

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“CULTURA EXPORTADORA Y LA
EXPORTACIÓN DE CABALLITOS DE TOTORA
AL MERCADO INTERNACIONAL DE LOS
ARTESANOS DE HUANCHACO, PERIODO
2023.”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Karen Yulissa Alvarado Barrios

Asesor:

Dr. José Alexander Guevara Ramirez

<https://orcid.org/0000-0001-7332-0978>

Trujillo - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	GUILLERMO JUNIORS MORALES BENAVIDES
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	WILLY FRANS AGUILAR MORANTE
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	JOSE ALEXANDER GUEVARA RAMIREZ
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD

“CULTURA EXPORTADORA Y LA EXPORTACIÓN DE CABALLITOS DE TOTORA AL MERCADO INTERNACIONAL DE LOS ARTESANOS DE HUANCHACO, PERIODO 2023.”

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	2%
3	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
4	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.escuelamilitar.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1%
8	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1%

DEDICATORIA

A Dios, porque está conmigo en cada paso que doy y gracias él he logrado concluir mi carrera, a mis padres, porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome todo su apoyo incondicional y sus consejos para hacer de mi una mejor persona, a mi familia por su apoyo y por ser la motivación para mi constante superación, y a todas aquellas personas que de una u otra manera ha contribuido para el logro de mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por su infinito amor y bondad porque sin el nada es posible, gracias a ti esta meta esta cumplida.

A mis padres maravillosos, quienes me han dado la vida, gracias a ellos que me han apoyado incondicionalmente y motivado en mi formación académica, es así como estoy cumpliendo con esta meta de ser una profesional de bien.

Quiero agradecer a la Universidad Privada del Norte por haberme permitido realizar dicha investigación.

A mis maestros y familia en general, agradezco mucho por la ayuda brindada y su apoyo incondicional ya que han aportado un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	20
CAPÍTULO III: RESULTADOS	24
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	34
REFERENCIAS	41
ANEXOS	46

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Fiabilidad del cuestionario de cultura exportadora</i>	22
Tabla 2 <i>Fiabilidad del cuestionario de exportación</i>	22
Tabla 3 <i>Nivel de cultura exportadora</i>	24
Tabla 4 <i>Nivel de percepción sobre las exportaciones</i>	25
Tabla 5 <i>Influencia entre la oferta exportable y la exportación</i>	26
Tabla 6 <i>Influencia entre el mercado internacional y la exportación</i>	27
Tabla 7 <i>Relación entre la facilitación comercial y la exportación</i>	28
Tabla 8 <i>Influencia entre la cultura exportadora y la exportación</i>	29
Tabla 9 <i>Relación entre la cultura exportadora y la exportación</i>	30
Tabla 10 <i>Relación entre la oferta exportable y la exportación</i>	31
Tabla 11 <i>Relación entre el mercado internacional y la exportación</i>	32
Tabla 12 <i>Relación entre la facilitación comercial y la exportación</i>	33

RESUMEN

La presente investigación titulada: “Cultura exportadora y la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, periodo 2023” tuvo como objetivo determinar de que manera la cultura exportadora influye en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, periodo 2023. El tipo de investigación fue de descriptiva correlacional, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental, la población estuvo conformada por todos los 120 artesanos de Huanchaco, 2023; la técnica empleada para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. En su conclusión se determinó que existe una influencia positiva moderada y de significancia alta entre cultura exportadora y la exportación de caballitos de totora, por cuanto, se observa un valor de $r > 0.80$ y el sig. (Bilateral) es menor de 5%.

PALABRAS CLAVES: Cultura, exportación, mercado.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

Actualmente en el mundo, la gestión empresarial ha sufrido constante cambios, debido al fenómeno de la globalización en que están inmersas, por tanto, estas deben comportarse y adecuarse en los mercados de una manera dinámica y competitiva, máxime aun si estas quieren expandirse en el mercado internacional; pero todo no es fácil para las empresas del tercer mundo que desean exportar, debido a que existen barrera u obstáculos para insertarse al mercado internacional, tal como lo señala Fanjul (2022) que la organizaciones que desean internacionalizarse encuentran siempre obstáculos y dificultades, de tal manera, que estas deben estar conscientes de estas barreras y preparase para poderlas afrontar siendo estos, que las empresa debe contar con los medios necesarios para poder dedicarse a la exportación, además debe contar con personal y profesionales preparados en diferentes idiomas, asimismo deben sabe identificar los potenciales socios y las oportunidades de negocio con otros países.

América Latina no es ajena a la problemática exportadora en las empresas, las cuales se han visto afectadas debido al fuerte dinamismo económico en la región, tal como lo señala la Cepal (2019) que esta parte del mundo El Caribe y México registran un aumento considerable en sus exportaciones, debido a su vinculación comercial y cercanía con los Estados Unidos, no obstante, en América del Sur las exportaciones han sufrido fuertes caída, debido a las compras externas de la Argentina con 19% y Venezuela con el 60%, siendo Colombia el único país sudamericano que aumentaría el valor de sus compras

externas; la principal causa de esta caída generalizada es la alicaída demanda interna, especialmente en los países del Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

En el Perú, las trabas burocráticas que se presentan para ser exportador y en algunos casos la desidia de ellos mismos no deja expandirse a otros mercados, aunado a factores, como la falta de conocimiento y marketing, tal como lo señala Malca (2020) no encontró ninguna barrera adicional en común que no fueran los obstáculos internos y externos detallados en el problema mundial para realizar actividad exportadora, siendo las barreras de procedimientos, el cual está dentro de los factores internos el que más destaca, así mismo la falta de logística de exportación, la cual está dentro del factor externo, todo ello, genera un impacto negativo de cultura exportadora.

La región de la Libertad no es ajena a la informalidad que existe en la economía, razón de ello, es la gran cantidad de personas que no formalizan sus negocios, debido a lo engorroso, burocrático, desconocimiento de los regímenes tributarios que existen, permite que operen bajo la informalidad, lo cual es un obstáculo para su crecimiento. Las personas que se formalizan, tal como es el caso de la “Asociación Parador Turístico Quibisich solo venden en mercados locales dejando de lado otras opciones como el mercado internacional, esto debido a la falta de conocimiento sobre exportación y capacidad de emprendimiento entre los miembros que conforman la asociación; por tanto, es ahí el problema, que él artesano no posee el conocimiento de “Cultura exportadora”.

Para el desarrollo del estudio, se tiene en cuenta los siguientes antecedentes internacionales, siendo uno de ellos, el realizado por Duarte (2019) en su investigación *“Plan de exportación de artesanías de madera para la asociación de artesanos de*

Guayaquil al mercado de Nueva York-Estados Unidos”, desarrollada en el Ecuador, tuvo como objetivo diseñar de un plan de exportación para incursionar al mercado americano.

