

# FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“COOPERATIVISMO Y EXPORTACIÓN DE  
TEXTILES ARTESANALES EN SAGRADO  
CORAZÓN DE JESÚS, SAYAMUD BAJO - SAN  
MIGUEL, CAJAMARCA, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada de Administración y Negocios Internacionales

Autora:

Larissa Nataly Bazan Valdivia

Asesor:

Mg. Dany Requejo Granados

Cajamarca - Perú

2021

## DEDICATORIA

Dedico de manera muy especial esta tesis a las personas que siempre me apoyaron en el logro de mis metas académicas y personales; a mi madre, por ser mi soporte emocional; a mi hermano, por siempre estar cuando lo necesito y, sobre todo, a mi padre en el cielo, quién nunca dejó de mostrarme su apoyo en ningún momento.

Larissa Nataly Bazán Valdivia

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer antes que nada a Dios por haberme permitido llegar a este momento, a mi familia, profesores y amigos que estuvieron conmigo durante este proceso.

A la Universidad Privada del Norte por todos estos años de formación académica, a mi asesor Dany Requejo por haberme guiado en la realización de esta tesis y a la asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús por haberme permitido trabajar con ellas.

Larissa Nataly Bazán Valdivia

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>5</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>6</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>50</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>56</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>67</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>73</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>76</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>77</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>85</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> .....	24
<b>Figura 2</b> .....	35
<b>Figura 3</b> .....	37
<b>Figura 4</b> .....	41
<b>Figura 5</b> .....	43
<b>Figura 6</b> .....	44
<b>Figura 7</b> .....	56
<b>Figura 8</b> .....	57
<b>Figura 9</b> .....	58
<b>Figura 10</b> .....	59
<b>Figura 11</b> .....	60
<b>Figura 12</b> .....	62
<b>Figura 13</b> .....	64
<b>Figura 14</b> .....	66

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general identificar las ventajas que presenta el cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en tejido en qallwa elaborados en la asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca, 2020. Para ello, se llevó a cabo un estudio no experimental de tipo descriptivo transversal; empleando técnicas de recolección de datos como la entrevista aplicada a la presidenta y vicepresidenta de la asociación para una mejor recopilación de información. Como parte de los resultados se observó que las artesanas ya ponen en práctica algunas de las dimensiones del cooperativismo como son el emprendimiento y la competitividad; no obstante, aún les falta potenciar sus capacidades en relación con una cultura exportadora, ya que carecen de una adecuada oferta exportable que les permita atender eficientemente la demanda que se les pueda solicitar, de igual manera desconocen los documentos necesarios para una exportación. En conclusión, las ventajas cooperativismo les podrá permitir potencializar lo anteriormente mencionado para que, de esa manera, logren iniciar los procesos de exportación de sus tejidos artesanales por cuenta propia y no a través de terceros, aprovechando las ventajas que les ofrece poner en práctica el modelo cooperativo.

**Palabras clave:** Cooperativismo, cooperativa, exportación, tejidos artesanales.

## ABSTRACT

The general objective of the research was to identify the advantages of cooperativism in the export of artisan textiles in qallwa weaving made in the association of artisans Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo in the province of San Miguel - Cajamarca, 2020. To do this, A non-experimental, descriptive, cross-sectional study was carried out; using data collection techniques such as the interview applied to the president and vice president of the association for better information gathering. As part of the results, it is realized that the artisans already put into practice some of the dimensions of cooperativism such as entrepreneurship and competitiveness; However, they still need to enhance their capacities in relation to an export culture, since they lack an adequate exportable supply that allows them to efficiently meet the demand that may be requested, in the same way they do not know the necessary documents for an export. In conclusion, the advantages of cooperativism will allow them to potentiate the aforementioned so that, in this way, they can start the export processes of their handmade fabrics on their own and not through third parties, taking advantage of the advantages offered by putting the model into practice. cooperative.

**Key words:** Cooperativism, cooperative, export, artisan fabrics.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

#### 1.1.1. A nivel Internacional

En los años recientes, de manera internacional el modelo cooperativo ha adquirido una mayor relevancia dentro de la sociedad mercantil, esto se debe a que, gracias a sus características intrínsecas, ha logrado destacarse de otras entidades jurídicas existentes. Las cooperativas se han visto reflejadas de forma representativa con los trabajadores tradicionales, quienes ha buscado generar oficios propios, así como el denominado autoconsumismo y es que las cooperativas alrededor del mundo se clasifican de acuerdo con su actividad económica, entre las cuales destacan: cooperativas agrarias, de trabajo, servicios, comunales, artesanales, vivienda, ahorro y crédito, entre otras más.

En el ámbito internacional, de acuerdo con Gadea y Atxabal (2015), gracias a las cooperativas miles de personas de bajos recursos han sido capaces afrontar las crisis económicas e inclusive sociales, por lo que se puede destacar que, la existencia de estas mismas ha servido de impulsor para que los individuos sujetos a ellas sepan contrarrestar los impactos que trae consigo las múltiples causas sociales, políticas, económicas y ambientales. Además, la constante colaboración entre los miembros de una cooperativa, así como la interrelación, provoca una mayor participación y creación de vínculos entre ellos y demás miembros pertenecientes a la comunidad, generando de este modo, una mayor confianza y apoyo mutuo (Bretos et al., 2018).

Históricamente, los primeros inicios del movimiento cooperativo datan de 1844, en la localidad de Rochdale, Inglaterra, conformado por un grupo de artesanos que, cansados de los bajos salarios y malas condiciones de trabajo a la que se veían expuestos, decidieron aunar esfuerzos e iniciar un emprendimiento conjunto. Y, desde entonces, el progreso de las

cooperativas se ha ido acrecentando cada vez más, inclusive La Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 2012, debido a los antecedentes positivos del movimiento cooperativo en las últimas décadas en el progreso económico y social, proclamó dicho año como “Año Internacional de las Cooperativas”, basándose principalmente en la reducción de la pobreza, generación de empleo e inclusión social que estas mismas han creado a lo largo de su existencia (Martínez, 2015).

Por otro lado, existen evidencias de que las cooperativas han logrado contribuir al desarrollo rural, esto debido al modelo que maneja, mostrándose notoriamente en el territorio en el que reside. Del mismo modo, al mostrar interés y preocupación por el logro de sus metas económicas y sociales en relación con sus grupos de interés. Finalmente, se explica que uno de los principios cooperativos destacables es el interés por la comunidad que presentan estas entidades, lo que involucra que mantengan la constante consideración hacia el alcance de la plena satisfacción de sus socios, así como el desarrollo de su comunidad, un aspecto relevante dentro del capital social cooperativo (Esteban et al., 2018).

En resumidas cuentas, de manera internacional las cooperativas resultan ser, por naturaleza propia, entidades sostenibles y participativas dentro de la sociedad; además de ello, la multiplicidad en su desarrollo económico permite una amplia generación de empleos para diversos sectores y, cabe resaltar, que las condiciones laborales, pagos y beneficios son óptimos, demostrando su preocupación constante por los miembros que las integran (Wanyama, 2014). Demostrado, de este modo, que el cooperativismo es un modelo que trae consigo muchos aspectos positivos y deben resaltarse a fin de que más individuos conozcan los beneficios que esta entidad representa, entre ellos la internacionalización por medio de la exportación en el caso de cooperativas agrarias y artesanales, el cual supone una gran oportunidad de crecimiento para los miembros de esta misma, así como para la cooperativa en sí; con respecto a esto, Méndez (2019) afirma que, las investigaciones de mercado

aplicada a los negocios internacionales, toma gran relevancia a partir de las redes de contacto personales y profesionales, los cuales pueden desencadenar una rápida internacionalización, a la vez de identificar oportunidades de negocio en países extranjeros .

En el plano latinoamericano, los países que lo conforman han demostrado tener una pluralidad cultural, económica, social y política, lo que ha provocado que la evolución del movimiento cooperativo a lo largo de la historia tenga características divergentes entre ellos, destacando principalmente las particularidades ideológicas existentes en estos países. En este caso, se puede destacar dos líneas principales que explican el desarrollo del cooperativismo en América Latina de acuerdo a su región geográfica, las cuales son: Cono Sur, referida a un modelo cooperativo con tintes europeos y abarca a países como Argentina, Chile, Uruguay y la parte sur de Brasil; por otro lado, está el resto de América Latina, comprendida por América del sur, exceptuando los países mencionados con anterioridad, además de Centroamérica, México y el Caribe; esta línea resalta principalmente por ser un modelo más nuevo y fomentado por el estado de estos países, además de tener raíces tradicionales indígenas (Organización Internacional del Trabajo, 2012).

Por otra parte, las cooperativas en América Latina han ido conservando características en común, las cuales han ido evolucionando de forma positiva a favor de sus miembros y comunidades, entre ellos destaca la democracia y cooperación mutua, es decir, todos sus socios cooperan con el fin de beneficiarse directamente y lograr mejores condiciones de trabajo. No obstante, todas estas cooperativas no se han visto indiferentes a las presiones y cambios traídos a causa de la globalización, provocando que gran parte de ellas se vea obligada a transformarse y ampliar sus horizontes hacia mercados extranjeros, con el fin de obtener un desarrollo progresivo orientado a la internacionalización (Bretos et al., 2018).

No obstante, aunque el modelo cooperativo se presente como una buena alternativa, la realidad es que en los últimos tiempos se ha dificultado su expansión internacional por distintos motivos, entre ellos el desconocimiento de sus beneficios por parte de emprendedores que desean unirse para la conformación de una sociedad. Asimismo, Flecha y Ngai (2014) resaltan el hecho de que la escases de cooperativas en sectores como la artesanía y otros menos comunes les dificultaría encontrar a otras cooperativas con las que puedan establecer alguna clase de vínculo o alianza y, en última instancia, realizar fusiones, teniendo en cuenta que dichas estrategias son relevantes al momento en que se requiera acceder a algún mercado internacional, considerando factores como las diferencias culturales, la distancia y la asunción de costos y riesgos al momento de generar una exportación.

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

Seguidamente, en el ámbito nacional, las cooperativas en el Perú han ido acrecentándose; sin embargo, es un modelo que el estado no ha impulsado lo suficiente a pesar de que está demostrado que puede generar un impacto económico y social positivo, además de incentivar la formalización y optimizar los negocios; por lo que, en contraste con otras entidades jurídicas, la relevancia de las cooperativas no ha sido demasiado significativa. Asimismo, cabe resaltar que, en la mayoría de las regiones del país, los tipos de cooperativas más conocidas y de mayor crecimiento han sido las de ahorro y crédito, agrarias, de vivienda y de servicios, cuando existen muchas otras con un desarrollo económico distinto, tal es el caso de las cooperativas artesanales. De acuerdo con Ortecho (2016), cuando una cooperativa está correctamente constituida y organizada, puede inclusive llegar a ser más eficiente y productiva que una PYME, además de poder llevar a cabo alianzas con empresas mixtas o de capital.

En el Perú, a lo largo de las últimas décadas, se ha ido definiendo la naturaleza jurídica de una cooperativa, al respecto, la Confederación Nacional de Cooperativas del Perú (2019) hace mención que, de forma jurídica las cooperativas poseen características que las diferencian tanto de las sociedades como asociaciones, es por ello que la legislación peruana ha determinado que la cooperativa no representa ninguna de las entidades mencionadas anteriormente, sino que, por el contrario, son una nueva forma de entidad jurídica denominada solamente cooperativa, además de ello, esta misma puede llegar a tener un análisis desde cuatro perspectivas en relación a sus socios, comunidad a otras cooperativas y al estado

Respecto al sector textil en nuestro país, Larios-Francia (2017) aduce que, en el Perú, de los sectores empresariales existentes, las PYMES dedicadas al rubro textil de confección representan la actividad manufacturera con mayor potencial, relevancia y dinamismo con respecto a la demanda externa existente. De igual modo, cabe destacar que el precedente de la textilería peruana ha adquirido una gran transcendencia debido a la particularidad de sus orígenes, los cuales se remontan a épocas preincas, incas e inclusive en la actualidad hay muchos poblados andinos que continúan con esta milenaria tradición, reflejando en sus textiles sus costumbres y folclore heredadas de generación en generación.

En ese sentido, Quevedo (2015) resalta el significado de textilería ancestral peruana como el arte de transformar las fibras vegetales y animales haciendo uso de instrumentos intrínsecos de nuestro país, como son: la rueca, el huso, el piruro, la pushca y el telar de cintura. En relación con este mismo tema, Gutiérrez et al. (2013) advierten que la industria peruana de textiles y prendas de vestir ha demostrado cambios sorprendentes en los últimos 20 años, por lo que su complejidad obstaculiza el análisis de su desarrollo. En tanto, Laguna et al. (2020) señalan que, desde los años 80, el sector textil ha ido adquiriendo un constante

desarrollo y relevancia debido a la materia prima empleada, como es el caso del algodón, el cual ha elevado el interés de los mercados extranjeros.

Desde otro punto de vista, en cuanto a las exportaciones en la industria textil, Navarro et al. (2013) alegan que, dicha actividad se ve afectada por las distintas decisiones que se van tomando en las organizaciones y que tiene que ver generalmente con la cultura corporativa de esta misma, así como las estrategias que estas ellas emplean en el campo exportador. Sin embargo, se debe considerar que, aún en tiempos modernos, hay muchas cooperativas que se han mantenido estancadas o no han sabido adaptarse a los cambios que ha traído consigo la globalización, afectando notoriamente a la calidad de sus mercancías y su capacidad de gestión:

Concretamente, la gestión de la calidad permite a una empresa utilizar los recursos de una forma más eficiente para mejorar su posición en el mercado. No obstante, pocas PYMES poseen herramientas para la gestión de la calidad, porque esta requiere de la alineación de distintas competencias de las cuales, en algunos casos, carecen por su inexperiencia. (Rocca et al., 2016, pp. 52-68)

Finalmente, Esteban et al. (2018) remarcan que uno de los objetivos que tienen las cooperativas, es la de fomentar la creación de empleo y concretamente se refiere a las cooperativas de confección textil, ya que destaca que en el sector rural las mujeres dedicadas a este rubro pueden llegar a considerar la conformación de una cooperativa de trabajo a consecuencia de pérdida de oportunidades de trabajo, además de que existe la garantía de que puedan acceder a ayudas por parte de instituciones públicas para fomentar el desarrollo local. Cabe resaltar que debido a la pandemia de la Covid-19 originada en el año 2020, muchas empresas dedicadas al rubro textil se vieron en la obligación de cerrar al no poder sobrellevar la situación, del mismo modo muchos perdieron su empleo al enfrentarse a un panorama desconocido en ese entonces.

Respecto a esto, la Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima (2020) declaró que la pandemia en el Perú tuvo un negativo impacto en sector textil, afectando a las fábricas y tiendas dedicadas a este rubro; del mismo modo, perjudicando a las ferias internacionales y semanas de la moda donde muchos empresarios recurrían para lograr un vínculo comercial con clientes internacionales; es por ello que la pandemia causó la suspensión de exportaciones pactadas, un sobre stock en las tiendas al no vender sus mercaderías ya que durante la misma no se consideraron artículos de mayor prioridad, muchas empresas que fueron a la quiebra, tener problemas de liquidez, entre otros factores.

Cabe resaltar que a la fecha en el Primer directorio nacional Virtual de Cooperativas del Perú, no se ha registrado ninguna cooperativa artesanal en ninguna de las regiones del país, lo que demuestra la falta de fomento que éstas poseen en el país, siendo que presentan números ventajas a sus integrantes de manera interna y externa.

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

En cuanto al ámbito regional, Cajamarca viene desarrollando tejidos artesanales, los cuales se han ido transmitiendo por generaciones y, hasta hace un tiempo, su nivel de producción se había limitado a unidades familiares, pero en el transcurso de los años se han formado algunas asociaciones de artesanos, conformado por mujeres en su mayoría, las cuales ya desarrollan productos de diversa variedad. Entre las provincias más destacadas en las que se producen estos tejidos, destacan principalmente Chota, Bambamarca, Porcón y, finalmente, San Miguel de Pallaques. No obstante; las asociaciones de artesanos textiles en estas mismas, aún se están volviendo más potentes en cuanto a gestión y capacidad productiva, además de potencialmente eficientes, es por ello que el tema de cultura exportadora sigue siendo débil en ellas (Apaestegui y Quispe, 2017).

Por otro lado, en Cajamarca es muy reconocido el tejido artesanal en qallwa o telar de pie o cintura, el cual durante generaciones ha sido transmitido por los artesanos dedicados

a este mismo y que, además, cuenta con apoyo gubernamental y no gubernamental, lo cual ha facilitado el camino a muchos de ellos para permitir la exportación de sus mercancías (Cajamarca arte y cultura, 2016). Cabe destacar que, en las distintas provincias cajamarquinas, estos tejidos artesanales se han ido distribuyendo por terceros con mayor frecuencia, ya que estas mismas asociaciones generalmente son solo productores de dichos bienes; por lo tanto, mucho de ellos desconocen acerca de la competencia y comercio interior que se desarrolla en su zona. La logística es vital dentro de la competitividad de las PYMES artesanales, esto se debe a que este representa una pieza clave a la hora de comercializar las artesanías, ya que es capaz de determinar su éxito o fracaso en el mercado (Romero et al., 2018).

Aunque el tejido a qallwa se viene desarrollando en distintas provincias de Cajamarca, es precisamente en la provincia de San Miguel de Pallaques, en la asociación de artesanas “Sagrado Corazón de Jesús” – Sayamud bajo, donde se centra esta investigación. Esta misma fue fundada en el año 2012 a consecuencia de la explotación de los intermediarios hacia las artesanas que compraban sus productos y les pagaban muy poco por estos; fue por ello por lo que, a partir de la creación de esta misma, las mujeres que trabajan en esta asociación vienen elaborando productos de artesanía textil en tejido en qallwa, ya que extienden sus enormes telares desde los árboles o los aleros de sus casas hasta la cintura, cargando hasta 15 kg de tejido aproximadamente. Estos productos son fabricados con dedicación en hilo fino de calidad y plasman en ellos su cultura, sus costumbres y sus fiestas tradicionales.

Seguidamente, cabe señalar que la técnica de tejido en qallwa ha sido reconocida como “Patrimonio Cultural de la Nación” en noviembre del 2019 por medio de una resolución viceministral, la cual hace referencia a lo siguiente:

Que, la manufactura textil de San Miguel goza de especial reconocimiento regional por su notable valor estético y simbólico. Vinculada íntimamente a lo femenino y fundamentada en el telar de cintura o qallwa, estos tejidos son expresión de una tradición de larga trayectoria histórica que conserva rasgos de su origen prehispánico y es testimonio de los desplazamientos y fluidas relaciones que mantienen las poblaciones de Cajamarca y las del litoral. (Resolución Viceministerial N.º 211-2019-VMPCIC-MC, 2019)

Es en torno a ello que se ha identificado el principal problema de investigación que es la falta de oportunidades de exportación por parte de las artesanas de Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel - Cajamarca, que elaboran textiles artesanales en tejido en qallwa; perdiendo de esta manera grandes oportunidades de conseguir un progreso en torno a expandirse hacia mercados extranjeros y, de este modo, obtener beneficios directos y mayor reconocimiento por sus labores, teniendo en consideración que la técnica de tejido a qallwa que emplean tiene un alto reconocimiento como se mencionó con anterioridad. Siendo así, sus mercancías son capaces de generar un valor agregado en su coste en este mercado precisamente por dichas cualidades, que se ven perdidas debido a la poca de cultura exportadora existente en esta asociación de artesanas textiles. Aunque las artesanas dedican gran cantidad de horas de trabajo al momento de elaborar sus productos, los márgenes de utilidad que perciben por estos son muy desproporcionales al esfuerzo y diligencia que emplean al fabricar estos mismos (Neira y Pasapera, 2014).

Posteriormente, es necesario indicar que, actualmente, la asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca viene recuperándose de algunas dificultades en su emprendimiento a consecuencia de la pandemia ocasionada por el COVID-19, ya que coyuntura en aquel momento en el país provocó que

muchas pequeñas y medianas empresas se viesen afectadas, entre ellas esta asociación de artesanas, ya que de acuerdo con la presidenta de la asociación, la señora Deisy Lozano Cerna, anterior a la pandemia, su asociación participaba activamente en ferias artesanales en la región Cajamarca y sus ingresos eran positivos; sin embargo, cuando se declaró el estado de emergencia y posterior cuarentena en todo el país, dejaron de producir y vender los tejidos a sus clientes locales y nacionales, causando una disminución significativa sobre sus ingresos y afectando a todas las socias de esta misma, así como sus respectivas unidades familiares.

