentos, confecciones y turismo donde en el sector confecciones presenta un nivel de competitividad 22%. Se obtiene un escaso desarrollo en las áreas estudiadas, falta de organización empresarial y documentación de los procesos de las empresas ya que se menciona que se necesita capacitación permanente para estas empresas por parte de las instituciones educativas y de las agrupaciones que las representan dado que no tienen las condiciones ni los conocimientos para mantenerse en un mercado altamente competitivo.

Se puede destacar dicho estudio ya que relaciona los niveles de competitividad de las empresas en el sector textil, para priorizar un proceso de organización y capacitación, porque se relaciona con el fortalecimiento, crecimiento, que desarrollará soluciones a corto o largo plazo.

Nájera (2014) en su estudio “Un modelo de competitividad para el sector textil en México basado en los recursos y capacidades”, tiene como objetivo determinar en qué medida los factores de competitividad, calidad e innovación, enfocados en los recursos y las capacidades de la empresa incurren en la competitividad de este sector. El proceso de investigación se realizó en dos etapas: establecimiento de la estrategia metodológica y ejecución del trabajo empírico, de acuerdo a los datos estadísticos de la industria textil, se muestra que entre la variable independiente (competitividad) y cada una de las variables independientes (productividad, calidad e innovación) existe una relación lineal positiva y estrecha. Esto indica un alto grado de variación conjunta entre cada par de variables. Finalmente se obtuvo que los factores de productividad, calidad e innovación tienen una relación directa con la competitividad empresarial y, en particular, con la de las empresas de la industria textil y del vestido en México.

Se puede utilizar dicho estudio para conocer los factores de productividad, calidad e innovación que son elementos necesarios para diseñar un modelo de competitividad útil y al mismo modo para estrategias que construyan ventajas competitivas.

Saavedra (2012) en su estudio “Una propuesta para la determinación de la competitividad de la PYME latinoamericana”, se plantea como objetivo proponer una metodología que permita determinar el nivel de competitividad de la PYME, se tiene en cuenta criterios internos como externos. En cuanto a su método descriptivo y mediante cuestionarios se tiene como resultado que el trabajo permite contar con una metodología de fácil aplicación basada en el mapa de competitividad, que incluye factores tales como: planeación estratégica, producción y operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información. Se puede llegar a la conclusión de que el concepto de competitividad empresarial es muy complejo, la mayoría de los autores han señalado como indicadores de medición únicamente aspectos internos a la organización; así mismo, los trabajos empíricos en la mayoría de los casos han sido aplicados, se toma en cuenta solo los indicadores que son controlables por la propia organización. Finalmente, la propuesta metodológica para la determinación de la competitividad empresarial considera los factores internos de la PYME.

Se puede utilizar dicho estudio para conocer el aspecto de competitividad que adquiere cada vez mayor relevancia en el campo de las empresas, lo cual se deriva de las exigencias del entorno económico actual que ayuda a tener un nivel mejor empresarial y sea en el mercado nacional o internacional.

Gómez, Gómez, y Tinjacá, (2013) en su tesis “Relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva de la micro, pequeña, mediana y gran industria del sector confección de las ciudades de Pereira y Dosquebradas”, plantean como objetivo determinar la relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva de la micro, pequeña, mediana y gran industria. Para el abordaje del objeto de estudio se seleccionó una muestra significativa de 144 empresas, con las que se realizó el trabajo de campo, que incorporó en el diseño de instrumentos, el planteamiento de variables relacionadas con la cadena productiva, desde el momento de la idea de producto, hasta su puesta en el mercado, se reconoce en todas sus etapas el valor agregado que otorga la innovación a nivel de producto, proceso, marketing y organizacional. En cuanto a su método descriptivo mediante encuestas, da a conocer que existe una relación entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva en la industria del sector confección. Se concluye que la creación de un modelo empresarial que no solo impacte un mercado, sino que además sostenga y tiene que ver con múltiples factores asociados al igual que el equilibrio de los mismos.

Se puede destacar de dicha tesis el papel que cumplen con una innovación continua llegan a tener una mayor capacidad competitiva referidos desde el sector confección, de tal manera que sean productivos y permita solucionar problemáticas del sector.

Mora (2013) en su estudio “Nivel de competitividad de las MiPymes de Bogotá. Análisis por dimensiones estratégicas” tiene como objetivo principal identificar las áreas de competitividad pertenecientes a los sectores Comercial y Servicios cumpliendo el estándar nacional e internacionales y las nuevas exigencias del mercado y se encuentre en un buen nivel de competitividad. Se propone estrategias de mejoramiento para aumentar la competitividad de las mismas ya que lo económico juega un papel importante en todas las naciones lo que se sugiere tener en cuenta los indicadores de competitividad para la modernización de las organizaciones y al mismo tiempo se aumente el desempeño de ésta para que se genere un mayor impacto en el nivel de competitividad global del sector.

Gómez (2011). En su estudio sobre “Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso” se propuso investigar promover una figura de asociación que incremente la funcionalidad y productividad de tal manera que sean competitivas ; esta figura se le denomina empresa integradora, en la cual las microempresas obtienen beneficios al asociarse para trabajar de manera conjunta con un objetivo: fortalecerse para producir y comercializar sus productos y servicios en mercados de alta competitividad. Mediante un método cuantitativo, se utilizó herramientas estadísticas como resultado se dio a conocer el coeficiente de .735 para la asociatividad empresarial y .822 para la apropiación de la cadena productiva, ambas variables en relación con la competitividad, con una confiabilidad de 99% de confianza de que la correlación es verdadera y 1 % de probabilidad de error, lo cual significa que el nivel de asociatividad empresarial y la apropiación de la cadena productiva influyen en el nivel de competitividad que presentan las empresas integradoras. Finalmente se determina que la asociatividad empresarial sí es una alternativa viable para hacer frente a la competitividad y que los indicadores para poder valorar dicha variable son: confianza, cooperación, liderazgo y participación organizacional. Se puede aprovechar de dicho estudio, integrar empresas que les permitan obtener beneficios en conjunto como estrategia para hacerse competitivas en una economía de competencia global.

Ríos D, & Martínez, D. (2015) En su tesis” Oportunidades Competitivas Para La Empresa Indudise, a la luz del TLC entre Colombia y Estados Unidos” se plantea como objetivo determinar las oportunidades competitivas para la empresa INDUDISE, a la luz del TLC entre Colombia y Estados Unidos; los procesos desarrollados en este proyecto tuvieron como referente el enfoque de tipo descriptivo. Al mismo tiempo menciona que se utilizó una herramienta para el análisis de las Fuerzas Competitivas de Porter, con la cual se pudo identificar oportunidades y amenazas de acuerdo a una ponderación de factores importantes que a través de un análisis de radares de valor indica cuales son las fuerzas

que pueden impactar directamente el sector Textil-confección. Se puede utilizar dicha tesis en conocer las oportunidades competitivas utilizando una herramienta para analizar las Fuerzas de Porter o sintetizar los factores importantes que pueden impactar directamente el sector Textil.

Restrepo, J & Venegas, J (2010). En su estudio “Competitividad y comercio exterior de las PYMES del sector textil-confecciones del Valle de Aburrá: incidencia del tipo de cambio”, se plantea como objetivo comprobar la incidencia del tipo de cambio en el desempeño competitivo de las PYMES del sector textil-confecciones y obtener una herramienta que les permita a los empresarios inferir si, dado un determinado valor de la divisa, pueden o no ser competitivos. Con una metodología descriptiva utilizando recolección de datos el resultado que se obtiene es conocer la necesidad en el sector de diversificar mediante la exploración de nuevos nichos de mercado, para favorecer el crecimiento y la internacionalización de la economía. Para conseguir este cambio, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo está liderando el proceso de transformación productiva para crear sectores de clase mundial. Se puede utilizar dicho estudio para complementar una herramienta que les permita a los empresarios inferir si, dado un determinado valor de la divisa, pueden o no ser competitivos.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 La competitividad

La competitividad llega ser compleja ya que se ha sido estudiado desde diferentes perspectivas, sin embargo, no tiene una única definición, depende mucho de las disposiciones de la organización para llegar a una producción que eleve las ventas de tal manera pueda dominar a sus competidores en distintos ámbitos. Al mismo tiempo también influye una serie de factores externos que intervienen para que tenga éxito.

2.2.2 Concepto de Competitividad

Con el fenómeno de la globalización que se entiende como un conjunto de transformaciones que se presenta como característica del mundo de los negocios y el comercio internacional, en las últimas décadas el concepto de competitividad no podía hacerse más propicio. Por lo tanto, es una combinación de tendencias que aportan elementos orientados a fortalecer capacidades organizativas con una mejora en la sostenibilidad de producción para el comercio internacional y mejor en el desempeño. La competitividad incide en factores que afectan el desarrollo de las empresas como elemento clave para el manejo de un desarrollo actual y que se verá en el futuro en las organizaciones de los sectores. Giacometti (2013)

La competitividad es analizada desde distintos puntos de vista y se tiene una variedad de conceptos, como por ejemplo en la economía, a nivel internacional, local de industrial y pequeñas empresas. Cuando se trata de un país que plantea condiciones en el mercado libre, al mismo tiempo puede producir bienes y servicios que superen estándares que se relacionan con la innovación, la calidad de la localización, también se refiere a la capacidad de atraer y retener inversiones; se tiene un talento competitivo, no solo con el objetivo de mejorar la calidad de vida sino con ser un principal lugar de atracción para empresas calificadas. Así se manifiesta que los pilares de la competitividad deben estar conformados por factores los cuales dependen una sociedad que llegue a lograr niveles de bienestar basados en productividad. Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO 2013)

De acuerdo con los diferentes autores que manejan el tema de competitividad se puede visualizar en un nivel macroeconómico, sectorial, empresarial. En el nivel macroeconómico se centra en la inversión en las tasas de interés, en la educación, en la inversión, en el desarrollo y en los tipos de cambio. A nivel sectorial se centran en diferenciar la rentabilidad a diferencia de las ventajas competitivas de las empresas del mismo sector. Por otro lado, en el nivel macro y micro, los factores importantes de la competitividad de las empresas se centran en el campo de políticas específicas y los instrumentos de promoción de negocios por parte las instituciones públicas y privadas. Ochoa, Parada y Verdugo (2012)

La competitividad también resulta de vital importancia según Enright (1994), para que las empresas de un país puedan protegerse contra las amenazas de la economía internacional. En efecto, la competencia internacional se ha vuelto más fuerte que nunca. Menores costos de transporte y comunicación, barreras arancelarias más bajas y la difusión de la tecnología se han combinado para hacer más aguda la competencia en el ámbito internacional.

Finalmente se destaca la influencia positiva entre las prácticas de la gestión de conocimiento en la empresa para la competitividad desde el carácter tácito colectivo como un valor para la empresa, difícil de imitar por un competidor. Por su formación, niveles de integración personal, habilidades de creación para la cultura organizacional en un entorno sociopolítico que se plantea con un desarrollo primordial de la empresa. Ochoa, Parada y Verdugo (2012)

2.2.3 Elementos de la competitividad

Según Uribe (2013) en su libro Gerencia del Servicio, Alternativas para la competitividad Elementos determinantes de la competitividad, indica que existen tres

elementos que contribuyen a determinar el nivel de competitividad de una empresa como se muestra en el siguiente cuadro:

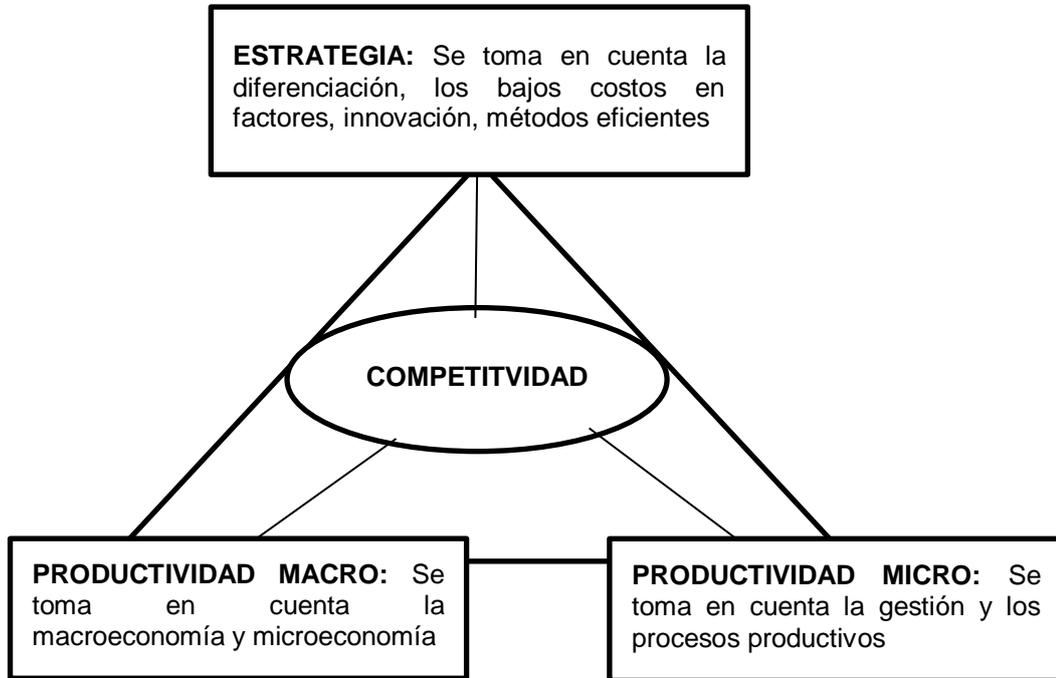


Figura 2: Elementos de la Competitividad
Tomado de su libro “Gerencia de servicio, alternativa para la competitividad”.
Enrique Uribe Masías, 2013

En la figura 2 se puede observar la relación que contribuye con la empresa, las estrategias de competitividad se utilizan para generar competitividad, en contraste con un mal manejo o si se ignora hay repercusión negativa.

2.2.4 Competitividad Empresarial

Contreras, Tamayo, Trujillo (2013) en su tesis “Análisis de la competitividad de la cadena algodón, fibras, textiles y confecciones” tiene como objetivo verificar la situación la cadena productiva y los diferentes puntos industriales, en particular del sector textil. Se centra en el aspecto económico, estructuras de costo de producción y análisis competitivo en el contexto internacional. Esta cadena de manufactura en Colombia presenta una disminución de potencial en los últimos años en la producción y a la vez la sustitución de ésta por importaciones en toda la cadena. El análisis que presenta que para disminuir los costos es la compra de hilos, telas y prenda en el exterior ya que resulta imposible contra productos asiáticos que se encuentran en el mercado local. Se genera posteriormente que el cambio de modelo de negocio da mayor valor hacia la producción de valor agregado y se tiene una importancia en los elementos diferenciadores gracias a clúster que permiten extraer un mayor margen de ganancias para el producto que se comercializa.

La industria textil constituye un sector diverso que comprende diferentes actividades productivas, desde la producción de las fibras hasta la prenda de vestir final y que se presenta características particulares a lo largo del proceso. Se define un artículo textil desde una doble perspectiva, una prenda de necesidad o un bien de lujo. Este sector que se define con demanda débil y contenido tecnológico bajo que tiene conexiones necesarias con fibras textiles naturales que cada vez más genera una competencia internacional. Costa y Duch (2005)

Flores (2015), indica que el trabajo que realizan los participantes dentro de una asociatividad permite las garantías de una futura comercialización de productos y servicios ya que estas asociatividades son un componente de cooperación entre pequeñas y microempresas, sin embargo, se tiene en cuenta la autonomía e independencia busca estrategias para que sea posible la competencia y enfrentar a participantes del sector y deja de lado el temor de frustración al competir con otras organizaciones.

Álvarez (2015) en el artículo escrito para la Universidad Internacional en “Enfoques de innovación en las organizaciones” menciona que tener una gestión de conocimiento genera una ventaja competitiva en las empresas. Las estrategias para el desarrollo que al mismo tiempo son orientadas al conocimiento promueven la mejora continua de diferentes métodos y procesos del negocio llega a monitorear y evaluar los logros obtenidos mediante la aplicación del conocimiento. Por lo tanto, da a conocer los logros que se llegan a obtener en la organización, se verifica el proceso que se da en la producción relacionados con tiempos y ciclos existentes que conllevan al manejo de costos y se potencializa con diferentes habilidades, y conocimientos de las personas que realizan el trabajo e integran esta organización. Se puede deducir que si se tiene un buen conocimiento de un servicio o producto desde el momento en que se comparte todo desde el interior de las empresas llegará a disminuir errores a futuros y resalta que se promueve la mejora continua de procesos.