Dentro de la metodología utilizó la investigación de tipo descriptiva y exploratoria, además hizo uso de la técnica de la entrevista y la encuesta. Respecto de los resultados determinó que las herramientas de negociación han permitido el correcto desarrollo de las exportaciones, en consecuencia, existe una relación excelente entre los vendedores y compradores. Dentro de sus conclusiones determinó que el plan de exportación es un modelo a seguir en el cual le enseña al artesano como utilizar una exportación a consumo y la misma fue de mucha facilidad su entendimiento y comprensión según manifestaron los miembros de la asociación de artesanos de Guayaquil.

Por otro lado, Tene (2021) en su investigación *“La cultura exportadora de las pymes productoras de pulpa de fruta del Ecuador. Periodo 2013-2019”*, realizada en Ecuador, planteó como objetivo general determinar qué factores impiden aplicar la cultura exportadora en forma eficiente en las Pymes que producen pulpa de fruta en el Ecuador. El estudio tuvo un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo – explicativo, utilizó como técnica a la entrevista y el análisis documental. Dentro de sus resultados determinó que existen obstáculos que no permiten cultivar una cultura exportadora, siendo uno de los limitantes son los valores de la empresa, la inexperiencia y la falta de información para realizar las exportaciones. En sus conclusiones determino que la cultura exportadora incide de manera positiva el desarrollo de las exportaciones de pulpa, por cuanto, poseen cultura exportadora, no obstante, algunas empresas desconocen el término.

Dentro de los antecedentes nacionales, Floriano (2019) en su estudio *“La cultura exportadora y la competitividad empresarial de las pymes del distrito de San Juan de Lurigancho, 2018”*, tuvo como objetivo analizar la relación entre las variables. Dentro de la metodología utilizó el tipo de investigación fue aplicada, nivel correlacional y diseño no experimental, utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. En sus resultados demostró que los gerentes tienen una insuficiente cultura exportadora y por tanto, les lleva a tener problemas para exportar sus bienes. Dentro de sus conclusiones determinó que la cultura exportadora se relaciona significativamente con la competitividad empresarial de las PYMES, asimismo se relaciona significativamente con los mercados internacionales, con la facilitación comercial y con la educación.

Asimismo, Dulanto (2019) en su estudio *“Cultura exportadora y el tipo de exportación de los productores de palta del valle de Lacchas, provincia de Ocos, Ancash, 2019”*, tuvo como objetivo determinar cómo influye la cultura exportadora en la exportación de palta. La investigación fue de enfoque mixto, de tipo aplicada, nivel explicativo y diseño no experimental, utilizando como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. En sus resultados señaló que en cuanto a la cultura exportadora el 57% no conoce las normas y regulaciones internacionales, asimismo el 53% no conoce a sus posibles competidores en el mercado internacional, del mismo modo el 89.9% de los encuestados indicaron que la entidad no invierte en educación para potenciar el conocimiento de sus trabajadores. Dentro de sus conclusiones determinó que la cultura exportadora sí influye significativamente en la exportación de paltas, en razón, que $p < 0,05$ y, $r = 0,439$.

Por otro lado, García (2022) en su tesis “*La cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región de Tacna periodo 2016-2018*”, en su objetivo general planteo determinar la relación que existe entre la cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de la precitada región. El estudio fue de tipo descriptivo correlacional y diseño no experimental, utilizando como técnica la encuesta y el análisis documental y como instrumentos el cuestionario y la ficha de recolección de datos. En sus conclusiones estableció que existe una correlación muy alta de 0,869 entre las variables cultura exportadora y las exportaciones de aceituna, es decir, a una mayor cultura se incrementa significativamente las exportaciones.

De la misma forma, Vega, (2021) en su tesis titulada “*Promoción en la oferta exportable, y su incidencia en el proceso de exportación de sandía de los productores del distrito la Yarada los palos de la región de Tacna, año 2020*” tuvo como objetivo principal analizar la incidencia de la promoción de oferta exportable en el proceso de exportación de sandías de la zona en estudio. En su metodología hizo uso del tipo de investigación descriptivo y el diseño no experimental, como técnica se utilizó la encuesta y el cuestionario como instrumento. Entre sus resultados se determinó que el nivel de exportación ha ido aumentando año a año, por lo que se recomienda incrementar la asociatividad de las empresas y obtener beneficios de la misma, por otro lado, señaló que las entidades estatales especializadas en comercio exterior deben brindar asesoría y asistencia técnica a los empresarios para mejorar la calidad y productividad de las sandías.

En cuanto a los antecedentes locales, Del Águila (2019) en su tesis titulada “*Relación entre patrones de innovación estructurales y tecnológicos, y cultura*

exportadora en pequeños industriales y artesanos de la APIAT, 2019”, planteó como objetivo principal determinar la relación entre las variables de estudio. Dentro de su metodología utilizó el tipo de investigación descriptiva correlacional, de diseño no experimental de corte transversal, usando como técnica el cuestionario y como instrumento el cuestionario. Concluyó que existe una correlación moderada entre la cultura exportadora con los patrones de innovación estructurales y con los tecnológicos baja.

Bajo el mismo contexto, Alvarado (2021) en su tesis doctoral “*Cultura exportadora en el desempeño exportador de las agroexportadoras de espárragos de la región La Libertad 2020*”, tuvo como propósito determinar como la cultura exportadora incide en el desempeño exportador de las agroexportadoras de espárrago en la región de La Libertad. El estudio tuvo un enfoque mixto, de tipo descriptivo-explicativo, diseño no experimental; se utilizó la técnica de la entrevista y como instrumento la guía de entrevista. En sus conclusiones determinó la incidencia que tiene la cultura exportadora en el desempeño exportador de las agroexportadoras de la región, en razón, que existe una relación significativa positiva y un coeficiente de Rho de 0,804.

Finalmente, Perlado y Lecca (2023) en su estudio “*Oferta exportable y su relación en la internacionalización de una cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023*”, tuvo como objetivo determinar las dimensiones de la oferta exportable que se relacionan con la internacionalización de una cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo. La investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional y diseño no experimental, tendiendo como técnica la encuesta y como instrumento el

cuestionario. En una de sus conclusiones determino que la oferta exportable tiene una relación positiva con respecto a la internacionalización de la cooperativa de exportación.

Para comprender mejor las variables de estudio, se presentan las siguientes bases teóricas, iniciándose por la variable cultura exportadora, que según Torres (2021) referenciando (MINCETUR 2015) son los conocimientos, capacidades y costumbres en el actuar de las personas para desarrollarse e incrementar su competitividad empresarial a nivel internacional, lo cual genera desarrollo en la sociedad. Señala que la palabra cultura va más allá que la costumbre, tradición y artes que identifican a la población, es decir, tiene una connotación más extensa, es decir, la generación de capacidades genera un conjunto de iniciativas, mecanismos e instrumentos orientados a una política que incentive las capacidades del empresario para obtener un incremento de la competitividad empresarial en el mercado internacional, al cual debe adoptarse.