## **1.2. Antecedentes**

### **1.2.1. Internacionales**

Es de esta manera que a nivel internacional se llevaron a cabo estudios relacionados con esta investigación, entre los cuales se presentan los siguientes:

Carvache (2016), en su tesis de pregrado *“Análisis de los modelos de asociatividad para la internacionalización de la producción artesanal del cantón Atacames”* para optar el grado de licenciatura y publicado por la Pontificia Universidad Católica de Ecuador; cuyo objetivo es el de analizar los modelos de asociatividad para la internacionalización de la producción artesanal del cantón Atacames para crear alternativas exitosas para resolver los problemas que conllevan, así como lograr la mejora del rendimiento laboral de sus miembros y promover la internacionalización de la producción nacional. La metodología empleada fue de carácter descriptivo y se hizo uso de una entrevista aplicada a la Especialista del Sector Artesanal de Proecuador, al Subsecretario de Mipymes y Artesanías del Mipro y a un representante del Consorcio de Chocolate Ecuatoriano; asimismo se empleó revisiones documentales. Como parte de los resultados se identificó los aspectos primordiales de los modelos de asociatividad, teniendo como principal resultado la creación de un consorcio de ventas de artesanías para la internacionalización de la producción del cantón Atacames para que los artesanos logren ser acreedores de diversos beneficios otorgados por las instituciones

pertinentes. La conclusión a la que llegó el autor en esta investigación fue que los modelos internacionales de asociatividad representan una importante estrategia para internacionalizar una producción; además, el de resaltar la importancia de que los artesanos del cantón Atacames opten por un consorcio de exportación como asociatividad para aprovechar sus fortalezas individuales y ser acreedores de muchos beneficios.

Mayorga y Mayorga (2017), en su tesis de pre grado *“El Emprendimiento Asociativo del sector textil y su impacto en el Desarrollo Local de la provincia de Tungurahua”* para optar el grado de licenciatura y publicado por la Universidad Técnica de Ambato – Ecuador; cuyo objetivo es el de establecer el grado de contribución del emprendimiento asociativo del sector textil en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua, destacando la contribución dinamizadora en la economía y su relación socio productiva. La metodología empleada fue cuali-cuantitativo, mientras que, para la recolección de datos, se aplicó una encuesta a los presidentes de las asociaciones textiles como a sus socios. Como parte de los resultados, se identificó que el emprendimiento asociativo ha sido capaz de contribuir a que incentive la generación de empleo, mejorando con ellos las condiciones de vida de los socios y sus familiares y también a los técnicos involucrados que han asegurado ingresos propios e igualmente para sus familias. La conclusión a la que llegaron los autores en esta investigación fue que la asociatividad del sector textil impulsa el crecimiento económico y la capacidad competitiva de las localidades; mientras que el desarrollo local se muestra como un proceso de diversificación y enriquecimiento de las actividades económicas y sociales en un territorio, basado en la identificación y aprovechamiento de los recursos endógenos para mejorar la calidad de vida de las familias.

Rojas y Chirán (2018), en su tesis de pregrado *“Propuesta de asociatividad para generar desarrollo en el sector textil artesanal del cantón Otavalo”* para optar el grado de licenciatura y publicado por la Universidad San Francisco de Quito; cuyo objetivo es el de

hacer un análisis sobre la manera en que los artesanos textiles pertenecientes a la producción logren mejorar su nivel de producción, competitividad y rentabilidad aplicando un plan de asociatividad que logre integrarlos y les posibilite lograr objetivos comunes. La metodología empleada fue mixta, conteniendo elementos tanto cualitativos como cuantitativos, para la recolección de datos se empleó una revisión de literatura, entrevistas a informantes clave y una encuesta dirigida a los productores textiles otavaleños. Como parte de los resultados se obtuvo que los productores identificaron que la creación de un modelo asociativo logrará una mejora en su rentabilidad como desarrollo competitivo en su producción, permitiéndoles obtener mejor calidad en la elaboración de sus textiles y ser más competitivos frente a otros productores del ámbito internacional. La conclusión a la que llegaron los autores en esta investigación fue que el establecer una propuesta de asociatividad a los artesanos, se puede llegar a mejorar su situación actual en cuanto al sector textil, al ser capaces de generar mejores estrategias que beneficie a las pequeñas y medianas empresas que se unan a dicho plan.

### **1.2.2. Nacionales**

Del mismo modo, en el ámbito nacional, se identificaron estudios de gran relevancia y afines con la investigación:

Méndez (2016) en su tesis de post grado *“La producción artesanal y la competitividad de la asociación de microempresas tejido con arte de la provincia de Yungay- 2014”* para optar el grado de maestría y publicada por la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo; cuyo objetivo es el de determinar mejoras en los niveles de producción y la calidad del tejido artesanal, para lograr competitividad en la asociación de microempresas de tejidos con artes de la provincia de Yungay. La metodología empleada en su investigación fue de carácter aplicativo; descriptivo y explicativo, adicionalmente, se aplicó un diseño de investigación no experimental. Los instrumentos usados para la

recolección de datos fue la observación directa y un cuestionario dirigido a una muestra de 47 productores de la asociación. Como parte de los resultados se obtuvo que, la capacidad productiva por línea de producción orientado a la mejora de los costos productivos, calidad en las prendas, tiempo de entrega y diferenciación frente a sus rivales, con el fin de ser más competitivos en el mercado, se pueden potenciar gracias al trabajo, la tecnología, el factor empresarial y la calidad en el ciclo de producción. La conclusión a la que llegó el autor en esta investigación fue que el trabajo, la tecnología y la gestión empresarial; suponen elementos que determinan el sistema de costos para elaboración de prendas y, de esa forma, establecer la capacidad productiva de acuerdo con la línea de producción de la empresa.

Romero (2018) en su tesis de pre grado *“Ventajas competitivas de la asociatividad de artesanos filigranistas en plata y oro del distrito de San Jerónimo de Tunán-Huancayo como estrategia de internacionalización en el mercado de Estados Unidos 2015”* para optar el grado de licenciatura y publicada por la Universidad San Martín de Porres; cuyo objetivo es el de determinar las ventajas competitivas de la Asociación de artesanos filigranistas en plata y oro del distrito San Jerónimo de Tunán que, actualmente, se encuentran laborando en forma individual sin generar un valor agregado a sus mercancía, con el propósito de que estos mismos tomen la iniciativa de internacionalizarse por medio de la exportación. La metodología empleada en su investigación fue de un diseño exploratorio cualitativo etnográfico, esto debido a que se llevó a cabo un análisis directo de las vivencias de los orfebres de la asociación a través de una entrevista a profundidad al presidente de la asociación, así como técnicas de observación. Como parte de los resultados se obtuvo que, para que los orfebres puedan lograr la internacionalización de sus mercancías, lo que necesitan, es principalmente el compañerismo, así como la confianza en ellos mismos. La conclusión a la que llegó el autor en esta investigación fue que los elementos principales en una asociatividad son tener un objetivo en común, el compromiso de las partes y, por último,

la definición de los roles, ya que sin ellos una asociatividad no se podría mantener en el tiempo.

### **1.2.3. Locales**

Por último, en el plano regional, se tomó en cuenta estudios que consideraran una de las mismas variables que esta investigación y/o la misma población de estudio, entre las cuales se pudo obtener las siguientes:

Apaestegui y Quispe (2017) en su tesis de pre grado *“Cultura exportadora en la asociación artesanas Pañon Tacabambino, provincia de Chota – Cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de Nueva York – EE. UU, 2018”* para optar el grado de licenciatura y publicado por la Universidad Privada del Norte; cuyo objetivo es el de identificar los lineamientos que permitirá mejorar la cultura exportadora en la Asociación Artesanas Pañon Tacabambino, enfocado a la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado estadounidense. La metodología empleada en su investigación fue de un diagnóstico situacional, por medio de la aplicación de encuestas y entrevistas dirigidas a las artesanas de la provincia de Chota. Como parte de los resultados se obtuvo que, estas mismas no cuentan con una capacidad económica suficiente que les permita producir sus mercancía en mayores volúmenes, por lo que en la actualidad se han limitado a atender solamente al mercado local y nacional; por otro lado, indican que no disponen de acceso financiero por parte de entidades bancarias, quienes temen el incumplimiento de los pagos por parte de las artesanas, lo que les dificulta la obtención de materia prima que les permita atender mercados internacionales. La conclusión a la que llegaron los autores en esta investigación fue que es necesario contar con una buena capacidad económica y financiera para lograr obtener una buena oferta exportable, dichos aspectos pueden ser reajustados de acuerdo con la disposición de las artesanas.

Díaz y García (2018) en su tesis de pre grado *“Asociatividad de los productores de textiles artesanales de la provincia de san miguel Cajamarca para promover su exportación al mercado canadiense, 2020”* para optar el grado de licenciatura y publicado por la Universidad Privada del Norte; cuyo objetivo es el de determinar los beneficios de la asociatividad de los productores de textiles artesanales de la provincia de San Miguel para promover su exportación al mercado de Canadá teniendo conocimiento acerca de la oferta y actual demanda sobre los productos que ofrecen las artesanas, con el fin de exponer propuestas de mejora para generar la asociatividad. La metodología empleada en su investigación fue no experimental y de tipo descriptiva; la técnica de recolección de datos aplicado en el estudio fueron entrevistas dirigidas a las presidentas de las asociaciones y a cada uno de sus miembros. Del mismo modo, se llevó a cabo una revisión documentaria para generar el estudio del mercado canadiense, lo que permitió determinar y analizarla demanda de los productos textiles en este país. Como parte de los resultados se obtuvo que, a través de la asociatividad se puede generar una oferta exportable mayor, así como buscar más mercados de destino para internacionalizar el producto. La conclusión a la que llegaron los autores en esta investigación fue que los tejidos artesanales en la provincia de San Miguel tienen un gran potencial para su internacionalización por medio de la exportación; no obstante, las artesanas necesitan generar un mayor índice de producción, para lo cual unir a todas las asociaciones sería una forma de cumplir con este cometido. Por otro lado, el uso de herramientas textiles más avanzadas mejoraría el desarrollo y la calidad de las prendas.

### **1.3. Marco Teórico**

#### **1.3.1. Bases teóricas**

##### **1.3.1.1. Cooperativismo**

En la actualidad, muchos consideran a las cooperativas como una alternativa económica y social a consecuencia de la democracia que esta maneja en su constitución, así como una evolución dentro de la denominada “economía del bien común” (Gadea y Atxabal, 2015). Basado principalmente en los precedentes del movimiento cooperativo internacional, los valores y principios es que estas mismas se encuentran arraigadas al desarrollo sostenible tanto interno como externo, es decir, velan constantemente por el bienestar de sus trabajadores como grupos de interés a fines a ellos y que, de alguna u otra manera, afecta a su desarrollo cooperativo (Martínez, 2013).

Monzón (1995) manifiesta de que los antecedentes históricos de las cooperativas permiten asegurar que es un instrumento empresarial útil al haber sido impulsada por diferentes movimientos sociales al largo de su historia y en el caso de las cooperativas de trabajo, lo que detonó su impulso fue principalmente la creación de empleo frente a las problemáticas macroeconómicas. Del mismo modo, Hernández (2017) concuerda con lo dicho por Monzón (1995), ya que recalca los beneficios de las cooperativas orientadas a la regulación de aquellas actividades que se realizan de forma independiente o que, en todo caso, se desarrollan de manera informal; contribuyendo a que estas mismas se vuelvan legales al integrarlas a ellas y reforzando la economía formal en los países en los que se desenvuelven. Es por ello por lo que tal aspecto contribuye a que en todos estos países se permita, gracias a las cooperativas, la creación de empleos directos o indirectos, además de fomentar valores y principios considerados pilares para la conformación de estas entidades. En una cooperativa se puede obtener beneficios financieros, sin embargo, las prerrogativas

económicas personales a expensas de los socios quedan totalmente relegadas. (Meza y Quevedo, 2016).

Por lo tanto, la definición del cooperativismo se puede definir de acuerdo con los siguientes autores:

### Figura 1

#### *Definición del Cooperativismo*

Variable	Definición	Autores referenciados
	Una cooperativa es una sociedad autónoma de personas que se han unido voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática.	(Alianza Cooperativa Internacional, 1996, citado en Martínez, 2015)
Cooperativismo	En sentido amplio el cooperativismo es un hecho natural y espontáneo, directamente vinculado con la sociabilidad humana a la que está ligada... fenómeno relativamente moderno, cuyos orígenes se encuentran en el siglo XIX, tanto desde un punto de vista doctrinal e ideológico como desde una perspectiva práctica.	(Pendas, 1987)
	De manera intrínseca, el propósito principal de las cooperativas es la de satisfacer las necesidades de sus miembros y stakeholders a fines. Por otro lado, extrínsecamente, las cooperativas procuran el bienestar de la sociedad por medio del suministro de su oferta de bienes y/o servicios hasta, inclusive, el solucionar cuestiones sociales que pueden afectar su gremio local.	(Bauer et al., 2012)

Nota: Responsables de la investigación

### *Teorías del Cooperativismo*

**Robert Owen y el pensamiento owenista:** Según describe Lambert (1961), fue con Owen que quedó estipulado ciertos principios de su base ideológica que conforman el modelo cooperativo modernos como son: a) la asociación; b) la naturaleza voluntaria de la asociación y, finalmente c) la empresa aspirando al servicio y no al lucro.

Del mismo modo, Ortega (2021) manifiesta lo siguiente acerca de la contribución del pensamiento owenista al modelo cooperativo moderno;

Si bien las realizaciones prácticas impulsadas por Owen surgidas bajo la inspiración de sus doctrinas –sean las comunidades de cooperación, los almacenes de cambio, o la multitud de cooperativas que surgieron en esas décadas– no resultaron exitosas, no existe duda sobre su contribución a la formación de la idea cooperativa (pp. 61-62).

**Los pioneros de Rochdale:** “La experiencia de Rochdale surge, pues, del mismo impulso transformador de inspiración owenista... concebido entorno a la constitución de una comunidad de cooperación de carácter integral, en la que la cooperativa de consumo adquiriría una prioridad táctica” (Aranzadi, 1976 y Monzón, 1989 citados en Ortega, 2021 p. 63).

Holyoake (1989), explica que los primeros inicios de la unión de los pioneros de Rochdale es relatada como un grupo de trabajadores de Manchester que, ante el fracaso en sus intentos de lograr salarios justos pese a haber conseguido buenos resultados en la industria textil, fue que tomaron la decisión de mejorar sus condiciones tanto económicas como de vida por medio de la constitución de una cooperativa en la que puedan lograr este mismo objetivo.

**El Doctor William King:** En cuanto a la contribución al modelo cooperativo por parte del Doctor King, Ortega (2021) manifiesta que dicho personaje tiene ganado un lugar como uno de los principales precursores de este modelo, sobre todo por la fijación de la

dimensión de la ayuda propia como parte de una autonomía vinculada a los socios, sobre todo los pertenecientes en aquella época a la clase obrera.

Lambert (1961) resalta dos principios fundamentales por las que se caracterizó la contribución del doctor King al modelo cooperativo, uno de ellos es la cooperación descrita como un acto voluntario, más no un acto obligatorio. Por lo que se puede observar un énfasis primordial en la colaboración interna entre los mismos socios y externa, dirigida principalmente a la sociedad. Por otro lado, destaca el principio de neutralidad, es decir, que la conformación de una cooperativa va más allá de ideologías políticas y religiones, que los socios que la conforman no serán identificados por cualquier índole anteriormente mencionada.

**Fourier y el pensamiento fourierista:** Fourier a diferencia de los anteriores planteamientos de las bases que formarían el modelo cooperativo modernos, mantiene matices que difieren en cierto grado de las mismas. Dicho personaje contrasta en su pensamiento cooperativo con respecto a los anteriores precursores, ya que, al no tener un impacto directo con la revolución industrial de aquella época a diferencia de Robert Owen, fue que no trató solo de hacer frente a los problemas de la clase obrera, si no que planteaba la construcción de sociedades conformadas por personas pertenecientes a todas las clases sociales (Lambert, 1961).

Mientras tanto, Ortega (2021) resalta que el carácter precursor del modelo cooperativo de Fourier ha sido cuestionado por varios autores a la fecha, sobre todo por la posición que este tenía respecto al capital y al principio de la remuneración variable de este mismo, aspectos por los que se diferencia y aleja de la doctrina cooperativa. Del mismo modo, otro aspecto que lo distancia de los anteriores precursores es que su pensamiento ha resultado ser más complejo al llegar a trascender el foco del sistema cooperativo, llegando a

tener ideas y planteamientos que muchos autores han calificado como extravagantes poniendo en cuestionamiento la valides y credibilidad de sus planteamientos.

**Philippe Buchez y el pensamiento bucheciano:** Ortega (2021) expresa que la relevancia de Buchez en el desarrollo del modelo cooperativo lo ha llevado a ser considerado como el precursor de las cooperativas de producción o trabajo, ya que este personaje ha contribuido a que Francia sea considerada como la cuna del cooperativismo de producción o trabajo. Adicional a ello, la influencia de Buchez es notable, ya que la primera cooperativa fundada en Francia fue establecida inclusive 10 años antes que la cooperativa de los pioneros de Rochdale (Monzón, 1989). Es por parte de este precursor que se distingue de manera mucho más clara las principales características del modelo cooperativo actual, al destacar el principio de que la empresa será constituida por medio de la asociación y no sobre los capitales de trabajo, con ello dilucidando de que dicha sociedad es propiedad exclusiva de los trabajadores (Ortega, 2021).

Finalmente, Garau (2015) expresa lo siguiente con respecto a Buchez a consecuencia del estudio del movimiento cooperativo puesto en funcionamiento desde fines del siglo XIX en Catalunya:

Los principios de Buchez eran sorprendentemente lúcidos a la hora de problematizar la puesta en marcha de las cooperativas autónomas de trabajo y de producción y plantear soluciones, teniendo en cuenta que no se basaba en la experiencia práctica sino en la mera elucubración (p. 78).

**Louis Blanc:** Este último precursor se contrapone con Buchez o Fourier, ya que resalta principalmente por su impulso político y practico en las cooperativas de producción en Francia, siendo en ese entonces un líder político, así como responsable durante un gobierno de la segunda república (Ortega, 2021). Del mismo modo, su propuesta en el desarrollo de las cooperativas de trabajo contenía un plan que le permitía un mejor

desenvolvimiento en el ámbito de la gran industria, por lo que se destaca sus planteamientos en relación a los ya estipulado por los antiguos precursores; no obstante, destaca por el rol que le da al Estado en su relación con la sociedad (Ortega, 2021).

Cabe destacar que Blanc no se distancia demasiado de los planteamientos y defensa de virtudes acerca de la vida en comunidad que propuso Fourier con anterioridad; Blanc propone un “estado de asociaciones” basándose en que sean la base del orden social las cooperativas de producción, mientras que deja al Estado como un agente encargado de las políticas exteriores o coordinaciones internas dentro de las mismas (Fernández, 2009).

### **Principios del cooperativismo:**

De acuerdo con el Texto Único Ordenado de la Ley General de Cooperativas, se presenta los siguientes principios que rigen las cooperativas (1990):

1. **Asociación abierta y voluntaria:** Cualquier persona interesada en formar parte de una cooperativa y decida comprometerse con las responsabilidades que esta conlleva, será aceptado sin considerar su género, raza, religión, condición social y cualquier otra índole semejante; al ser esta una entidad abierta y de carácter voluntario.
2. **Gestión democrática por parte de los socios:** Al ser una organización gestionada de manera democrática, los socios elegidos para la representación y gestión de la cooperativa serán responsables ante los socios y en conjunto se generan las políticas y toma de decisiones. Sea cual sea el grado de la cooperativa, los procesos se realizan de manera democrática.
3. **Participación económica de los socios:** Todos los socios que conforman la cooperativa aportan al capital de esta de manera equitativa, así como llevan a cabo una gestión democrática de este capital, siendo una parte de aquel de propiedad común de la cooperativa.

4. **Autonomía e Independencia:** Son consideradas organizaciones con autonomía y ayuda mutua al ser gestionadas por los socios de la misma. Al tomar decisiones lo hacen en conjunto, pero conservando la autonomía que les corresponde.
5. **Educación, formación e información:** Las cooperativas se encargarán de la educación y formación de sus socios y representantes de esta con la finalidad de que esta consiga un mejor desarrollo cooperativo. Asimismo, el de brindar información a personas externas acerca de los beneficios del cooperativismo.
6. **Cooperación entre cooperativas:** Se favorece el desarrollo interno en las cooperativas por medio del fortalecimiento del movimiento cooperativo, considerando también el trabajo conjunto en estructuras locales, nacionales e internacionales.
7. **Interés por la comunidad:** Se trabaja dentro de las cooperativas políticas aprobadas por todos los socios a favor del desarrollo sostenible de su comunidad.

### *Dimensiones del cooperativismo*

De acuerdo con la teoría recopilada acerca del cooperativismo a nivel internacional, latinoamericano, nacional y regional expuestos con anterioridad en la realidad problemática; se puede resaltar dimensiones importantes que abarcan esta misma variable como son las siguientes:

- *Emprendimiento:*

Stevenson (2011) establece que, independientemente de los recursos que se tengan y regulen en un primer momento, es posible la búsqueda de nuevas oportunidades que se puedan aprovechar. Por lo tanto, se puede lograr un emprendimiento cooperativo factible por medio de la generación de empleo, además de que las cooperativas se caracterizan por

ser entidades voluntarias que priorizan la colaboración entre sus miembros con la finalidad de que logren obtener una autonomía que les permita desarrollarse interna y externamente.

Seguidamente, Hernández (2017) indica que las cooperativas empresariales pueden estar impulsadas principalmente por el emprendimiento, a facilitar la ayuda a los emprendedores autónomos en sus proyectos empresariales por medio de la orientación profesional con la finalidad de lograr el éxito en el negocio individualmente; la formación en habilidades empresariales a los socios ya sea de manera individual o grupal en los ámbitos que se crean sean necesarios; del mismo modo, el apoyo técnico en los primeros años en el que se conforma la cooperativa, permitiéndoles de este modo considerarlo como una guía y en un futuro puedan asegurar la continuidad del negocio al generar una mayor apertura en el mercado, mayor incorporación de socios, asegurar una mejor relación con clientes, entre otros aspectos más.