Antiguamente en el mercado y tiene un gran cambio y aprendizaje de las organizaciones. La empresa tiene la capacidad de dominar su mercado, obtener utilidades, generar valor y satisfacer a sus clientes. El mercado exige el liderazgo, la permanente innovación y la productividad que se da frente a sus competidores a comparación de las empresas que dominan el mercado asumen una posición proactiva que cambian antes que el entorno. La competitividad es un reconocimiento de los clientes, que prefieren frente a otras opciones similares del mercado y se maximiza su bienestar y obtiene valor agregado y se le otorga la calidad de competitividad a la organización en la que el comportamiento responde a un proceso de continuo cambio y aprendizaje. (Uribe, 2011)

- **Diagnóstico de la competitividad**

La competitividad de una empresa se puede medir a través del diagnóstico de competitividad Organizacional – DCO para lograr el diagnóstico integral y se puede verificar la madurez competitiva teniendo cuatro etapas que es el Control de Calidad convencional, normalización, mejora y excelencia planteando tres estrategias específicas como se muestra en la siguiente tabla:

Eliminar vulnerabilidades:	Se pretende analizar en primer lugar cuales son las debilidades más grandes, algunas empresas suelen realizarlo mediante la matriz DOFA que se prioriza las debilidades de mayor grado y mayor impacto o también el diagrama de Pareto que es la herramienta estadística básica de la calidad y se genera planes de mejora.
Rediseñar Sistemas	Cómo se observa en el mercado los gustos y preferencias de los consumidores no cambian porque sí siempre se tiene que revisar los sistemas de la empresa para realizar eficiencia productiva.
Posicionar ventajas competitivas	El mercado, la competencia, los clientes en general tienen que conocer las ventajas de la empresa y se sugiere la divulgación a través de herramientas de publicidad, para incrementar sus ventajas competitivas en un mercado determinado

Tabla 1 Estrategias para Incrementar el Nivel de Competitividad

Nota: Tomado de su libro “Gerencia de servicio, alternativa para la competitividad”.
Enrique Uribe Masías, 2013

Como se puede verificar a través del cuadro se pretende analizar las debilidades más grandes de la empresa que suele ser sujeto de ataques efectivos de competencia, son estrategias importantes para incrementar el nivel de competitividad. Siempre será necesario emprender acciones de mejoramiento que le permitan incrementar el nivel de competitividad a la empresa.

2.2.5 Competitividad Económica

Una de las principales actividades en el Perú ha sido la evolución de la artesanía que desarrollan los pueblos como parte de su identidad y la integración a la economía, construyéndose como un importante sector gracias a la innovación que los productores han realizado en ella. La producción de la artesanía peruana encuentra diversidad de objetos como cerámica y alfarería, textiles, muebles, cuero, joyería, etc., que desde el punto de distribución geográfica la principal es la textil que no sólo es amplio en términos culturales, sino que se tiene una relevancia en aspectos económicos y se ha llevado a que este sector sea merecedor de un proceso constante de revalorización por el gobierno peruano durante los últimos cinco años. Duarte y Uribe (2012)

La economía mundial se encuentra en transición y refleja un crecimiento lento, se puede notar en las naciones que integran la economía mundial. Un crecimiento estancado en los Estados Unidos y en la Eurozona, afecta la demanda mundial y se constituyen en los factores externos que se consideran en la competitividad de las naciones. En el Perú, se puede observar que desde el 2011 las caídas son continuas en su rendimiento económico. Cabe destacar que el desempeño económico en el 2016, fue el mismo que se obtuvo en el 2015, se mantiene en el mismo lugar dado por los factores de la caída del mercado internacional, la débil demanda externa y las condiciones financieras volátiles como consecuencia de la misma y en especial los productos que son exportados que llegan a tener desventajas de ser primarios frente a los que son manufacturados. D'Alessio (2016)

2.2.6 Modelos de Competitividad

El objetivo de la competitividad es incrementar o mantener la rentabilidad, en este caso el de la empresa en lo que se ve reflejado la ganancia y el trabajo que realiza los trabajadores. La competitividad no debe ser vista como un fin si no como un medio para mejora de indicadores de la empresa que pueda ser aplicada en la misma y al exterior. Para entender sobre la contribución de la competitividad se presentan diferentes modelos y extraer los principales aspectos de cada uno.

- **Modelo de Diamante de Porter**

Martínez y Solís (como se citó en Porter, 2009) en el estudio sobre el modelo de Diamante para la ventaja competitiva de las naciones, el Modelo de Porter es un modelo que se tiene en cuenta para poder comprender la posición de la empresa en la competencia global, así se puede utilizar para estudiar lo que se relaciona lo que se tiene alrededor, lo geográfico de un país. El crecimiento industrial, es difícil

construir en los factores básicos como es la tierra, la ubicación, los recursos naturales, la mano de obra y la población.

Adrianzen (como se citó en Porter, 1980) sobre Propuesta De Rediseño Organizacional Para La Asociación De Textileros Artesanales se indica que las cinco fuerzas a largo plazo llegan a fijar la rentabilidad a largo plazo en un segmento, lo cual se debe ajustar a las competencias de las organizaciones. Esto influye en factores básicos que determinan rentabilidad, estableciendo los competidores, compradores, proveedores y sustitutos lo que determina el rigor de las fuerzas para determinar la fuerza o debilidad.

Según Paredes (2017) en su tesis *Análisis De La Competitividad Empresarial y su Incidencia en el Mercado Internacional del Consorcio Textil Titicaca*, muestra los 5 modelos de la competitividad o capacidad competitiva que está relacionada con la capacidad de satisfacer las demandas del entorno. La primera de ellas es la Amenaza de la Entrada de los Nuevos Competidores que significa el deseo de un competidor en adquirir la porción del mercado y los recursos sustanciales y se tienen obstáculos como se muestra en el siguiente cuadro:

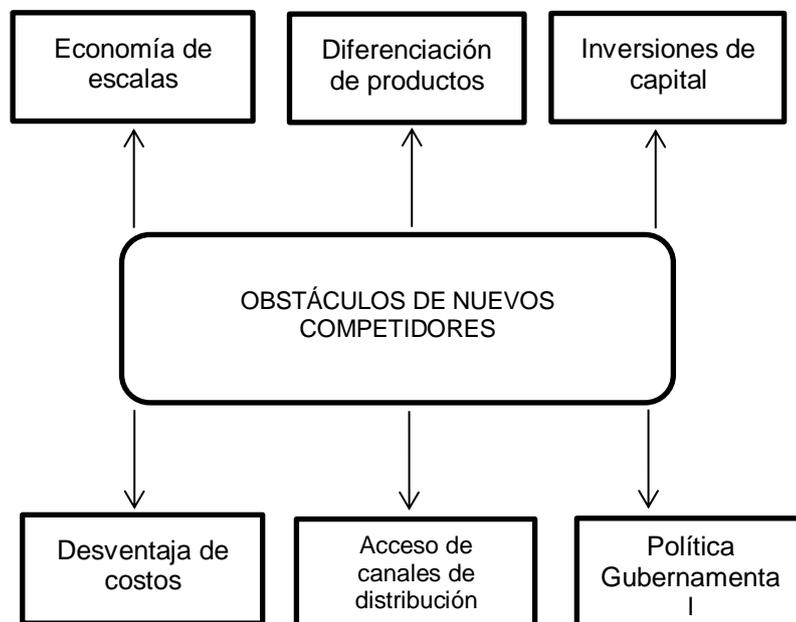


Figura 3: El Poder de Proveedores y Compradores

Tomado de "Análisis De La Competitividad Empresarial y su Incidencia en el Mercado Internacional Del Consorcio Textil Titicaca", 2011
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4248/browse?value=Paredes+Zapan+a%2C+Brenda+Grace&type=author>

Como se puede observar en la figura 2, el nivel de negociación sobre un sector se puede utilizar diferentes herramientas como el aumento de precios o la reducción de calidad en que los compradores también hacen que baje los precios y/o exijan la mayor calidad de los productos

Paredes (2017) también nos indica en su estudio sobre los productos sustitutos: Dentro de los mercados no es atractivos los productos sustitutos ya que están avanzados en el avance tecnológico u otros productos entran al mercado con precios bajos. Al mismo tiempo el poder de negociación de los compradores - mercado en el que el producto tiene muchos sustitutos y no es atractivo en un mercado ya que no es bien diferenciado o no se tiene un bajo costo para el cliente lo que se puede hacer varias sustituciones por igual o bajo costo. Todo frente a la Rivalidad entre los competidores existentes.

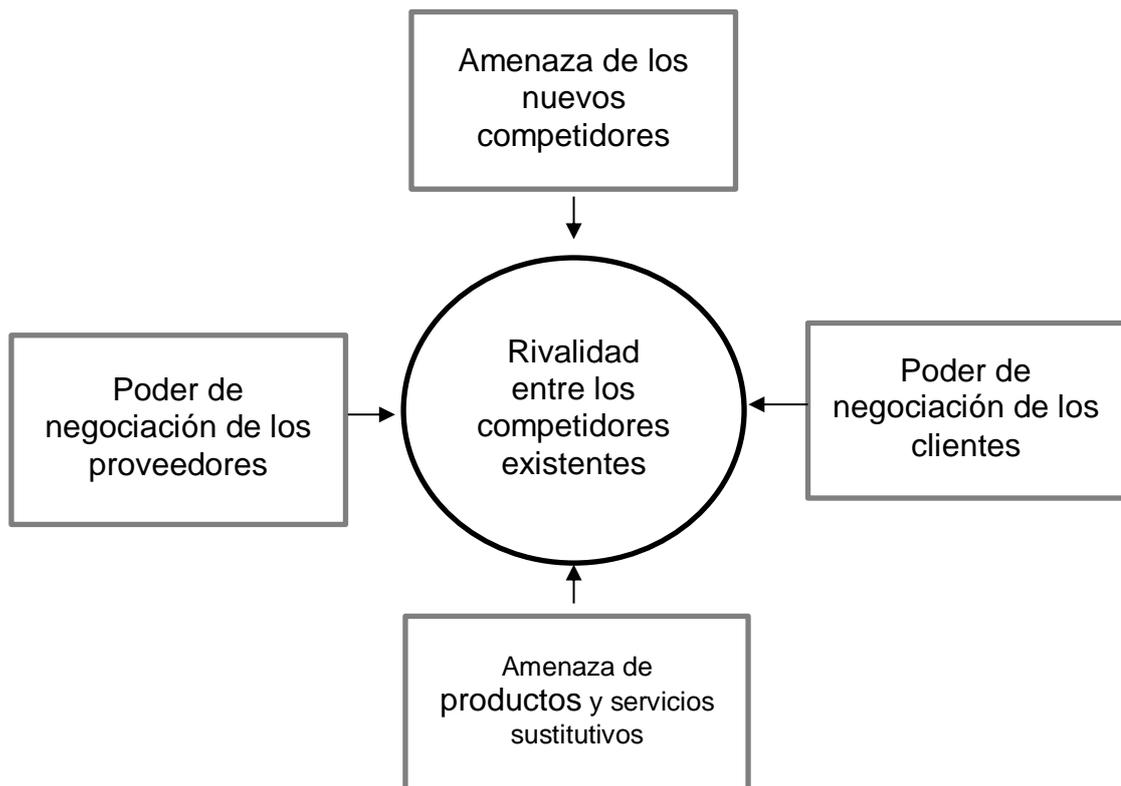


Figura 4: Modelo de las 5 Fuerzas de Porter

Tomado de "Análisis De La Competitividad Empresarial y su Incidencia en el Mercado Internacional Del Consorcio Textil Titicaca", 2011
(<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4248/browse?value=Paredes+Zapana%2C+Brenda+Grace&type=author>)

Según la figura 4 que se ha mostrado exige un nivel de organización, gestión por parte de los actores y la interacción correcta para procurar una gestión integral en la que tenga en cuenta toda la sociedad y las empresas lleguen a ser competitivas sometidas a mejorar el producto y la eficiencia productiva

- **Modelo de Crouch and Ritchie**

El modelo de Crouch y Ritchie conceptualizaron la competitividad desarrollando el conocimiento de competitividad de Calgary en donde se refiere a ayudar el destino a competir en un modelo más eficaz verificando el bienestar de la población. Se establece la competitividad de un destino a largo plazo para considerar la ventaja comparativa los recursos del destino, la disponibilidad del lugar, la economía la eficiencia y eficacia. Crouch y Ritchie proponen un modelo sobre los recursos, en donde funcionan como factores de atracción, en el cual, son los recursos naturales los que atraen por lo tanto la competitividad depende fundamentalmente de los recursos. Diéguez, Gueimonde, Sinde y Blanco (2011)

2.2.7 Teorías de la Competitividad

A partir de que la competitividad es generada del comercio y se tiene como base los bajos costos de los recursos utilizados, se contempla a la competitividad a partir de la contribución del comercio exterior hacia los objetivos de crecimiento, bienestar general y por último se tiene en cuenta el crecimiento y bienestar general junto con la productividad, eficacia y rentabilidad para el bienestar social. Por otro lado, el rol empresarial enfatizando que los factores decisivos para la competitividad son los factores internos a la empresa y no los factores externos que pueden alterarse a corto plazo. Castellanos y Castellanos (2010)

- **Teoría de la Ventaja Competitiva**

Pat, Caamal y Ávila (como se citó en Rojas y Sepúlveda, 1998) la ventaja competitiva se crea por la diferenciación del producto y al mismo tiempo la reducción de costos. Se tiene en cuenta la tecnología, la innovación y los factores de especialización. Estos factores son creados y se derivan del sistema tecnológico, educativo y la infraestructura especializada en la investigación y al mismo tiempo de la capacitación.

Los países que manejan un comercio y se especializan en la producción y exportación de productos en el que el resultado de producción y la consecuencia es la satisfacción de los consumidores es mayor, se llega a generar una ventaja competitiva y ser lo más autosuficiente posible. De acuerdo a la denominada

teoría de la ventaja comparativa planteada por David Ricardo en 1817 se asegura que el país de producción tenga menores costos en sus productos bajo ciertas condiciones se beneficia el comercio internacional. Se puede ver el principio de la ventaja comparativa de un país comercia con otros países aun cuando se eficiente más o menos en la producción de todos los bienes, éstos se especializan en la producción de los bienes que pueden fabricar con un costo relativamente menor. Terrones (2013)

El valor que una empresa logra crear frente a sus clientes y que supere los costos de ello es una ventaja competitiva. Porter (2002) menciona que el valor es lo que el cliente está dispuesto a pagar. El liderazgo en costos es la búsqueda de la economía de escala, la tecnología de patente el acceso primordial a materias primas y otros factores que influyen. Por otro lado, la diferenciación de la empresa se da en el sistema en que se vende y en el método de mercadotecnia.

Una de las características más útiles e importantes del marketing consiste en poder planificar, con bastante garantía de éxito, el futuro de la empresa, basándose en las respuestas que ofrecen las demandas del mercado, el entorno en el que se posicionan cambia y evoluciona constantemente, el éxito de la empresa dependerá, en gran parte, de la capacidad de adaptación y anticipación a estos cambios. Para ello se debe tener capacidad de comprender en qué medida y de qué forma los cambios futuros que experimentará el mercado afectarán a nuestra empresa y de establecer las estrategias más adecuadas para aprovecharlos al máximo en nuestro beneficio. Muñiz (2015).