En cuanto a las dimensiones se tuvieron en cuenta las trabajadas por Dulanto (2019) quien señala las dimensiones que (MINCETURR 2015) establece a través del PENX, bajo tres pilares: a) internacionalización de la empresa, es decir, el compromiso del estado se concentra en desarrollar políticas de posicionamiento, promoción e inteligencia de mercados e inserción en cadenas de valor; b) Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, es decir aprovechar las oportunidades que brinda el comercio internacional, a través de los TLC; c) Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional, entendida por su impacto en la competitividad al contribuir a agilizar y reducir el costo del comercio transfronterizo.

A continuación se describe cada una de las dimensiones de la cultura exportable, empezando por la oferta exportable, que según Yllescas et al. (2021) es la capacidad que tienen los países o empresas para ofrecer sus productos al mercado internacional, debiendo estos cumplir con los estándares de calidad, además de ser competitivos, es decir, no solo se trata de que el exportador asegure los volúmenes solicitados por el comprador y satisfaga los requerimientos exigidos en el mercado internacional, además debe tener disponibilidad del bien, conocimiento, capacidad de producción y gestión

Respecto de la dimensión mercado internacional, López (2017) señala que la exportación como factor fundamental en la economía de un país, es importante, en razón que ayuda a disminuir los índices de escasez y desarrollo económico: en ese sentido el mercado externo exige a las empresas que deseen exportar deben elaborar y diseñar planes y estrategias que le permitan comercializar sus productos a estos mercados, lo cuales son competitivos; las empresas que quieran exportar deben tener en cuenta los siguientes indicadores, el nivel de información de mercados internacionales, la identificación de oportunidades de negocio, las certificaciones que posee y la participación en promoción comercial.

Respecto de la dimensión facilitación comercial, López (2017) indica que hoy en día la burocracia complica los trámites administrativos para realizar comercio internacional, dejando de lado el concepto literal que se tiene sobre ello, el cual es simplificar las actividades y los procedimientos de aduanas, como también le comercio de aduanas y la posición en desplazamiento de las mercaderías. Sus indicadores son los

siguientes: a) Grado de conocimiento del marco regulatorio; b) conocimiento de herramientas para acceso a mercados.

En cuanto a la variable exportación, Apaestegui y Quispe (2017) señala que es la venta de bienes o servicios producidos por una empresa con sede en un país a clientes que residen en otro país, la exportación incluye cualquier bienes, servicios o propiedad intelectual; cuando se refiere a bienes estos pueden ser en materia prima o productos terminados, como los productos no tradicionales (artesanía). El autor tuvo en cuenta las dimensiones: Formación a exportador e investigación del mercado

En cuanto a la formación a exportador, Mondragón (2016) indica lo siguiente: a) que es esencial e indispensable comunicarle a su personal la importancia que representa para la organización ingresar al mercado internacional, para lo cual es importante crear una área de exportaciones, la misma que va realizar las coordinaciones para la capacitación del personal respecto de la exportación, así como del mercado al cual se desea ingresar el producto; b) Realizar talleres acerca de la implementación de una nueva estrategia de comercialización enfocada a un mercado internacional; c) Si es posible realizar un viaje al mercado objetivo, este puede ser a través de una feria comercial , la cual le ofrecerá la ventaja de extraer valiosa información relacionada con su producto en el mercado.

En cuanto a la dimensión investigación de mercado, Apaestegui y Quispe (2017) señalan que es la que proporciona información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en él. Por tanto, su finalidad es la obtención de información útil para toma de decisiones. De hecho, no se debe considerar la investigación como la solución a

problemas empresariales sino un instrumento más que permita minimizar riesgos y, en consecuencia, las decisiones puedan ser más acertadas.

La investigación tiene una justificación teórica, por cuanto desarrolla diferentes conceptos y teoría respecto de las variables de estudio, las mismas que son evaluadas a través de técnicas e instrumentos.

Tiene además una justificación práctica, por cuanto los resultados que se obtiene serán puestos a disposición de los artesanos, lo cual permitirá que estos puedan reorientar sus estrategias de comercialización a mercados internacionales, lo cual contribuirá que estos alcancen mejores metas y objetivos.

Tiene justificación metodológica, en razón, que se hizo usos de técnicas e instrumentos confiables que sirvieron para recolectar los datos de la investigación.

1.2 Formulación del problema

¿La cultura exportadora influye en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional en los artesanos de Huanchaco, periodo 2023?

1.3 Objetivos

Objetivo General

Determinar de que manera la cultura exportadora influye en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, periodo 2023.

Objetivos específicos

- Analizar el nivel de la cultura exportadora de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023.
- Evaluar el nivel de percepción de la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023.
- Analizar las dimensiones de la cultura exportadora y su influencia en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023

1.4 Hipótesis

Hipótesis general

La cultura exportadora influye significativamente en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional en los artesanos de Huanchaco, Trujillo, 2023.

Hipótesis específicas

El nivel de cultura exportadora es significativo en los artesanos de Huanchaco.

El nivel de exportación es significativo en los artesanos de Huanchaco.

Las dimensiones de la cultura exportadora influyen significativamente en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La presente investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional, y tal como Hernandez y Mendoza (2018) señalan que son descriptivos por cuanto tienen como finalidad especificar características y propiedades y perfiles de fenómenos, conceptos, personas, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, asimismo señala que son correlacionales, por cuanto, tienen como finalidad conocer el grado de relación que existe entre dos variables en un contexto particular, se miden en términos estadísticos.

Del mismo modo la investigación es de tipo aplicada, por cuanto, los resultados sirven para impulsar el desarrollo económico y social, em este caso el de los artesanos, tal como lo señala Alvarez (2020) que la investigación aplicada tienen como objetivo conseguir un nuevo conocimiento, el cual estará destinado a dar soluciones prácticas, es decir, responde a preguntas concretas para resolver un problema específico, este suele ser un plan de investigación posterior a la investigación básica

La investigación fue de diseño no experimental, por cuanto, no se operaron las variables, solo se observaron y tal como lo señala Hernández y Mendoza (2018) son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en lo que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

Hernandez y Mendoza (2018) indican que la población “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”; para el presente caso la población

estuvo conformada por todos los 120 artesanos formales que conforman la Asociación en el año 2022.

Hernandez y Mendoza (2018) señalan que la muestra “es el subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativos de esta, si se desean generalizar los resultados”; para la presente investigación, la muestra es no probabilística internacional y estuvo compuesta por 50 artesanos formales de la Asociación en el año 2022.

Los criterios de inclusión tomados en cuenta, fueron que los 50 artesanos sean netamente formales.

Para la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta y que según Lopez y Fachelli (2015) es una técnica mediante la cual se recogen datos a través de preguntas interpuestas los sujetos de estudio con la finalidad de obtener de manera sistemática medidas sobre los objetivos que se plantean en la investigación. En el presente trabajo se aplicó una encuesta a los artesanos, a fin de evaluar como perciben la cultura exportadora y la exportación.