Por último, para Bretos et al. (2018) manifiesta que el emprendimiento cooperativo se verá más favorecido en las regiones en las que se denote una mayor presencia de asociaciones, esto debido a que la creación de cooperativos tiende a ser más favorable en zonas donde prevalecen estas mismas, así como organizaciones similares al compartir elementos representativos de una cooperativa. Del mismo modo, se favorece dicho emprendimiento cuando los socios difunden sus conocimientos, como las diferentes ideas y visiones que poseen, ya que al compartirla les permite acceder a nueva información, así como a generar nuevos recursos que les sean de utilidad.

En resumen, sobre la dimensión de emprendimiento se obtuvo que:

Para Stevenson (2011), Hernández (2017) y Bretos et al. (2018), el emprendimiento interno permite el desarrollo de las cooperativas de trabajo, posibilitando el aumento de sus ingresos y mejorar su calidad de vida; mientras que, el emprendimiento externo, los encamina a la inclusión social y desarrollo sostenible, mostrando un compromiso hacia su

comunidad y recursos naturales; adicionalmente, el fortalecimiento de la gestión empresarial en ellos, provocando una mejora en la competitividad; posibilitando incluso considerar la actividad de exportación para lograr una participación importante en la economía nacional. Se destaca principalmente aspecto como la colaboración entre los socios, la autonomía para cada uno de ellos sin dejar de lado dicha colaboración democrática y el generar mayores posibilidades de empleo al expandir sus planes por medio de nuevos aprendizajes y al asegurar la continuidad de sus emprendimientos.

- *Competitividad:*

Porter (1985) la define como la capacidad que posee una empresa para elaborar y comercializar sus bienes y/o productos de manera más eficiente que su competencia en cuanto a precio, calidad y oportunidad. En este sentido, en una cooperativa ya sea agraria, de trabajo, de servicios, artesanal u otra que proporcione bienes y servicios al público, la competitividad puede establecerse por medio de la diferenciación y la gestión de calidad del producto o servicio ofrecido, a fin de mostrar una clara ventaja competitiva en el sector económico desarrollado por cada una de estas y así obtener mayores beneficios en el mercado local, nacional e internacional.

Del mismo modo, Moreno y Rodríguez (1998) alegan que las empresas suelen hacer uso de estrategias de diferenciación de producto como parte del incremento de la competitividad de esta, uno de ellos por lo general suele ser la diferenciación en la calidad de los productos, procurando que esta siempre sea la más adecuada y asegurando una oferta competente y otra en valores añadidos, complementos que aseguren que los productos lanzados al mercado poseen un distintivo.

Seguidamente, Moyano et al. (2008) expone que la competitividad en las sociedades cooperativas se ha determinado por la disposición que se le da al cliente al atender sus necesidades sin dejar de lado el desarrollo de sus actividades. Igualmente, el combinar

recursos valiosos se logra una ventaja competitiva, como son la complementariedad o la difícil imitación, refiriéndose exclusivamente a la diferenciación de producto como tal o la imitación en la gestión cooperativa con otras existentes.

Por último, Bruque et al. (2002) hace referencia a que las sociedades cooperativas han logrado alcanzar mayores niveles de competitividad favorable en contraste con otras organizaciones capitalistas a consecuencia de una participación activa por parte de los socios en los procesos de gestión y la toma de decisiones, logrando un desarrollo en su ventaja competitiva en cuanto a la integración conjunta y la mejorar en la gestión de calidad.

En resumidas cuentas, para la dimensión de competitividad se obtuvo que:

Para Porter (1985) la competitividad se basa en la capacidad de la empresa para generar productos diferentes a las de su competencia, considerando aspecto como el precio, calidad y oportunidad; del mismo modo concuerdan con esto Moreno y Rodríguez (1998), ya que explican que las estrategias de diferenciación son bastante útiles para las empresas hoy en día, estando entre ellas la calidad del producto, una oferta que sea lo suficientemente competente y el valor agregado que se le pueda dar a este producto. En contraste Moyano et al. (2008) asegura de que la competitividad en las sociedades cooperativas se determina por el acercamiento que se tenga con los clientes sin dejar de lado aspectos como la difícil imitación en los productos ofrecidos y una gestión diferenciadora. Del mismo modo, Bruque et al. (2002) considera que la competitividad cooperativa se logra teniendo una participación activa en con los socios en los procesos de gestión y toma de decisiones, consiguiendo una mejor integración y gestión de calidad en sus productos.

- *Capital social cooperativo:*

Es definido como el conjunto de características sociales existentes en una organización, las cuales involucran los vínculos, normas y la confianza entre los miembros a fin de favorecer la cooperación para el bien común (Putnam, 1995). Dicha dimensión

incluye aspectos como son: a) Inter cooperación entre cooperativas y empresas de la economía social y b) Desarrollo de las necesidades de la comunidad, relacionado específicamente con los grupos de interés externos de la cooperativa; de esta manera y teniendo en cuenta dichos elementos, el progreso cooperativo será aún mayor en los miembros que lo conforman (Bretos, et al., 2018).

Del mismo modo, para Lambert (1961), el capital social cooperativo supone un fondo de vital importancia, ya que funciona como un diferenciador entre una cooperativa y otros modelos de empresas, además de garantizar que los socios mantengan su interés y fidelidad a este modelo en general, así como a las clases trabajadoras al mantener un aporte económico a la misma. Seguidamente, el capital social cooperativo, a diferencia de una sociedad de capitales, este tiene un carácter meramente instrumental y no atribuye poder alguno, ya que, independientemente de los aportes realizados por los socios al capital social, esto no interfiere en su participación dentro de la cooperativa; del mismo modo, las ganancias generadas si se reparten en proporción a dicha participación y, por último, los riesgos asumidos por cada uno depende exclusivamente de los aportes que cada socio haya generado (Lambert, 1961).

Por último, Arando et al. (2012) aduce que las personas que conforman una cooperativa han logrado alcanzar un elevado nivel de capital social, asimilando intrínsecamente los valores y comportamientos que estas poseen y han logrado expandir hacia la comunidad en la que residen. Consecutivamente, este alto capital social conseguido les permite tener una participación favorable y actitud predispuesta a la misma sobre todo en la sociedad, ya que al pertenecer a una sociedad democrática como es la cooperativa, es que les permite tener una mejor colaboración interna, como es entre socios y su comunidad; mientras que, de manera extrínseca, la de la colaboración con otras entidades similares a

esta. En consecuencia, existe un mayor nivel de capital social cooperativo en zonas donde es común el empleo cooperativo.

Es así como, para la dimensión de Capital social cooperativo se obtuvo que:

Para Putnam (1995) el capital social cooperativo está considerado como las características sociales que existen en una cooperativa, considerando los vínculos y la confianza que existe entre los socios a favor del bien común. Por otro lado, para Lambert (1961) el capital social se limita a ser los aportes de los socios, lo que garantiza su interés en mantenerse en la cooperativa, así como su fidelidad al modelo que esta presenta; en adición, asegura que estas mismas no confieren alguna clase de poder a los miembros, si no que todo se limita a su participación en la cooperativa. En contraposición, Arando et al. (2012) afirma que los socios al pertenecer a una sociedad democrática como es la cooperativa, estos serán capaces de aumentar su capital social cooperativo con relación a la colaboración entre los socios, su comunidad y desarrollar la Inter cooperación.

Por lo tanto, la información recopilada para esta dimensión permite afirmar que, el cooperativismo promueve la formación de cooperativas basándose principalmente en la democracia que prima dentro de esta misma para aunar objetivos comunes y que todos sus integrantes se vean beneficiados de la mejor manera, así como considerar a las partes interesadas asociadas a ellos. En el caso de las cooperativas artesanales o de trabajo, la creación de estas puede ser de aprovechamiento para lograr su internacionalización por medio de la exportación, ya que, las bases sobre las que están creadas implican un mayor poder de negociación en la venta de sus bienes, así como mejoras en la optimización de la calidad de sus productos (Confederación Nacional de Cooperativas del Perú, 2019 y Bauer et al., 2012).

Los hallazgos reportados son consistentes con lo mencionado por la Alianza Cooperativa Internacional (1996) citado en Martínez (2015), ya que hacen mención de que

el cooperativismo, por medio de su administración democrática, crea valor para sus miembros; a su vez, Meza y Quevedo (2016) coinciden con la Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2015) al mencionar que las cooperativas producen un impacto positivo tanto en la economía como en la sociedad de un país, ya que son capaces de generar empleos directos e indirectos, recalcando que los miembros de estas mismas obtienen ventajas económicas, mas no lucrativas.

## Figura 2

### *Dimensiones del Cooperativismo según autores*

Variable	Dimensión	Indicadores	Autores referenciados
Cooperativismo	Emprendimiento	Nivel de colaboración	(Stevenson, 2011) (Hernández, 2017) (Bretos et al. 2018)
		Generación de empleo	(Alianza Cooperativa Internacional, 1996) (Meza y Quevedo, 2016)
		Nivel de autonomía	
	Competitividad	Diferenciación	(Porter, 1985) (Moreno y Rodríguez, 1998) (Moyano et al. 2008) (Bruque et al. 2002) (Confederación Nacional de Cooperativas del Perú, 2019) (Bauer et al., 2012)
		Gestión de calidad	
	Capital Social Cooperativo	Inter cooperación	(Putnam, 1995) (Bretos, et al., 2018) Lambert (1961) Arando et al. (2012)
	Aporte de los socios		
	Desarrollo de la comunidad		

Nota: Responsables de la investigación

### 1.3.1.2. Exportación

Cuando se habla de internacionalización, muchos lo relacionan de inmediato con las exportaciones, la inversión de capital y los acuerdos de cooperación y en el Perú, es que la exportación genera un efecto de gran impacto en la cantidad nacional de reservas de divisas,

además suscitar el progreso del país, lo que provoca un crecimiento en la industria nacional, así como la generación de empleo y un mejor desarrollo en la producción (Hessels y van Stel, 2011); no obstante, Gómez (2011) afirma que, el crecimiento económico por medio de las exportaciones no debe ser considerado como un medio para llegar a un fin, sino como una manera de buscar el incremento del desarrollo humano, a la vez de disminuir la pobreza.

La internacionalización por medio de la exportación para una cooperativa es progresiva y se puede llevar a cabo considerando aspectos como ser capaz de competir con gran ventaja frente a las empresas tradicionales existentes, además de ser competente para impulsar la generación de empleo en el medio rural y urbano al desarrollar nuevas fuentes de riqueza en actividades productivas que se basan principalmente en la cualificación profesional, capacidad de gestión, especialización del producto y la producción de bienes preferentes como con los servicios sociales, educación y salud, sobre todo dirigido a la comunidad en donde reside esta sociedad (Monzón, 1995).

Por lo tanto, la definición de exportación se puede definir de acuerdo con los siguientes autores:

### Figura 3

#### *Definición de Exportación*

Variable	Definición	Autores referenciados
	La exportación es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior.	(Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2013)
Exportación	La exportación es la venta de bienes o servicios producidos por una empresa con sede en un país a clientes que residen en otro país. Las exportaciones incluyen cualquier bien o servicio comercializado entre vendedores localizados en un país y compradores ubicados en otro país. Las exportaciones incluyen bienes, servicios o propiedad intelectual	(Daniels, Radebaugh y Sullivan, 2018)
	Exportación es la venta de productos o servicios producidos en un país a los residentes de otro país	(Hill, 2001)

Nota: Responsables de la investigación

#### **Formas de exportación:**

De acuerdo con el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2015) hay dos modalidades de exportación y la decisión sobre cual elegir recae en el nivel de riesgo, beneficios y oportunidades que el exportador desee correr, entre estas modalidades están las siguientes:

- a) **Exportación directa:** Esta modalidad es la más deseada por los emprendedores, ya que es quién administra todo el proceso de exportación,

desde el contacto con el cliente hasta las modalidades del cobro por su mercancía. Las ventajas que ofrece esta modalidad es tener un mayor control en cada uno de los procesos de dicha exportación, además de generar ganancias más elevadas y tener una relación más directa con los clientes extranjeros. Adicionalmente, el exportador puede elegir sus canales de distribución que crea más convenientes.

- b) **Exportación indirecta:** Esta modalidad de exportación es empleada más que nada por pequeñas empresas que aún no sienten que poseen la capacidad requerida para llevar a cabo una exportación por cuenta propia; también por empresas grandes que hacen uso de intermediarios para acceder a nuevos mercados internacionales. La principal ventaja de esta modalidad es que se logra acceder a nuevos mercados sin enfrentar directamente los riesgos y complejidades que si enfrenta la modalidad directa de exportación. Entre las desventajas, se encuentra que es una tarea bastante compleja el tener que encontrar los intermediarios adecuados para llevar a cabo eficientemente esta exportación indirecta.

### **Dimensiones de la Exportación**

Conforme con la teoría recopilada acerca de la exportación a nivel internacional y nacional expuestos con anterioridad en la realidad problemática; se puede resaltar dimensiones importantes que abarcan esta misma variable como son las siguientes:

- *Requisitos de exportación:*

Precisado por Ruano (2017) como una parte fundamental a tomar en cuenta cuando se vaya a llevar a cabo una exportación, todo lo relacionado a la documentación exigida para cada caso. Es así que, si una cooperativa artesanal tiene intenciones de internacionalizarse por medio de la exportación, tendrá que prestar atención a estos mismos, es decir, fijar

concretamente los documentos de exportación a emplear, además de considerar las normas de etiquetado y envasado para su producto, con el propósito de lograr una correcta exportación directa.

Del mismo modo, según Promperu (2016), los requisitos de exportación son requerimientos de carácter obligatorio que solicitan las autoridades aduaneras pertinentes ya sea en el país exportador o en el país destino. Además, estos requisitos funcionan como evidencia del acuerdo entre ambas partes al momento de haber realizado la compraventa.

- *Oferta exportable:*

Esta es determinada como la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa para que esta pueda asegurar los volúmenes de producción solicitados por un determinado cliente o ya sea el de contar con la mercancía suficiente para satisfacer las exigencias del mercado destino (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2015). Es por ello por lo que, una cooperativa con miras hacia la exportación debe analizar su capacidad de inversión en materia prima y equipos requeridos, a fin de acrecentar la producción mensual de su mercancía con el objetivo de obtener una mayor oferta exportable a la que puedan responder eficientemente cuando se les sea requerido. Así mismo, poseer una buena capacidad de gestión, que les permita mejorar su cultura exportadora adecuadamente considerando sus capacidades y debilidades.

En cuanto a la oferta exportable en una cooperativa de tejidos artesanales, Apaestegui y Quispe (2017) manifiestan que la mejor manera de alcanzarla es por medio de una buena capacidad económica y financiera; así como también del correcto desarrollo de una cultura exportadora dentro de esta misma que les permita tener una mejor gestión de estos procesos, siendo esta un factor clave para su crecimiento progresivo.

Por último, Daniels et al. (2018), afirma que la oferta exportable es la capacidad que posee un determinado mercado para ofrecer un producto. Con esto se refiere a la cantidad

especifica de bienes que se está dispuesto hacer por un determinado precio ofrecido, correlacionando de ese modo el precio con la cantidad, conocido mejor como la relación de oferta.

- *Orientación exportadora:*

Es importante que las cooperativas que tengan la intención de exportar sus mercancías tomen en cuenta la formación exportadora para cada uno de sus miembros. De acuerdo con ProColombia (2011), establece que son capacitaciones brindadas a los empresarios que muestren interés en realizar exportaciones, brindándoles para tal fin, herramientas útiles para llevar a cabo los procesos de exportación, reduciendo de ese modo los riesgos que puedan presentarse, a la vez de optimizar las destrezas y capacidades de estos mismos. En este caso, dicho fin se puede conseguir por medio de talleres y capacitaciones que les permita a los miembros que conforman esta entidad jurídica, conocer o ampliar sus conocimientos sobre los procesos de exportación que más adelante, se verán reflejados cuando pongan en práctica la exportación de su producto hacia mercados internacionales.

Por último, para Martínez et al. (2017) la orientación exportadora se encuentra inmersa en la cultura exportadora, la cual es un conjunto de capacidades que permiten llegar eficientemente al mercado internacional para lograr la comercialización de un producto en específico. Es de esa manera que una forma para conseguir el desarrollo de esta formación exportadora es a través de la educación, al aportar conocimientos y herramientas útiles a los interesados en realizar las exportaciones, así como el de permitirles reconocer los recursos que ya poseen en su empresa o en el sector donde residen.

Por otro lado, Valero et al. (2016) considera que las subdimensiones para la variable exportación, de las cuales, algunas coinciden con las consideradas en esta investigación, pueden ser consideradas las siguientes: a) orientación exportadora, b) los productos

exportados y c) la capacidad exportadora; las cuales, a su vez, fueron consideradas mediante autores referenciados.

**Figura 4**

*Dimensiones de la Exportación según autores*

Variable	Sub Variables	Indicadores	Autores referenciados
Exportación	Oferta Exportable	Capacidad de producción	(Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2015) (Daniels et al., 2018) (Valero et al., 2016)
		Capacidad de inversión	
		Capacidad de gestión	
	Orientación exportadora	Talleres	(ProColombia, 2011) (Martínez et al., 2017) (Valero et al., 2016)
		Capacitaciones	
	Requisitos de exportación	Documentos para exportar	(Ruano, 2017) (Promperu, 2012)
	Normas de etiquetado y envasado		

Nota: Responsables de la investigación

**1.3.1.3. Asociación de Artesanas Sagrado Corazón de Jesús**

***Descripción de la empresa:***

La Asociación de artesanas “Sagrado Corazón de Jesús - Sayamud Bajo” en la provincia de San Miguel, Cajamarca; se fundó hace ocho años por un grupo de artesanas que decidieron formalizarse e iniciar una asociación, a fin de generar ganancias con las que pudieran solventar sus gastos y reunir fondos económicos. Las 10 mujeres que actualmente conforman esta asociación elaboran textiles artesanales en tejido en qallwa en donde,

además, plasman sus cultura, costumbres y fiestas; dichas técnicas de tejido se han ido transmitiendo de generación en generación.

No obstante, en el año 2020, debido a la coyuntura producida por el COVID-19, las artesanas se han visto perjudicadas al dejar de generar ganancias, ya que la mayor parte de sus ingresos provenían de sus activas participaciones en ferias regionales y nacionales; además, desde su conformación hasta la actualidad se han dedicado a ser solamente productoras de estos tejidos, mas no han iniciado exportaciones a países extranjeros.

***Misión:***

Somos una asociación artesanal dedicada a la elaboración y comercialización de textiles artesanales en tejido en qallwa en la provincia de San Miguel, Cajamarca; cuyo objetivo es la de brindar un producto de alta calidad a nuestros clientes; además de contar con un grupo de artesanas comprometidas con la asociación y el crecimiento de esta misma.

***Visión:***

Para el 2021, llegar a conformar una cooperativa artesanal que sea reconocida en el mercado en la fabricación y comercialización de textiles artesanales en tejido en qallwa, a fin de conseguir la internacionalización a través de la exportación de estos mismos hacia mercados extranjeros, así como el de agregar valor al desarrollo de nuestra empresa y grupos de interés.

***Valores:***

- **Honestidad:** Trabajar con transparencia, definiendo claramente nuestra orientación moral, así como el cumplimiento estricto de las responsabilidades fijadas.
- **Respeto:** Mantener una conducta y trato digno, tanto hacia las socias como a los clientes y demás personas, acorde a los derechos fundamentales existentes.
- **Responsabilidad:** Tener una actitud consecuente de lo que se hace o deja de hacer, ya sea dentro de la sociedad, como el entorno fuera de la misma.

- **Equidad:** Se le otorgará a cada socia lo que le corresponda de acuerdo con lo estipulado inicialmente en los estatutos.
- **Responsabilidad social:** Tener la capacidad de generar un cambio positivo en el entorno en el que se desarrolla la sociedad y con el medio ambiente, así como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social.

*Logo de la Asociación:*

**Figura 5**

*Logo de la Asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo*



Nota: Asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud bajo

***Organigrama:***

**Figura 6**

*Organigrama de la Asociación de Artesanas Sagrado Corazón de Jesús - Sayamud Bajo*



Nota: Asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud bajo

***Productos producidos por las artesanas de la Asociación:***

Dentro del catálogo de productos que ofrece la asociación, se encuentran las siguientes:

- Chales
- Ponchos
- Bufandas
- Frazadas
- Alforjas
- Fajas
- Alfombras, entre otros.

#### **1.4. Formulación del problema**

¿Cuáles son las ventajas del cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en tejido en qallwa elaborados en la asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca, 2020?

##### **1.4.1. Formulación de problemas específicos**

- ¿El emprendimiento en la Asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo favorece el conocimiento e importancia de los requisitos de exportación?
- ¿La competitividad en la Asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo permite que se genere una adecuada oferta exportable?
- ¿Cuáles son las ventajas del cooperativismo en la orientación exportadora en la Asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo?

#### **1.5. Objetivos**

##### **1.5.1. Objetivo general**

Identificar las ventajas que presenta el cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en tejido en qallwa elaborados en la asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca, 2020.

##### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Describir si el emprendimiento en la Asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo favorece el conocimiento e importancia de los requisitos de exportación.
- Describir si la competitividad en la Asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo permite que se genere una adecuada oferta exportable.
- Describir las ventajas del cooperativismo en la orientación exportadora en la Asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo.

## **1.6. Justificación**

### **1.6.1. Justificación Teórica**

En este sentido, el propósito teórico de esta investigación reside en que, las artesanas de la asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca, llegan a percibir bajos importes por sus tejidos artesanales al ser solo productoras de dichos bienes, siendo capaces de generar ingresos adicionales por medio de una cooperativa y al considerar las ventajas que esta misma ofrece y que les permita una mayor autonomía, colaboración intrínseca e inter cooperación; siendo capaces a su vez de afrontar la actual dificultad por la que atraviesan gracias al modelo cooperativo, el cual tiene antecedentes positivos a nivel mundial de haber sido capaz de superar efectivamente crisis sociales y económicas de acuerdo a lo expresado por Monzón (1995) y Hernández (2017), quienes coinciden en que las cooperativas, además de ser un instrumento empresarial útil, es capaz de contribuir a la generación de empleo frente a numerosas crisis económicas y sociales al crear empleo directos e indirecto; además, uno de sus beneficios implica la regulación de actividades y colaborar a que muchas de ellas se desarrollen de manera legal si antes no lo hacían. Por último, resaltar que esta entidad fomenta una práctica democrática intrínseca para sus miembros y los insta a seguir los valores y principios cooperativos que presenta dicho modelo, los cuales les puede incluso permitir considerar la internacionalización.

En consecuencia, se espera que esta asociación en un futuro cercano pueda poner en práctica el modelo cooperativismo, ya que gracias a las ventajas y beneficios que este presenta, es que se espera puedan lograr las exportaciones de sus tejidos artesanales a través de ellas mismas y no por intermedio de terceros a los mercados extranjeros.

### **1.6.2. Justificación Valorativa**

Del mismo modo, el propósito valorativo que se presenta esta investigación es la de contribuir efectivamente a que más asociaciones artesanales, de otra índole o personas interesadas en conformar una sociedad jurídica, puedan tomar en cuenta los beneficios que trae consigo la formación de cooperativas considerando los precedentes de estas mismas mencionados con antelación, así como el de iniciar sus exportaciones a mercados extranjeros. Por otro lado, se estará contribuyendo a que este modelo cooperativo sea mucho más reconocido y tomado en cuenta tanto en la región Cajamarca como en las demás regiones del país, ya que, a la fecha, en el Primer directorio nacional Virtual de Cooperativas del Perú no se encuentra ningún registro de cooperativas artesanales de trabajadores. Es por ello que se quiere dejar un precedente con esta investigación y posteriormente pueda ser más desarrollada y en un futuro se pueda llegar a conformar la primera cooperativa artesanal en el Perú.

Además, se procurará contribuir, de igual manera, a que la asociación de artesanas de Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo ponga en práctica el modelo cooperativo y sean participes de los beneficios que este modelo es capaz de brindarles en cuanto a su emprendimiento, en cuanto a su nivel de colaboración mutua, el producir empleo directo e indirecto y mantener un nivel de autonomía que les permita un desarrollo interno y externo. Del mismo modo, tener una mejor competitividad, por medio de la diferenciación que sus tejidos presentan y en la gestión de calidad que puedan manejar, contribuyendo esto a una futura internacionalización por medio de la exportación y, por último, el desarrollo del capital social cooperativo, al ser capaces de generar una colaboración con otras entidades similares, el considerar el aporte de los socios de acuerdo a lo que se presenta en el modelo cooperativo y promulgar un desarrollo hacia su comunidad.

### **1.6.3. Justificación Académica**

Y, para finalizar, el propósito académico, es la de aportar a la Universidad Privada del Norte, región Cajamarca y al Perú en general la presente investigación con los conocimientos adquiridos sobre la carrera en nuestra casa de estudios, con el propósito de que futuros investigadores ya sean regionales, locales o inclusive internacionales y que tengan en consideración el mismo tema, problemática, población y/o variables que presenta esta misma, puedan tomarla en cuenta como antecedente teórico y replicarla más adelante en sus propias investigaciones y darle un desarrollo que abarque diferentes contextos.

### **1.7. Alcances y limitaciones**

Por último, en cuanto a los alcances de la investigación, es que se abarcó el plano regional, nacional, latinoamericanos e internacional al momento de considerar las fuentes de información de las variables de estudio, centrando el problema principal en San Miguel de Pallaques, en la región de Cajamarca.

Sobre las limitaciones internas encontradas, en primer lugar, fue acerca de las variables de estudio, se obtuvo que, para la variable independiente Cooperativismo, los estudios hallados para esta misma fueron limitados en su mayoría a nivel nacional y local, sobre todo para el caso de los antecedentes. Para superar esta limitación se tomaron estudios relacionados, como es el caso de la asociatividad, una sociedad semejante a la cooperativa con la finalidad de complementar las investigaciones para dicha variable. Por otro lado, con respecto a la variable dependiente Exportación, la información recopilada fue más extensa, por lo que, para superar esta limitación, se tuvo que aplicar mayores filtros al momento de seleccionar la información con la que se trabajaría, relacionada, específicamente, a la exportación textiles a nivel local, nacional e internacional.

Seguidamente, al realizarse esta investigación se presentaron limitaciones como falta de tiempo y organización en algunas de las ocasiones: del mismo modo la limitada

comunicación vía telefónica que se pudo tener con la presidenta de la asociación de Sagrado Corazón al principio de la investigación para realizar algunas coordinaciones, ya que la señal telefónica era muy mala y dificultaba dicho cometido.

Por otro lado, las limitaciones externas que se presentaron en esta investigación, fue haberlo llevado a cabo durante la pandemia de la Covid-19, ya que nos limitó sobre todo en el trabajo de campo, ya que la localidad de Sayamud Bajo en San Miguel, quedaba muy alejado de Cajamarca y en un principio conseguir movilidad fue un poco difícil; seguidamente, a la presidenta de la asociación se le dificultó pasarnos los documentos pertinentes como la autorización de datos, ficha ruc y DNI ya que no manejaba muy bien los aparatos digitales, por lo que también tuvimos que ir personalmente hasta la localidad; no obstante dicha visita nos sirvió para recolectar mayor información de la realidad de la asociación de Sagrado Corazón.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

#### 2.1.1. Enfoque

El enfoque considerado para esta investigación es el **cualitativo**, el cual es el procedimiento metodológico en el que se emplean palabras, gráficos, textos, discursos e imágenes; por ende, estudia distintas cuestiones con la finalidad de entender el entorno social del sujeto por medio de los escenarios desarrollados por este mismo (Mejía, 2007, citado en Katayama, 2014).

Por tanto, esta investigación tiene dicho enfoque, ya que utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de descripción sobre las ventajas del cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo - San Miguel, Cajamarca, 2020.

#### 2.1.2. Diseño

La presente investigación es de diseño no experimental, puesto que, Hernández, et al. (2014) señala que en la investigación no experimental se lleva a cabo sin la manipulación o variación intencional de las variables independientes sobre las dependientes a fin de conocer su efecto sobre estas mismas. Este tipo de estudio se limita a observar escenarios existentes sin generar ninguna situación intencional por parte del investigador.

#### 2.1.3. Tipo

Esta investigación se enmarca en el tipo **descriptivo transversal**, esto debido a que este tipo de estudio se relaciona en base a datos en un solo momento y en un

único tiempo. Además, tiene como propósito describir variables y analizar su incidencia (Hernández, et al., 2014).

Del mismo modo, Hernández, et al. (2014) alega que la investigación descriptiva se concentra en describir fenómenos y sucesos, con la finalidad de precisar cómo es que se desenvuelven y causan efectos; se pretende medir o recopilar, ya sea de forma independiente o en conjunto, información sobre las variables de estudio, más no se busca encontrar la relación de estas mismas, por lo que no necesita de una hipótesis.

## **2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)**

### **2.2.1. Población**

De acuerdo con Arias (2012), la población es un conjunto finito o infinito de elementos, personas o instituciones que son motivo de investigación y tienen características comunes. La cual queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

En esta investigación se ha considerado una población finita y por conveniencia, puesto que se conoce el número exacto de elementos que constituyen el estudio, el cual está conformado por 10 artesanas de Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca.

### **2.2.2. Muestra**

Hernández et al. (2014) menciona que la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectan datos y que tiene que definirse o determinarse de ante mano con precisión.

Con la finalidad de poder definir la muestra, se hará uso del método no probabilístico por conveniencia y para establecer la muestra, se establecieron los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

**a. Criterio de exclusión:** En la asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo, actualmente cuenta con un total de 10 artesanas, de las cuales ocho de ellas no tienen un conocimiento muy amplio acerca de la asociación y sobre como esta se maneja, por lo que no podrían brindar la información deseada para el complemento de la investigación; además, algunas de ellas tienen pocos años de haber ingresado a la asociación, por lo que no tendrían un conocimiento extenso sobre la situación inicial de la asociación.

**b. Criterio de inclusión:** Se ha considerado solamente a la presidenta y vicepresidenta de la asociación, la señora Deisy Lozano Cerna y la señora Marivel Mendoza Celis, ya que ellas al estar desde la fundación de la asociación y tener poder de mando y de decisión en la misma, nos podría brindar la información relevante que se necesita para la investigación, sobre todo en los temas como son la capacidad de producción, que mercancía actualmente produce, la administración de su asociación, tanto financiera como de la gestión de sus socias, su situación antes y durante la pandemia del Covid-19 y otros aspectos más.

## **2.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

### **2.3.1. Métodos**

#### **2.3.1.1. Método Inductivo – Deductivo.**

Por medio del presente método, se obtendrá conocimientos de lo general a lo particular y viceversa; es decir, del análisis de cada variable involucrada en el objetivo general planteado en la investigación, se podrá

efectuar generalizaciones con relevancia científica que permitirán sustentar las afirmaciones con relación a la hipótesis.

#### **2.3.1.2. Método Hermenéutico.**

A través de este método específico, se buscará interpretar y comprender de manera sistematizada las teorías que fundamenten la investigación.

#### **2.3.2. Técnicas**

Rodríguez (2010) menciona que las técnicas más comunes en la recolección de datos en la metodología cualitativa son la observación, la entrevista, documentos y otros materiales pertinentes. Del mismo modo, para llevar a cabo estas técnicas, es necesario la construcción de un plan de acción para cada una.

Por consiguiente, las técnicas son procedimientos o recursos fundamentales de recolección de información de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento. Por esta razón, la técnica empleada para la recolección de datos en esta investigación será una **entrevista estructurada y dirigida**.

Del mismo modo, Rodríguez (2010), manifiesta que:

La entrevista son reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto a sus vidas, experiencias o situaciones, tal como la expresan con sus propias palabras. Las entrevistas cualitativas siguen el modelo de una conversación entre iguales y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas (p. 164).

#### **2.3.3. Instrumentos**

Un instrumento de medición es el recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. Algunos de los

instrumentos para recabar información son el cuestionario, la guía entrevista, las pruebas objetivas, las pruebas y las escalas de actitudes (Hernández, et al., 2014).

Es así como, el instrumento empleado para el recojo de la información en esta investigación, será una **guía de entrevista**.

## **2.4. Procedimiento**

En el presente estudio se empleó una guía de entrevista conformada por un total de 14 preguntas, la cual se dirigió a la presidenta y vicepresidenta de la Asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo, con la finalidad de recoger información acerca de las ventajas del cooperativismo en la exportación de textiles artesanales.

La guía de entrevista se dividió en dos partes, la primera constó de ocho preguntas que evaluaron el cooperativismo de la variable independiente en tres dimensiones: Emprendimiento, Competitividad y Capital Social Cooperativo.

La segunda parte constó de seis preguntas que evaluaron la exportación de la variable dependiente en tres dimensiones: Oferta exportable, Formación Exportadora y Requisitos de Exportación.

### **2.4.1. Validez y confiabilidad de información**

Para determinar la validez del instrumento, se tomó en cuenta la opinión y el visto bueno de expertos en el tema de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte, como son:

- El docente Héctor M. Torres Oporto.
- El docente Gustavo I. Barrantes Morales.
- El docente Jimmy Herrera.

#### **2.4.2. Análisis de la información**

Después de haber aplicado el instrumento, se procedió organizar la información en Excel y Word a fin de responder las preguntas y objetivos propuestos en la investigación.

#### **2.4.3. Aspectos éticos de la investigación**

En esta investigación se citó a todas las fuentes que han sido consultadas y consideradas, también se contó con la autorización de la institución en estudio para recolectar la información necesaria, dicha información fue usada solo con fines académicos, basado en el método científico y sin dejar de lado valores que un investigador debe observar; todos los resultados se han presentado sin alterar datos reales.

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

#### 3.1. Variable 1: Cooperativismo

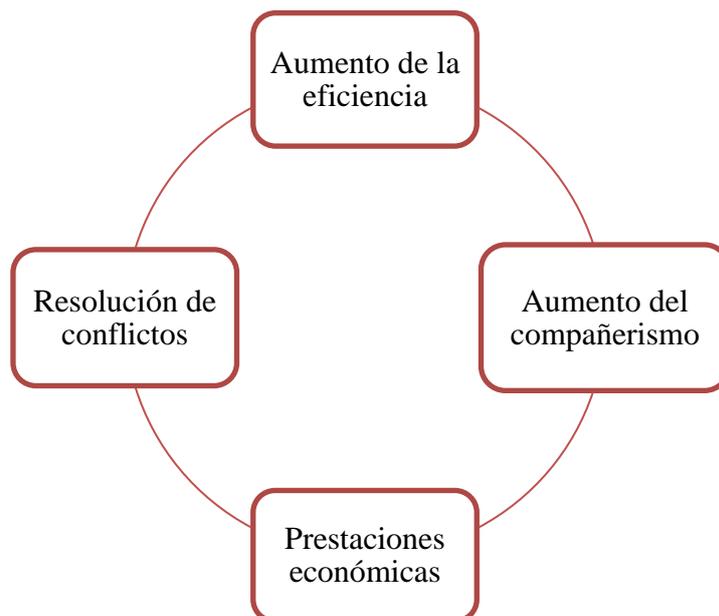
##### 3.1.1. Resultado Dimensión Emprendimiento

Para la *pregunta N° 1*, la presidenta y vicepresidenta respondieron que dentro de la asociación de Sagrado Corazón de Jesús, si existe una colaboración entre todas las artesanas que la conforman, ya sea de manera económica -se prestan entre ellas dinero para la compra de materiales y materia prima- o en las obras que realizan para los pedidos que tengan pendientes, pueden colaborar en estos entre dos a tres artesanas en las que se apoyan urdiendo, en el tejido y los acabados, con el fin de tener a tiempo los pedidos solicitados por sus clientes.

Es por ello por lo que, de acuerdo con la información recogida en la entrevista, es que se afirma que el nivel de colaboración dentro de la asociación es capaz de promover la competitividad de esta, además de traer ventajas positivas consigo como se muestra a continuación:

#### Figura 7

*Ventajas de la colaboración en la Asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo*



Nota: Responsables de la investigación

Para la *pregunta N° 2*, la presidenta y vicepresidenta de la asociación coincidieron en mencionar que la generación de empleo dentro de la asociación se está volviendo a reactivar recientemente, ya que durante la pandemia del Covid-19 hizo que se paralizaran sus actividades, perdiendo oportunidades de trabajo y de participación en ferias regionales en dónde podían aumentar su red de contactos con clientes. Del mismo modo, coincidieron en que una cooperativa puede ser más beneficiosa que una asociación, ya que hay más proyectos y oportunidades para estas.

### Figura 8

#### *Ventajas de una cooperativa*



Nota: Responsables de la investigación

Para la *pregunta N° 3*, de igual manera, la presidenta y vicepresidenta, están de acuerdo con que el nivel de autonomía de las artesanas dentro de la asociación se reduce a la toma de decisiones en conjunto o por mayoría, sobre todo cuando se llevaban a cabo las reuniones mensuales, de las cuales, si todas están de acuerdo, será lo que se haga dentro de la asociación y queda registrado en un acta de asamblea general (Ver Anexo 13).

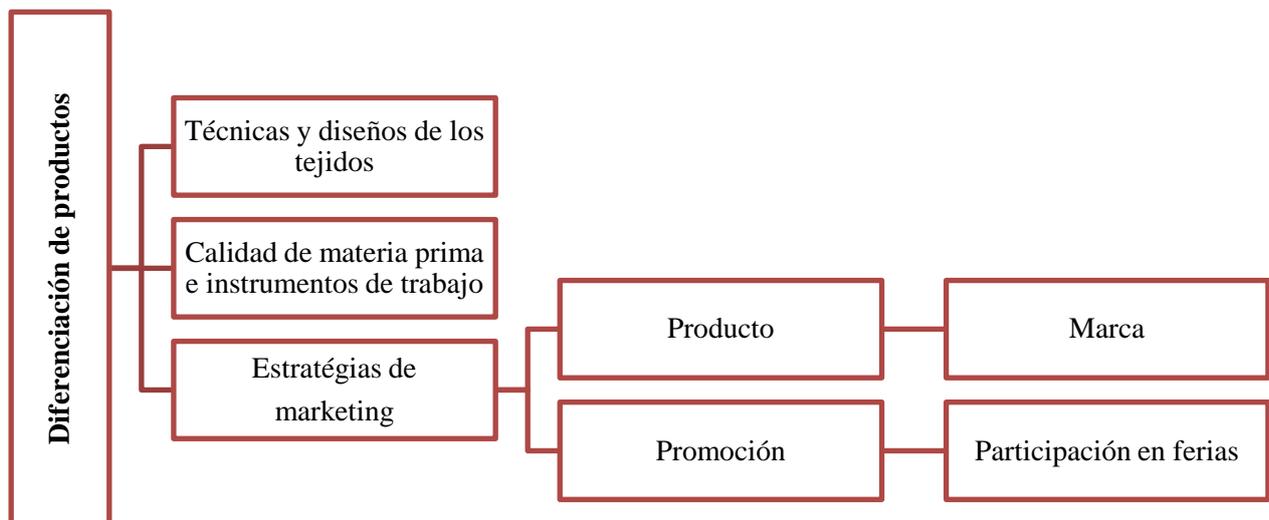
### 3.1.2. Resultado Dimensión Competitividad

Para la *pregunta N° 4*, en cuanto a la diferenciación de los tejidos artesanales para generar una mayor ventaja competitiva en el mercado, la presidenta y vicepresidenta de la asociación consideran que es un aspecto muy importante, ya que los acabados que emplean contienen diseños únicos al destacar su historia y trabajo en tejido en qallwa (Ver Anexo 14 y 15), la cual es una técnica tradicional que vienen empleando desde sus inicios y les da mayor valor a sus tejidos, y hoy en día mantienen dicha tradición.

Teniendo en consideración dichos aspectos, es que se puede resaltar las características principales por los que los tejidos artesanales elaborados en la asociación poseen una diferenciación que les permita ser competitivas en el mercado:

**Figura 9**

*Diferenciación de los tejidos artesanales de la asociación Sagrado Corazón de Jesús*



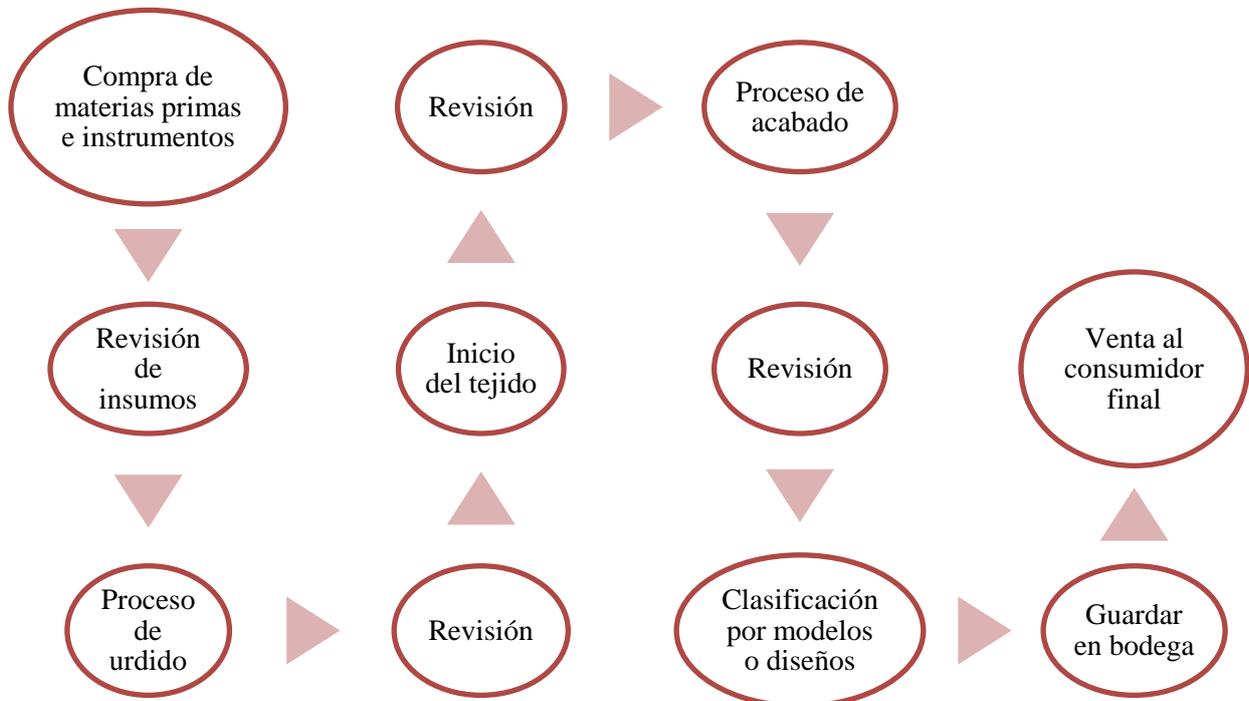
Nota: Responsables de la investigación

Para la *pregunta N° 5*, en relación con la calidad de los tejidos para la generación de una mayor competitividad en el mercado, la presidenta y vicepresidenta mencionan que es un aspecto igual de relevante, ya que al tener sus tejidos una mejor calidad y presentación al trabajar con materiales como el algodón mercerizado, lana acrílica, hilo rio, entre otros más; es que estos pueden elevar sus precios en el mercado y ser más atractivos para sus clientes.