Kotler, P. Keller, K. (2012). En su libro Marketing Management, el marketing trata de identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales, entre otras palabras “satisfacer las necesidades de manera rentable”; es decir, convertir una necesidad individual o social en una oportunidad de negocio rentable. También hace referencia al Marketing como la actividad o grupo de entidades y procedimientos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general. La buena mezcla o combinación de las variables influye en el consumidor con productos a la medida de sus necesidades, interés, gusto o preferencia. El marketing mix, conjunto de variables que logra la motivación para comprar e influir positivamente en la demanda, se define de la siguiente manera:

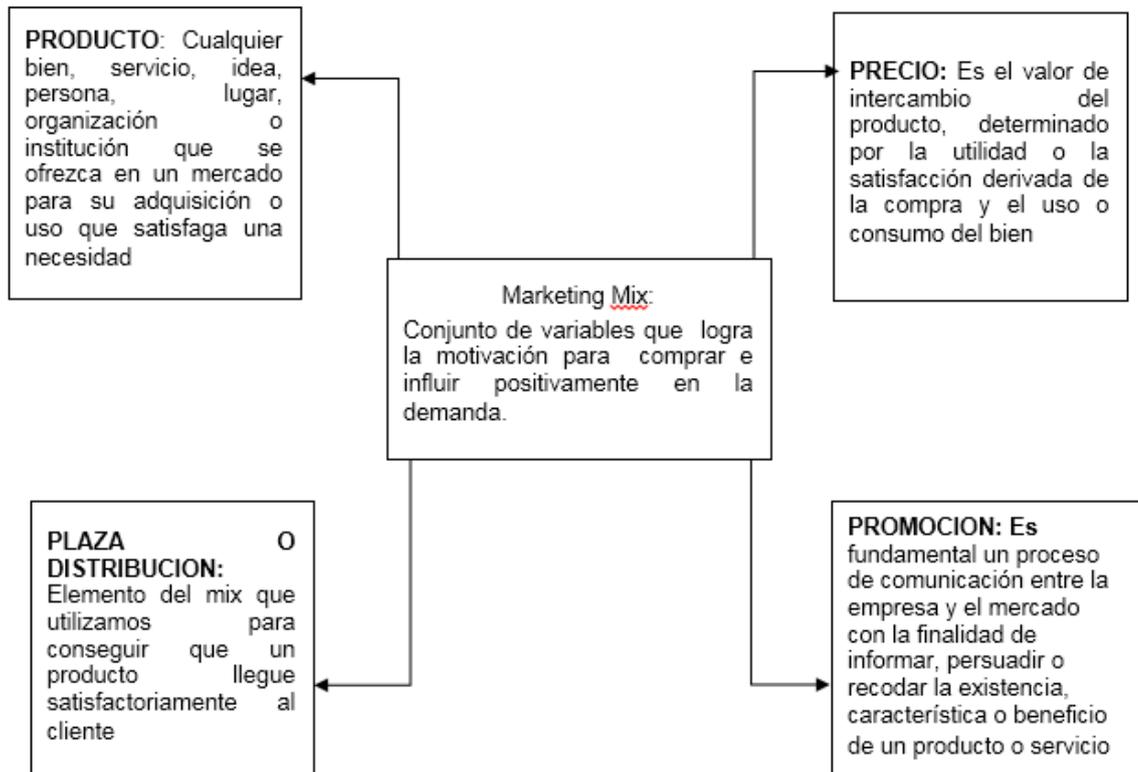


Figura 5: Marketing Mix

Tomado en su libro Marketing Management 14° Edición. México: Pearson Education, Prentice Hall.

Como se muestra en la figura 5 se puede observar la relación de las cuatro P's que logra la demanda positivamente y apoya a la competitividad de un producto o servicio

2.2.8 Tipos de Competitividad

- **Competitividad Interna**

En cuanto al parámetro que promueve el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), uno de los principales objetivos es la internacionalización y mejora de la competitividad de las empresas orientadas en estrategias propias de la competitividad que se debe potenciar ya que permiten que las mypes afronten de mejor manera nuevos mercados. Esta articulación colabora en incrementar los niveles de producción por zonas en este caso la venta de artesanía textil, también los artesanos obtienen un poder de negociación con proveedores y comercializadores que influye en el acceso hacia los consumidores y por último intervienen en la dinámica y conexas entre sectores. (Villafuerte, Vargas, Vargas, 2009)

Peña – Vines y Triguero (2013) en su artículo “Modelo de competitividad internacional |de la empresa: En economías en desarrollo y/o emergentes de Latinoamérica” se menciona sobre lo que está sucediendo con la competitividad internacionales que se genera en las organizaciones, se llega a centrar un innovación y gestión de conocimientos que forman una ventaja competitividad entre proveedores y una mayor interacción de empresa con el mercado se lleva así un rendimiento internacional utilizando su evolución en el transcurso de la negociación marcando un éxito empresarial y manifestándose como un potencial competitivo para las demás organizaciones. Por lo tanto, nos da a entender la que la competitividad internacional de la organización compite por la habilidad que tiene utilizando diferentes fuentes para una mejora utilidad internacional.

- **Competitividad Externa**

Potencial Exportador

El comercio exterior artesanal hace referencia a la salida de mercancías artesanales para que se llegue a consumir en el exterior bajo ciertos reglamentos y requisitos. Esta actividad ha incrementado de manera significativa motivando así que las mypes artesanales quieran introducirse en este sector exportador que muestran crecientes ventas a nivel mundial. (Romero, Guevara, 2014)

Las empresas peruanas del sector se deben adecuar a los canales de distribución y asó los productos se acondicionan a las preferencias de los consumidores y se aprovecha mejor las herramientas de mayor crecimiento y menos inversión como son las ferias internacionales.

La presencia en ferias de vanguardia se da en Dinamarca que es una de las mayores referencias en cuanto a la moda en Europa, la cual se realizan diversos shows profesionales y acoge a marcas de reconocido nombre orientas a un segmento del mercado medio - alto y alto. El Perú participó en CIFF Kids con el objetivo de promocionar la línea de prendas para niños y bebés en Copenhague y buscar alianzas para la industria de la moda. El diseño extranjero, escandinavo en este caso tiene sus particularidades en colores y texturas, el cual estuvo presente en Perú Moda 2014, con una delegación amplia que buscan productos en alpaca y se presenta mediante una pasarela con prendas de fibra de alpaca hechas en Perú. Rojas (2009)

El potencial exportador textil del centro poblado de Porcón Alto se encuentran según los niveles propuestos por PromPerú en la categoría de “Exportador en Proceso”; lo que significa que la as cuenta con fortalezas, pero sin embargo, se debe establecer una adecuada gestión identificando las capacidades en etapas del proceso del comercio exterior que permita utilizar esas fortalezas para poder lograr subir al nivel de “Exportador” (Atoche, Corzo, 2015)

Exportaciones

SECTOR	Valor FOB (Millones de U\$\$)		Variación Porcentual %	
	ago-16	ago-17	ago-17	Enero - Agosto 2017
Agropecuario	383	435	13.7	11.8
Pesquero	75	75	1.2	41
Textil	102	110	7.4	2.9
Madera y Papel	27	29	7.3	13.3
Químico	107	116	8.1	-1.8
Minerales no metálicos	54	59	8.6	-10.5
Metalurgia y Joyería	95	101	6.2	14.2
Metal - Mecánico	33	47	43.7	5.6
Total no tradicional	889	987	11.1	9.9

Tabla 2 Exportaciones no tradicionales 2014 – 2017

Como se puede observar en la tabla dos las exportaciones no tradicionales han registrado un crecimiento de 11.1% en agosto 2017. En el mismo periodo, la importación de bienes de capital para la industria aumentó 14.6 %

Comercio Internacional

La búsqueda de inclusión y mayor equidad en los mercados es una preocupación principal del Estado y se genera un débil desarrollo de mercados que no se traduce en ingresos. Este mercado presenta niveles que caracterizan el comportamiento de la misma empresa y al mismo tiempo de los competidores. La conducta del mercado se determina en minimizar los costos y puede llegar a afectar la estructura del mismo. Las unidades productivas de una empresa se dan en la participación de mercado y más aún cuando son amplios y se obtiene un poder competitivo integrándolos a un panorama de competición más grande. (Villafuerte, Vargas, Vargas, 2009)

Actualmente se puede observar que, gracias a los tratados de libre comercio, los empresarios nacionales se pueden abrir a nuevos mercados y lograr reconocimiento internacional con sus productos ya que puede mostrar un valor agregado y diferentes estándares que en otros países se llegan a diferenciar por su nivel de acabados y estilo y manifiesta una cultura regional. El artesano al mismo tiempo representa toda su pasión junto a la creatividad que fabrica y así se lleva a un potencial de exportación a nivel mundial. (Romero, Guevara, 2014)

Los tratados que tiene Perú con algunos países han hecho que la economía mejore como lo es con el Tratado de Libre Comercio Perú - Estados Unidos permite que los productos del sector textil peruano ingresen libres del pago de aranceles hacia el mercado norteamericano. Se debe recordar que existen ciertos requisitos impuestos por el gobierno de ese país para proteger al consumidor norteamericano y atendidos por los exportadores peruanos. (Solano, 2009)

Según Solano (2009) en su revista Exportando, en Estado Unidos existen dos agencias importantes Consumer Product Safety Commission (CPSC) y U.S Federal Trade Commission (FTC) que regulan el ingreso de textiles que llevan a las siguientes reglas:

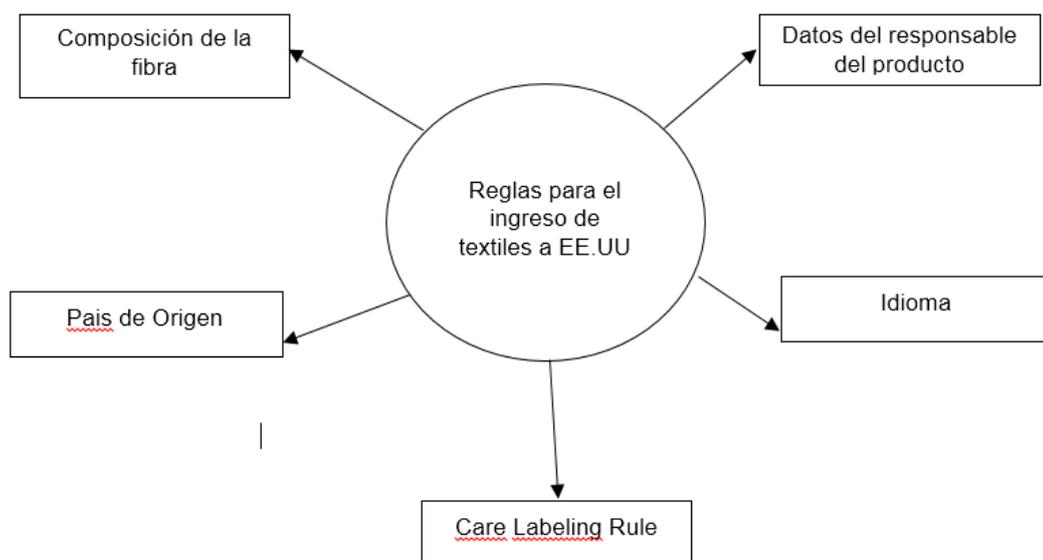


Figura 6: Reglas para el Ingreso de Textiles a Estados Unidos
Tomado de revista SIICEX, Exportando, 2009
(<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/629994786rad3DC4D.pdf>)

Como se puede observar en la figura 6 se tiene en cuenta las reglas para el ingreso de textiles a Estados Unidos como es la composición de la fibra en la que indica el porcentaje de la fibra en peso; por otro lado, los datos del responsable del producto en el que está presente los datos del exportador, importador, distribuidor o minorista. Se tiene en cuenta también el país de origen en el que sea visible la parte delantera o en un lugar fácilmente accesible. Debe estar registrada la información en inglés y por último el Care Labeling Rule en donde se establece consideraciones para que la etiqueta incluya información acerca del cuidado de las prendas.

2.2.9. Producto textil

La producción de textiles ha mostrado una clara tendencia decreciente durante los últimos cuatro años. La industria textil por sus características y potencial desarrollo constituye una industria altamente integrada, en este sentido, esta industria genera demanda a otros sectores, como el agrícola (cultivos de algodón), el ganadero para la obtención de pelos finos y lanas, la industria de plásticos para los botones, cierres y otros y la industria química por el uso de insumos, entre otros. Ahora bien, la cadena de valor de la industria es otra forma de ver el proceso de integración, la cual representa todas las actividades primarias y de soporte que se deben realizar para agregar valor a lo largo del proceso productivo. De esta manera, la fuente de información más importante para temas de innovación en el sector manufacturero es la Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera 2015, elaborada por el INEI en coordinación con el Ministerio de Producción. (Instituto de Estudios Económicos Sociales, IEES, 2017)

El proceso productivo de la industria textil abarca una serie de actividades que incluye el tratamiento de fibras naturales o artificiales para la elaboración de hilos, continúa con la fabricación y acabado de telas, y finaliza con la confección de prendas de vestir y otros artículos. (IEES,2017)

En la industria de textiles se pueden distinguir 2 subsectores dentro de la gran cadena de valor que constituyen la actividad manufacturera textil:

- a) La industria propiamente dicha
- b) La industria de la confección.

El primer sector abarca desde la etapa inicial del desmonte del algodón hasta la elaboración de telas acabadas e incluye a su vez las actividades de hilado, tejido y

teñido acabado, el segundo sector comprende las actividades vinculadas a la confección de prendas de vestir.

El subsector de producción de fibras, hilados y tejidos cuenta con nueve categorías de productos:

- a) fibras naturales
- b) fibras artificiales
- c) tejidos planos
- d) tejidos de punto
- e) tejidos industriales
- f) revestimientos para pisos y productos del hogar
- g) textiles no tejidos
- h) sogas

Las etapas del proceso productivo de la industria textil se inician con la recolección de materias primas que son

- a) algodón
- b) pelo de alpaca
- c) fibras sintéticas importadas de la industria petroquímica, después se continúa con el procesamiento y finaliza con la obtención de fibras, hilados, y tejidos. (IEES, 2017)

2.3 Definición de términos básicos

Asociatividad Empresarial. Vegas (2008) Es un proceso que pretende la cooperación interempresarial (organizaciones - instituciones) con el objetivo de mejorar la gestión, la productividad y la competitividad en la época de la globalización.

Artesanos: Linzán (2014) Los artesanos son personas que se dedican a elaborar productos de distintas clases en base a sus conocimientos, creatividad y dominio en manualidades, talento desarrollado a través del tiempo

Calidad. Juran y Gryna (1993) esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las

necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas.

Calidad Textil: Afelrez, Berrocal, Meza y Silveira (2015) indican que la calidad de textiles representa un costo alto ya que además de ser un proceso lento y minucioso se identifica una operación que garantiza calidad, ya que se verifica además el corte de piezas, con una realización de procesos excelente se refleja en la satisfacción de los clientes. Se tiene así que calidad se quiere hacer entender en innovar, y la mejora continua de procesos.

Competitividad. Porter (1985) señala que la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales.

Comercialización. Ugarte (2003). La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución.

Gestión Financiera. Gonzales (2013) indica que es obtener dinero y crédito al menos costo posible, así como asignar, controlar y evaluar el uso de recursos financieros de la empresa, para lograr máximos rendimientos, y se lleva un adecuado registro contable.

Estrategia. Halten: (1987) indica que es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte (maña) de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Para diseñar una estrategia exitosa hay dos claves; hacer lo que hago bien y escoger los competidores que puedo derrotar. Análisis y acción están integrados en la dirección estratégica”.

Exportación. Paredes (2017) Se refiere a la salida legal de mercancías nacionales o nacionalizadas y al mismo tiempo también servicio para el uso o consumo en el exterior para las ello se debe de cumplir con requisitos establecidos por distintos actores dentro del proceso de exportación.

Recursos humanos: Afelrez, Berrocal, Meza y Silveira (2015) mencionan que en cuanto al sector textil el factor humano en el Perú se encuentra en uno de los aspectos delicados ya que se encuentra con deficiencia por incumplir con diferentes legislaciones laborales,

horarios y condiciones de trabajo. Cuando se menciona sobre el producto de calidad se debe de asegurar mencionar la condición de trabajo de los productores y al mismo tiempo su satisfacción que permita la mejora personal.

Ventaja Competitiva: Paredes (2017) menciona que es la necesidad de una empresa y asegura en la mejora a largo plazo ante sus competidores y aísla a la competencia.

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis General:

El nivel de competitividad en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto se encuentra en un nivel totalmente bajo de producción, calidad, conocimiento de comercialización y también del mismo producto y tecnología lo cual no permite tener un posicionamiento adecuado en el mercado nacional y de exportación.

2.4.2 Hipótesis específicas:

- **El nivel de competitividad en el factor empresarial** en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto se encuentra en un nivel totalmente bajo lo cual no permite tener un posicionamiento adecuado en el mercado nacional y de exportación
- **El nivel de competitividad en el factor nacional** en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto se encuentra en un nivel totalmente bajo lo cual no permite tener un posicionamiento adecuado en el mercado nacional y de exportación
- **El nivel de competitividad en el factor internacional** en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto se encuentra en un nivel totalmente bajo lo cual no permite tener un posicionamiento adecuado en el mercado nacional y de exportación

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1 Operacionalización de variables

NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL POTENCIAL EXPORTADOR EN EL SECTOR TEXTIL ARTESANAL DEL CENTRO POBLADO DE PORCÓN ALTO – CAJAMARCA EN EL AÑO 2017				
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL		
		DIMENSIONES	INDICADORES	
Nivel de Competitividad del potencial exportador	El nivel de competitividad del potencial exportador se debe principalmente al desarrollo de la estrategia más adecuada para un sector en particular. Las empresas que se encuentran en determinadas naciones logran el éxito internacional ya que son éstas las que otorgan características que permiten crear y mantener una ventaja competitiva. (Porter 1990)	Factor empresarial	Conocimiento de maquinaria	Nivel en el manejo de maquinaria textil
			Capacidad de producción	Grado de conocimiento y desarrollo del producto
			Relación comercial	Nivel de calidad del producto
			Capacidad económica y financiera	Nivel de clientes frecuentes
				Cantidad de proveedores textiles
			Capacidad de Recursos Humanos	Nivel económico en el sector textil artesanal
				Capacidad de acceso al financiamiento
		Marketing Mix	Nivel de capacitaciones sobre productos textiles	
			Nivel de estudio acerca de textiles	
			Nivel del precio en el mercado	
		Factor Nacional	Regulaciones comerciales nacionales	Nivel de ventas del producto
			Programas de apoyo	Nivel de conocimiento de herramientas de publicidad
			Cooperaciones con otras asociaciones	Nivel de conocimiento sobre regulaciones nacionales del producto textil artesanal
		Factor internacional	Exportaciones	Nivel de apoyo en programas al sector textil artesanal
			Accesibilidad a mercados internacionales	Nivel de existencia de asociaciones textiles artesanales
Regulaciones comerciales internacionales	Nivel de exportaciones por año			
	Nivel de conocimiento en la adaptabilidad del producto en el mercado internacional			
Ferias internacionales	Nivel de conocimiento sobre regulaciones internacionales del producto			
	Conocimiento sobre participación en ferias internacionales			
	Conocimiento sobre certificaciones textiles			
	Conocimiento sobre participación en ferias internacionales			

Fuente: Cerquin 2015, en su tesis análisis del grado de desarrollo de la cultura exportadora en los productores de Physalis Peruviana “Aguaymanto” en san pablo – Cajamarca 2015

Serrano 2011, en su artículo Competitividad internacional: Un enfoque empresarial

Porter 1990, en su libro La Ventaja Competitiva de las Naciones

3.2 Diseño de investigación

El diseño de la investigación es cuantitativo, descriptivo, no experimental, además según su temporalización transversal.