El instrumento fue de elaboración propia y fue validado por tres expertos en el tema y se obtuvo una confiabilidad del 95%, por lo tanto, el instrumento puede ser aplicado en cualquier población. Como instrumento se utilizó el cuestionario y que según Hernandez y Mendoza (2018) “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o mas variables a

medir” (p. 251), en el presente estudio se utilizó dos cuestionarios con preguntas cerradas, las cuales previamente fueron delimitadas.

Para delimitar la confiabilidad de los cuestionarios se aplicó la fórmula del coeficiente de Alfa de Cronbach realizada en IBM SPSS Statistic para las variables cultura exportadora y exportación.

Para el análisis de datos se utilizó la estadística descriptiva y la estadística inferencial mediante el chi cuadrado y el coeficiente de Alfa de Cronbach, resultados que luego fueron plasmados en tablas y figuras, que fueron trabajados mediante el programa Excel, luego fueron interpretados, para dar respuesta a los objetivos determinados en la investigación, así como también se contrastó la hipótesis planteada.

Para determinar la confiabilidad de los cuestionarios se aplicó la fórmula del coeficiente Alfa de Cronbach realizada en IBM SPSS Statistics para ambas variables, obteniéndose las siguientes tablas:

Tabla 1

Fiabilidad del cuestionario de cultura exportadora

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,694	18

Tabla 2

Fiabilidad del cuestionario de exportación

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,602	10

Las tablas muestran que ambos cuestionarios son confiables, para su aplicación en el presente estudio.

El procedimiento de recolección de datos se llevó a cabo de la siguiente manera: se solicitó el permiso a la dirigencia de la Asociación para llevar a cabo la investigación; luego se aplicó la encuesta a la muestra de estudio; seguidamente de obtenidos los resultados de las encuestas, se aplicó la estadística descriptiva y la estadística inferencial para tabular los datos y finalmente estos resultados fueron interpretados y ordenados en tablas y figuras para su posterior discusión y conclusiones.

En el presente trabajo de investigación se tuvo en cuenta los siguientes aspectos éticos: Se respetó el derecho del autor de los libros y artículos utilizados; se guardó la confidencialidad de los datos obtenidos en las encuestas; se tuvo en cuenta los aspectos metodológicos que tiene la universidad para la elaboración del informe de tesis, y, finalmente se efectuó las citas de los autores de acuerdo con las normas APA.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En el presente trabajo se aplicó una encuesta a los artesanos del distrito de Huanchaco, a fin de evaluar como perciben la cultura exportadora y la exportación.

Objetivo específico 1: Analizar el nivel de la cultura exportadora en los artesanos de Huanchaco, 2023.

Tabla 3

Nivel de la cultura exportadora y sus dimensiones

Oferta exportable	Mercado internacional		Facilitación comercial		Cultura Exportadora			
	F	%	F	%	F	%		
Niveles								
Alto		0	2	4	2	4		
Medio	28	56	46	92	31	62	40	80
Bajo	22	44	2	4	17	34	10	20
Total	50	100	50	100	50	100	50	100

Nota: Elaborado por la autora

En la tabla 03 los resultados indican que el nivel de la oferta exportable, es de nivel medio en 56%, asimismo se observa un considerable nivel bajo en un 44%: de la misma forma, los resultados señalan que la dimensión mercado internacional tiene un nivel medio de 92%; por otro lado, en la dimensión facilitación comercial se tiene un nivel medio de 62%. En conclusión, la cultura exportadora en los artesanos de caballitos de Totora de

Huanchaco está en un nivel medio de 80% y con un nivel bajo de 20%, esto debido a las falencias encontradas.

Objetivo específico 2: Evaluar el nivel de percepción de la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023.

Tabla 4

Nivel de percepción sobre las exportaciones y sus dimensiones

Niveles	Formación		Investigación del mercado		Exportación	
	F	%	F	%	F	%
Alto		0	0	0	0	0
Medio	42	84	41	82	42	84
Bajo	8	16	9	18	8	16
Total	50	100	50	100	50	100

Nota: Elaborado por la autora

En los resultados obtenidos en la tabla 04 se determinó que el nivel de la dimensión percepción es de nivel medio en un considerable 84, así como también la dimensión investigación del mercado muestra un nivel medio de 84%, con lo cual se determina que el nivel de exportación en los artesanos es de nivel medio en un 84% asimismo, se determinó que existe un considerable 16% de artesanos que perciben que el nivel para exportar es bajo.

Objetivo específico 3: Establecer de qué manera las dimensiones de la cultura exportable influyen en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco.

Tabla 5

Influencia entre la dimensión oferta exportable y la variable exportación

<i>Oferta exportable y la exportación</i>		
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	,559
	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

Nota: Datos extraídos de la aplicación del Rho Spearman, programa SPSSV26

Se tiene en la tabla que el p valor calculado es 0,00 que es menor al 0,05 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, del mismo modo se tiene que el $r=0,559$, lo que indica, que la influencia entre la dimensión oferta exportable y la variable exportación es directa y su grado moderado.

Tabla 6

Influencia entre la dimensión el mercado internacional y la exportación

<i>Mercado internacional y la exportación</i>		
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	,482
	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

Nota: Datos extraídos de la aplicación del Rho Spearman, programa SPSSV26

Se tiene en la tabla 06, que el p valor calculado es 0,00 que es menor al 0,05 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, del mismo modo se tiene que el valor $r = 0,482$, lo que cual quiere decir, que la influencia entre la dimensión mercado internacional y la variable exportación es directa y su grado moderado.

Tabla 7

Relación entre la dimensión facilitación comercial y la exportación

<i>Facilitación comercial y la exportación</i>		
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	,452
	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

Nota: Datos extraídos de la aplicación del Rho Spearman, programa SPSSV26

Nota datos extraídos de la aplicación del Rho Spearman, programa SPSSV26

Se observa en la tabla 07, que el p valor calculado es 0,00 que es menor al 0,05 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, del mismo modo se tiene que el valor $r= 0,452$, lo que cual quiere decir que la relación entre la facilitación comercial y la variable exportación es directa y su grado moderado.

Del objetivo general: Determinar de qué manera la cultura exportadora influye en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023.

Tabla 8

Influencia entre la cultura exportadora y la exportación

<i>Cultura exportadora y la exportación</i>		
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	,477
	Sig. (bilateral)	,000
	N	50

Nota: Datos extraídos de la aplicación del Rho Spearman, programa SPSSV26

En la tabla 08 se observa, que existe una correlación moderada entre las variables, en razón, que el coeficiente de correlación es de $> 0,477$, asimismo es de significancia alta por cuanto $p=0,000$, es decir, es < 0.5

Prueba de Hipótesis general

Tabla 9

Relación entre la variable cultura exportadora y la variable exportación

<i>Cultura exportadora y la exportación</i>				
Rho de Spearman	<i>Cultura exportadora</i>	Coeficiente de correlación	1,000	,477
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	<i>Exportación</i>	Coeficiente de correlación	,477	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Nota: Datos extraídos de la aplicación del Rho Spearman, programa SPSSV26

Se observa en la tabla 09, que el valor $r = 0,477$, con lo cual se afirma que existe una relación positiva moderada entre las variables.