Para asegurar la calidad de los tejidos artesanales, poseen un proceso en donde se revisan dichos materiales para asegurar su calidad y se pueda determinar los procedimientos en caso uno de estos pueda contener una falla o no cumpla con los estándares de calidad requeridos para su venta; no obstante, es un proceso que no lo tienen plasmado, simplemente es de conocimiento de todas las artesanas, por lo que se ha decidido graficarlo a continuación:

**Figura 10**

*Flujograma de control de calidad*



Nota: Responsables de la investigación

### 3.1.3. Resultado Dimensión Capital Social Cooperativo

Para la *pregunta N° 6*, la presidenta y vicepresidenta de la asociación mencionan que, en cuanto a las redes de contacto de su asociación, no existe una lista de contactos de clientes, proveedores u otros establecido como tal exclusivo de la asociación, sino que hay algunas artesanas que cuentan con sus propios clientes en la ciudad de Cajamarca y otras en la ciudad de Lima, lo cual genera que puedan conseguir más trabajo. En alguna ocasión el proyecto de Sierra y Selva alta fue uno de sus principales proveedores de materias primas, pero actualmente realizan compras independientes.

Con respecto a la lista de contactos, todas consideran un mismo formato sencillo en que registran sus contactos de forma manual, el cual se ha graficado a continuación:

**Figura 11**

*Formato para red de contactos*

N°	Tipo	Nombres y Apellidos	Nombre de la empresa	Número de teléfono	Dirección
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					

Nota: Responsables de la investigación

Para la *pregunta N° 7*, en cuanto al aporte de las artesanas en la asociación, la presidenta de la asociación comenta que todas las socias aportan con el capital, el cual es 10 soles mensuales, este es empleado para la compra de los materiales e insumos que les servirá para la elaboración de los tejidos artesanales. Del mismo modo, la vicepresidenta explica que este capital también suele funcionar para prestaciones entre las artesanas que quieran comprar más material para las obras que realizan de manera individual.

Por último, para la *pregunta N° 8*, acerca del desarrollo a la comunidad, la presidenta considera que actualmente todo el apoyo y colaboración se ha desarrollado más solo de manera interna, es decir, entre las artesanas; por otro lado, la vicepresidenta opina que no se han realizado muchos aportes a la comunidad donde reside la cooperativa (Sayamud Bajo) y que, igualmente, se apoyan más entre todas las artesanas.

### 3.2. Variable 2: Exportación

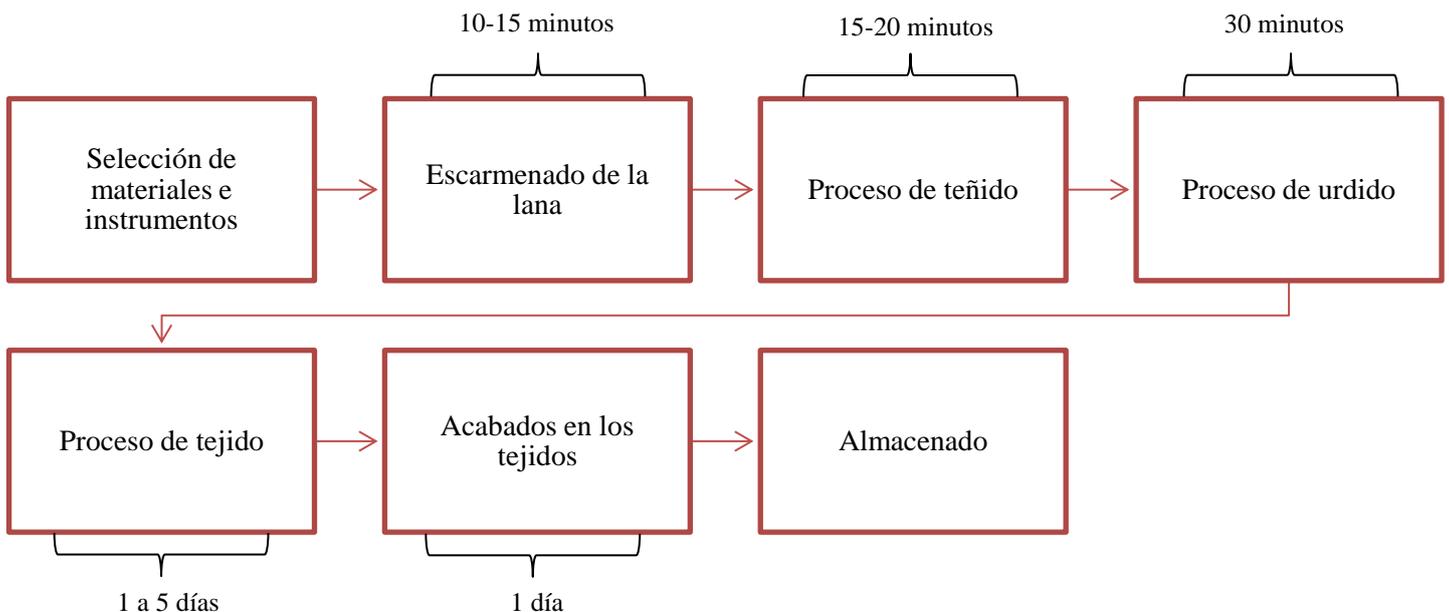
#### 3.2.1. Resultado Dimensión Oferta Exportable

Para la *pregunta N° 9*, con relación a la capacidad de producción en la asociación, la presidenta y vicepresidenta coinciden en decir que depende mucho del tiempo que les den para la entrega de los pedidos, ya que gran parte de los textiles que elaboran se hacen de manera tradicional, así que el tiempo depende mucho de sí pueden o no cumplir con la entrega. Adicional a ello, si dicho pedido contiene algún color o material con el que no cuenten, pueden mandar a pedirlo.

Dado que las artesanas aún no tienen muy en claro una capacidad fija o eficiente para atender cualquier pedido que puedan hacer a la asociación, poseen conocimiento de los tiempos en el que pueden llegar hacer sus tejidos, por lo que a partir de dicha información se ha graficado un flujograma de producción a partir de la información recogida por las mismas artesanas:

**Figura 12**

*Flujograma de producción*



Nota<sub>1</sub>: Flujograma elaborado para la producción de una sola pieza en tejido en qallwa.

Nota<sub>2</sub>: Responsables de la investigación

Para la *pregunta N° 10*, en cuanto a la capacidad de inversión que existe en la asociación, la presidenta y vicepresidenta concuerdan al expresar que la compra de las materias primas e instrumentos se realizan en base a los aportes que hace cada social de manera mensual. Dichos materiales en su mayoría se han mandado a pedir desde la ciudad de Lima; la vicepresidenta manifiesta que se podría mejorar dicha inversión en un futuro.

Para la *pregunta N° 11*, sobre la capacidad de gestión dentro de la asociación, según señaló la vicepresidenta, es la presidenta quién se encarga de organizar a las artesanas; además una vez al mes realizan sus reuniones en las que acuerdan en conjunto y toman decisiones acerca de aspectos generales y específicos de la asociación (Ver Anexo 16). Por otro lado, ambas concuerdan en que las artesanas están conscientes acerca del FODA, ya que una vez les dieron una capacitación acerca del tema.

Aunque las artesanas tengan conocimiento acerca del FODA, no lo tienen plasmado como tal, por lo que se graficó la siguiente matriz, contemplando la información recogida por la presidenta de la asociación:

**Figura 13**

*Matriz FODA*



Nota: Responsables de la investigación

### 3.2.2. Resultado Dimensión Orientación Exportadora

Para la *pregunta N° 12*, la presidenta de la asociación manifiesta que no han recibido algún tipo de taller o capacitación sobre como poder realizar una exportación directa de sus textiles; mientras que la vicepresidenta expresa que fue gracias al proyecto de Sierra y Selva alta que lograron tener algunos alcances sobre cómo exportar hacia el mercado extranjero. Por otro lado, tanto la presidenta como la vicepresidenta concuerdan al señalar que son importantes estos talleres y capacitaciones que les permita conocer como exportar los productos que elaboran hacia mercados extranjeros.

### **3.2.3. Resultado Dimensión Requisitos de Exportación**

Para la *pregunta N° 13 y 14*, en cuanto a los envases, embalajes y documentos requeridos para llevar a cabo una eficiente exportación directa; la presidenta y vicepresidenta de la asociación concuerdan al mencionar que actualmente los envases o empaques para la venta de sus textiles no es el correcto o adecuado, ya que solo es una bolsa plástica y que de esa manera no se llevaría una correcta exportación (Ver Anexo 17). Por otro lado, en cuanto a los documentos de exportación, ambas coinciden en que no tienen el conocimiento acerca del tema.

Del mismo modo, en cuanto a los documentos de exportación, es importante que sus textiles puedan contar con una ficha técnica comercial, en la que cuente con la descripción de los productos que tengan en su catálogo, con la finalidad de captar el interés de potenciales clientes y sea también de utilidad en la promoción de estas, es por ello por lo que ha plasmado un modelo siguiendo la información dada por la presidenta de la asociación:

**Figura 14**

*Modelo de Ficha Técnica Comercial*

<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b>	
NOMBRE DE LA EMPRESA: Sagrado Corazón de Jesús - Sayamud Bajo	
DIRECCIÓN: Jr. Bolognesi 407 - Sayamud (Km 4.5 Carretera Minera la Zanja)	
REGIÓN / DISTRITO / PROVINCIA: Cajamarca - San Miguel - Sayamud Bajo	
TELÉFONO DE CONTACTO: -	
CORREO ELECTRÓNICO: asociacionscdj@gmail.com	
RUC: 20600325311	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Chal color negro
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:	Chal para mujer tejido en qallwa de algodón industrial mecerizado
IMAGEN DEL PRODUCTO:	
CANTIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL:	12 piezas mensuales
LUGAR DE FABRICACIÓN:	Sayamud Bajo, San Miguel - Cajamarca
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA:	A nivel local (Cajamarca y provincias) A nivel nacional (Lima, Trujillo y otros)
EMPAQUE Y PRESENTACIÓN:	El producto es presentado en una bolsa plástica

Nota: Responsables de la investigación

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN

En cuanto a los antecedentes internacionales considerados para esta investigación, se muestran los siguientes resultados:

En primer lugar, Carvache (2016), en su tesis de pregrado *“Análisis de los modelos de asociatividad para la internacionalización de la producción artesanal del cantón Atacames”*, el cual tuvo como objetivo analizar los modelos de asociatividad para la internacionalización de la producción artesanal del cantón Atacames para crear alternativas exitosas para resolver los problemas que conllevan, así como lograr la mejora del rendimiento laboral de sus miembros y promover la internacionalización de la producción nacional. Como resultado, se obtuvo que se identificó los aspectos primordiales de los modelos de asociatividad, teniendo como principal resultado la creación de un consorcio de ventas de artesanías para la internacionalización de la producción del cantón Atacames para que los artesanos logren ser acreedores de diversos beneficios otorgados por las instituciones pertinentes. En la presente investigación se coincide con los resultados obtenidos por Carvache (2016), ya que, luego de las entrevistas realizadas a la presidenta y vicepresidenta de la asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo, se obtuvo que se mostraron de acuerdo con que una cooperativa puede ser más beneficiosa que una asociación, ya que hay más proyectos y oportunidades para estas, considerando las ventajas que esta misma ofrece y se señaló en el marco teórico, entre las cuales se puede encontrar la libre adhesión y voluntaria, un sistema democrático, autonomía e independencia, participación económica equitativa, esfuerzo propio y ayuda mutua, cooperación entre cooperativa e interés por la comunidad.

Seguidamente, Mayorga y Mayorga (2017), en su tesis de pregrado *“El Emprendimiento Asociativo del sector textil y su impacto en el Desarrollo Local de la*

*provincia de Tungurahua*”, el cual tuvo como objetivo establecer el grado de contribución del emprendimiento asociativo del sector textil en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua, destacando la contribución dinamizadora en la economía y su relación socio productiva. Como resultado, se obtuvo que se identificó que el emprendimiento asociativo ha sido capaz de contribuir a que incentive la generación de empleo, mejorando con ellos las condiciones de vida de los socios y sus familiares y también a los técnicos involucrados que han asegurado ingresos propios e igualmente para sus familias. De acuerdo con los resultados de dicha investigación y con los obtenidos en la presente luego de aplicar las entrevistas respectivas a la presidenta y vicepresidenta de la asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo, recalcan que la generación de empleo actual en esta durante la pandemia de la Covid-19 no fue positiva, ya que su trabajo se vio paralizado, al igual que sus oportunidades de participar en ferias regionales y teniendo dificultades de contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las familias de cada artesana ante la falta de ingresos; no obstante, actualmente ya se encuentran reactivando su economía y volviendo a tener oportunidades de trabajo, pero de manera progresiva.

Por último, Rojas y Chirán (2018), en su tesis de pregrado *“Propuesta de asociatividad para generar desarrollo en el sector textil artesanal del cantón Otavalo”*, el cual tuvo como objetivo hacer un análisis sobre la manera en que los artesanos textiles pertenecientes a la producción logren mejorar su nivel de producción, competitividad y rentabilidad aplicando un plan de asociatividad que logre integrarlos y les posibilite lograr objetivos comunes. Como resultado, se obtuvo que los productores identificaron que la creación de un modelo asociativo logrará una mejora en su rentabilidad como desarrollo competitivo en su producción, permitiéndoles obtener mejor calidad en la elaboración de sus textiles y ser más competitivos frente a otros productores del ámbito internacional. Es de este modo, que los resultados de esta tesis coinciden con los presentados en esta

investigación, en cuanto a generar una ventaja competitiva productiva en una asociación por medio de la calidad de los textiles y frente a sus competidores, ya que, luego de la entrevistas realizadas a la presidenta y vicepresidenta de la asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo, afirman que la calidad de sus textiles debe ser la mejor para lograr que su asociación sea competitiva, teniendo en cuenta que al realizar sus tejidos artesanales realzan la importancia de los diseños únicos que emplean, los acabados y la historia y trabajo en tejido en qallwa; además, el de trabajar con materiales y materias primas de calidad con la finalidad de elevar el valor de sus productos en el mercado.

De igual manera, para los antecedentes nacionales considerados para esta investigación, se muestran los siguientes resultados:

En primer lugar, Méndez (2016) en su tesis de post grado *“La producción artesanal y la competitividad de la asociación de microempresas tejido con arte de la provincia de Yungay- 2014”*, el cual tuvo como objetivo determinar mejoras en los niveles de producción y la calidad del tejido artesanal, para lograr competitividad en la asociación de microempresas de tejidos con artes de la provincia de Yungay. Como resultado, se obtuvo que la capacidad productiva por línea de producción orientado a la mejora de los costos productivos, calidad en las prendas, tiempo de entrega y diferenciación frente a sus rivales con el fin de ser más competitivos en el mercado se pueden potenciar gracias al trabajo, la tecnología, el factor empresarial y la calidad en el ciclo de producción. A diferencia los resultados de esta tesis, en el presente trabajo de investigación, los resultados difieren del mismo en cuanto a la capacidad productiva, ya que luego de las entrevistas realizadas a la presidenta y vicepresidenta de la asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo, se observó que dicha capacidad productiva se ve limitada al no trabajar en producciones en línea o en escala, ya que al ser tejidos artesanales pueden tomarse su tiempo para tener los pedidos listos; del mismo modo, sus costos productivos depende mucho de los aportes que

se generen de manera mensual por todas las socias, además de no contar con una tecnología avanzada para la elaboración de sus textiles, ya que todo es hecho con instrumentos tradicionales. Nos obstante, aún están potenciado sus ciclos de producción, al tener claro los tiempos que se requieren para la fabricación de un solo producto, el cual puede optimizarse al hacer uso de un flujograma de producción.

Finalmente, Romero (2018) en su tesis de pregrado *“Ventajas competitivas de la asociatividad de artesanos filigranistas en plata y oro del distrito de San Jerónimo de Tunán-Huancayo como estrategia de internacionalización en el mercado de Estados Unidos 2015”*, el cual tuvo como objetivo determinar las ventajas competitivas de la Asociación de artesanos filigranistas en plata y oro del distrito San Jerónimo de Tunán que, actualmente, se encuentran laborando en forma individual sin generar un valor agregado a sus mercancía, con el propósito de que estos mismos tomen la iniciativa de internacionalizarse por medio de la exportación. Como resultado, se obtuvo que para que los orfebres puedan lograr la internacionalización de sus mercancías, lo que necesitan, es principalmente el compañerismo, así como la confianza en ellos mismos. Posterior a las entrevistas aplicadas a la presidenta y vicepresidenta de la asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo; es que se coincide con los resultados de esta investigación, ya que existe una colaboración y compañerismo entre las artesanas, ya que se resalta que entre ellas se colaboran ya sea de manera económica o en las obras que realizan cuando deben entregar pedidos; así mismo, su colaboración se extiende por el momento de manera interna, ya que a la comunidad aún no han realizado algún aporte considerable. Teniendo en consideración esto, de acuerdo con los resultados de la tesis en mención, en el que se puede lograr una internacionalización por medio del compañerismo y confianza, es que las artesanas de Sagrado Corazón de Jesús también cuentan con estas características para lograr dicho propósito.

Para finalizar, para los antecedentes locales considerados para esta investigación, se muestran los siguientes resultados:

Primeramente, Apaestegui y Quispe (2017) en su tesis de pregrado *“Cultura exportadora en la asociación artesanas Pañon Tacabambino, provincia de Chota – Cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de Nueva York – EE. UU, 2018”*, el cual tuvo como objetivo identificar los lineamientos que permitirá mejorar la cultura exportadora en la Asociación Artesanas Pañon Tacabambino, enfocado a la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado estadounidense. Como resultado, se obtuvo que las artesanas no cuentan con una capacidad económica suficiente que les permita producir sus mercancías en mayores volúmenes, por lo que en la actualidad se han limitado a atender solamente al mercado local y nacional; por otro lado, indican que no disponen de acceso financiero por parte de entidades bancarias, quienes temen el incumplimiento de los pagos por parte de las artesanas, lo que les dificulta la obtención de materia prima que les permita atender mercados internacionales. Con respecto a los resultados mostrados en esta tesis, se concuerda del mismo modo, con los resultados obtenidos en esta investigación luego de las entrevistas aplicadas a la presidenta y vicepresidenta de la asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo; los cuales indican que las artesanas de la asociación también poseen dificultades para tener una adecuada oferta exportable, ya que para atender un pedido necesitan conocer el tiempo en el que puede ser entregado y la cantidad para saber si serán capaces de entregarlo o no a tiempo; del mismo modo, la capacidad de inversión que tienen para una mejor eficiencia sobre esto es muy baja, ya que solo cuenta con la aportación mensual de cada una que es de 10 soles.

Por último, Díaz y García (2018) en su tesis de pregrado *“Asociatividad de los productores de textiles artesanales de la provincia de san miguel Cajamarca para promover su exportación al mercado canadiense, 2020”*, el cual tuvo como objetivo determinar los

beneficios de la asociatividad de los productores de textiles artesanales de la provincia de San Miguel para promover su exportación al mercado de Canadá teniendo conocimiento acerca de la oferta y actual demanda sobre los productos que ofrecen las artesanas, con el fin de exponer propuestas de mejora para generar la asociatividad. Como resultado, se obtuvo que a través de la asociatividad se puede generar una oferta exportable mayor, así como buscar más mercados de destino para internacionalizar el producto. Respecto a este resultado obtenido en la tesis, en esta investigación, luego de aplicar las entrevistas a la presidenta y vicepresidenta de la asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo; se obtuvo que el cooperativismo puede llegar a promover la exportación de textiles artesanales al extranjero; no obstante, actualmente en la asociación de estudio las artesanas cuentan con redes de contacto, pero cada una por cuenta propia y no uno general para esta; del mismo modo, las artesanas aún carecen de una orientación exportadora que les permita llevar a cabo dichas exportaciones, salvo por algunos alcances, además de desconocer los documentos pertinentes para ello. Por último, los envases y embalajes que poseen tampoco son los adecuados para realizar dicha acción.

## CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que se llegaron en esta investigación fueron las siguientes:

- Las ventajas del cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en tejido en qallwa elaborados en la asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca, 2020 son las siguientes:
  - Las artesanas al ya poner en práctica dimensiones del cooperativismo como el emprendimiento, dónde su colaboración interna y apoyo es alta, la generación de empleo se está reactivando en la asociación, pero aún cada artesana no cuenta con una autonomía dentro de la misma, si no que todas toman decisiones en conjunto, es que obtendrán mayores ventajas en cuanto a las próximas exportaciones que lleguen a realizar teniendo presente el modelo cooperativo.
  - Del mismo modo, ya ponen en práctica la competitividad dentro de la asociación, el tener como factor la diferenciación de sus tejidos artesanales por sus diseños, técnicas y materiales, además de asegurar que estos cuenten con la calidad adecuada, es que les permitirá una ventaja competitiva cuando inicien los procesos de exportación de sus productos a otros países.
  - Por último, al tratarse de una asociación, aún carecen de un capital social cooperativo adecuado; no obstante, poseen características como los aportes de las socias, los cuales se ve bastante limitado al no contar hasta ahora con una capacidad de inversión idóneo más que contribuciones mensuales; lo cuales les reduce la posibilidad de tener una oferta exportable apta; del mismo modo, la inter cooperación es bastante reducida, sobre todo en el registro de

potenciales clientes, proveedores, entre otros y el desarrollo de su comunidad no es una prioridad significativa para ellas por el momento.

- El emprendimiento en la Asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo si favorece el conocimiento e importancia de los requisitos de exportación, ya que, de acuerdo con los resultados obtenido, la colaboración intrínseca dentro de la asociación que poseen actualmente es adecuada; la generación de empleo actual que les permite seguir trabajando y participando en ferias regionales favorece a que próximamente puedan internacionalizarse por medio de la exportación al lograr contactar con potenciales clientes, así como al considerar el modelo cooperativo puedan reforzar la autonomía dentro de la asociación, es decir, tomar decisiones en conjunto, pero conservando la autonomía que les corresponde. De igual manera, el emprendimiento en ellas les permitirá iniciar los procesos de exportación por cuenta propia y no por medio de terceros, lo cual les beneficiará bastante con respecto a conocer los procesos y documentos necesarios para tal fin.
- La competitividad en la Asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo no permite que se genere una adecuada oferta exportable, aunque cuenten con factores de diferenciación en sus tejidos como son los diseños, acabados técnicas y materiales, así como la calidad de las materias primas, su capacidad de producción no es la adecuada y/o suficiente para llegar a atender pedidos grandes, ya que dependen enteramente del tiempo y la cantidad que se les pida para saber si pueden o no responder a dicha demanda. Del mismo modo, la capacidad de inversión en la asociación por ahora no es significativa, ya que las colaboraciones mensuales hechas por las artesanas son exiguas para considerar una producción en escala, además de que casi toda su línea de

producción es hecha completamente de manera artesanal para conservar los elementos de diferenciación antes mencionados. No obstante, las artesanas tienen pleno conocimiento de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de su asociación, lo que en un futuro próximo les podrá facilitar mejorar su oferta exportable e iniciar los procesos de exportación.

- Por último, las ventajas del cooperativismo en la orientación exportadora en la Asociación de artesanas Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo son las siguientes:
  - Dentro del modelo cooperativo, las artesanas contarán con autonomía, ayuda mutua y, sobre todo, educación, formación e información, dentro del cual se puede establecer talleres y capacitaciones que pueden tomar por cuenta propia y de forma gratuita (como es el caso de los módulos de exportación de Promperú) al no tener por ahora alguna clase de asesoramiento por parte de entidades públicas o privadas.
  - El cooperativismo les permitirá a las artesanas tener una inter cooperación con otras entidades similares con las que puedan colaborar y con las que puedan adquirir nuevos conocimientos sobre los procesos de exportación, del mismo modo, el tener una más amplia red de contactos que incluyan entidades públicas o privadas que puedan facilitarles y/o darles alcances e información mucho más eficiente para lograr este propósito.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda a las artesanas de la asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo lo siguiente:

- Considerar una mejora en su capacidad de inversión por medio de préstamos bancarios, inyección de capital, alianzas con otras asociaciones, entre otras opciones; con la finalidad de que puedan generar mayor eficiencia a su actual capacidad de producción y les beneficie en cuanto a su oferta exportable próxima.
- Se recomienda tener una mejor promoción de su trabajo por medio de plataformas digitales que les permita llegar a nuevos clientes nacionales o incluso extranjero con los que puedan ampliar su red de contacto e iniciar las exportaciones de sus tejidos artesanales.
- Se recomienda que las artesanas tengan una mejor en cuenta a la documentación de su asociación, considerando entre ellos las actas de reuniones que realizan mensualmente, así como el registro de sus aportes y, sobre todo, tener plasmado su planeamiento estratégico en el que incluyan su matriz FODA, organigrama, catálogo de productos, misión, visión y valores.

## REFERENCIAS

- Apaestegui, N. y Quispe, R. (2017). *Cultura exportadora en la asociación artesanas Pañon Tacabambino, provincia de Chota – Cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de Nueva York – EE. UU, 2018* [tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. <http://hdl.handle.net/11537/11884>
- Arando, S., Gago, M., Freundlich, F. y Ugarte, L. (2012). Capital social y cooperativismo. *Projectics / Proyética / Projectique*, 2-3 (11-12), 41 – 54. <https://doi.org/10.3917/proj.011.0041>
- Arias F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica (6ta ed.)*. Editorial Episteme.
- Bauer, C., Guzmán, C. y Santos, F. (2012). Social capital as a distinctive feature of Social Economy firms. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 437–448. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0230-7>
- Bretos, I., Díaz-Fonca, M., Marcuello, C. y Marcuello, C. (2018). Cooperativas, capital social y emprendimiento: Una perspectiva teórica. REVESCO. *Revista de Estudios Cooperativos*, 128, 76-98. <https://doi.org/10.5209/REVE.59775>
- Bretos, I., Díaz-Fonca, M., Marcuello, C., & Marcuello, C. (2018). Cooperativas e internacionalización: un análisis de las 300 mayores cooperativas del mundo. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 92, 5-37. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.92.11480>
- Bruque, S., Hernández, J., Moyano, J. y Vargas, A. (2002). ¿Son más competitivas las sociedades cooperativas? Un análisis en el sector de la distribución. Ciriiec-España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. (42), 131-157.

Cajamarca arte y cultura. (8 de noviembre de 2016). *Textilería*. WordPress.

<https://arteyculturadecajamarca.wordpress.com/el-arte-de-cajamarca/>

Carvache, E. (2016). *Análisis de los modelos de asociatividad para la internacionalización de la producción artesanal del cantón Atacames* [tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica de Ecuador].

<https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/899>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2016). *Manual de documentos de exportación*.

<https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>

Confederación Nacional de Cooperativas del Perú. (2019). *Plan estratégico 2019-2021: Resumen Ejecutivo*.

Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2018). *Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones (15 ed.)*. Ediciones Pearson.

Decreto Supremo N° 074-90-TR. Texto Único Ordenado de la Ley General de Cooperativas. Art. N° 5. Lima, Perú, 14 de diciembre de 1990.

Díaz, M. y García, M. (2018). *Asociatividad de los productores de textiles artesanales de la provincia de san miguel Cajamarca para promover su exportación al mercado canadiense, 2020* [tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte].

<http://hdl.handle.net/11537/21670>

Esteban, M., Pérez, F. y Gargallo, A. (2018). Áreas rurales y cooperativas: iniciativas de mujeres para el desarrollo. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, (127), 116-138. <https://doi.org/10.5209/REVE.58397>

Fernández, S. (2009). Sobre los orígenes de la Democracia social: Henri de Saint-Simon y Louis Blanc, corporativismo y política social en el siglo XIX. *Anales de Historia Contemporánea*. (25), 389-406.

- Flecha, R. y Pun, N. (2014). El desafío de Mondragón: Buscar los valores cooperativos en tiempos de internacionalización. *Organization*, 21(5), 666-682. DOI: 10.1177 / 1350508414537625
- Gadea, E. y Atxabal, A. (2015). Presentación del monográfico: las sociedades cooperativas construyen un mundo mejor. *REVESCO. Revista De Estudios Cooperativos*, 117, 7-11.
- Garau, M. (2015). *Entre la utopía y la supervivencia: El desarrollo y la diversidad de las cooperativas de producción y trabajo en la Catalunya urbana e industrial (1864-1936)* [Tesis de doctorado, Universidad de Barcelona].  
<http://hdl.handle.net/10803/398542>
- Gómez, C. (2011). Las exportaciones de manufacturas de México. Su importancia y determinantes. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 5, 751-765,
- Gutiérrez, E., Lockuán, H. y Ura, L. (2013) *Las alianzas estratégicas como ventaja competitiva: (PYMES: sector confecciones)* [tesis de maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/273851>
- Hernández R., Fernández C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta ed.). Mc Graw Hill Education
- Hernández, M. (2017). Nuevos modelos de cooperativas de trabajadores autónomos: un análisis de las cooperativas de impulso empresarial y las cooperativas de facturación. *Revista de economía colaborativa y trabajo en plataforma: realidades y desafíos*, 145-181.
- Hessels, J. y van Stel, A. (2011). Entrepreneurship, export orientation, and economic growth. *Small Business Economics*, 37(2), 255-268. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9233-3>

- Hill, C. (2001). *Negocios Internacionales: competencia en el mercado global (8va ed.)*. McGraw Hill.
- Holyoake, G. (1989). *Historia de los Pioneros de Rochdale*. Montaber.
- Katayama, R. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Fondo Editorial de la UIGV.
- Laguna, R., Orozco, A., Piedra, K. y Olarte, G. (2020). Análisis de las exportaciones del sector textil peruano. *Revista de Análisis Económico y Financiero USMP*. 2(1), 32-49. <https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/raef/article/view/1734/1747>
- Lambert, P. (1961). *La doctrina cooperativa*. Aires: Intercoop.
- Larios-Francia, R. (2017). Estado actual de las mipymes del sector textil de la confección en Lima. *Revistas Ulima, Ingeniería Industrial*, 0(035), 113-137. <http://dx.doi.org/10.26439/ing.ind2017.n035.1795>
- Martínez, A. (2013). Cooperativismo y economía del bien común. *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, (47), 185-198.
- Martínez, A. (2015). Las cooperativas y su acción sobre la sociedad. *REVESCO. Revista De Estudios Cooperativos*, (117), 34-49. [https://doi.org/10.5209/rev\\_REVE.2015.v117.48144](https://doi.org/10.5209/rev_REVE.2015.v117.48144)
- Martínez, D. Silva, A. y Montoya, J. (2017). La importancia de una cultura exportadora en el territorio del departamento de Nariño. *Documentos De Trabajo ECACEN*, 1(1) <https://doi.org/10.22490/ECACEN.1896>
- Mayorga, M. y Mayorga, W. (2017). *El Emprendimiento Asociativo del sector textil y su impacto en el Desarrollo Local de la provincia de Tungurahua* [tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25766>

- Méndez, C. (2019). Dinámica de redes en agronegocios de rápida internacionalización. *Cadernos EBAPE.BR*, (17), 639-655. DOI: 10.1590/1679-395174077.
- Méndez, E. (2016). *La producción artesanal y la competitividad de la asociación de microempresas tejido con arte de la provincia de Yungay- 2014* [tesis de maestría, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo].  
<http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/2610>
- Meza, R. y Quevedo, C. (2016). La nueva ley general de cooperativas peruana y la declaración de principios de Manchester. *Revista de Investigaciones Aplicadas*, 19(1): 37-48. <http://dx.doi.org/10.17268/sciendo.2016.004>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2015). *Formas de Exportación*.  
<https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icomoeexportar/introduccion62/677-formas-de-exportacion>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (22 de abril de 2015). *Definición de Oferta Exportable*. <https://n9.cl/y2gfn>
- Monzó, J. (1995). Las cooperativas de trabajo asociado ante la reforma de los principios cooperativos. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, (61), 47-52.
- Monzón, J. (1989). *Las cooperativas de trabajo asociado en la literatura económica y en los hechos*. Ministerio de trabajo y seguridad social.
- Moreno, L. y Rodríguez, D. (1998). Diferenciación de producto y actividad exportadora de las empresas manufactureras españolas (1990-1996). *Información Comercial Española*, (773), 23-35.
- Moyano, J., Puig, F. y Bruque, S. (2008). Los determinantes de la competitividad en las cooperativas. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. (61), 233-249.

- Navarro, A., Rondán, J. y Acedo, F. (2013). The importance of an export-oriented culture for export performance. *European Journal of International Management*, 7(3), 254-277. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2013.054325>
- Neira, V. y Pasapera, S. (2014). *Artesanía y su influencia en el desarrollo sostenible de los artesanos del caserío de Arbolsol en distrito de Mórrope* [tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/1260>
- Organización Internacional del Trabajo. (2012). *El cooperativismo en América Latina: Una diversidad de contribuciones al desarrollo sostenible*. Oficina de la OIT para los Países Andinos.
- Ortecho, L. (13 de diciembre del 2016). *Las Cooperativas: una alternativa para el desarrollo empresarial peruano*. Diario del Exportador. <https://www.diariodelexportador.com/2016/12/las-cooperativas-una-alternativa-para.html>
- Ortega, I. (2021). *La contribución de los fundadores del cooperativismo de Mondragón al pensamiento cooperativo* [tesis de doctorado, Mondragon Unibertsitatea]. <http://hdl.handle.net/20.500.11984/5371>
- Pendas, B. (1987). *Manual de derecho cooperativo. Adaptado a la ley 3/1987 de 2 de abril, General de Cooperativas*. Fabula Libros.
- Porter, M. (1985). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Editorial Patria.
- ProColombia. (23 de marzo del 2011). *Programas de Formación Exportadora*. <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas/programas-de-formacion-exportadora>
- Putnam, R. (1995). *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. *Journal of Democracy*, 6, 65-78, [https://doi.org/10.1007/978-1-349-62965-7\\_12](https://doi.org/10.1007/978-1-349-62965-7_12)

Quevedo, Z. (2015). *La revitalización del tejido de telar de cintura en la Región Lambayeque* [tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].

<http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/4151>

Resolución Viceministerial N° 211-2019-VMPCIC-MC [Ministerio de Cultura] Por la cual se recomendó declarar Patrimonio Cultural de la Nación a los conocimientos, técnicas y practicas asociados a la producción de tejidos en qallwa, en la provincia de San Miguel, departamento de Cajamarca. 15 de noviembre de 2019.

Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima (2020). *Los retos de la Industria Textil y Confecciones frente a la COVID-19* <https://lacamara.pe/los-retos-de-la-industria-textil-y-confecciones-frente-a-la-covid-19/>

Rocca, E., García, D. y Duréndez, A. (2016). Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas. *Revista de contabilidad y negocios*, 11 (22), 52-68. <http://dx.doi.org/10.18800/contabilidad.201602.004>

Rodríguez, M. (2010). *Métodos de investigación*. Universidad Autónoma de Sinaloa.

Rojas, M. y Chirán, J. (2018). *Propuesta de asociatividad para generar desarrollo en el sector textil artesanal del cantón Otavalo* [tesis de pregrado, Universidad San Francisco de Quito]. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/7687>

Romero, C., Mendoza, C. y Mejía, L. (2018). Logística en los canales de distribución de marketing en las empresas de artesanías wayuu. *Revista Espacios*, 39 (47), 4. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p02.pdf>

Romero, M. (2018). *Ventajas competitivas de la asociatividad de artesanos filigranistas en plata y oro del distrito de San Jerónimo de Tunán-Huancayo como estrategia de internacionalización en el mercado de Estados Unidos 2015* [tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/4363>

Ruano, A. (9 de mayo de 2017). *¿Qué documentación es necesaria para exportar?* Sertrans.

<https://www.sertrans.es/transporte-internacional/que-documentacion-es-necesaria-para-exportar/>

Stevenson, H. (2011). *Getting to Giving: Fundraising the Entrepreneurial Way*. Timberline Management.

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2013). Exportación Definitiva [Diapositivas de Power Point]. <https://n9.cl/ntuh>

Valero, G. Rodenes, M. y Rueda, G. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras: Estado de la cuestión. *Revista Le Bret*, (8), 127 – 147.

Wanyama, F. (2014). *Cooperatives and the Sustainable Development Goals A contribution to the post-2015 development debate*. International Labor Organization.

## ANEXOS

### ANEXO N.º 1: OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

TITULO: “COOPERATIVISMO Y EXPORTACIÓN DE TEXTILES ARTESANALES EN SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS, SAYAMUD BAJO - SAN MIGUEL, CAJAMARCA, 2020”				
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>VARIABLE X:</b>  Cooperativismo	<p>Para Stevenson (2011), Hernández (2017) y Bretos et al. (2018), el emprendimiento interno permite el desarrollo de las cooperativas de trabajo, posibilitando el aumento de sus ingresos y mejorar su calidad de vida; mientras que, el emprendimiento externo, los encamina a la inclusión social y desarrollo sostenible, mostrando un compromiso hacia su comunidad y recursos naturales</p> <p>Para Porter (1985) y Moreno y Rodríguez (1998) coinciden en explicar la competitividad se centra en las estrategias de diferenciación son bastante útiles para las empresas hoy en día, considerando aspecto como el precio, calidad y oportunidad; Moyano et al. (2008) asegura de que la competitividad en las sociedades cooperativas se determina por aspectos como la difícil imitación en los productos ofrecidos y una gestión diferenciadora. Bruque et al. (2002) considera que la competitividad cooperativa se logra teniendo una participación activa con los socios y consiguiendo una mejor integración y gestión de calidad.</p> <p>Para Putnam (1995) el capital social cooperativo está considero como las características sociales que existen en una cooperativa, considerando los vínculos y la confianza que existe entre los socios a favor del bien común. Por otro lado, para Lambert (1961) el capital social se limita a ser los aportes de los socios, pero que estos mismos no confieren alguna clase de poder a los miembros, si no que todo se limita a su participación en la cooperativa. Arando et al. (2012) afirma que los socios al pertenecer a una sociedad democrática como es la cooperativa, estos serán capaces de aumentar su capital social cooperativo entorno a la colaboración entre los socios, su comunidad y desarrollar la inter-cooperación.</p>	<p>Para evaluar esta variable es necesario aplicar una entrevista a la presidenta de la Asociación de Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel - Cajamarca, año 2020; en base a las dimensiones encontradas para esta misma, haciendo uso de una guía de entrevista como instrumento para tal fin, el cual contendrá un total de 14 preguntas, de las cuales ocho pertenecen a la variable cooperativismo.</p>	Emprendimiento	Nivel de colaboración
				Generación de empleo
				Nivel de autonomía
			Competitividad	Diferenciación
				Calidad de producto
			Capital Social Cooperativo	Inter cooperación
				Aporte de los socios
				Desarrollo de la comunidad

<b>VARIABLE Y:</b>  Exportación	<p>Promperu (2012) y Ruano (2017) coinciden en afirmar que una parte fundamental de las exportaciones son los requisitos de exportación, al ser requerimientos obligatorios solicitados por las autoridades aduaneras pertinentes para aquellos que tengan la intención de llevar a cabo una exportación, además de funcionar como evidenciar del acuerdo de compraventa entre el importador y exportador.</p> <p>Para el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2015) para exportar es importante considerar la oferta exportable de una empresa, considerando aspectos como su capacidad económica, financiera y de gestión, con la finalidad de asegurar contar con la producción suficiente para satisfacer la demanda solicitada por un determinado cliente o de un mercado específico. Mientras tanto, Daniels et al. (2018), menciona que la oferta exportable es la capacidad que posee un determinado mercado para ofrecer un producto, relacionando de este modo la cantidad de bienes que se está dispuesto hacer por un determinado precio ofrecido, correlacionando de ese modo el precio con la cantidad.</p> <p>De acuerdo con ProColombia (2011), la orientación exportadora se puede establecer mediante capacitaciones y/o talleres brindados a los empresarios que muestren interés en exportar, brindándoles herramientas útiles para llevar a cabo dichos procesos, reduciendo de ese modo los riesgos que puedan presentarse, a la vez de optimizar las destrezas y capacidades de estos mismos. Del mismo modo, para Martínez et al. (2017) la orientación exportadora es un conjunto de capacidades que permiten llegar eficientemente al mercado internacional para lograr la comercialización de un producto en específico, a través de la educación y al aportar conocimientos y herramientas útiles a los interesados en realizar las exportaciones.</p>	<p>Para evaluar esta variable es necesario aplicar una entrevista a la presidenta de la Asociación de Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel - Cajamarca, año 2020; en base a las dimensiones encontradas para esta misma, haciendo uso de una guía de entrevista como instrumento para tal fin, el cual contendrá un total de 14 preguntas, de las cuales seis pertenecen a la variable exportación.</p>	Oferta exportable	Capacidad de producción
			Oferta exportable	Capacidad de inversión
			Oferta exportable	Capacidad de gestión
			Orientación exportadora	Talleres
				Capacitaciones
			Requisitos de exportación	Normas de etiquetado y envasado
				Documentos para exportar

**ANEXO N.º 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA**

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES E INDICADORES			
<p><b>Formulación del problema:</b></p> <p>¿Cuáles son las ventajas del cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en tejido en qallwa elaborados en la asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca, 2020?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿El emprendimiento en la Asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo favorece el conocimiento e importancia de los requisitos de exportación?</li> <li>• ¿La competitividad en la Asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo permite que se genere una adecuada oferta exportable?</li> <li>• ¿Cuáles son las ventajas del cooperativismo en la orientación exportadora en la Asociación Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo?</li> </ul>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Identificar las ventajas que presenta el cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en tejido en qallwa elaborados en la asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca, 2020.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir las ventajas de la dimensión Emprendimiento del cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en la asociación Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca, 2020.</li> <li>• Describir las ventajas de la dimensión Competitividad del cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en la asociación Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca, 2020.</li> <li>• Describir las ventajas de la dimensión Capital Social Cooperativo del cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en la asociación Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca, 2020.</li> </ul>	<b>Variable 1: Cooperativismo</b>			
		<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	
		Emprendimiento	Nivel de colaboración	1	
			Generación de empleo	2	
			Nivel de autonomía	3	
		Competitividad	Diferenciación	4	
			Gestión de calidad	5	
		Capital Social Cooperativo	Inter cooperación	6	
			Aporte de los socios	7	
			Desarrollo de la comunidad	8	
		<b>Variable 2: Exportación</b>			
		Oferta exportable	Capacidad de producción	9	
			Capacidad de inversión	10	
			Capacidad de gestión	11	
Orientación exportadora	Talleres	12			
	Capacitaciones	12			
Requisitos de exportación	Normas de etiquetado y envasado	13			
	Documentos de exportación	14			

Tipo de diseño de investigación	Análisis de datos	Técnica e instrumentos
<p><b>Tipo:</b> Descriptiva  <b>Enfoque:</b> Cualitativo  <b>Diseño:</b> No experimental, transversal</p>	<p><b>DESCRIPTIVA:</b> Excel  <b>Variable 1:</b> Cooperativismo  <b>Variable 2:</b> Exportación</p>	<p><b>Variable 1:</b> Cooperativismo  <b>Técnica:</b> Entrevista  <b>Instrumento:</b> Guía de entrevista  <b>Ámbito de Aplicación:</b> Sagrado Corazón de Jesús - Sayamud Bajo  <b>Forma de Administración:</b> Individual</p>
<b>Población y muestra</b>		
<p><b>Población:</b> 10 Artesanas textiles que elaboran tejido en qallwa en Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca</p> <p><b>Tipo de muestreo:</b> Muestreo no probabilístico y por conveniencia</p> <p><b>Muestra:</b> presidenta y vicepresidenta de la asociación Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo.</p>		<p><b>Variable 2:</b> Exportación  <b>Técnica:</b> Entrevista  <b>Instrumento:</b> Guía de entrevista  <b>Ámbito de Aplicación:</b> Sagrado Corazón de Jesús - Sayamud Bajo  <b>Forma de Administración:</b> Individual</p>

### ANEXO N.º 3: GUÍA DE ENTREVISTA

#### ENTREVISTA DIRIGIDA A LA PRESIDENTA Y VICEPRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANAS: SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS – SAYAMUD BAJO

Nombre de la entrevistada: \_\_\_\_\_

Cargo actual: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

#### OBJETIVO:

La presente entrevista tiene como objetivo identificar las ventajas que presenta el cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en tejido en qallwa elaborados en la asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca; conociendo el estado actual de la asociación.