3.3 Unidad de estudio

La presente investigación tendrá como unidad de estudio al artesano textil ubicado en el centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca

3.4 Población

La población de la investigación son 47 artesanos textiles ubicados en el centro poblado de Porcón Alto - Cajamarca. (Anexo 3)

Criterios de Inclusión:

1. Artesanos textiles en el centro poblado de Porcón Alto de la provincia de Cajamarca
2. Artesanos textiles con 5 años de antigüedad
3. Artesanos textiles con apoyo gubernamental
4. Artesanos textiles pertenecientes a la asociación: Centro artesanal Torre Amarilla y Las Textileras en el centro poblado de Porcón Alto

3.5 Muestra (muestreo o selección)

El muestreo que trabajará la presente tesis será el muestreo no probabilístico por conveniencia, se toma en cuenta la accesibilidad a los productores, lo que nos indica que solo se han escogido a 42 del total de los artesanos ubicados en el centro poblado de Porcón Alto de la provincia de Cajamarca. Se ha tomado en cuenta Los criterios de inclusión.

3.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Instrumento Cuantitativo:

Encuesta Estructurada: Esta encuesta estructurada plantea alternativas de respuesta a las preguntas que se plantean. Se realizará a los artesanos textiles al cual llegaremos a adquirir información sobre el nivel de competitividad que existe sobre el producto textil artesanal. (Anexo 2)

Validez: de contenido.

Mediante el criterio de expertos, conformado por docentes de la Universidad Privada del Norte sede Olivos-Lima, quienes nos apoyarán con la revisión de los instrumentos y la calidad de estos, mediante un formato de evaluación, que es llenado por los mismos de manera individual, podremos adquirir sugerencias sobre el orden de las preguntas y el diseño de los instrumentos, para luego ser corregidos y perfeccionados por la autora. (Anexo 1)

Fiabilidad: por fidelidad a las fuentes y publicidad en el registro.

En garantía a que los datos son fieles a la fuente original, se garantiza la fidelidad por medio de filmaciones, fotos, grabaciones; los cuales, serán realizados por la estudiante

3.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

3.7.1 Análisis de datos

Para el análisis de datos se tomará en cuenta la función de las dimensiones de las variables, categorías o instancias para construir el instrumento, con ello la obtención de datos o valores recabados a través del cuestionario utilizado en la encuesta serán procesados mediante gráficos en los que podremos apreciar el nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca.

3.7.2 Procedimientos

Los objetivos del trabajo se han logrado, utilizando como herramienta de medición, una encuesta, la cual fue aplicada mediante un cuestionario, siendo desarrollado con 42 artesanos textiles artesanales del centro poblado de Porcón Alto del departamento de Cajamarca. Para el desarrollo del cuestionario, se tuvo en cuenta la revisión de la información que permitió identificar y analizar la variable, así mismo dicho cuestionario fue evaluado mediante la ficha de validación (Anexo N°1), donde se muestran los criterios tomados en cuenta para la ejecución del mismo.

La encuesta ha sido elaborada, tomando como referencia al cuadro de Operacionalización de Variable, la escala de medida tomada para el desarrollo del cuestionario es la “Escala de Likert”, comúnmente utilizada para evaluar actitudes y opiniones.

La escala de Likert utilizada para la resolución del cuestionario, en la cual se presenta cinco niveles, los cuales indicaran el grado de conocimiento respecto a los temas que se consideraron, para el conocimiento del nivel de competitividad del potencial exportador, donde:

1 “Nivel totalmente bajo”, este nivel indicará, que el artesano no tiene conocimiento del tema, al punto de no haber escuchado tan siquiera el término que representa.

2 “Nivel bajo”, este nivel indicará, que el artesano ha escuchado el termino y en algún momento ha comentado respecto a él.

3 “Nivel medio”, este nivel indicará que ha escuchado acerca del tema, pero no tiene mucha referencia o capacitación que haya recibido

4 “Nivel alto”, este nivel indicará, que ha escuchado acerca del tema y a su vez ha consultado con un especialista en esto, es decir puede que haya recibido cierta capacitación acerca de él.

5 “Nivel totalmente alto”, este nivel nos dice que, el productor ha llevado cursos de capacitación, en los cuales ha hablado de temas que se le preguntan y los reconoce cuando se le habla acerca de ello.

El contenido del cuestionario se basa en 20 preguntas las cuales se han dividido en 3 grupos:

- Factores empresariales del nivel de competitividad
- Factores nacionales del nivel de competitividad
- Factores internacionales del nivel de competitividad

Una vez recolectados los datos es necesario organizarlos, clasificarlos y resumirlos adecuadamente, para ello se usó el programa Excel para el procesamiento de datos y gráficos estadísticos para mostrar resultados obtenidos.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados de investigación, en los cuales se muestra la participación de los artesanos textiles del centro poblado de Porcón de la ciudad de Cajamarca, con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio de esta tesis, se procesó la información obtenida mediante encuestas para su análisis e interpretación. Además, se realizaron gráficas para una mejor comprensión de resultados.

4.1 Conocimiento de maquinaria

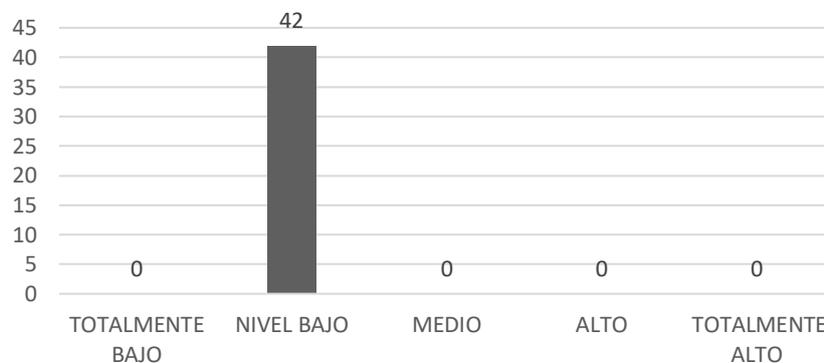


Figura 7: Nivel de Manejo de Maquinaria

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 3: Resultados de Nivel de Manejo de Maquinaria

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	0	-
Bajo	42	100%
Medio	0	-
Nivel alto	0	-
Nivel totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

En cuanto a la figura 7 de los 42 artesanos que se han encuestados el resultado según al nivel de manejo de maquinaria que existe en el centro poblado de Porcón Alto es bajo. Como se puede observar en el Anexo 03 los procesos de producción son artesanales, pero no cuentan con una maquinaria adecuada que haga un producto de alta calidad. No se cuenta con una tecnología de modo industrial, pero con una

maquinaria en estado deteriorado, lo cual no se puede cambiar por motivos económicos y se realiza por mucho tiempo con el mismo instrumento de producción.

4.2.1 Capacidad de producción

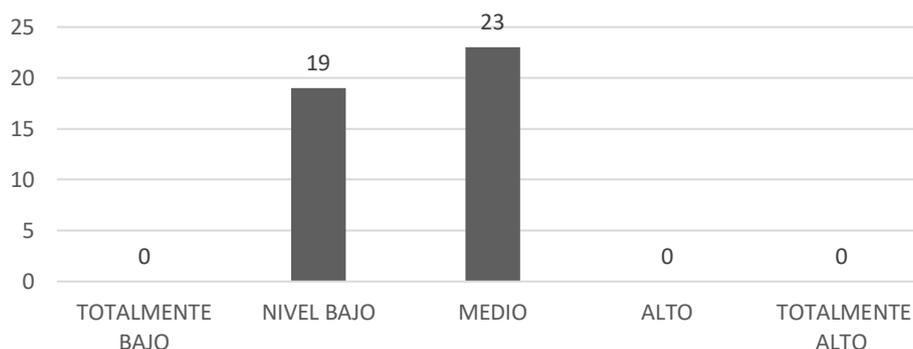


Figura 8: Nivel de Conocimiento acerca de los Textiles Artesanales

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 4: Resultado de Conocimiento acerca de los Textiles Artesanales

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	0	-
Bajo	19	45%
Medio	23	55%
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

En cuanto a la figura 8 el nivel de conocimiento acerca de los textiles artesanales que existe en el centro poblado de Porcón Alto es un nivel medio, se tiene que 23 de los 42 artesanos encuestados conocen muy bien del producto textil. Los artesanos tienen conocimiento según la información que se ha transmitido desde mucho antes y que ha ido pasando por todas las familias. Por otro lado, hay un número de 19 artesanos que no tienen mucho conocimiento, bajo sobre el textil artesanal. Se conoce acerca de cómo tejerlo, cómo es el inicio del producto, pero aún no se encuentran preparados para que se pueda llegar a un trabajo de calidad como se ve en el Anexo 3.

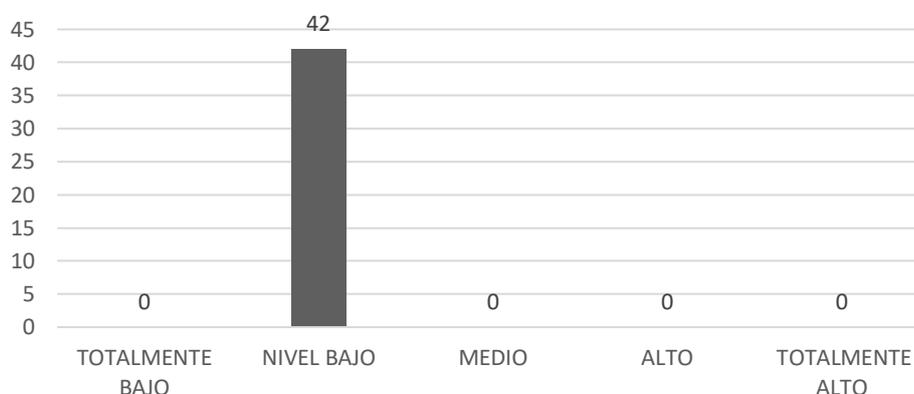


Figura 9: Nivel de Calidad del Producto

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 5 Resultado de Nivel de Calidad del Producto

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	0	-
Bajo	42	100%
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Los resultados de la figura 9 muestra que el nivel de calidad del producto textil artesanal en el centro poblado de Porcón Alto está en un nivel bajo, los 42 artesanos manifiestan que no tienen un producto caracterizado por un nivel de calidad alto, pero tampoco se encuentra muy deficiente ya que en algunos casos llegan a participar en ferias turísticas locales para ser vendidos y se puede entender que cumplen con algunos requisitos para llegar a ser vistos como un buen producto.

4.3 Relación comercial

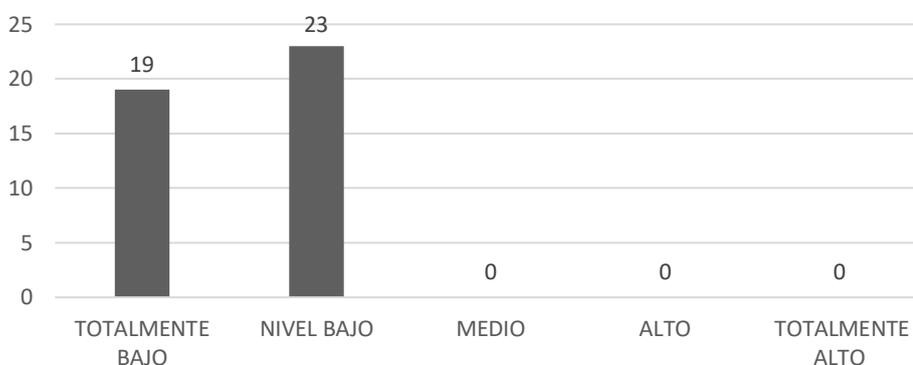


Figura 10: Nivel de Compra sobre el Producto Textil

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 6 Resultados de Nivel de Compra sobre el Producto textil

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	19	45%
Bajo	23	55%
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Se puede reflejar en la figura 10 que el nivel de clientes que frecuentan al centro poblado de Porcón Alto según los artesanos no es ni tan alto ni tan bajo. De los 42 artesanos, el 55% manifestaron que los clientes no casi llegan a comprar porque se encuentran en una zona alejada de la misma ciudad de Cajamarca, a unos 30 minutos en auto, en donde los artesanos textiles elaboran en sus casas los tejidos que creen que puede salir en venta de acuerdo a los años que se ha trabajado, como bolsos chalinas, ponchos como se puede ver en el anexo 3 dependiendo de la festividad en la que se encuentran.

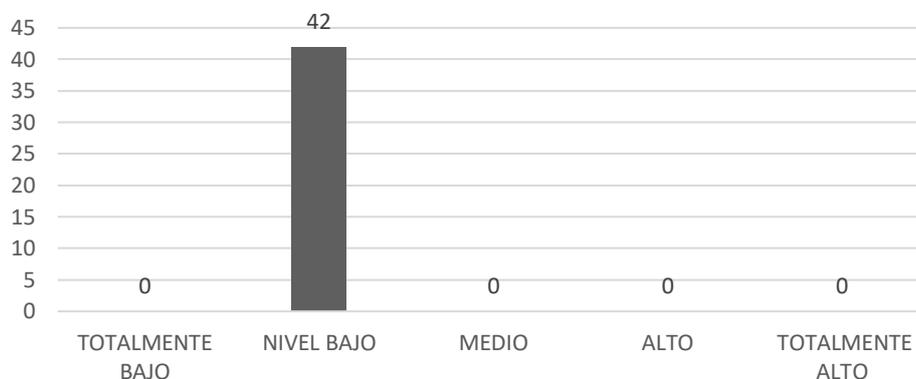


Figura 11: Nivel de Proveedores

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 7: Resultados del Nivel de Proveedores

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	0	-
Bajo	42	100%
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Como se muestra en la figura 11 el nivel de proveedores el 100% de los artesanos encuestados afirma que se encuentra en un nivel bajo. Los artesanos realizan el trabajo con la materia prima que se obtiene en donde vive, como se puede observar en el anexo 3 para que se pueda obtener un producto de calidad empezando desde la producción. La lana de ovino que en este caso es con el que se trabaja tiene que cumplir ciertas características. Se puede tener en cuenta que los proveedores que se encargan de este tipo de labor, tienen que tener en cuenta desde la crianza del animal para que se obtenga un buen trabajo y haya una mejor relación comercial para que pueda crecer el centro en cuanto a producción y ventas de los productos.

4.4 Capacidad económica y financiera

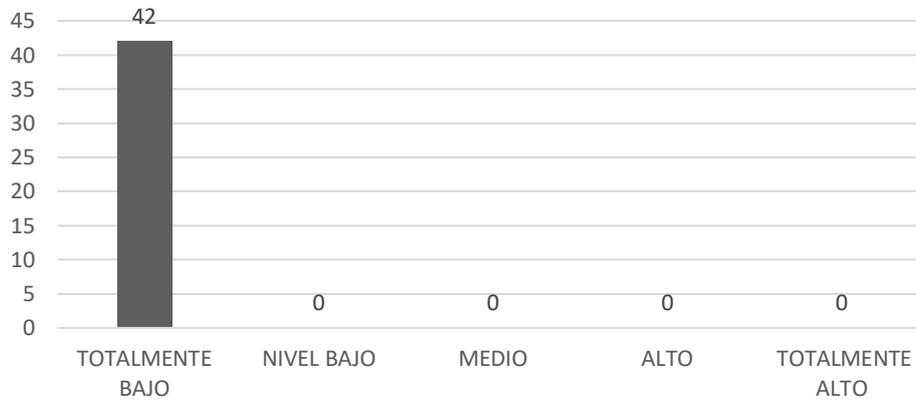


Figura 12: Nivel Económico

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 8: Resultado del nivel económico

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	42	100
Bajo	0	-
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

En cuanto al nivel económico, los 42 artesanos como se puede observar la tabla 7, el 100% percibe un nivel totalmente bajo. Los resultados sobre lo económico se pueden ver en la precariedad en la que viven y también en cuanto al trabajo que vienen realizando en cuanto al producto textil artesanal. Como se puede ver en el anexo XX, el lugar de trabajo no cuenta con la implementación necesaria. Además, no hay una venta estable de estos productos dentro de estas asociaciones de Porcón Alto. Como nos informaron los artesanos no cuentan con un sueldo o ingreso que permita generar un nivel económico del que pueda esperarse.