Tabla 10

Relación entre la oferta exportable y la exportación

<i>Oferta exportable y la exportación</i>				
Rho de Spearman	<i>Oferta exportable</i>	Coeficiente de correlación	1,000	,559
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	<i>Exportación</i>	Coeficiente de correlación	,559	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Nota: Datos extraídos de la aplicación del Rho Spearman, programa SPSSV26

Se observa en la tabla 10 que el valor $r = 0,559$, con lo cual se afirma que existe una relación positiva moderada entre las variables oferta exportable y la variable exportación

Tabla 11

Relación entre el mercado internacional y la exportación

<i>Mercado internacional y la exportación</i>				
Rho de Spearman	<i>Mercado internacional</i>	Coeficiente de correlación	1,000	,482
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	<i>exportación</i>	Coeficiente de correlación	,482	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Nota: Datos extraídos de la aplicación del Rho Spearman, programa SPSSV26

Se observa en la tabla 11, que el valor $r=0,482$, con lo cual se afirma que existe una relación positiva moderada entre la dimensión internacional y la variable exportación.

Tabla 12

Relación entre la facilitación comercial y la exportación

<i>Facilitación comercial y la exportación</i>				
Rho de Spearman	<i>Facilitación comercial</i>	Coeficiente de correlación	1,000	,452
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	<i>exportación</i>	Coeficiente de correlación	,452	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Nota: Datos extraídos de la aplicación del Rho Spearman, programa SPSSV26

Se observa en la tabla 12, que el valor $r=0,452$, con lo cual se afirma que existe una relación positiva moderada entre la dimensión facilitación comercial y la variable exportación.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en el presente estudio, determinan que existe una influencia positiva moderada y significancia alta entre la cultura exportadora y la exportación, por cuanto ya que se observa un valor de $r > 0.70$ y el sig. (Bilateral) es menor de 5% lo que implica que se acepta la hipótesis general de investigación y se rechaza la hipótesis nula de investigación, resultados que guardan cierta similitud con el trabajo de García (2022) quien en sus conclusiones estableció que existe una correlación muy alta de 0,869 entre las variables cultura exportadora y las exportaciones de aceituna, es decir, a una mayor cultura se incrementa significativamente las exportaciones.

No hubo limitaciones respecto del acceso a la información, por cuanto, la Asociación a través de sus asociados mostraron la disposición para ser entrevistados, sin embargo, una limitación en el trabajo, fue la muestra que se tomó en cuenta, por cuanto, fue no probabilística, a criterio del investigador, no obstante, se considera válida, por cuanto, los 50 artesanos de la muestra señalaron repuestas veraces que permitieron desarrollar el problema de la investigación.

Respecto del primer objetivo específico, analizar el nivel de la cultura exportadora de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023, los resultados determinan que existe un nivel de cultura exportadora de nivel medio en un 62% e incluso existe un considerable 34% que indica la baja percepción que se tiene sobre cultura exportadora, por cuanto, los entrevistados perciben que aun el Estado no crea una verdadera cultura en el pequeño y mediano empresario, así como tampoco promueve de

manera eficiente la cultura en las asociaciones de artesanos, , aunado, a que Estado limita el financiamiento a la PYMES asociaciones, de la misma forma existe un alto porcentaje de personas que no conoce sobre lo que es la cultura exportadora, frente a esta falta de apoyo, su producto no reviste calidad. Bajo ese contexto, tenemos que el nivel de la cultura exportadora es de nivel medio e incluso existe un considerable 34% que indica la baja percepción que se tiene sobre cultura exportadora, resultados similares al estudio de Apaestegui y Quispe (2017) quienes determinaron que en la empresa no cuenta con capacidad económica suficiente para elaborar productos en altos volúmenes, es por ello que en la actualidad elaboran productos solo para atender al mercado local y nacional, así mismo algunas señalan que no tienen acceso a financiamiento debido a que las empresas financieras tienen desconfianza de que no puedan cumplir con el pago del préstamo otorgado, de tal manera, que para ofrecer una oferta exportable es necesario contar con una buena capacidad tanto económica como financiera, aspectos que se pueden mejorar según la disposición de las artesanas; asimismo en concordante con Floriano (2019) quien demostró que los gerentes de las empresas tienen una insuficiente cultura exportadora y por tanto, les lleva a tener problemas para exportar sus bienes y en consecuencia determinó que la cultura exportadora se relaciona significativamente con la competitividad empresarial de las PYMES, asimismo se relaciona significativamente con los mercados internacionales, con la facilitación comercial y con la educación.

En consecuencia, la falta de cultura exportadora en el empresario no le lleva realizar una adecuada exportación de sus productos o servicios.

En cuanto al segundo objetivo específico, evaluar el nivel de percepción de la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023, los resultados determinaron, que el nivel de percepción que muestran los artesanos sobre la exportación, es de nivel medio en un 66%e incluso de nivel bajo en 34%, por cuanto, señalan que el estado no los capacita con frecuencia sobre tema de exportación, así como tampoco los invita con a participar en forma frecuente en ferias internacionales, lo cual le facilitaría conocer las nuevas tendencias que se ofrecen en el mercado internacional, además el artesano no dedica de pleno a mejorar la calidad del producto para exportar y siente que el precio debe mejóralo, resultados que concuerdan con Tene (2021) quien en sus resultados determinó que existen obstáculos para realizar la exportación y, esto debido a que existe falta de información en los procesos, impedimentos culturales al momento de incursionar en los mercados internacionales y fata de conocimiento logístico y falta de financiamiento; Por otro lado, se encuentra ciertas diferencias con el estudio realizado por Alvarado (2021) quien en sus conclusiones determinó que la exportaciones de esparrago en la región de La libertad es alta en razón, que existe una relación significativa positiva y un coeficiente de Rho de 0,804; es decir la cultura exportadora aplicada en este rubro es el adecuado.

En consecuencia, los artesanos, no realizan exportaciones, por la falta de cultura exportadora que tienen, aunado a que el Estado no los apoya, solo se centra en apoyar ciertos rubros.