#### PREGUNTAS:

Nº	VARIABLE 1: COOPERATIVISMO
<i>Emprendimiento</i>	
1	¿Considera usted que la colaboración actual que hay entre las artesanas textiles representa una ventaja para impulsar su emprendimiento?
2	¿Actualmente la asociación se encuentra generando empleo para cada una de las artesanas que la conforman? ¿Cree que una cooperativa de textiles promovería una mayor generación de empleo que una asociación?
3	¿Considera usted que las artesanas tienen autonomía dentro de la asociación?
<i>Competitividad</i>	
4	¿Cree usted que es importante destacar los atributos y cualidades de sus tejidos para marcar una ventaja competitiva en el mercado?
5	¿Considera usted que la calidad de los tejidos artesanales que ofrece su asociación debe ser superior con respecto a los de sus competidores?

<i>Capital Social Cooperativo</i>	
6	¿Actualmente la asociación cuenta con redes de contacto de clientes, proveedores y otros que les haya permitido aumentar sus oportunidades de trabajo?
7	¿Cómo se maneja el tema de los aportes de las artesanas en la asociación?
8	¿Considera usted que su asociación artesanal muestra interés por el desarrollo de la comunidad en la que se encuentra?

N° VARIABLE 2: Exportación	
<i>Oferta Exportable</i>	
9	¿La capacidad de producción actual de su asociación puede atender eficientemente cualquier demanda solicitada?
10	¿La capacidad de inversión en materia prima e instrumentos requeridos para la fabricación de textiles artesanales es eficiente en la asociación?
11	¿Cómo se maneja la administración de las actuales trabajadoras? ¿Considera que tienen claramente identificadas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la asociación?
<i>Orientación Exportadora</i>	
12	¿Actualmente su asociación ha recibido talleres o capacitaciones relacionados a los procedimientos necesarios para llevar a cabo una correcta exportación? ¿Los considera importantes?
<i>Requisitos de Exportación</i>	
13	¿Considera que los envases y embalajes que usa para la venta de sus textiles artesanales son adecuados para una exportación?
14	¿Conoce los requisitos necesarios para llevar a cabo la exportación de sus textiles?

## ANEXO N.º 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Torres Oporto, Héctor M.
- 1.2. Grado Académico: Mg.
- 1.3. Institución donde labora: Universidad Privada del Norte
  - 1.3.1. Especialidad del validador: Administrador y Educador
  - 1.3.2. Título de la investigación: Cooperativismo y Exportación de Textiles Artesanales en Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo - San Miguel, Cajamarca, 2020
  - 1.3.3. Autor del Instrumento: Bazán Valdivia, Larissa Nataly
  - 1.3.4. Instrumento 1 (Variable 1): Cooperativismo

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

#### PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS - VARIABLE: COOPERATIVISMO

Ítems	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
<b>DIMENSION 1: EMPRENDIMIENTO</b>						
1.	¿Considera usted que la colaboración actual que hay entre las artesanas textiles representa una ventaja para impulsar su emprendimiento?				x	
2.	¿Actualmente la asociación se encuentra generando empleo para cada una de las artesanas que la conforman? ¿Cree que una cooperativa de textiles promovería una mayor generación de empleo que una asociación?				x	
3.	¿Considera usted que las artesanas tienen autonomía dentro de la asociación?				x	

<b>DIMENSION 2: COMPETITIVIDAD</b>					
4. ¿Cree usted que es importante destacar los atributos y cualidades de sus tejidos para marcar una ventaja competitiva en el mercado?			x		La palabra “cree” es excesivamente subjetiva y a veces pasa de lo informal. Podrían decir ¿Tomando en cuenta el contexto en el que se encuentra es importante destacar los atributos y cualidades .....?
5. ¿Considera usted que la calidad de los tejidos artesanales que ofrece su asociación debe ser superior con respecto a los de sus competidores?				x	
<b>DIMENSION 3: CAPITAL SOCIAL COOPERATIVO</b>					
6. ¿Actualmente la asociación cuenta con redes de contacto de clientes, proveedores y otros que les haya permitido aumentar sus oportunidades de trabajo?				x	
7. ¿Cómo se maneja el tema de los aportes de las artesanas en la asociación?				x	
8. ¿Considera usted que su asociación artesanal muestra interés por el desarrollo de la comunidad en la que se encuentra?				x	

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....97 %.**

### 1.3.5. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

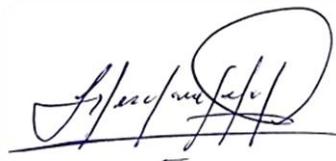
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				X	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 98 % **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima 22 de noviembre del 2021



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 07967149.

Teléfono N° 999 049 068

1.3.6. Instrumento 2 (Variable 2): Exportación

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**PERTINENCIA DE LOS ITEMS VARIABLE: EXPORTACIÓN**

Ítems	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
<b>DIMENSION 1: OFERTA EXPORTABLE</b>						
1.	¿La capacidad de producción actual de su asociación puede atender eficientemente cualquier demanda solicitada?				X	
2.	¿La capacidad de inversión en materia prima e instrumentos requeridos para la fabricación de textiles artesanales es eficiente en la asociación?				X	
3.	¿Cómo se maneja la administración de las actuales trabajadoras? ¿Considera que tienen claramente identificadas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la asociación?				X	
<b>DIMENSION 2: ORIENTACIÓN EXPORTADORA</b>						
4.	¿Actualmente su asociación ha recibido talleres o capacitaciones relacionados a los procedimientos necesarios para llevar a cabo una correcta exportación? ¿Los considera importantes?				X	
<b>DIMENSION 3: REQUISITOS DE EXPORTACIÓN</b>						
5.	¿Considera que los envases y embalajes que usa para la venta de sus textiles artesanales son adecuados para una exportación?				X	
6.	¿Conoce los documentos solicitados para llevar a cabo la exportación de sus textiles artesanales?			X		El término conoce es muy general y esta relacionado a personas o cosas. Cuando se refiere a fuentes escritas es mejor usar. ¿Esta informado sobre los documentos que se solicitan para.....?

**PROMEDIO DE VALORACIÓN 97 %**

**1.3.7. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO**

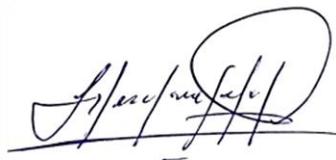
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				X	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 98 % **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima 22 de noviembre del 2021



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 07967149.

Teléfono N° 999 049 068

## ANEXO N.º 5: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Barrantes Morales, Gustavo I.
- 1.2. Grado Académico: Mg. en Gerencia de Operaciones y Logística
- 1.3. Institución donde labora: Universidad Privada del Norte
  - 1.3.1. Especialidad del validador: Negocios Internacionales
  - 1.3.2. Título de la investigación: Cooperativismo y Exportación de Textiles Artesanales en Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo - San Miguel, Cajamarca, 2020
  - 1.3.3. Autor del Instrumento: Bazán Valdivia, Larissa Nataly
  - 1.3.4. Instrumento 1 (Variable 1): Cooperativismo

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

#### PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS - VARIABLE: COOPERATIVISMO

Ítems	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
<b>DIMENSION 1: EMPRENDIMIENTO</b>						
1. Nivel de colaboración					X	
2. Generación de empleo					X	
3. Nivel de autonomía					X	
<b>DIMENSION 2: COMPETITIVIDAD</b>						
4. Diferenciación					X	
5. Gestión de calidad					X	
<b>DIMENSION 3: CAPITAL SOCIAL COOPERATIVO</b>						
6. Nivel de colaboración					X	
7. Generación de empleo					X	
8. Nivel de autonomía					X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95%

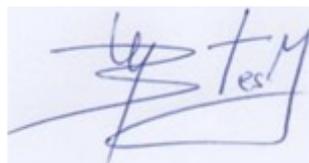
### 1.3.5. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 90 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima 22 de noviembre del 2021



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 40957810

Teléfono N° 983489957

1.3.6. Instrumento 2 (Variable 2): Exportación

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**PERTINENCIA DE LOS ITEMS VARIABLE: EXPORTACIÓN**

Ítems	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
<b>DIMENSION 1: OFERTA EXPORTABLE</b>						
1. Capacidad de producción					X	
2. Capacidad de inversión					X	
3. Capacidad de gestión					X	
<b>DIMENSION 2: ORIENTACIÓN EXPORTADORA</b>						
4. Talleres					X	
5. Capacitaciones					X	
<b>DIMENSION 3: REQUISITOS DE EXPORTACIÓN</b>						
6. Documentos de exportación					X	
7. Normas de etiquetado y envasado					X	

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95%**

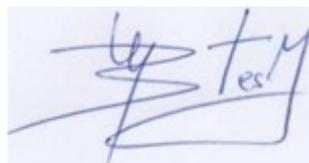
### 1.3.7. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 90 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima 22 de noviembre del 2021



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 40957810

Teléfono N° 983489957

## ANEXO N.º 6: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Herrera Gutiérrez, Jimmy Omar.
- 1.2. Grado Académico: Mg. en Administración Estratégica de Empresas
- 1.3. Institución donde labora: Universidad Privada del Norte
  - 1.3.1. Especialidad del validador: Negocios internacionales, logística, marketing.
  - 1.3.2. Título de la investigación: Cooperativismo y Exportación de Textiles Artesanales en Sagrado Corazón de Jesús, Sayamud Bajo - San Miguel, Cajamarca, 2020
  - 1.3.3. Autor del Instrumento: Bazán Valdivia, Larissa Nataly
  - 1.3.4. Instrumento 1 (Variable 1): Cooperativismo

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

#### PERTINENCIA DE LOS ITEMS - VARIABLE: COOPERATIVISMO

Ítems	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaci ones
<b>DIMENSION 1: EMPRENDIMIENTO</b>						
4. Nivel de colaboración					X	
5. Generación de empleo					X	
6. Nivel de autonomía					X	
<b>DIMENSION 2: COMPETITIVIDAD</b>						
9. Diferenciación					X	
10. Gestión de calidad					X	
<b>DIMENSION 3: CAPITAL SOCIAL COOPERATIVO</b>						
11. Nivel de colaboración					X	
12. Generación de empleo					X	
13. Nivel de autonomía						

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95%.

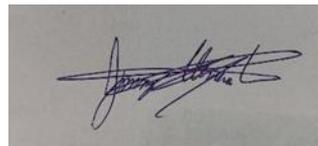
**1.3.5. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 95 % **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima 24 de noviembre del 2021



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 40321572

Teléfono N° 964310923

1.3.6. Instrumento 2 (Variable 2): Exportación

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS VARIABLE: EXPORTACIÓN**

Ítems	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
<b>DIMENSION 1: OFERTA EXPORTABLE</b>						
7. Capacidad de producción					X	
8. Capacidad de inversión					X	
9. Capacidad de gestión					X	
<b>DIMENSION 2: ORIENTACIÓN EXPORTADORA</b>						
10. Talleres					X	
11. Capacitaciones					X	
<b>DIMENSION 3: REQUISITOS DE EXPORTACIÓN</b>						
6. Documentos de exportación					X	
7. Normas de etiquetado y envasado						

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95%**

### 1.3.7. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 95 % **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima 24 de noviembre del 2021



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 40321572

Teléfono N° 964310923

## ANEXO N.º 7: TRANSCRIPCIÓN DE LA GUÍA DE ENTREVISTA

### ENTREVISTA DIRIGIDA A LA PRESIDENTA Y VICEPRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANAS: SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS – SAYAMUD BAJO

**Nombre de la entrevistada:** Deysi Cerna Lozano

**Cargo actual:** presidenta de la Asociación Sagrado corazón de Jesús – Sayamud bajo

**Fecha:** 23/11/2021

#### OBJETIVO:

La presente entrevista tiene como objetivo identificar las ventajas que presenta el cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en tejido en qallwa elaborados en la asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca; conociendo el estado actual de la asociación.

#### PREGUNTAS:

Nº	VARIABLE 1: COOPERATIVISMO
<i>Emprendimiento</i>	
1	<p><b>¿Considera usted que la colaboración actual que hay entre las artesanas textiles representa una ventaja para impulsar su emprendimiento?</b></p> <p>Claro, por ejemplo, entre las socias nos hemos apoyado desde que se creó la asociación en todo lo que pueda necesitar, entre nosotras nos prestamos dinero cuando se deben pagar los intereses que tiene la asociación para seguir adelante con nuestro negocio.</p>
2	<p><b>¿Actualmente la asociación se encuentra generando empleo para cada una de las artesanas que la conforman? ¿Cree que una cooperativa de textiles promovería una mayor generación de empleo que una asociación?</b></p> <p>Nos encontramos empezando nuevamente, ya que por la pandemia dejamos de producir muchos de los productos que tenemos y dejamos de participar en ferias donde exponíamos nuestros tejidos. Y claro, porque para una cooperativa hay más proyectos y oportunidades que para una asociación.</p>
3	<p><b>¿Considera usted que las artesanas tienen autonomía dentro de la asociación?</b></p> <p>Entre todas las socias tomamos decisiones en conjunto, si todas estamos de acuerdo, eso será lo que se haga en la asociación, decidimos siempre por mayoría.</p>
<i>Competitividad</i>	
4	<p><b>¿Cree usted que es importante destacar los atributos y cualidades de sus tejidos para marcar una ventaja competitiva en el mercado?</b></p> <p>Claro, es muy importante destacar la calidad, diseños y la historia principalmente que hay detrás de cada uno, ya que la técnica en qallwa tiene muchos años de tradición y nosotras todavía la continuamos.</p>
5	<p><b>¿Considera usted que la calidad de los tejidos artesanales que ofrece su asociación debe ser superior con respecto a los de sus competidores?</b></p> <p>Sí, es muy importante que los materiales sean de calidad, nosotras trabajamos con materiales como algodón mercerizado, lana acrílica, hilo rio, entre otros más.</p>

<i>Capital Social Cooperativo</i>	
<b>6</b>	<b>¿Actualmente la asociación cuenta con redes de contacto de clientes, proveedores y otros que les haya permitido aumentar sus oportunidades de trabajo?</b>
	Sí, algunas de las socias tienen sus propios clientes en Cajamarca, otras en Lima y de allí también se puede conseguir más trabajo.
<b>7</b>	<b>¿Cómo se maneja el tema de los aportes de las artesanas en la asociación?</b>
	Mensualmente aportamos 10 soles durante todo el año, ese capital que es de la asociación nos prestamos entre las socias para temas de compra de materiales y otros más.
<b>8</b>	<b>¿Considera usted que su asociación artesanal muestra interés por el desarrollo de la comunidad en la que se encuentra?</b>
	Actualmente solo nos apoyamos más entre socias, solo dentro de la asociación, pero a la comunidad todavía considero que no hemos hecho muchos aportes.

<b>N° VARIABLE 2: Exportación</b>	
<i>Oferta Exportable</i>	
<b>9</b>	<b>¿La capacidad de producción actual de su asociación puede atender eficientemente cualquier demanda solicitada?</b>
	Depende mucho del tiempo que nos den para trabajar, ya que nuestros productos son hechos a mano, así que depende de cuanto sería el tiempo de entrega para ver si podemos cumplir con el pedido.
<b>10</b>	<b>¿La capacidad de inversión en materia prima e instrumentos requeridos para la fabricación de textiles artesanales es eficiente en la asociación?</b>
	Por ahora nuestros aportes son pocos, así que considero que podríamos mejorar en esta inversión para la compra de materiales como los tejidos y los instrumentos de trabajo.
<b>11</b>	<b>¿Cómo se maneja la administración de las actuales trabajadoras? ¿Considera que tienen claramente identificadas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la asociación?</b>
	Todos los meses tenemos una reunión en donde acordamos entre todas las cosas como los aportes en la asociación, pero durante la pandemia casi no tuvimos muchas reuniones por falta de trabajo. Y sí, a todas nosotras nos capacitaron sobre el FODA antes de la pandemia, así que cada socia puede conocer este tema.
<i>Orientación Exportadora</i>	
<b>12</b>	<b>¿Actualmente su asociación ha recibido talleres o capacitaciones relacionados a los procedimientos necesarios para llevar a cabo una correcta exportación? ¿Los considera importantes?</b>
	No, a la fecha no hemos recibido ningún tipo de capacitación para exportar de algún ente público o privado, nos falta saber sobre eso. Claro que es importante estos talleres y capacitaciones, para saber cómo podemos empezar a exportar los productos que tenemos.
<i>Requisitos de Exportación</i>	
<b>13</b>	<b>¿Considera que los envases y embalajes que usa para la venta de sus textiles artesanales son adecuados para una exportación?</b>
	Tenemos que mejorar en ese tema, desde que iniciamos solo solemos vender en bolsas y para exportar no se puede hacer solamente en bolsas.
<b>14</b>	<b>¿Conoce los documentos solicitados para llevar a cabo la exportación de sus textiles artesanales?</b>
	No conozco cuales son esos documentos y las demás socias tampoco, pero considero que son muy importantes conocerlos.

## ANEXO N.º 8: TRANSCRIPCIÓN DE LA GUÍA DE ENTREVISTA

### ENTREVISTA DIRIGIDA A LA PRESIDENTA Y VICEPRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANAS: SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS – SAYAMUD BAJO

**Nombre de la entrevistada:** Marivel Mendoza Celis

**Cargo actual:** vicepresidenta de la Asociación Sagrado corazón de Jesús – Sayamud bajo

**Fecha:** 23/11/2021

#### OBJETIVO:

La presente entrevista tiene como objetivo identificar las ventajas que presenta el cooperativismo en la exportación de textiles artesanales en tejido en qallwa elaborados en la asociación de artesanas Sagrado corazón de Jesús, Sayamud bajo en la provincia de San Miguel – Cajamarca; conociendo el estado actual de la asociación.