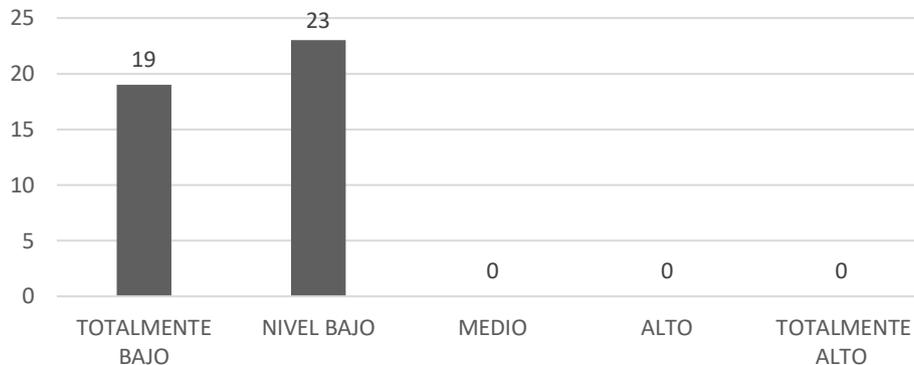


Figura 13: Nivel de Acceso al Financiamiento

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 9: Resultado del Nivel de Acceso al Financiamiento

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	19	45%
Bajo	23	55%
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

El acceso al financiamiento según la tabla 8 el financiamiento según los 42 artesanos encuestados, el 55% indica que es un nivel bajo y el 45% indica que es totalmente bajo. Los resultados que se nos presenta no se tiene un acceso propiamente dicho en las pequeñas asociaciones que se han encuestado porque no hay un ingreso estable para que las entidades financieras garanticen un préstamo o haya cooperativas para que se de lo necesario a los artesanos o lo que ellos necesiten para cubrir gastos en cuanto a la producción del textil o personales.

4.5 Capacidad de Recursos Humanos

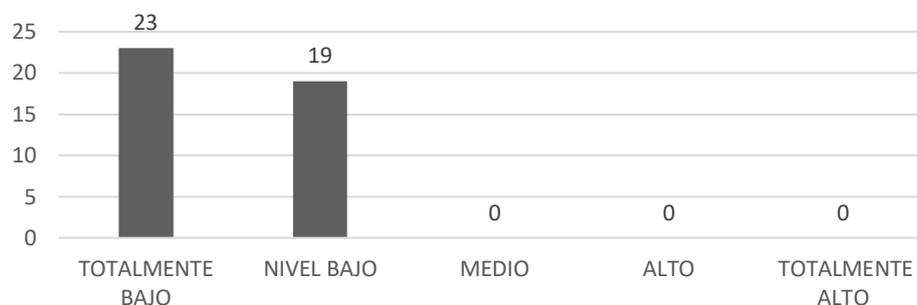


Figura 14: Nivel de Capacitaciones sobre Productos Textiles

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 10: Resultado del Nivel de Capacitaciones sobre Productos Textiles

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	23	55%
Bajo	19	45%
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

En cuanto al nivel de capacitaciones como podemos observar en la figura 14 el nivel de capacitaciones el 45% indica que tiene un nivel bajo, por lo tanto han tenido alguna capacitación o por lo menos un taller sobre producción textil que lo han recibido de alguna institución, en cambio el 55% de los artesanos encuestado indican que el nivel de capacitaciones sobre los productos textiles es totalmente bajo, por lo que el aprendizaje sobre textiles se lo ha transmitido a través de la familia cuando realizan las actividades de su vida diaria.

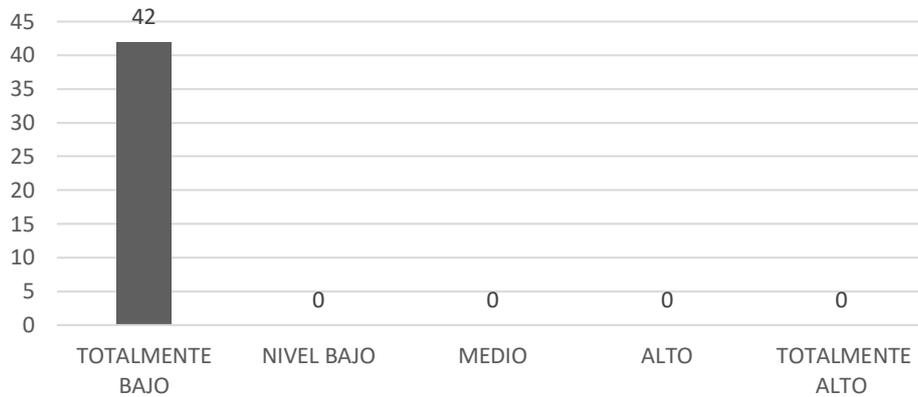


Figura 15: Nivel de Estudios de los Artesanos

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 11: Resultados del Nivel de Estudios de los Artesanos

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	42	100%
Bajo	0	-
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Según la figura 15, el nivel de estudios se encuentra, según el 100% de los encuestados en un nivel totalmente bajo. Se puede observar que no todas las familias tienen la posibilidad de enviar a sus hijos a estudiar, en algunos casos por lo menos uno de los hijos de las de la familia están asistiendo a la Universidad Nacional, teniendo así conocimientos básicos, en algunos casos ya que otros hijos llegan a estudiar otras carreras principalmente para sacar adelante a su familia ya que no todos los artesanos han tenido el privilegio de poder asistir a una Universidad o a una capacitación sobre textiles para que brinden un mejor asesoramiento sobre el producto textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto.

4.6 Marketing Mix

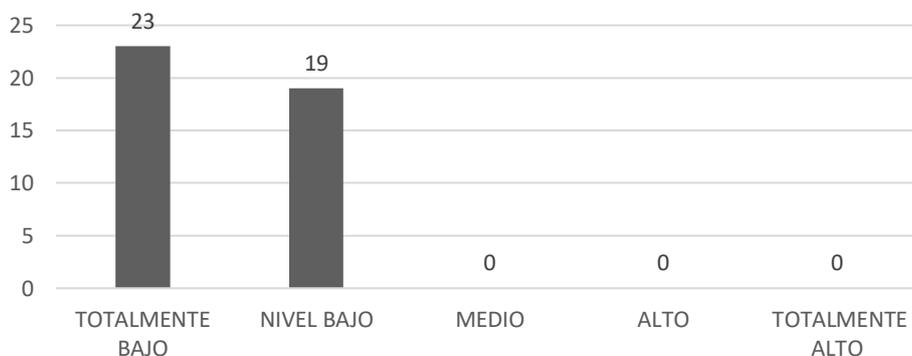


Figura 16: Nivel en cuanto al Precio

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 12: Resultados del Nivel en Cuanto al Precio

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	23	55%
Bajo	19	45%
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

En cuanto al nivel del precio del textil los resultados según la figura 16, el 55% indica que está en un nivel totalmente bajo. No está en un rango específico ya que se venden en temporadas o ferias de la provincia de Cajamarca lo cual no hay un precio estandarizado por las ventas, los artesanos tratan de recuperar algo de lo invertido, lo cual no pueden proponer un precio muy alto y al mismo tiempo no es un producto con una calidad muy alta para que se establezca permanente en la venta.

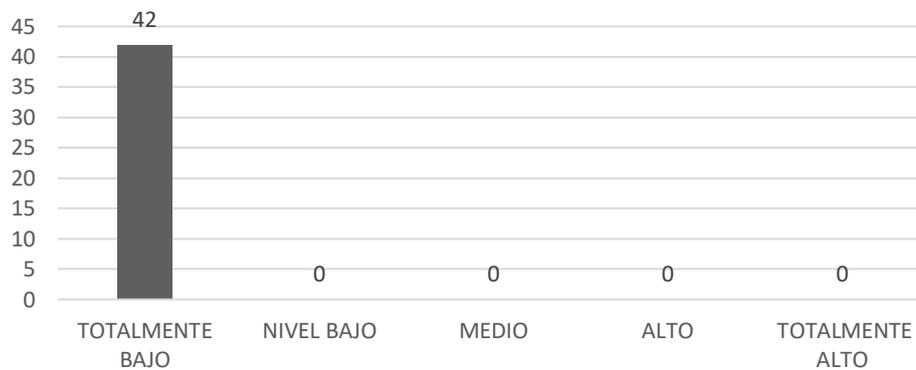


Figura 17: Nivel de Ventas

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 13: Resultados del Nivel de Ventas

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	42	100%
Bajo	0	-
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Según la figura 17 el nivel de ventas comprende un nivel totalmente bajo según el 100% de los artesanos que se ha encuestado ya que las ventas no son permanentes porque no se encuentra una frecuencia de clientes adecuada. Los productos textiles artesanales no llegan a tener una calidad alta, la que necesita el centro poblado de Porcón Alto, una venta alta y así mejore la economía y calidad de vida de los artesanos.

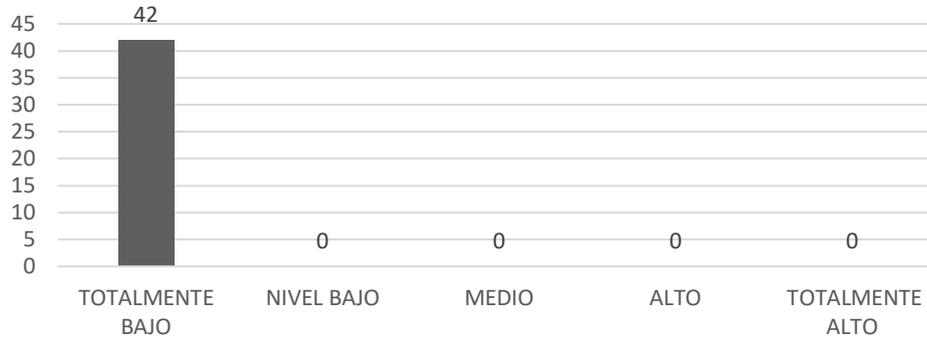


Figura 18: Nivel de Conocimiento sobre Herramientas de Publicidad

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 14: Resultados del Nivel de Conocimiento sobre herramientas de Publicidad

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	42	100%
Bajo	0	
Medio	0	
Alto	0	
Totalmente alto	0	

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

De acuerdo con la encuesta que se ha realizado a los 42 artesanos en el centro poblado de Porcón Alto se puede observar que el 100% está de acuerdo que los niveles de conocimiento sobre las herramientas de publicidad indican que es un nivel totalmente bajo. Esto tiene relación en que no hay un proceso adecuado de publicidad para que se conozca a fondo el producto artesanal textil, empezando en la región de Cajamarca que tiene un potencial turístico para que el cliente pueda adquirir y sea reconocido a nivel nacional.

4.7 Regulaciones comerciales nacionales

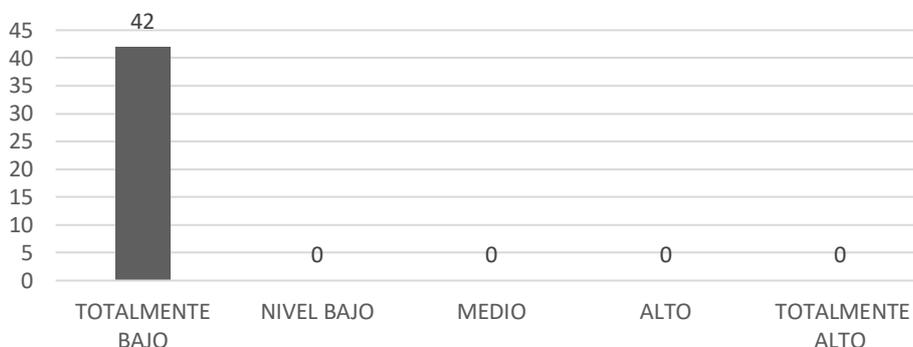


Figura 19: Nivel de Conocimiento sobre Regulaciones Nacionales

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 15: Resultados del Nivel de Conocimiento sobre Regulaciones Nacionales

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	42	100%
Bajo	0	-
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Según los resultados que se muestran en la figura 19 sobre el Nivel de conocimiento sobre regulaciones nacionales el 100% de encuestados en el centro poblado de Porcón Alto indica que se encuentra en un nivel totalmente bajo lo que no existe un conocimiento de los textiles artesanales a nivel nacional y que se centra solo en el nivel regional para ventas locales y no cuenta con capacitaciones adecuadas que ayude en el nivel de ventas.

4.8 Programas de apoyo

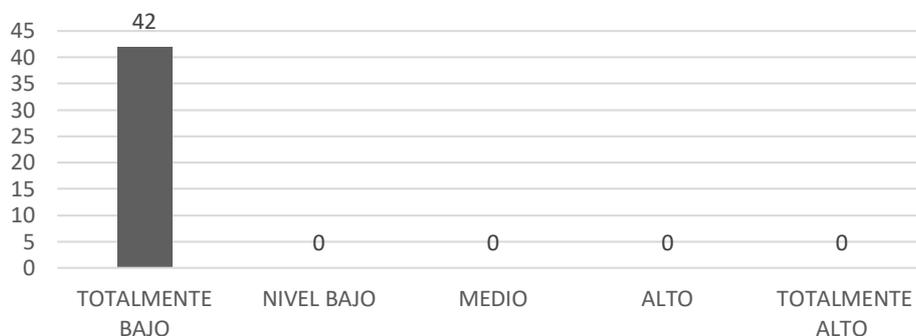


Figura 20: Nivel de Apoyo de Programas al Sector Textil

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 16: Resultados del Nivel de Apoyo de los Programas al Sector Textil

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	42	100%
Bajo	0	-
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Como se puede observar en la figura 20 el nivel de programas de apoyo se encuentra en nivel totalmente bajo según los 42 artesanos textiles encuestados. Los artesanos manifiestan que no cuentan con programas de apoyo porque no cuentan con un acceso a entidades que favorezcan el crecimiento en cuanto a la producción de los textiles artesanales o a la producción en si del centro poblado de Porcón Alto.

4.9 Cooperación con otras asociaciones

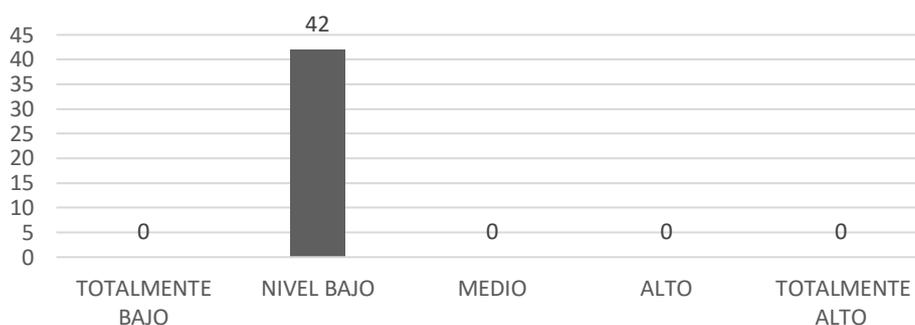


Figura 21: Nivel de Existencia de Asociaciones Textiles

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 17: Resultados del Nivel de Existencia de Asociaciones Textiles

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	0	-
Bajo	42	100%
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

En cuanto a la figura 21 se puede verificar el nivel bajo en cuanto a la existencia de asociaciones textiles dentro del centro poblado de Porcón Alto. Los 42 artesanos entrevistados, el 100% manifiesta la falta de asociaciones mejores a las que pertenecen y apoyen a la producción textil artesanal. Al momento de la visita se vieron dos asociaciones conjuntas la cual producen los textiles artesanales sin la condición adecuada para generar un nivel alto de competitividad a comparación de la asociación aledaña al lugar.