Respecto del tercer objetivo específico, analizar las dimensiones de la cultura exportadora y su influencia en la exportación de caballitos de totora al mercado

internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023, en primer lugar, se determinó que existe influencia positiva moderada y de significancia alta entre la dimensión oferta exportadora con la variable exportación, en razón, que se obtuvo un $r= 0,559$ y el “p” valor calculado es 0,00, el cual es menor al 0,05 por lo que se acepta la hipótesis alterna, situación similar a lo que determinó; asimismo se determinó que existe influencia positiva moderada y de significancia alta entre la dimensión mercado internacional y la variable exportación, por cuanto, el valor $r= 0,482$ y el “p” valor calculado es 0,00 que es menor al 0,05 por lo que se acepta la hipótesis alterna y; finalmente se determinó que existe influencia positiva moderada y de significativa alta entre la dimensión facilitación comercial y a variable exportación, en razón, que el “p” valor calculado es 0,00 que es menor al 0,05 y el valor $r= 0,452$, por lo que se acepta la hipótesis alterna; todos estos resultado concuerdan con el trabajo de investigación realizado por Dulanto (2019) quien en sus resultados determinó que existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p =0,00 < 0,05$; $r = 0,459$), por lo que se concluye que los mercados internacionales influyen significativamente en el tipo de exportación, es decir, que a medida que se realice estudios de mercados internacionales, aumentará el conocimiento de la empresa sobre actividades de exportación trabajando con alianzas estratégica; del mismo modo determinó que existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p =0,00 < 0,05$; $r = 0,402$), entre la facilitación comercial y la exportación, lo cual implica que a medida que estén actualizados en el uso de las herramientas para acceso a los mercados internacionales, aumentará sus actividades de exportación trabajando con un consorcio de exportación. De la misma forma guarda similitud con el trabajo realizado Vega (2021) quien en sus conclusiones señala que

la oferta exportable tiene gran impacto en las exportaciones de sandía en la empresa ubicadas en la ciudad Tacana, en razón, que esta muestra un 93.5% de impacto.

En cuanto al objetivo general se determinó que existe una influencia positiva moderada y significancia alta entre la cultura exportadora y la exportación, por cuanto ya que se observa un valor de $r > 0.70$ y el sig. (Bilateral) es menor de 5%, situación que da respuesta a la hipótesis planteada y que fue contrastada líneas arriba

Se determina, que la cultura exportadora en los artesanos es aún incipiente, en razón, que el Estado no adopta políticas que fomenten este tipo de organizaciones y, por otro lado, se muestra cierta conformidad del artesano en operar solo en el mercado nacional. La implicancia del presente estudio, radica en que el Estado debe tomar conciencia en que se debe apoyar este tipo de organizaciones, así como a otros, por cuanto, las exportaciones permiten mejorar la innovación y el desarrollo; mejorar las habilidades organizativas y de gestión; diversificar los riesgos de la empresa en las actividades del mercado nacional; promover el mejor uso de los recursos organizativos; y mejorar la posición financiera y competitiva de la empresa.

CONCLUSIÓN

Se determinó que el nivel de la cultura exportadora de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023, es de nivel medio en un 62% por lo que hace necesario mejorar la cultura exportadora del artesano, así como también que el Estado evite las barreas burocráticas que existen para exportar.

Se concluye que el nivel de percepción de la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023, es de nivel medio en un 66%, por lo que es necesario, que el Estado capacite con frecuencia sobre temas de exportación.

Se determinó que existe influencia positiva moderada y de significancia alta entre las dimensiones de la cultura exportadora y la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023, por cuanto, se observa un valor de $r > 0.70$ y el sig. (Bilateral) es menor de 5%, lo que indica que se debe mejorar cultura exportadora del artesano, para poder elevar el nivel de las exportaciones.

Se determinó que existe una influencia positiva moderada y significancia alta entre la cultura exportadora y la exportación, por cuanto ya que se observa un valor de $r > 0.70$ y el sig. (Bilateral) es menor de 5%.

Referencias

- Alvarado, J. (2021). *"Cultura exportadora en el desempeño exportador de las agroexportadoras de espárragos de la región La Libertad 2020"*. Tesis de doctorado, Universidad César Vallejo, Trujillo. Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55706/Alvarado_EJO-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- 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 pre grado, Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Perú. Retrieved 11 de 04 de 2022, from
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11884/Apaestegui%20Bustamante%20Nerly%20-%20Quispe%20Chil%20Rosy%20Neydy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cepal. (2019). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe. Cepal.*
<https://doi.org/https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/0feb5303-f407-41cc-832b-3aefee95ead/content>
- Del Aguila, M. (2019). *"Relación entre patrones de innovación estructurales y tecnológicos, y cultura exportadora en pequeños industriales y artesanos de la APIAT, 2019"*. Tesis para titulación, Universidad Privada del Norte, Trujillo. Perú.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23238/Del%20Aguila%20Rodriguez%20Marcelo.pdf?sequence=8&isAllowed=y>
- Duarte, H. (2019). *"Plan de exportación de artesanías de madera para la asociación de artesanos de Guayaquil al mercado de Nueva York-Estados Unidos"*. Tesis de grado, UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL,

Guayaqui. Ecuador. Retrieved 12 de 04 de 2022, from
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2628/1/T-ULVR-2421.pdf>

Dulanto, L. (2019). *Cultura exportadora y el tipo de exportación de los productores de palta del valle de Lacchas, provincia de Ocos, Áncash, 2019*. Tesis para titulación, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho. Perú.
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3580/LISBETHE%20DULANTO%20GARAY.pdf?sequence=1>

Efio, J. (2017). *Estrategias de internacionalización para lograr la exportación de bordados hechos a mano de la Asociación Cultura Viva de Monsefú a Francia-2017*. Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo. Perú. Retrieved 11 de 04 de 22, from
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29520/Efio_RJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fanjuul, E. (2022). Principales barreras a la internacionalización de la empresa. *Iber Global*.
https://doi.org/https://iberglobal.com/files/2021/Barreras_internacionalizacion_B.pdf