#### PREGUNTAS:

Nº	VARIABLE 1: COOPERATIVISMO
<i>Emprendimiento</i>	
1	<p><b>¿Considera usted que la colaboración actual que hay entre las artesanas textiles representa una ventaja para impulsar su emprendimiento?</b></p> <p>Si, porque entre todas las socias de la asociación nos venimos apoyando mutuamente, cuando hay una artesana que necesite ayuda con algún tejido nos apoyamos entre dos otras, una urde, otra teje y la última hace los acabados.</p>
2	<p><b>¿Actualmente la asociación se encuentra generando empleo para cada una de las artesanas que la conforman? ¿Cree que una cooperativa de textiles promovería una mayor generación de empleo que una asociación?</b></p> <p>Cada vez que hay pedidos colaboramos entre todas para poder cumplir, sobre todo estos últimos tiempos que ya nos encontramos produciendo más que antes cuando estaba la pandemia. Mensualmente se hace una obra por cada artesana. Creo que una cooperativa puede ser más beneficiosa para nosotras.</p>
3	<p><b>¿Considera usted que las artesanas tienen autonomía dentro de la asociación?</b></p> <p>Tomamos las decisiones siempre entre todas cuando se llevan a cabo las reuniones mensuales.</p>
<i>Competitividad</i>	
4	<p><b>¿Cree usted que es importante destacar los atributos y cualidades de sus tejidos para marcar una ventaja competitiva en el mercado?</b></p> <p>Si es muy importante, nuestros tejidos se diferencian en los acabados que hacemos, sobre todo los tejidos en qallwa.</p>
5	<p><b>¿Considera usted que la calidad de los tejidos artesanales que ofrece su asociación debe ser superior con respecto a los de sus competidores?</b></p> <p>Claro y debemos esmerarnos más para que nuestros tejidos tengan una mejor calidad, mejor presentación y tengan un valor mayor en su venta.</p>

<i>Capital Social Cooperativo</i>	
<b>6</b>	<p><b>¿Actualmente la asociación cuenta con redes de contacto de clientes, proveedores y otros que les haya permitido aumentar sus oportunidades de trabajo?</b></p> <p>Tenemos de algunos clientes que nos han hecho algunos pedidos recientemente, aunque durante la pandemia casi no tuvimos ninguno. En cuanto a proveedores, el proyecto de Sierra y Selva Alta nos brindaron materiales para trabajar, así como algunas materias primas.</p>
<b>7</b>	<p><b>¿Cómo se maneja el tema de los aportes de las artesanas en la asociación?</b></p> <p>Mensualmente todas las artesanas colaboramos en el capital de la asociación que si se presenta algún proyecto podemos abastecernos de más hilos y materiales para hacer los tejidos.</p>
<b>8</b>	<p><b>¿Considera usted que su asociación artesanal muestra interés por el desarrollo de la comunidad en la que se encuentra?</b></p> <p>Considero que sí, aunque no ha sido mucha, más nos colaboramos entre nosotras.</p>

<b>N° VARIABLE 2: Exportación</b>	
<i>Oferta Exportable</i>	
<b>9</b>	<p><b>¿La capacidad de producción actual de su asociación puede atender eficientemente cualquier demanda solicitada?</b></p> <p>Sí, cuando hay algún pedido entre todas tratamos de tenerlo a tiempo y se pueda entregar, sobre todo cuando se trata de pedidos grandes o si el pedido es un color o material que no tenemos, lo mandamos a pedir.</p>
<b>10</b>	<p><b>¿La capacidad de inversión en materia prima e instrumentos requeridos para la fabricación de textiles artesanales es eficiente en la asociación?</b></p> <p>Con los aportes de todas las socias podemos comprar los materiales que nos hagan falta, a veces también mandamos a pedir de Lima</p>
<b>11</b>	<p><b>¿Cómo se maneja la administración de las actuales trabajadoras? ¿Considera que tienen claramente identificadas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la asociación?</b></p> <p>La presidenta es la que se encarga de organizar a todas las artesanas de la asociación y sí tenemos identificados todos esos aspectos, antes nos dieron una charla sobre ese tema.</p>
<i>Orientación Exportadora</i>	
<b>12</b>	<p><b>¿Actualmente su asociación ha recibido talleres o capacitaciones relacionados a los procedimientos necesarios para llevar a cabo una correcta exportación? ¿Los considera importantes?</b></p> <p>El proyecto de Sierra y Selva alta nos dio algunos alcances sobre cómo poder exportar. Si considero que sean importantes porque nos daría más conocimiento sobre cómo podemos exportar.</p>
<i>Requisitos de Exportación</i>	
<b>13</b>	<p><b>¿Considera que los envases y embalajes que usa para la venta de sus textiles artesanales son adecuados para una exportación?</b></p> <p>No tenemos por ahora un empaque fijo, porque para exportar se necesita de cajas y otros, solamente usamos bolsas plásticas para vender.</p>
<b>14</b>	<p><b>¿Conoce los documentos solicitados para llevar a cabo la exportación de sus textiles artesanales?</b></p> <p>No conozco de esos documentos.</p>

**ANEXO N.º 9: CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN**

<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA</b>	
---------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

Yo Deisy Cerna Lozano (Nombre del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)  
 identificado con DNI 47299566 en mi calidad de Presidenta de la Asociación (Nombre del puesto del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)  
 del área de Junta Directiva (Nombre del área de la empresa)  
 de la empresa/institución Sagrado Corazón de Jesús (Nombre de la empresa)  
Sayamud Bajo (Asociación de Artesanas)  
 con R.U.C N° 20600329311, ubicada en la ciudad de San Miguel - Cajamarca.

**OTORGO LA AUTORIZACIÓN,**

Al señor Larissa Nataly Bazán Valdivia (Nombre completo del Egresado/Bachiller)  
 identificado con DNI N° 71079708, egresado de la  Carrera profesional o ( ) Programa de Postgrado de Administración y Negocios Internacionales (Nombre de la carrera o programa) para

que utilice la siguiente información de la empresa:

Datos administrativos  
(Detallar la información a entregar)

con la finalidad de que pueda desarrollar su ( ) Trabajo de Investigación,  Tesis o ( ) Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de ( ) Bachiller, ( ) Maestro, ( ) Doctor o  Título Profesional.

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

- Ficha RUC
- ( ) \*Vigencia de Poder (Para informes de suficiencia profesional)
- ( ) Otro (ROF, MOF, Resolución, etc. para el caso de empresas públicas válido tanto para Tesis, Trabajo de Investigación o Trabajo de Suficiencia Profesional).

\* Nota: En el caso este formato se use como regularización o continuidad del trámite durante la coyuntura de emergencia – Covid19, se debe de omitir la "Vigencia de Poder" requerido para los informes de Suficiencia Profesional.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

- ( ) Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
- ( ) Mencionar el nombre de la empresa.



**Firma y sello del Representante Legal \*\***  
 DNI: 47299566

**\*\*Este documento debe ser firmado por un representante inscrito en SUNAT y debe adjuntar una copia de su documento de identidad (DNI) para verificar la firma.**

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



**Firma del Egresado**  
 DNI: 71079708

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	06	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	25/06/2020				



**ANEXO N.º 11: FICHA RUC**

Página 1 de 2

Datos de Ficha RUC - Inscripción en el Registro de Contribuyentes

RUC

**SUNAT**

**CIR- COMPROBANTE DE INFORMACION REGISTRADA 3119-1**  
 Ficha RUC : 20600325311  
 Número de Transacción : 41774880

Lote : 24237  
 Página : 4

**Información General del Contribuyente**

Apellidos y Nombres ó Razón Social	ASOCIACION DE ARTESANAS SAGRADO CORAZON DE JESUS
Tipo de Contribuyente	SAYAMUD BAJO
Fecha de Inscripción	11 - ASOCIACION
Fecha de Inicio de Actividades	24/04/2015
Estado del Contribuyente	01/05/2015
Dependencia SUNAT	00 - ACTIVO
Condición de Domicilio Fiscal	0163 - I.R. CAJAMARCA-MEPECO
Emisor electrónico desde Comprobantes electrónicos	09 - PENDIENTE

**Datos del Contribuyente**

Nombre Comercial	---
Tipo de Representación	---
Actividad Económica Principal	91993 - ACTIVIDADES OTRAS ASOCIACIONES NCP.
Actividad Económica Secundaria 1	---
Actividad Económica Secundaria 2	---
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	01 - MANUAL
Sistema de Contabilidad	01 - MANUAL
Actividad de Comercio Exterior	00 - SIN ACTIVIDAD
Número Fax	---
Teléfono Fijo 1	---
Teléfono Fijo 2	76 - 976164902
Teléfono Móvil 1	---
Teléfono Móvil 2	---
Correo Electrónico 1	sayamudbajo@gmail.com
Correo Electrónico 2	---

**Datos del Domicilio Fiscal**

Departamento	06 - CAJAMARCA
Provincia	0611 - SAN MIGUEL
Distrito	061101 - SAN MIGUEL
Tipo y Nombre Zona	10 - CASERIO - SAYAMUD BAJO
Tipo y Nombre Vía	---
Nro	SN
Km	---
Mz	---
Lote	---
Dpto	---
Interior	---
Otras Referencias	KM 4.5 CARR MINERA LA ZANJA
Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal	04 - OTROS.

**Datos de la Empresa**

Fecha de Inscripción en Registros Públicos	05/08/2014
Número de Partida	11133929
Tomo o Ficha	---
Folio	---
Asiento	---
Origen de la Entidad	1 - NACIONAL
País de Origen	---

**Registro de Tributos Afectos**

<http://intranet/ol-ti-iatramitesmruc/mralta002Alias> 24/04/2015

## ANEXO N.º 12: VIGENCIA DE PODER

  
Superintendencia Nacional  
de los Registros Públicos  
**ZONA REGISTRAL N° II - SEDE CHICLAYO**  
Oficina Registral de CAJAMARCA



Código de Verificación:  
41083273  
Solicitud N° 2021 - 5228282  
27/10/2021 17:06:20

### REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS LIBRO DE ASOCIACIONES CERTIFICADO DE VIGENCIA

El servidor que suscribe, **CERTIFICA:**

Que, en la partida electrónica N° 11133929 del Registro de Personas Jurídicas de la Oficina Registral de CAJAMARCA, consta Registrado y Vigente la Persona Jurídica denominada **ASOCIACION DE ARTESANAS SAGRADO CORAZON DE JESUS-SAYAMUD BAJO**, cuyos datos se precisan a continuación:

**LIBRO:** ASOCIACIONES

**ASIENTO:** A00001

**FINES:** FINES: LA ASOCIACIÓN QUE SE CONSTITUYE ES SIN FINES DE LUCRO Y TIENE COMO FINES EL CONTRIBUIR A MEJORAR LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍA MEDIANTE: LA GESTIÓN, ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE LOS RECURSOS NATURALES RENOVABLES, FINANCIEROS Y ECONÓMICOS PARA DESARROLLAR ACTIVIDADES VINCULADAS CON LA PRODUCCIÓN DE ARTESANÍA Y OTROS BAJO EL ENFOQUE DE CADENAS PRODUCTIVAS AGROINDUSTRIARIAS. • EL CONTROL PERMANENTE DE LOS RECURSOS FINANCIEROS, ECONÓMICOS Y BIENES DE LA ORGANIZACIÓN QUE PERMITE FORTALECER EL ASPECTO ORGANIZACIONAL. • LA PROMOCIÓN ENTRE SUS ASOCIADAS DEL TRABAJO DE ARTESANÍA EN SUS ÁREAS PRODUCTIVAS, BUSCANDO LA EFICIENCIA Y LA MODERNIZACIÓN SIN AFECTAR EL EQUILIBRIO DEL MEDIO AMBIENTE. • EL APOYO DE LAS ACCIONES DE MEJORAMIENTO E INDUSTRIALIZACIÓN DE ARTESANÍA. • MEJORAMIENTO, FORTALECIMIENTO, TRANSPORTE Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍA. • MEJORAMIENTO DE LOS SISTEMAS DE ELABORACIÓN, PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES. • MEJORAMIENTO Y FORTALECIMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES EN GENERAL. OBJETIVOS: A) BUSCAR EN SUS ASOCIADAS EL MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE LA ARTESANÍA, MEDIANTE LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL CALIFICADO, ASÍ COMO LABORES DE CAPACITACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA. B) FACILITAR A SUS ASOCIADAS UN SISTEMA DE PRODUCCIÓN, MANEJO Y MEJORAMIENTO DE LA ARTESANÍA. C) NEGOCIAR EN CONJUNTO LAS CONDICIONES DE VENTA DE LO QUE PRODUCEN Y LA ADQUISICIÓN DE INSUMOS Y SERVICIOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN, MEJORANDO SU CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN. D) TOMAR EN ALQUILER, PRESTAMOS O COMPRAS, INSTALACIONES Y EQUIPOS NECESARIOS PARA LA MEJOR PRODUCCIÓN ARTESANAL PARA SER ADMINISTRADOS POR LA ASOCIACIÓN. E) BUSCAR FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA PLANES DE INVERSIÓN DE LAS ASOCIADAS.

**DURACIÓN:** INDEFINIDA.

**DOMICILIO:** CASERÍO SAYAMUD BAJO DEL DISTRITO Y PROVINCIA DE SAN MIGUEL, DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA.

**REPRESENTANTE LEGAL:** DEISY CERNA LOZANO, IDENTIFICADA CON DNI N° 47299566.

**ÓRGANO DE GOBIERNO:** LA JUNTA DIRECTIVA Y LA ASAMBLEA GENERAL.

MEDIANTE ASAMBLEA EXTRAORDINARIA DE FECHA 21/11/2020 (UNIVERSAL) Y EL ACTA DE REAPERTURA DE FECHA 26/12/2020, LOS ASOCIADOS DECIDIERON POR UNANIMIDAD: NOMBRAR AL NUEVO CONSEJO DIRECTIVO POR EL PERIODO 2020-2022 (DOS AÑOS), DESDE EL 21/11/2020 HASTA EL 20/11/2022, QUEDANDO CONFORMADO DE LA SIGUIENTE MANERA:, conformado por:

LOS CERTIFICADOS QUE EXTIENDEN LAS OFICINAS REGISTRALES ACREDITAN LA EXISTENCIA O INEXISTENCIA DE INSCRIPCIONES O ANOTACIONES EN EL REGISTRO AL TIEMPO DE SU EXPEDICIÓN (ART. 140° DEL T.U.O DEL REGLAMENTO GENERAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS APROBADO POR RESOLUCIÓN N° 126-2012-SUNARP-SM)

LA AUTENTICIDAD DEL PRESENTE DOCUMENTO PODRÁ VERIFICARSE EN LA PÁGINA WEB [HTTPS://ENLINEA.SUNARP.GOB.PE/SUNARPWEBPAGES/PUBLICIDAD/CERTIFICADA/VERIFICAR/CERTIFICADOLATERAL.FACES](https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpwebpages/publicidad/certificada/verificar/certificadolateral.faces) EN EL PLAZO DE 90 DÍAS CALENDARIO CONTADOS DESDE SU EMISIÓN.

REGLAMENTO DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL : ARTÍCULO 81 - DELIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD. EL SERVIDOR RESPONSABLE QUE EXPIDE LA PUBLICIDAD FORMAL NO ASUME RESPONSABILIDAD POR LOS DEFECTOS O LAS INEXACTITUDES DE LOS ASIENTOS REGISTRALES, ÍNDICES AUTOMATIZADOS, Y TÍTULOS PENDIENTES QUE NO CONSTEN EN EL SISTEMA INFORMÁTICO.



ZONA REGISTRAL N° II - SEDE CHICLAYO  
Oficina Registral de CAJAMARCA



Código de Verificación:  
41083273  
Solicitud N° 2021 - 5228282  
27/10/2021 17:06:20

<u>N° Cargo</u>	<u>Nombre</u>	<u>Nro. Doc</u>
1 PRESIDENTE	DEISY CERNA LOZANO	DNI. 47299566
2 VICEPRESIDENTE	MARIVEL MENDOZA CELIS	DNI. 27965949
3 SECRETARIA	ANTONIA MALCA ROMERO	DNI. 27965027
4 TESORERA	MARÍA MARTHA MONSEFU MONSEFU	DNI. 27960841
5 VOCAL	HAYDEE MALCA VILLOSLADA	DNI. 27964786
6 FISCAL	FANY HERNÁNDEZ MALCA	DNI. 47048788
7 COORDINADORA	VIDALINA LOZANO VILLOSLADA	DNI. 27966342

Así consta registrado en el Asiento A00004 de la Partida Registral N° 11133929

**DOCUMENTO QUE DIO MÉRITO A LA INSCRIPCIÓN:**

ESCRITURA PÚBLICA N° 63 DE FECHA 17 DE MAYO DE 2012, OTORGADA ANTE NOTARIO PÚBLICO DE LA PROVINCIA DE SAN MIGUEL, DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA, DR. WALTER HUMBERTO MIRANDA ORDOÑEZ, QUE CONTIENE INSERTO EL ACTA DE CONSTITUCIÓN DE 03 DE MAYO DE 2012.

**II. TITULOS PENDIENTES:**

NINGUNO.

**ANOTACIONES EN EL REGISTRO PERSONAL O EN EL RUBRO OTROS:**

NINGUNO.

**III. DATOS ADICIONALES DE RELEVANCIA PARA CONOCIMIENTO DE TERCEROS:**

NINGUNO.

**IV. PÁGINAS QUE ACOMPAÑAN AL CERTIFICADO:**

NINGUNO.

N° de Fojas del Certificado: 2

Derechos Pagados: 2021-99999-2151644 S/ 26.00  
Tasa Registral del Servicio S/ 26.00

Verificado y expedido por YAIPEN BONILLA, PIERRE FERNANDO, Abogado Certificador de la Oficina Registral de Cajamarca, a las 08:23:12 horas del 28 de Octubre del 2021.

  
PIERRE FERNANDO YAIPEN BONILLA  
ABOGADO CERTIFICADOR  
Zona Registral N° II - Sede Chiclayo

LOS CERTIFICADOS QUE EXTIENDEN LAS OFICINAS REGISTRALAS ACREDITAN LA EXISTENCIA O INEXISTENCIA DE INSCRIPCIONES O ANOTACIONES EN EL REGISTRO AL TIEMPO DE SU EXPEDICION (ART. 140° DEL T.U.O DEL REGLAMENTO GENERAL DE LOS REGISTROS PUBLICOS APROBADO POR RESOLUCION N° 126-2012-SUNARP-SM)

LA AUTENTICIDAD DEL PRESENTE DOCUMENTO PODRÁ VERIFICARSE EN LA PÁGINA WEB [HTTPS://ENLINEA.SUNARP.GOB.PE/SUNARPWEB/PAGES/PUBLICIDAD/CERTIFICADA/VERIFICAR/CERTIFICADO/ITERAL.FACES](https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/publicidad/certificada/verificar/certificado/iteral.faces) EN EL PLAZO DE 90 DÍAS CALENDARIO CONTADOS DESDE SU EMISIÓN.

REGLAMENTO DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL : ARTÍCULO 61 - DELIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD. EL SERVIDOR RESPONSABLE QUE EXPIDE LA PUBLICIDAD FORMAL NO ASUME RESPONSABILIDAD POR LOS DEFECTOS O LAS INDACTITUDES DE LOS ASIENTOS REGISTRALAS, INDICES AUTOMATIZADOS, Y TITULOS PENDIENTES QUE NO CONSTEN EN EL SISTEMA INFORMÁTICO.

**ANEXO N.º 13: ACTA DE ASAMBLEA GENERAL DE LA ASOCIACIÓN SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS, SAYAMUD BAJO**

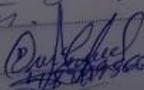
Acta Ordinaria

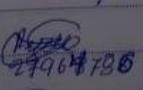
Siendo las dos de la tarde del día Viernes 19 de Noviembre del 2021

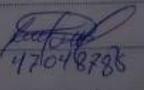
Reunidas todas las socias en el local comunal para tomar algunos acuerdos de la feria de Cajamarca, que haremos las compañeras del día 11 de Noviembre. Con las obras que se vendieron luego pasando a pagar a todas las socias que se vendieron por obras.

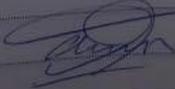
y se vendió en total S. 21738 en la feria. Luego pasando a revisar las obras que todos los meses que presentamos, cada mes, y todas presentamos por obras, listas pasando a pagar por cuotas del 10 del mes también acordamos para ~~comprar~~ seguir llevando el dinero empastado que hay en caja S. 2216 y este dinero sera prestado ~~por~~ a las socias, que le toca 2143 a cada una de 5 socias para que devuelban 288 en 3 meses. luego pasamos a dar la cuenta de los S. 20 mensual cayendo de interes de los S. 20 S. 283. y lo llevo la señora Aide Mela Villoslada. para devolver el mes de Diciembre.

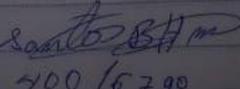
luego pasamos a firmar todas las presentes.

  
 Socia 1  
 27960841

  
 Socia 2  
 27964786

  
 Socia 3  
 47048788

  
 Socia 4  
 40016790

  
 Socia 5  
 40016790

**ANEXO N.º 14: ARTESANA DE SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS USANDO LA  
TÉCNICA DE TEJIDO EN QALLWA**



**ANEXO N.º 15: FRAZADA CON DISEÑOS Y ACABADOS ÚNICOS HECHOS  
POR LAS ARTESANAS DE SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS**



**ANEXO N.º 16: PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN SAGRADO CORAZÓN DE  
JESÚS SOSTENIENDO UNO DE SUS TELARES EN TEJIDO EN QALLWA**



**ANEXO N.º 17: EXHIBICIÓN DE LA VENTA DE LOS TEJIDOS ARTESANALES**