4.10 Exportaciones

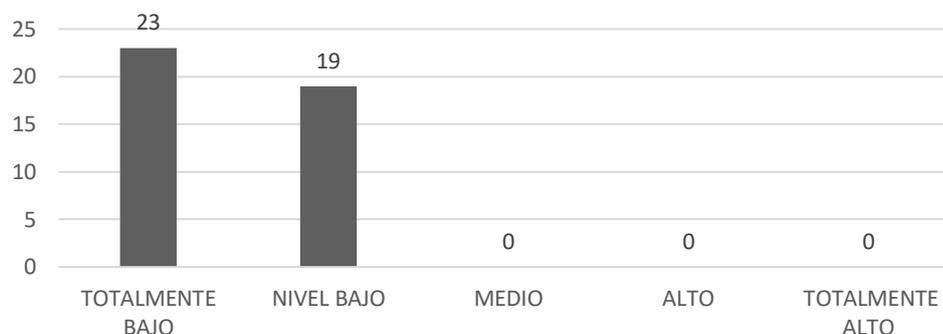


Figura 22: Nivel de Exportaciones por Año de Textiles Artesanales

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 18: Resultados del Nivel de Exportaciones por año de Textiles Artesanales

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	23	55%
Bajo	19	45%
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

En cuanto al nivel de exportaciones por año según la figura 22 se puede verificar que el 55% de la población encuestada en el centro poblado de Porcón Alto indica que es totalmente bajo y el 45% manifiesta que es bajo. Por lo tanto, no se encuentra un nivel de competitividad en exportación alta por falta de conocimiento ante el producto o las facilidades que se puede tener para poder exportar al mejorar el producto, que sea de calidad y que llegue a ser reconocido nacional e internacionalmente.

4.11 Accesibilidad a los mercados internacionales

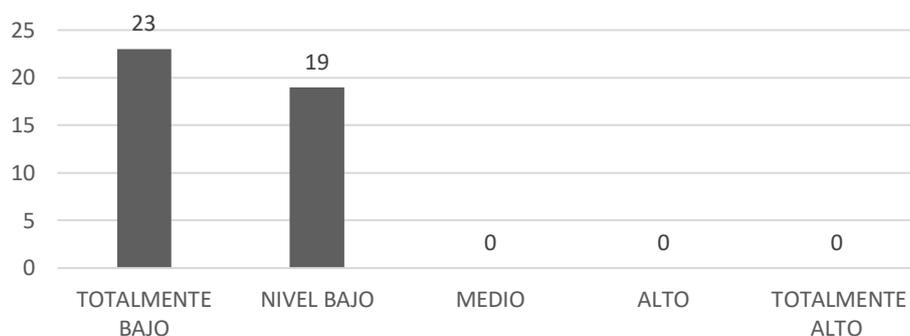


Figura 23: Nivel de Adaptabilidad en el Mercado Internacional

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 19: Resultados del Nivel de Adaptabilidad en el Mercado Internacional

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	23	55%
Bajo	19	45%
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

En cuanto el nivel de adaptabilidad en el mercado según la figura 23 se encuentra en un nivel totalmente bajo con un 55% de la población que manifiesta una falta de interacción con el mercado, no se tiene conocimiento alguno que ayude a mejorar esta situación porque no hay entidad que ayude o por parte del artesano no conoce por falta de economía dentro de la población en la familia o en cuanto a las ventas que no son altas o continuas

4.12 Regulaciones comerciales internacionales

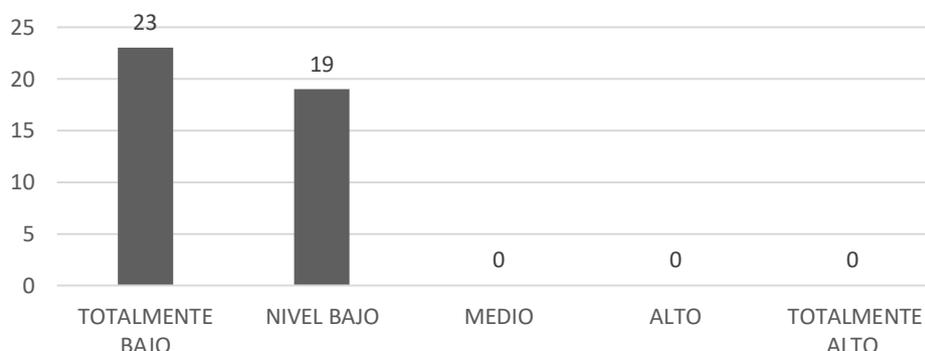


Figura 24: Nivel de Conocimiento sobre Regulaciones Internacionales

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 20: Resultados del Nivel de Conocimientos sobre Regulaciones Internacionales

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	23	55%
Bajo	19	45%-
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Según el conocimiento en cuanto a las regulaciones internaciones que existe, los 42 artesanos del centro poblado de Porcón Alto indica que el 55% está en un nivel totalmente bajo. Significa que no cuentan con las herramientas básicas para obtener la información sobre las relaciones que hay entre el Perú y los demás países ya que se cuentan con un apoyo de comercio internacional y que productos con potencial exportador como se ve en este centro poblado de Porcón Alto no llega a conocer con totalidad y claridad.

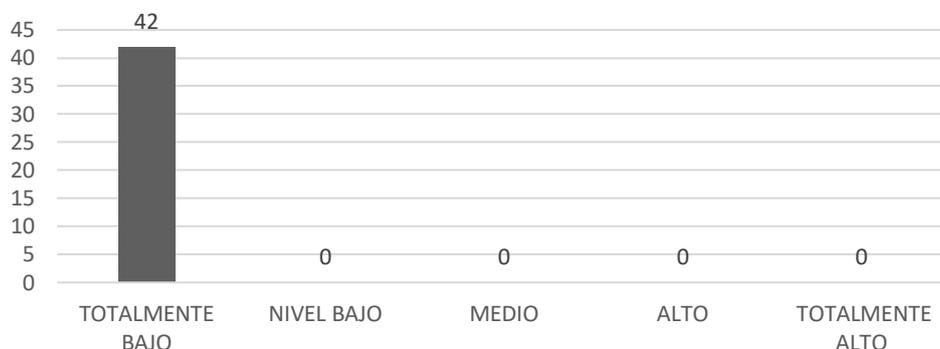


Figura 25: Nivel de Conocimiento sobre Certificaciones Textiles

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 21: Resultados del Nivel de Conocimiento sobre Certificaciones Textiles

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	42	100%
Bajo	0	-
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

En la figura 25 se muestra que el 100% de la población tiene un nivel totalmente bajo en cuanto al conocimiento sobre las certificaciones de los textiles artesanales, se puede verificar que producen un producto con un gran potencial de exportación, pero no llegan a tener herramientas o talleres que se hable sobre ellos o no cuentan con los medios para que mejore el nivel de competitividad y no se conoce la certificación adecuada para tener en cuenta desde la productividad.

4.13 Ferias internacionales

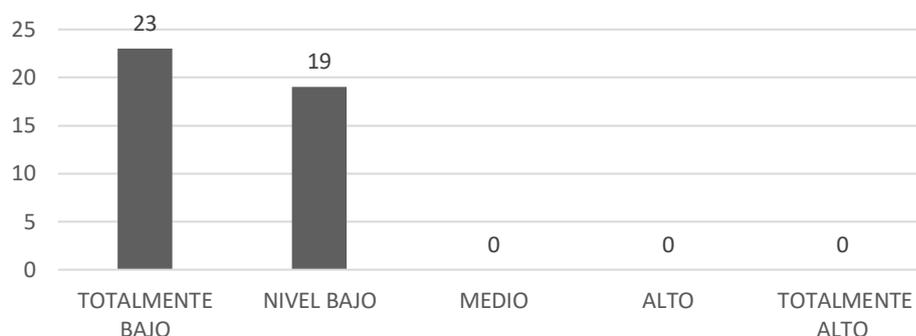


Figura 26: Nivel de Participación en Ferias Internacionales

Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Tabla 22: Resultados del Nivel de Participación en Ferias Internacionales

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente bajo	23	55%
Bajo	19	45%
Medio	0	-
Alto	0	-
Totalmente alto	0	-

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

Según la figura 26 el nivel de participación en ferias internacionales se encuentra totalmente bajo manifestando un 55% de la población no ha asistido a alguna feria internacional y a la vez el 45% indica que existe un nivel bajo; por lo tanto, no se tiene conocimiento de participación en ferias con un producto de calidad o un apoyo gubernamental que llegue a tener la asociación de Porcón Alto y que muestre un potencial exportador que hay.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como propósito identificar y describir aquellas experiencias que inciden en la producción de los artesanos textiles, sobre todo, se pretendió examinar cuáles son aquellas falencias que se presentaron en el grupo estudiado, sobre el nivel de competitividad en cuanto a la producción, el nivel de conocimiento sobre regulaciones nacionales e internacionales, las responsabilidades dentro y fuera del mismo centro, relación comercial y la capacidad económica que son síntomas que experimentan las personas expuestas a manejar, en este caso un producto. A continuación, se estará discutiendo los principales hallazgos de este estudio.

Ya identificado las fuentes de información y los resultados arrojados por las encuestas realizadas a los artesanos textiles del centro poblado de Porcón Alto, se comprueba las hipótesis que han sido planteadas en la presente tesis:

Hipótesis General:

El nivel de competitividad en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto se encuentra en un nivel totalmente bajo de producción, calidad, conocimiento de comercialización y también del mismo producto y tecnología como se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 23: Resultados sobre la Hipótesis General

N° de Pregunta	Resultado Esperado	Resultado Obtenido
1	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
2	Nivel totalmente bajo	Nivel medio
3	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
4	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
5	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
6	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
7	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
8	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
9	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
10	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
11	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
12	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo

13	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
14	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
15	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
16	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
17	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
18	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
19	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
20	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
Total de aciertos	13	65%

Nota: *Nota:* Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

La tabla 22 demuestra que 13 de las 20 preguntas planteadas a los artesanos textiles de Porcón Alto en la provincia de Cajamarca manifiesta un nivel de competitividad totalmente bajo.

Hipótesis específicas:

El nivel de competitividad en el factor empresarial en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto se encuentra en un nivel totalmente como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 24: Resultados sobre la Hipótesis Específica 1

N° de Pregunta	Resultado Esperado	Resultado Obtenido
1	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
2	Nivel totalmente bajo	Nivel medio
3	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
4	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
5	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
6	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
7	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
8	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
9	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo

10	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
11	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
12	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
Total de aciertos	6	50%

Nota: *Nota:* Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

La tabla 23 demuestra que 6 de las 12 preguntas planteadas a los artesanos textiles del centro poblado Porcón Alto en la provincia de Cajamarca manifiesta un nivel de competitividad totalmente bajo en el factor empresarial.

El nivel de competitividad en el factor nacional en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto se encuentra en un nivel totalmente bajo como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 25: Resultados sobre la Hipótesis Específica 2

Nº de Pregunta	Resultado Esperado	Resultado Obtenido
13	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
14	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
15	Nivel totalmente bajo	Nivel bajo
Total de aciertos	2	

Nota: *Nota:* Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

La tabla 24 demuestra que 6 de las 12 preguntas planteadas a los artesanos textiles del centro poblado Porcón Alto en la provincia de Cajamarca manifiesta un nivel de competitividad totalmente bajo en el factor empresarial.

El nivel de competitividad en el factor internacional en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto se encuentra en un nivel totalmente bajo como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 26: Resultados sobre la Hipótesis Específica 3

N° de Pregunta	Resultado Esperado	Resultado Obtenido
16	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
17	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
18	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
19	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
20	Nivel totalmente bajo	Nivel Totalmente bajo
Total de aciertos	5	100%

Nota: Tomado de Encuesta para conocer el Nivel de Competitividad del Potencial Exportador en el Sector Textil Artesanal del Centro Poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017

La tabla 25 demuestra que 5 de las 5 preguntas planteadas a los artesanos textiles de Porcón Alto en la provincia de Cajamarca manifiesta un nivel de competitividad totalmente bajo en el factor empresarial.

Saavedra (2012) quien en su estudio indica que el concepto de competitividad empresarial es muy complejo, la mayoría de los autores han señalado como indicadores de medición únicamente aspectos internos a la organización; así mismo, los trabajos empíricos en la mayoría de los casos han sido aplicados. Así mismo se tiene que ser consecuentes sobre la necesidad de cambiar algunos aspectos de desarrollo de producto cajamarquino y mejorarlo ya que se innovaría el sector.

CONCLUSIONES

1.- De acuerdo a la investigación se llega a la conclusión que la situación actual del sector textil en el centro poblado de Porcón Alto en cuanto al manejo de maquinaria, la capacidad de producción, la relación comercial, la capacidad económica y la de recursos humanos se encuentra en un nivel totalmente bajo ya que los conocimientos sobre un proceso de producción no contribuye a que se tenga un producto con un alto nivel de calidad al mismo tiempo el acceso al financiamiento del sector textil no se da fácilmente en ésta asociación, causando así un nivel de ventas que no llega al nivel esperado y no se genere competitividad y comercialización.

2.- En cuanto al factor internacional, sobre las regulaciones comerciales y nacionales no se dan a conocer dentro del centro poblado de Porcón Alto y poder llegar a posicionarse en el mercado como otras asociaciones de la provincia de Cajamarca. En cuanto a los programas de apoyo no hay capacitaciones o sólo se rige en cuanto a la poca transmisión de información y a las asociaciones les cuesta adaptarse a los cambios, enfrentar a las adversidades en cuanto a la innovación, calidad para alcanzar la mejora de la competitividad.

3.- Se identificó que el nivel de competitividad en el sector textil en el centro poblado Porcón Alto, no ha avanzado, por falta de apoyo de las instituciones a los artesanos de las asociaciones textiles, por lo tanto es fundamental brindarles cursos básicos de costos, talleres para aprender nuevas técnicas, modelos; impulsar los diseños cajamarquinos, para que puedan comercializar sus productos de una mejor manera, y poder llegar hacer que las asociaciones alcancen un nivel de competitividad, a través de la estrategia de asociatividad.

4.- Se logró conocer la realidad problemática del centro poblado de Porcón Alto en donde los artesanos textiles manifestaron que existe calidad de los materiales para el producto textil artesanal pero no permite tener un nivel competitivo en el que la asociación debería estar y con respecto a la promoción de éste, no se ha desarrollado estrategias para difundirlos, lo cual genera bajo nivel de conocimiento.

5.- Se definió que la mejora de los factores del nivel de competitividad del potencial exportador en el centro poblado de Porcón Alto, genera una mejor producción a través de la diferenciación en la calidad del materiales e innovación del diseño. Es importante implementar conocimiento sobre el potencial textil del producto generando así la competitividad de primer nivel para llegar a participar de diferentes ferias nacionales e internacionales para que el producto textil sea reconocido y la economía dentro de las asociaciones con un apoyo económico haga valorar la producción del centro poblado de Porcón Alto.

RECOMENDACIONES

La recomendación principal que se brinda para este proyecto es la implementación de la tecnología ya que ayudará en la producción industrial de textiles a grandes escalas, acompañada de talleres de innovación que fortalecerán la habilidad para crear y gestionar un producto tecnológico y al mismo tiempo crear un producto avanzado y competitivo. Las capacitaciones constantes incrementan la competitividad de los productos textiles y los familiares de ellos adquieren nuevos conocimientos y con ello mejorar las deficiencias en la producción textil artesanal de la presente investigación.

Otra recomendación para que la calidad de los productos textiles artesanales de Porcón Alto se mantenga y pueda posicionarse es que se implemente y se cumpla en el proceso de calidad, iniciándose desde la recepción de la materia prima, hasta la entrega del producto final, con la supervisión del responsable del proceso que sería un dirigente del sector textil capacitado para desarrollar estas funciones con eficiencia.

Se puede realizar la búsqueda de fuentes financieras, organismos públicos o privados que apoyen a comunidades con bajos recursos o en vías de desarrollo. También se puede llevar la contabilidad de costos por actividad artesanal que se realiza para conocer los costos totales y rentabilidades generadas por el producto textil artesanal.

Establecer alianzas estratégicas para mostrar las principales zonas artesanales y así mejorar las actividades en desarrollo para mercados no exportados con es el caso del centro poblado de Porcón Alto, con estrategias de posicionamiento, resaltando la calidad e innovación frente a artesanías de otros distritos de la provincia de Cajamarca.

Plantear una estrategia promocional para mostrar los productos y exhibirlos a compradores empezando por los minoristas y luego por los mayoristas, así como en algunos casos el público en general mediante medios de comunicación que sean locales o en fechas festivas en las que se da contacto con compradores internacionales. Cabe señalar que no sola la asistencia a ferias artesanales es importante, sino las ferias relacionales con la producción e innovación artesanal

Participar de manera continua con la presencia en ferias nacionales e internacionales de artesanía como expositores para llegar a nuevos mercados y así mismo desarrollar un Benchmarking con otras regiones artesanales, con el fin de comparar la competitividad empezando por lo nacional e incursionar en lo internacional que es nuestro mayor mercado.