Floriano, E. (2018). *La cultura exportadora y la competitividad empresarial de las pymes del distrito de san juan de Lurigancho, 2018*. Tesis de grado, UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN, Huacho. Perú. Retrieved 11 de 04 de 2022, from
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3197/FLORIANO%20G%C3%93MEZ%20ELIANA%20ERACLIZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Floriano, E. (2019). *La cultura exportadora y la competitividad empresarial de las pymes del distrito de San Juan de Lurigancho, 2018*. Tesis de titulación, UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN, Huacho. Perú.
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3197/FLORIANO%20G%C3%93MEZ%20ELIANA%20ERACLIZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- García, N. (2022). *La cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región de Tacna periodo 2016-2018*. Tesis de titulación, Universidad Privada de Tacna, Tacna. Perú.
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1834/Garcia-Cabrera-Nadia.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Hernandez, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana, SA de CV.
Retrieved 14 de 04 de 2022, from <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Lopez, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodologia de la ivestigacion social cuantitativa*. Barcelona, España. Retrieved 14 de 04 de 2022, from https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf
- Malca, O. (2020). Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas del Perú. *Revista de la Universidad del Pacifico*.
https://doi.org/https://camcajamarca.com.pe/camcaj_v1/wp-content/uploads/2020/08/Obstaculos-a-la-Actividad-Exportadora-Recursos-y-Capacidades.pdf
- Mondragon, V. (2016). Planificacion , formacion einformacion claves en la exoporatacion. *Diario el exportador*. Retrieved 13 de 04 de 2022, from <https://www.diariodelexportador.com/2016/09/planificacion-formacion-e-informacion.html>
- Perlado, D. y Lecca, A. (2023). “*Oferta exportable y su relación en la internacionalización de una cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023*”. Tesis para titulo profesional, Universidad Privada del Norte, Trujillo. Perú.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/34039/Lecca%20Sanchez%2c%20Arlins%20Jhony%20David%20-%20Perlado%20Piedra%2c%20Diego%20Franco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Tene, R. (2021). *La cultura exportadora de las pymes productoras de pulpa de fruta del Ecuador. Periodo 2013-2019*”. Tesis para titulación, Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Ecuador.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54422/1/TENE%20CEDE%C3%91O%20ROXANA.pdf>
- Torres, C. (2021). *Cultura exportadora y su relación con la competitividad comercial de la empresa WORLD FRUIT PERUVIAN PRODUCTS del distrito de Hualmay- año 2020*. tesis para optar título, UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN, Huacho. Perú.
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5178/RITA%20ECILIA%20TORRES%20TORRES.pdf?sequence=1>
- Vega, U. (2021). *Promoción en la oferta exportable, y su incidencia en el proceso de exportación de sandía de los productores del distrito la Yarada los palos de la región de Tacna, año 2020*. Tesis de titulación, Universidad José Carlos Mariategui, Moquegua. Perú.
https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/963/Ubert_tesis_titulo_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Yllescas, P.; Espinoza, R. y Macha, R. (2021). Diversificación de la oferta exportable y las exportaciones peruanas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*.
[https://doi.org/file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-DiversificacionDeLaOfertaExportableYLasExportacion-8217201%20\(1\).pdf](https://doi.org/file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-DiversificacionDeLaOfertaExportableYLasExportacion-8217201%20(1).pdf)

Anexos

Anexo 01: Matriz de consistencia

Título: “CULTURA EXPORTADORA Y LA EXPORTACIÓN DE CABALLITOS DE TOTORA AL MERCADO INTERNACIONAL DE LOS ARTESANOS DE HUANCHACO, PERIODO 2023.”

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	VARIABLES DE ESTUDIO DEFINICIÓN CONCEPTUAL	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN / MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Problema General: La cultura exportadora influye en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional en los artesanos de Huanchaco, Trujillo, 2023?	Hipótesis General La cultura exportadora influye significativamente en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional en los artesanos de Huanchaco, Trujillo, 2023	Objetivo General: Determinar de qué manera la cultura exportadora influye en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, Trujillo, 2023.	VARIABLE 1: Cultura exportadora	TIPO DE INVESTIGACION Enfoque Cuantitativo y tipo descriptivo-explicativo-correlacional	POBLACIÓN Estuvo compuesto por los 120 artesanos de la Asociación “Parador Turístico Quibisich”	TÉCNICAS: Encuesta
	Hipótesis específicas El nivel de cultura exportadora es significativo en los artesanos de Huanchaco	Objetivos Específicos: Ø Analizar el nivel de la cultura exportadora de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023. Ø Evaluar el nivel de percepción de la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los	VARIABLE 2: Exportación	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: No experimental	MUESTRA Estuvo compuesto por 50 artesanos de la	INSTRUMENTOS Cuestionario

artesanos de Huanchaco,
2023.

Las dimensiones de la cultura exportadora influyen significativamente en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco.

Ø Analizar las dimensiones de la cultura exportadora y su influencia en la exportación de caballitos de totora al mercado internacional de los artesanos de Huanchaco, 2023

Asociación “Parador Turístico Quibisich”, se utilizó el muestreo no probabilístico

Nota: Elaboración propia

Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Cultura Exportadora	El tema de Cultura Exportadora busca desarrollar la capacidad de trasladar valores, forma de vida, costumbres, conocimientos y prácticas empresariales para lograr una actitud y comportamiento favorables a la competitividad. Generar conciencia al empresario de que la exportación-internacionalización es un factor clave en el crecimiento de la empresa y del desarrollo inclusivo del país, (Proesa, 2019)	Se evalúa de acuerdo a tres dimensiones; Oferta exportable, Mercado Internacional y Facilitación Comercial las cuales fueron tomadas del trabajo realizado por Dulanto (2019).	Oferta exportable	Conciencia Promoción Barreras Entorno empresarial Capacidad económica Capacidad física	Ordinal
			Mercado internacional	Conocimientos y capacitación Innovación y tecnología Información Promoción comercial Acceso a mercados	
Exportación	Una exportación es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización, (Montes de Oca, 2019).	Se evalúa de acuerdo a dos dimensiones: formación e investigación del mercado las cuales fueron planteadas por Apaestegui y Quispe (2017)	Formación	Marco legal Condiciones de acceso Capacitación Talleres Ferias	Ordinal
			Investigación del mercado	Producto Precio Punto de venta Promoción	

Nota: Elaboración propia

Anexo 03: Matriz de instrumentos

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	
Cultura Exportadora	Oferta exportable	Conciencia	1. ¿Le parece necesario que se cree una conciencia nacional en los empresarios sobre cultura exportadora?	
		Promoción	2. ¿Piensa usted que el Estado promueve la cultura exportadora de la PYMES y Asociaciones?	
		Barreras	3. ¿Cree usted que las barreras burocráticas que existen en el País restringen el acceso a que las PYMES y Asociaciones puedan exportar?	
		Entorno empresarial	4. ¿Cree usted que la informalidad afecta al desarrollo de las exportaciones?	
		Capacidad económica	5. ¿Usted cuenta con suficiente capacidad económica para cubrir un elevado volumen de producción?	
		Capacidad física	6. ¿Hace usted uso de tecnologías(maquinaria) para confeccionar sus productos?	
		Conocimientos y capacitación	7. ¿Cuentan ustedes con capacidad de producción para exportar sus productos en gran cantidad?	
		Innovación y tecnología	8. ¿Cree usted que el sector exportador requiere capacitar a la PYMES y Asociaciones?	
	Mercado internacional	Información	9. ¿Cree usted que la falta de incentivo por parte del Estado para la adquisición de nueva tecnología, es un factor que no favorece la innovación y la producción de una oferta exportable competitiva de las PYMES y Asociaciones?	
			10. ¿Le informa el Estado sobre las tendencias de rentabilidad que tienen las empresas artesanales en el mercado interno y externo?	
		Promoción comercial	11. ¿Conoce usted, como promocionar sus productos utilizando las herramientas tecnológicas que le brinda el internet?	
			12. ¿El estado alguna vez le brindo capacitación de como promocionar sus productos en el mercado internacional?	
		Acceso a mercados	13. ¿Su asociación ha realizado algún estudio de mercado para realizar exportaciones?	
			14. ¿Conoce usted acerca de los Tratados de Libre Comercio (TLC) que tiene el Perú con diferentes países?	
		Facilitación comercial	Marco legal	15. ¿Conoce usted la presencia de un marco regulatorio para impulsar el desarrollo exportador?
				16. ¿De conocer el marco regulatorio como lo considera usted?