REFERENCIAS

Acevedo, L & Buitrago, V (2009) *Asociatividad empresarial, crecimiento productivo e innovación. El caso de las pymes del sector textiles y confecciones en Bogotá*. [En línea] Recuperado el 07 de abril de ,2016
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/11684/T10.09%20A21a.pdf?sequence=2>

Álvarez, R (2015) *Enfoque de innovación en las organizaciones México* [En línea] Recuperado el 04 de setiembre de 2017
<https://dpiuninter.files.wordpress.com/2015/03/enfoques-de-innovacion-en-las-organizaciones1.pdf>

Aragón, A y Rubio, A (2005) *Recursos estratégicos en las pymes* [En línea] Recuperado el 29 de setiembre de 2017
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2581343.pdf>

Arias, X (2016) *Revista Exportaciones del sector textil peruano* [En línea] Recuperado el 28 de octubre de 2017 <http://mercadosyregiones.com/2016/10/exportaciones-del-sector-textil-peruano/>

Atoche, J y Corzo, M (2015) *Factores de competitividad que promueven el potencial exportador de las micro empresas de la "asociación de fabricantes industriales textiles La Libertad"- 2015*. [En línea] Recuperado el 17 de noviembre de 2017 repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/7941

Alferez, E, Berrocal, J, Meza, D, Silveira, E (2015) *Calidad en el sector textil de Lima Metropolitana*. [En línea] Recuperado el 19 de setiembre de, 2017.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8858>

Buitrago, A. (2015) *Nivel de competitividad micro empresas de Ibagué Colombia*. [En línea] Recuperado 01 de abril de, 2016. https://scholar.google.com/scholar?q=NIVEL+DE+COMPETITIVIDAD+MICRO+EMPRESAS+DE+IBAGU%C3%89+COLOMBIA&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2012

Castro (2013) *Análisis de la competitividad de la cadena algodón, fibras, textiles y confecciones*. [En línea] Recuperado 02 de abril de ,2016.
<http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/204/3/Analisis%20cadena%20algodon.pdf>

Cerquín, N (2015) *en su tesis Análisis del grado de Desarrollo de la cultura Exportadora en los productores de Physalis Peruviana "Aguaymanto" en san pablo – Cajamarca 2015*, Lima

Contreras, Tamayo, Trujillo (2013) *Análisis de la Competitividad de la cadena de algodón, fibras, textiles y confecciones*. [En línea] Recuperado 07 de junio de, 2017.
<http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/204/Analisis%20cadena%20algodon.pdf?sequence=2>

Costa, M y Duch, N (2005) *La Renovación del sector textil-confección en España. Proceso de ajuste y contenido tecnológico* [En línea] Recuperado el 05 de abril de 2016 <http://www.minetad.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/355/1PAG%20263-272.pdf>

D'Alessio, F (2016) *Resultados del Ranking de Competitividad Mundial 2016* [En línea] Recuperado el 02 de septiembre de 2017 http://www.centrumaldia.com/Docs/files/resultados_imd_2016.pdf

Duarte, R y Uribe, J (2012) *Desarrollo e innovación artesanal en el Perú: un estudio de caso en Chulucanas, Piura* [En línea] Recuperado el 08 de julio de 2017 <http://inceptum.umich.mx/index.php/inceptum/article/view/204/187>

Dieguéz, I, Gueimonde, A, Sinde, A y Blanco, L (2011) *Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad* [En línea] Recuperado 20 de septiembre de, 2017. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3743052>

Espíritu, M. (2014). *Formación de un clúster textil para la exportación de prendas de vestir a base de hilado de algodón orgánico a Brasil* [En línea] Recuperado el 08 de abril de, 2016. http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/3818/1/Espiritu_mm.pdf

Flores, C (2015) *La liberalización de los mercados y el fomento de la competitividad como elementos del desarrollo económico de la región de Antioquia, Colombia.* [En línea] Recuperado el 08 de septiembre de 2017 <http://eprints.ucm.es/29743/>

Gómez, D (2011) *Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso.* [En línea] Recuperado el 09 de abril de 2016 www.pa.gob.mx/publica/rev_47/análisis/asociatividad_empresarial.pdf

Gómez, C, Gómez, J & Tinjacá, B (2013) *Relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva de la micro, pequeña, mediana y gran industria del sector confección de las ciudades de Pereira y Dosquebradas* [En línea] Recuperado el 07 de abril de 2016, <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/607/1/Tesis%20aprobada.pdf>

Gonzales, C, Espilco, L y Aragón, E (2003) *Análisis de estrategias competitivas en sectores industriales del Perú.* [En línea] Recuperado el 23 de agosto 2017, http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/Vol6_n2/pdf/estrategias.pdf

Gonzales, J. (2013) *Gestión empresarial y competitividad en las Mypes del sector textil en el marco de la ley N° 28015 en el distrito de la victoria.* [En línea] Recuperado el 03 de abril de 2016, http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf

Halten (1987) *Estrategia* [En línea] Recuperado el 11 de abril de, 2016. http://vmleon.tripod.com/Planestrategica/ESTRATEGIA_concp.pdf

Kotler, P y Keller, K. (2012). *Marketing Management*. 14° Edición. México: Pearson Education, Prentice Hall.

Martínez, R y Solís, M (2009) *Factores que determinan la competitividad sistemática en la industria maquiladora del Sector electrónico*, en Tijuana, Baja California, México [En línea] Recuperado el 20 de noviembre de 2017 <https://www.riico.net/index.php/riico/article/viewFile/770/697>

Nájera, J. (2014) *Un modelo de competitividad para el sector textil en México basado en los recursos y capacidades*. [En línea] Recuperado el 01 de abril de ,2016 <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=b9845c4d-68f7-4c4f-8d77-6718c743891d%40sessionmgr4003&vid=2&hid=4202>

Peña, Vines y Triguero Sánchez (2011). *Modelo de Competitividad Internacional de la : En economías en Desarrollo y/o Emergentes de Latinoamérica*. [En línea] Recuperado el 01 de abril de ,2016 http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:67230/componente67228.pdf

Paredes, (2017). *Análisis de la competitividad empresarial y su incidencia en el mercado internacional del consorcio textil Titicaca Puno, período 2014 – 2015* .[En línea] Recuperado el 08 de julio de ,2017 <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4248/browse?value=Paredes+Zapana%2C+Benda+Grace&type=author>

Parodi, N (2011) *Principales problemas en la calidad de la fibra de alpaca que limitan la comercialización de prendas de vestir en el mercado francés 2016* [En línea] Recuperado el 21 de agosto de 2017 http://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/sites/9/2014/02/sme_v2n2_art2.pdf

Porter, M. (2007) *La ventaja competitiva de las naciones por Michael Porter, con comentarios de José Machinea* [En línea] Recuperado el 14 de julio de , 2017 <http://es.calameo.com/read/00472423715ecda3a215b>

Porter, M. (1980) *Ventaja competitiva*. [En línea] Recuperado el 01 de abril de ,2016 <http://www.itson.mx/micrositios/pimpiiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf>

Rafael, E (2011) *Competitividad de los Clúster Textil Perú México*. [En línea] Recuperado el 02 de abril de ,2016 <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/3816>

Restrepo, J & Venegas, J (2010). *Competitividad y comercio exterior de las Pymes del sector textil-confecciones del Valle de Aburrá: incidencia del tipo de cambio*. [En línea]. Recuperado el 01 de abril de ,2016 <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/viewFile/63/131>

Rojas, I (2014) *Revista Exportando, SIICEX* [En línea] Recuperado el 23 de agosto de , 2017 <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/629994786rad3DC4D.pdf>

Romero, J y Guevara, S (2014) *Lineamientos estratégicos claves de Competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, de las mypes del sector artesanal en la región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado* [En línea] Recuperado el 08 de julio de ,2017 https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1864/AE_270.pdf?sequence

Solano, C (2014) *Revista Exportando, SIICEX* [En línea] Recuperado el 23 de agosto de, 2017 <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/629994786rad3DC4D.pdf>

Ríos D, & Martínez, D. (2015) *Oportunidades Competitivas Para La Empresa Indudise, A La Luz Del TIL Entre Colombia Y Estados Unidos* [En línea] Recuperado el 04 de abril de ,2016 <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/896/1/INFORME%20FINAL%20ESIS%20DE%20MAESTRIA.pdf>

Saavedra, M. (2012) *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*. [En línea] Recuperado el 02 de abril de ,2016 <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=4e782ecc-671a-4c13-9dd6-e47477969ebf%40sessionmgr112&vid=2&hid=126>

Serrano, M. (2011) *Competitividad empresarial: Un enfoque empresarial* [En línea] Recuperado el 07 de abril de ,2016 http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2013-v2-n2/01-competitividad.pdf

Ugarte (2003) *Comercialización*. [En línea] Recuperado el 04 de abril de 2016 <http://www.eumed.net/librosgratis/2009a/504/Comercializacion%20y%20la%20Gestion%20Comercial%20a%20traves%20de%20Tiendas.htm>

Vargas, E & Ticlla, E (2012). *Los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de san juan de Lurigancho* [En línea] Recuperado el 09 de abril de, 2016 http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1619/VARGAS_JORGE_TICLLA_ELIZABETH_FACTORES_ASOCIATIVIDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1, Validaciones

PARTE I: DATOS DE LA INVESTIGACIÓN¹

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Facultad: Negocios
- 1.2. Carrera: Administración y Negocios Internacionales
- 1.3. Título del informe de tesis:
Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del caserio de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017
- 1.4. Autores: Ivi Samanta Plos Llan
- 1.5. Objetivo y/o propósito de la investigación:
Analizar el nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del caserio de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017
- 1.6. Técnica () de recolección de datos:
Encuesta
- 1.7. Instrumento (s) de recolección de datos:
Escala de Likert
- 1.8. Nombre del instrumento:
Instrumento para identificar el nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017

¹ Instrumento de revisión temática realizado para la Jornada de Asesores Temáticos de Facultad de Negocios perteneciente a la Carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte - Sede Lima Norte en diciembre del 2015. Elaborado por la Lic. Mónica Ramos Neyra.

PARTE II: FORMATO PARA LA DETERMINACIÓN DE LA VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Instrucciones: Estimado especialista, coloque un aspa (X) a la casilla que representa su valoración del instrumento a revisar, de acuerdo con el criterio y la escala valorativa.

- 0= El instrumento no cumple con los criterios necesarios. Es necesario replantearlo.
 1= El instrumento está planteado con serias deficiencias. Es necesario reestructurarlo.
 2= El instrumento está planteado de una manera adecuada, pero puede mejorar.
 3= El instrumento está planteado de una manera válida. Puede perfeccionarse en aspectos mínimos.
 4= El instrumento está planteado de una manera altamente válida. Puede aplicarse sin ninguna dificultad.

ASPECTO 1: VALIDACION DE CONSTRUCTO ²Y CRITERIO³

ITEM N°	CRITERIOS	INDICADORES	ESCALA					
			0	1	2	3	4	
01.	PROPÓSITO DE ESTUDIO	Acorde con los propósitos de investigación. ⁴						X
02.	SELECCIÓN DE LA FUENTE DE INFORMACIÓN	Muestra pertinencia respecto al propósito de estudio y la fuente directa o referencial. ⁵						X
03.	MEDIO(S) DE RECOLECCIÓN DE DATOS	Evidencia la selección de una técnica adecuada para medir o evaluar la variable de investigación. Define el tipo de información requerida (cuantitativa, cualitativa o ambas) ⁶ .						X
04.	ESTRATEGIA METODOLÓGICA	Permite recolectar, y analizar datos e información apropiados para alcanzar los objetivos, según el diseño de investigación.						X

² Hace referencia al grado de representatividad de un instrumento respecto a la variable que se pretende medir. Se relaciona con el concepto teórico a medir, la evidencia y puntuaciones del instrumento, así como la estrategia para la recolección de datos.

³ Hace referencia a la comparación con otros instrumentos que pretenden medir la misma variable. Está presente en el ítem 07.

⁴ El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.

⁵ Revisar el anexo N° 1.

⁶ Revisar anexo N° 2.

05.	ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN	Está organizado de una manera lógica y ordenada.						X
06.	SUFICIENCIA	Se orienta a obtener información necesaria. La cantidad de ítems es la adecuada para medir a la variable.						X
07.	CRITERIOS EXTERNOS⁷	Tomó como referencia o adaptó otros instrumentos confiables para la medición de la variable.						X
08.	ADECUACIÓN	La redacción se adaptó de acuerdo con las características de los participantes (género, nivel sociocultural, etc.)						X
09.	CLARIDAD	Los ítems son claros y entendibles.						X
10.	OBJETIVIDAD	Los ítems miden/recogen información contrastable empíricamente.						X
11.	PRESENTACIÓN	Se presenta en un formato adecuado. ⁸						X
PUNTUACIÓN TOTAL								

ASPECTO 2: VALIDACION DE CONTENIDO

ITEM Nº	CRITERIOS	INDICADORES	ESCALA				
			0	1	2	3	4
12.	REVISIÓN DE TEORIAS Y ANTECEDENTES⁹	Evidencia la revisión de enfoques, modelos, teorías y/o dimensiones presentadas en estudios previos.				X	
13.	CONSISTENCIA CONCEPTUAL	La variable y las subdimensiones han sido analizadas, y representadas conceptual y teóricamente, según los conocimientos propios del área, disciplina o ciencia.					X
14.	CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	La información para la construcción de los conceptos, dimensiones e indicadores procede de fuentes confiables y válidas.					X
15.	PERTINENCIA Y ACTUALIDAD	Trata adecuadamente el tema de investigación, de acuerdo con el avance de la ciencia o especialidad.					X

⁷ Se refiere a la revisión y consideración de otros instrumentos referenciales para la medición de la misma variable en ámbitos similares.

⁸ Posee título, introducción, instrucciones, escala (en caso de ser necesario) e ítems de manera ordenada.

⁹ En estudios exploratorios donde las fuentes previas son escasas, el investigador puede sugerir como está construido tal dominio (dimensión/subdimensión y/o indicadores).



16.	RELEVANCIA DEL DOMINIO	Mide las principales dimensiones de la variable en cuestión.							X
17.	REPRESENTATIVIDAD	Contiene a todos o a la mayoría de componentes (dimensiones) de la variable.						X	
18.	CONCOMITANCIA E ILACIÓN DE LOS COMPONENTES	Existe coherencia, correspondencia e interacción adecuada entre las variables, dimensiones (y/o subdimensiones) e indicadores para medir o evaluar.							X
19.	OPERACIONALIZACIÓN	Los ítems del instrumento corresponden a los indicadores.							X
20.	CONSISTENCIA Y CONGRUENCIA DE LOS ÍTEMS ¹⁰	Los ítems han sido construidos de modo que su interpretación sea unívoca.							X
PUNTUACIÓN TOTAL									

ANEXO N° 1

TIPOS DE FUENTE DE INFORMACIÓN

Fuentes primarias o directas: Se obtiene información por contacto directo con el sujeto de estudio; por medio de observación, cuestionarios, entrevistas, etc.

Fuentes secundarias o referenciales: Información obtenida desde documentos; historia clínica, ficha académica, estadísticas, datos epidemiológicos, Censo, encuestas nacionales, etc.

ANEXO N° 2

TIPO DE INFORMACIÓN REQUERIDA

En una investigación cuantitativa el investigador puede usar varias técnicas; entrevistas y cuestionarios, ayudados por entrevistas grupales, historias de vida y observación etnográfica. (cualitativas)

ANEXO N° 3

¹⁰ Ver anexo 3.

CONSISTENCIA Y CONGRUENCIA DE LOS ÍTEMS

Son factores que pueden influir en que las preguntas del instrumento no funcionen en la forma prevista y, por lo tanto, contribuyen a minar la validez de los resultados; algunos de ellos son: (a) instrucciones imprecisas o vagas; (b) estructura sintáctica de la oración demasiado difícil; (c) preguntas con niveles de dificultad inapropiados; (d) preguntas que sugieren la respuesta; (e) ambigüedad en la formulación de los reactivos, lo cual lleva a diferentes interpretaciones de los mismos; (f) pruebas demasiado cortas; (g) ítems incongruentes con el dominio o universo de contenido; (h) ordenamiento inadecuado de los ítems; (i) patrón patrón identificable de respuestas, particularmente en las preguntas de selección.

PARTE III: OBSERVACIONES Y NIVELES DE LOGRO DEL INSTRUMENTO

OBSERVACIONES:

VALIDACIÓN DE CONSTRUCTO Y CRITERIO	VALIDACIÓN DEL CONTENIDO
El constructo y criteno son apropiados para responder las preguntas de la investigación	El contenido refleja marco teórico suficiente y delimitación es apropiada para el propósito de la investigación

NIVELES DE LOGRO

ESCALA VALORATIVA	RANGO	INTERPRETACIÓN
76 - 80	Excelente	Alto nivel de aplicabilidad y validez. Se sugiere su pronta aplicación.
60 - 75	Bueno	Buen nivel de aplicabilidad y validez. Se sugiere realizar mejoras mínimas para su pronta aplicación.
40 - 59	Regular	Nivel de aplicabilidad poco confiable y validez no satisfactoria. Se sugiere mejorar y reestructurar para su aplicación.
20 - 39	Deficiente	Escaso nivel de aplicabilidad. Validez mínima. Se sugiere replantear el instrumento y mejorar el marco teórico.