Condiciones de acceso

17. ¿Considera usted que el limitado acceso al financiamiento y apoyo a las PYME y Asociaciones restringen acceder a los mercados internacionales?

18. ¿Considera usted que la comunicación bilingüe, es fundamental en los negocios con otros mercados?

Exportación

Formación	Capacitación	19. ¿Conoces usted acerca de lo que significa cultura exportadora?
		20. ¿Desearía usted capacitarse acerca de lo que es cultura exportadora?
	Talleres	21. ¿Desearía capacitarse en sus propios talleres?
		22. ¿La Asociación alguna vez a participado de ferias internacionales?
	Ferias	23. ¿Piensa usted que participar en las ferias internacionales le ayudaría a conocer las tendencias que ofrece el mercado y establecer contactos empresariales?
		24. ¿Los caballitos de totora que produce cuentan con una marca inscrita en Indecopi?
Investigación del mercado	Producto	25. ¿Considera usted que la calidad del producto está bien para exportar?
		26. ¿Considera usted que el precio es accesible para el mercado internacional?
	Punto de venta	27. ¿Cuenta la Asociación con puntos de venta a nivel nacional?
	Promoción	28. ¿Los medios de comunicación que utilizan ayudan a promocionar sus productos a otros mercados?

Nota: Elaboración propia

Anexo 04: Guía de entrevista

CUESTIONARIO

Señores miembros de la Asociación de Artesanos “Parador Turístico Quibisich” sírvase responder con sinceridad el siguiente cuestionario:

1. ¿Le parece necesario que se cree una conciencia nacional en los empresarios sobre cultura exportadora?

SI	NO
----	----

2. ¿Piensa usted que el Estado promueve la cultura exportadora de la PYMES y Asociaciones?

SI	NO
----	----

3. ¿Cree usted que las barreras burocráticas que existen en el País restringen el acceso a que las PYMES y Asociaciones puedan exportar?

SI	NO
----	----

4. ¿Cree usted que la informalidad afecta al desarrollo de las exportaciones?

SI	NO
----	----

5. ¿Usted cuenta con suficiente capacidad económica para cubrir un elevado volumen de producción?

SI	NO
----	----

6. ¿Hace usted uso de tecnologías(maquinaria) para confeccionar sus productos?

SI	NO
----	----

7. ¿Cuentan ustedes con capacidad de producción para exportar sus productos en gran cantidad?

SI	NO
----	----

8. ¿Cree usted que el sector exportador requiere capacitar a la PYMES y Asociaciones?

SI	NO
----	----

9. ¿Cree usted que la falta de incentivo por parte del Estado para la adquisición de nueva tecnología, es un factor que no favorece la innovación y la producción de una oferta exportable competitiva de las PYMES y Asociaciones?

SI	NO
----	----

10. ¿Le informa el Estado sobre las tendencias de rentabilidad que tienen las empresas artesanales en el mercado interno y externo?

SI	NO
----	----

11. ¿Conoce usted, como promocionar sus productos utilizando las herramientas tecnológicas que le brinda el internet?

SI	NO
----	----

12. ¿El estado alguna vez le brindo capacitación de como promocionar sus productos en el mercado internacional?

SI	NO
----	----

13. ¿Su asociación ha realizado algún estudio de mercado para realizar exportaciones?

SI	NO
----	----

14. ¿Conoce usted acerca de los Tratados de Libre Comercio (TLC) que tiene el Perú con diferentes países?

SI	NO
----	----

15. ¿Conoce usted la presencia de un marco regulatorio para impulsar el desarrollo exportador?

SI	NO
----	----

16. ¿De conocer el marco regulatorio como lo considera usted?

BUENO	MALO	REGULAR
-------	------	---------

17. ¿Considera usted que el limitado acceso al financiamiento y apoyo a las PYME y Asociaciones restringen acceder a los mercados internacionales?

SI	NO
----	----

18. ¿Considera usted que la comunicación bilingüe, es fundamental en los negocios con otros mercados?

SI	NO
----	----

19. ¿Conoce usted acerca de lo que significa cultura exportadora?

SI	NO
----	----

20. ¿Desearía usted capacitarse acerca de lo que es cultura exportadora?

SI	NO
----	----

21. ¿En qué temas desea capacitarse en los talleres?

- A) Calidad e Innovación del producto
- B) Estrategias de comercialización
- C) Identificar oportunidades de negocio en el mercado
- D) Como negociar adecuadamente con compradores

22. ¿La Asociación alguna vez a participado de ferias internacionales?

SI	NO
----	----

23. ¿Piensa usted que participar en las ferias internacionales le ayudaría a conocer las tendencias que ofrece el mercado y establecer contactos empresariales?

SI	NO
----	----

24. ¿Los caballitos de totora que produce cuentan con una marca inscrita en Indecopi?

SI	NO
----	----

25. ¿Considera usted que la calidad del producto está bien para exportar?

SI	NO
----	----

26. ¿Considera usted que el precio es accesible para el mercado internacional?

SI	NO
----	----

27. ¿Cuenta la Asociación con puntos de venta a nivel nacional?

SI	NO
----	----

28. ¿Los medios de comunicación que utilizan ayudan a promocionar sus productos a otros mercados?

SI	NO
----	----

Anexo 05: Ficha de validaciones por expertos

TALLER DE TESIS 2

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la Investigación: CULTURA EXPORTADORA DE LOS ARTESANOS DE HUANCHACO, PARA LA EXPORTACIÓN DE CABALLITOS DE TOTORA AL MERCADO INTERNACIONAL, PERIODO 2022.

Línea de Investigación: DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL

Apellidos y nombres del experto: QUIROZ VELIZ, LUIS ENRIQUE

El instrumento de medición pertenece a la variable:

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:

Módulo 01 pág. 1

TALLER DE TESIS 2

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación: CULTURA EXPORTADORA DE LOS ARTESANOS DE HUANCHACO, PARA LA EXPORTACIÓN DE CABALLITOS DE TOTORA AL MERCADO INTERNACIONAL, PERIODO 2022.

Línea de investigación: DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL

Apellidos y nombres del experto: CACEDA AZAÑEDO MARIA EMILIA

El instrumento de medición pertenece a la variable: CULTURA EXPORTADORA

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:
En algunas preguntas agregar otras alternativas.
Se determine un mercado objetivo.
El producto caballito de totora tenga diferentes formas de presentación.

Firma del experto:

Módulo 01 pág. 1

TALLER DE TESIS 2

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la Investigación: CULTURA EXPORTADORA DE LOS ARTESANOS DE HUANCHACO, PARA LA EXPORTACIÓN DE CABALLITOS DE TOTORA AL MERCADO INTERNACIONAL, PERIODO 2022.

Línea de Investigación: DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL

Apellidos y nombres del experto: QUIROZ VELIZ, LUIS ENRIQUE

El instrumento de medición pertenece a la variable:

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:

Módulo 01 pág. 1