0 - 19	Nulo	No es aplicable ni representativo.
--------	------	------------------------------------

PARTE IV: CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Juan Carlos Ocampo Risco, con DNI N° 25663389, de profesión economista docente tiempo completo, ejerciendo actualmente como docente tiempo completo en Universidad Privada del Norte

Por medio de la presente hago constar que he revisado, con fines de validación, el instrumento _____, para su aplicación.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

NIVEL DE LOGRO	OPINIÓN
<u>Excelente</u>	<u>debe continuar con la metodología</u>

Lugar y fecha: Los Olivos 2 de octubre 2017

FIRMA: [Firma manuscrita]
 POSTFIRMA: Juan Carlos Ocampo Risco

PARTE I: DATOS DE LA INVESTIGACIÓN¹

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Facultad: Negocios
- 1.2. Carrera: Administración y Negocios Internacionales
- 1.3. Título del informe de tesis: Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del caserio de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017
- 1.4. Autores: Ivi Samanta Plos Llan
- 1.5. Objetivo y/o propósito de la investigación: Analizar el nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del caserio de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017
- 1.6. Técnica () de recolección de datos: Encuesta
- 1.7. Instrumento (s) de recolección de datos: Escala de Likert
- 1.8. Nombre del instrumento: Instrumento para identificar el nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto - Cajamarca en el año 2017

¹ Instrumento de revisión temática realizado para la Jornada de Asesores Temáticos de Facultad de Negocios perteneciente a la Carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte - Sede Lima Norte en diciembre del 2015. Elaborado por la Lic. Mónica Ramos Neyra.

PARTE II: FORMATO PARA LA DETERMINACIÓN DE LA VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Instrucciones: Estimado especialista, coloque un aspa (X) a la casilla que representa su valoración del instrumento a revisar, de acuerdo con el criterio y la escala valorativa.

- 0= El instrumento no cumple con los criterios necesarios. Es necesario replantearlo.
1 = El instrumento está planteado con serias deficiencias. Es necesario reestructurarlo.
2= El instrumento está planteado de una manera adecuada, pero puede mejorar.
3= El instrumento está planteado de una manera válida. Puede perfeccionarse en aspectos mínimos.
4= El instrumento está planteado de una manera altamente válida. Puede aplicarse sin ninguna dificultad.

ASPECTO 1: VALIDACION DE CONSTRUCTO² Y CRITERIO³

ITEM Nº	CRITERIOS	INDICADORES	ESCALA					
			0	1	2	3	4	
01.	PROPÓSITO DE ESTUDIO	Acorde con los propósitos de investigación. ⁴						✓
02.	SELECCIÓN DE LA FUENTE DE INFORMACIÓN	Muestra pertinencia respecto al propósito de estudio y la fuente directa o referencial. ⁵						✓
03.	MEDIO(S) DE RECOLECCIÓN DE DATOS	Evidencia la selección de una técnica adecuada para medir o evaluar la variable de investigación. Define el tipo de información requerida (cuantitativa, cualitativa o ambas) ⁶ .						✓
04.	ESTRATEGIA METODOLÓGICA	Permite recolectar, y analizar datos e información apropiados para alcanzar los objetivos, según el diseño de investigación.						✓

² Hace referencia al grado de representatividad de un instrumento respecto a la variable que se pretende medir. Se relaciona con el concepto teórico a medir, la evidencia y puntuaciones del instrumento, así como la estrategia para la recolección de datos.

³ Hace referencia a la comparación con otros instrumentos que pretenden medir la misma variable. Está presente en el ítem 07.

⁴ El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.

⁵ Revisar el anexo N° 1.

⁶ Revisar anexo N° 2.

05.	ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN	Está organizado de una manera lógica y ordenada.						✓
06.	SUFICIENCIA	Se orienta a obtener información necesaria. La cantidad de ítems es la adecuada para medir a la variable.						✓
07.	CRITERIOS EXTERNOS⁷	Tornó como referencia o adaptó otros instrumentos confiables para la medición de la variable.						✓
08.	ADECUACIÓN	La redacción se adaptó de acuerdo con las características de los participantes (género, nivel sociocultural, etc.)						✓
09.	CLARIDAD	Los ítems son claros y entendibles.						✓
10.	OBJETIVIDAD	Los ítems miden/recogen información contrastable empíricamente.						✓
11.	PRESENTACIÓN	Se presenta en un formato adecuado. ⁸						✓
PUNTUACIÓN TOTAL								44

ASPECTO 2: VALIDACION DE CONTENIDO

ÍTEM Nº	CRITERIOS	INDICADORES	ESCALA					
			0	1	2	3	4	
12.	REVISIÓN DE TEORÍAS Y ANTECEDENTES⁹	Evidencia la revisión de enfoques, modelos, teorías y/o dimensiones presentadas en estudios previos.						✓
13.	CONSISTENCIA CONCEPTUAL	La variable y las subdimensiones han sido analizadas, y representadas conceptual y teóricamente, según los conocimientos propios del área, disciplina o ciencia.						✓
14.	CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	La información para la construcción de los conceptos, dimensiones e indicadores procede de fuentes confiables y válidas.						✓
15.	PERTINENCIA Y ACTUALIDAD	Trata adecuadamente el tema de investigación, de acuerdo con el avance de la ciencia o especialidad.						✓

⁷ Se refiere a la revisión y consideración de otros instrumentos referenciales para la medición de la misma variable en ámbitos similares.

⁸ Posee título, introducción, instrucciones, escala (en caso de ser necesario) e ítems de manera ordenada.

⁹ En estudios exploratorios donde las fuentes previas son escasas, el investigador puede sugerir como está construido tal dominio (dimensión/subdimensión y/o indicadores).

16.	RELEVANCIA DEL DOMINIO	Mide las principales dimensiones de la variable en cuestión.							✓
17.	REPRESENTATIVIDAD	Contiene a todos o a la mayoría de componentes (dimensiones) de la variable.							✓
18.	CONCOMITANCIA E ILACIÓN DE LOS COMPONENTES	Existe coherencia, correspondencia e interacción adecuada entre las variables, dimensiones (y/o subdimensiones) e indicadores para medir o evaluar.							✓
19.	OPERACIONALIZACIÓN	Los ítems del instrumento corresponden a los indicadores.							✓
20.	CONSISTENCIA Y CONGRUENCIA DE LOS ÍTEMS ¹⁰	Los ítems han sido contruidos de modo que su interpretación sea unívoca.							✓
PUNTUACIÓN TOTAL									36

ANEXO N° 1

TIPOS DE FUENTE DE INFORMACIÓN

Fuentes primarias o directas: Se obtiene información por contacto directo con el sujeto de estudio; por medio de observación, cuestionarios, entrevistas, etc.

Fuentes secundarias o referenciales: Información obtenida desde documentos; historia clínica, ficha académica, estadísticas, datos epidemiológicos, Censo, encuestas nacionales, etc.

ANEXO N° 2

TIPO DE INFORMACIÓN REQUERIDA

En una investigación cuantitativa el investigador puede usar varias técnicas; entrevistas y cuestionarios, ayudados por entrevistas grupales, historias de vida y observación etnográfica. (cualitativas)

ANEXO N° 3

¹⁰ Ver anexo 3.

CONSISTENCIA Y CONGRUENCIA DE LOS ÍTEMS

Son factores que pueden influir en que las preguntas del instrumento no funcionen en la forma prevista y, por lo tanto, contribuyen a minar la validez de los resultados; algunos de ellos son: (a) instrucciones imprecisas o vagas; (b) estructura sintáctica de la oración demasiado difícil; (c) preguntas con niveles de dificultad inapropiados; (d) preguntas que sugieren la respuesta; (e) ambigüedad en la formulación de los reactivos, lo cual lleva a diferentes interpretaciones de los mismos; (f) pruebas demasiado cortas; (g) ítems incongruentes con el dominio o universo de contenido; (h) ordenamiento inadecuado de los ítems; (i) patrón patrón identificable de respuestas, particularmente en las preguntas de selección.

PARTE III: OBSERVACIONES Y NIVELES DE LOGRO DEL INSTRUMENTO

OBSERVACIONES:

VALIDACIÓN DE CONSTRUCTO Y CRITERIO	VALIDACIÓN DEL CONTENIDO
Se valida el constructo y los criterios en los instrumentos de obtención de datos.	Se valida el contenido de los instrumentos utilizados.

NIVELES DE LOGRO

ESCALA VALORATIVA	RANGO	INTERPRETACIÓN
76 - 80	Excelente	Alto nivel de aplicabilidad y validez. Se sugiere su pronta aplicación.
60 - 75	Bueno	Buen nivel de aplicabilidad y validez. Se sugiere realizar mejoras mínimas para su pronta aplicación.
40 - 59	Regular	Nivel de aplicabilidad poco confiable y validez no satisfactoria. Se sugiere mejorar y reestructurar para su aplicación.
20 - 39	Deficiente	Escaso nivel de aplicabilidad. Validez mínima. Se sugiere replantear el instrumento y mejorar el marco teórico.

0 - 19	Nulo	No es aplicable ni representativo.
--------	------	------------------------------------

PARTE IV: CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, JUAN RAMÓN MÉNDEZ VICUÑA, con DNI N° 07 214 387, de
profesión Licenciado en Administración, ejerciendo actualmente como
profesor Tiempo Completo en
la Universidad Privada del Norte, Sede Los Olivos

Por medio de la presente hago constar que he revisado, con fines de validación, el instrumento
ENCUESTA, para su aplicación.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

NIVEL DE LOGRO	OPINIÓN
<u>EXCELENTE</u>	<u>NINGUNA</u>

Lugar y fecha: Los Olivos, 30 de noviembre de 2017

FIRMA: 
POSTFIRMA: JUAN RAMÓN MÉNDEZ VICUÑA

Anexo 2: Encuesta

INSTRUMENTO PARA IDENTIFICAR EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL POTENCIAL EXPORTADOR EN EL SECTOR TEXTIL ARTESANAL DEL CENTRO POBLADO DE PORCÓN ALTO EN LA PROVINCIA DE CAJAMARCA EN EL AÑO 2017

Finalidad:

Estimado(a) artesano(a) textil del centro poblado de Porcón del distrito de Cajamarca:

Con la finalidad de mejorar e incorporar información verídica a la investigación sobre el nivel de competitividad en el sector textil estamos realizando el siguiente cuestionario, el cual le agradeceríamos que conteste con la mayor sinceridad posible, documento indispensable para el desarrollo e informe de tesis, requisito para la obtención del grado de Licenciado.

Instrucciones:

La encuesta es realizada a los artesanos textiles del centro poblado de Porcón Alto, se le pide vuestra colaboración marcando una alternativa por cada ítem del cuestionario, con la veracidad que caracteriza a su persona.

Escala e índices:

El instrumento presenta la siguiente valoración:

Nivel totalmente alto	=	5
Nivel alto	=	4
Medio	=	3
Nivel bajo	=	2
Nivel totalmente bajo	=	1

ENCUESTA

ASPECTOS	ITEMES	VALORACIÓN				
I. Factor empresarial del nivel de competitividad						
Conocimiento de maquinaria	1. ¿Cuál es el nivel en el manejo de maquinaria en el centro poblado de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
Capacidad de producción	2. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre los textiles artesanales en el centro poblado de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
	3. ¿Cuál es el nivel de calidad del producto textil artesanal en el centro poblado de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
Relación comercial	4. ¿Cuál es el nivel de compra sobre el producto textil artesanal en el centro poblado de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
	5. ¿Cuál es el nivel de proveedores que cuentan en el centro poblado para el producto artesanal textil?	5	4	3	2	1
Capacidad económica y financiera	6. ¿Cuál es el nivel económico en el sector textil artesanal de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
	7. ¿Cuál es el nivel de acceso al financiamiento en el centro Poblado de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
Capacidad de Recursos Humanos	8. ¿Cuál es el nivel de capacitaciones sobre productos textiles artesanales en el centro poblado de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
	9. ¿Cuál es el nivel de estudios de los artesanos sobre el producto textil en su centro poblado?	5	4	3	2	1
Marketing mix	10. ¿Cuál es el nivel en cuanto a precio del producto textil artesanal en el mercado Cajamarquino?	5	4	3	2	1
	11. ¿Cuál es el nivel de ventas del textil artesanal en el centro poblado de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
	12. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre herramientas de publicidad sobre el producto textil artesanal?	5	4	3	2	1
I. Factor nacional del nivel de competitividad						
Regulaciones comerciales nacionales	13. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre regulaciones nacionales del producto textil artesanal?	5	4	3	2	1

Programas de apoyo	14. ¿Cuál es el nivel de programas de apoyo al sector textil artesanal para el centro poblado de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
Cooperación con otras asociaciones	15. ¿Cuál es el nivel de existencia de asociaciones textiles artesanales en el centro poblado de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
I. Factor internacional del nivel de competitividad						
Exportaciones	16. ¿Cuál es el nivel de exportaciones por año de los textiles artesanos en el centro poblado de Porcón Alto?	5	4	3	2	1
Accesibilidad a mercados Internacionales	17. ¿Cuál es el nivel de adaptabilidad del producto textil artesanal en el mercado internacional?	5	4	3	2	1
Regulaciones comerciales internacionales	18. ¿Cuál su nivel de conocimiento sobre regulaciones internacionales del producto textil artesanal en su centro poblado?	5	4	3	2	1
	19. ¿Cuál su nivel de conocimiento sobre las certificaciones textiles?	5	4	3	2	1
Ferias Internacionales	20. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre la participación del producto textil artesanal en ferias internacionales?	5	4	3	2	1

Anexo 3

N. º	NOMBRE	DNI	ELABORACION	LUGAR	PROVINCIA
1	Becerra Deza Lizbeth	71217252	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
2	Calua Chilón Romiro	44175462	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
3	Calua Infante Julissa	26745896	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
4	Calua Ispilco José	26728299	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
5	Calua Terán Santos	26624158	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
6	Chilón Chávez Luciano	26601060	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
7	Chilón Chilón María Santos	26728662	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
8	Chilón Chuquimango Alejandrina	26692218	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
9	Chilón Chuquimango Celestina	40191044	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
10	Chilón Cueva Alicia	45692501	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
11	Chilón Donato María Julia	26603845	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
12	Chilón Huatay Gaspar	26601711	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
13	Chilón Huatay José	45308530	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
14	Chilón Infante María	80428939	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
15	Chilón Ishpilco María	26147598	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
16	Chilón Toledo Audiel	43110613	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
17	Chilón Toledo Felicitas	26707023	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
18	Chilón Toledo María	26687252	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
19	De la Cruz Huatay Andrea	26728736	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
20	De la Cruz Toledo José Marcial	26605560	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
21	Diaz Goicochea Fany	26372145	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
22	Ducos Ishpilco de Toledo María Santos	26705105	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
23	Ducos Zambranos Nélide	26965863	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
24	Quispe Gómez Ezequiel	42589614	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca

25	Huaripata Toledo María Candelaria	26631041	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
26	Infanta Zambrano Catalina	26478591	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
27	Infante Chuquimango Rosa	26634668	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
28	Infante Huaripata Saida	26125896	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
29	Ishpilco de la Cruz José Vicente	26606382	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
30	Ispilco Ayay Alejandro	26731731	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
31	Ispilco Rojas Sabina	26748193	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
32	Pompa Toledo Juan	26610252	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
33	Quispe Chilón Dous	45896732	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
34	Quispe Huaripata María	40026230	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
35	Salcedo Cueva Felicitas	26636610	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
36	Salcedo Llanos María	43243480	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
37	Soriano Infante Wilder	26706484	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
38	Tejada Calua Alfonsina	46625093	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
39	Terán Infante Severino	26624697	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
40	Tingal Tucto Casimira	46424711	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
41	Toledo Calua Pedro	26615659	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
42	Toledo Carrión Marcelina	21458967	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
43	Toledo de Chilón María Lucía	26691387	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
44	Toledo Malimba Liseria	44242064	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
45	Toledo Quispe Pascuala	26851937	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
46	Valdivia Toledo Rut	26147854	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca
47	Zambrano Infante Guiro	41257893	Tejido plano lana de ovino	Porcón Alto	Cajamarca

Anexo 4, fotografías



Pequeño centro artesanal Torre Amarilla localizado en Porcón Alto



Dentro del taller de Torre Amarilla



Producto artesanal textil



Productos textiles artesanales del centro poblado de Porcón Alto



Junto a la maquinaria de producción



Artesana del centro poblado de Porcón Alto realizando la encuesta



Materia prima y lugar donde se realizan los productos artesanales



Maquinaria artesanal en el centro poblado de Porcón Alto



Artesano Textil en la producción de un telar



Productos textiles mostrados para ser vendidos



Centro textil artesanal en Porcón Alto