

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

ESCUELA DE POST - GRADO



**FACTORES SOCIOECONOMICOS Y JURIDICOS EN EL
SISTEMA EXPORTA FACIL EN EL RUBRO ARTESANIA EN
LA REGION UCAYALI, 2015**

**TESIS PARA OPTAR GRADO ACADEMICO DE
MAGISTER EN DERECHO MENCION CIVIL Y COMERCIAL**

TESISTA:

GODOFREDO JIMENEZ RODRIGUEZ

ASESOR:

DR. HUMBERTO FLORES FLORES

HUÁNUCO – PERÚ

2015

DEDICATORIA:

A: Mi madre por su amor, y soporte brindado en este proceso de aprendizaje académico.

A: Mis hijos e hija, quienes son los que me motivan cada día a lograr mis metas académicas en mi carrera profesional.

AGRADECIMIENTO:

A: Mis maestros de la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional "Hermilio Valdizán", por su prédica académica y haberme brindado sus conocimientos durante los años de formación profesional para contribuir al desarrollo de nuestra región y país.

RESUMEN

La presente investigación pretende generar aportes para maximizar la exportación de artesanías, se contribuye al conocimiento científico de las ciencias de la economía, administración y el derecho. Tiene como objetivo: Determinar en qué medida los factores socioeconómicos y jurídicos influyen en el sistema exportador del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015. El método desarrollado tiene la finalidad de profundizar el análisis e interpretación de los resultados para lo cual se hizo uso del diseño no experimental, de nivel descriptivo - correlacional, se trabajó con una muestra de 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha provincia de Coronel Portillo - Ucayali, seleccionados mediante el tipo de muestreo no probabilístico intencional a quienes se les ha practicado un cuestionario. Para estimar los estadígrafos se hizo uso de la estadística descriptiva e inferencial y para la contrastación de la hipótesis se aplicó la prueba de correlaciones. Con un resultado entre 0,40 y 0,59 se concluye que la correlación entre las variables no es ALTA, sino, MODERADA; por lo tanto, "Los factores socioeconómicos y jurídicos no influyen de manera positiva alta en el sistema exportador del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015".

Palabras claves: Exporta fácil, Artesanía, Factores socioeconómicos, Jurídicos.

SUMMARY

This research aims to generate contributions to minimize the export of crafts, it contributes to scientific knowledge of the science of economics, management and law. Aims: To determine the extent to which socioeconomic and legal factors influence the system easy for the category handicraft exports in the Ucayali region 2015. The method developed is intended to deepen the analysis and interpretation of the results for which are made use non-experimental design, descriptive level - correlational, we worked with a sample of 100 artisans of 11 native communities and 01 village district of Yarinacocha province of Coronel Portillo - Ucayali, selected by the type of sampling not probabilistic intentional who are It has practiced a questionnaire. For statisticians estimate it was made using descriptive and inferential statistics and for the testing of the hypothesis test was applied correlations. With a score between 0.40 and 0.59 is concluded that the correlation between variables is not high, but MODERATE; Therefore, "The socioeconomic and legal factors do not influence positively high exports in the system easy for the category crafts at the Ucayali region 2015".

Keywords: Easy Export, Craft, socioeconomic factors, Legal.

INTRODUCCIÓN

El motivo de la poca práctica artesanal, se debe entre otras, principalmente a la falta de comercialización de los productos, el factor económico que no permite poder fabricar buen número de productos, pago de un precio muy bajo a sus productos. Las artesanías de la Amazonia pueden dividirse según el factor económico en ocupación complementaria y talleres formales. En el primer caso la artesanía constituye un complemento en el ingreso familiar siendo este el caso de la mayor parte de artesanos, en las cuales, la agricultura constituye la ocupación principal y la artesanía es practicada en tiempos libres o por las mujeres y niños, este tipo de artesanía se ve reflejado en la mayoría de casos del área rural. En el segundo caso de talleres artesanales bien organizados se da muy poco en las comunidades nativas de la ciudad de Pucallpa, a pesar de que la artesanía constituye el ingreso familiar principal y ocupan tiempo de labores diario.

Pucallpa es una ciudad que está creciendo y está conformado por muchas micros y pequeñas empresas; es por eso que la dirección regional de trabajo y promoción de empleo de la ciudad de Pucallpa ha empezado a establecer mecanismos adecuados de coordinación, ejecución y supervisión de las políticas dictadas por el sector en concordancia con la política del estado con los planes sectoriales y regionales, para apoyar a las micro y pequeñas empresas mediante capacitación y financiamiento, de esta manera las micro y pequeñas empresas de artesanía van a brindar trabajo a los pobladores que hay a su alrededor.

Sin embargo en lo que respecta a las funciones de la Dirección del turismo y el fomento del sector comercio en el rubro de artesanía producido por las comunidades nativas de la ciudad de Pucallpa, no hay estadísticas oficiales

a nivel nacional, regional y local, en todo caso son nulas sobre las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPEs del sector comercio en el rubro de artesanía en el ámbito de estudio. Siendo el Perú el segundo país sur americano en adoptar el servicio de “Exporta Fácil”, a mediados del año 2007, además de constituirse en un modelo de cooperación técnica a nivel suramericano. Se considera que el sistema Exporta Fácil debe ser el puente hacia una solución completa para facilitar el proceso exportador como parte de un programa de gobierno que tiene como objetivo ofrecer apoyo a las empresas que desean exportar por los Correos del Perú identificado bajo el nombre de Serpost, es decir mediante el servicio Exporta Fácil, los artesanos deberían tener el apoyo en las exportaciones de sus productos de artesanía, oportunidad de participar en ferias nacionales e internacionales o al menos al acceso a información de oportunidades comerciales entre otras, provistas por PRON PERU, que los artesanos en Ucayali desconocen de estos servicios que ya tiene ocho años de existencia como modelo en nuestro país.

Finalmente esta investigación se encuentra estructurada en cinco capítulos que se presentan a continuación:

El Capítulo I: Problema de investigación, se detalla aspectos factores socioeconómicos y jurídicos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, donde planteamos los objetivos, hipótesis, variables, así como la justificación e importancia de la investigación.

El Capítulo II: Marco teórico, donde se presenta los antecedentes, fundamentos teóricos, concepciones y enfoques de conocimientos interdisciplinarios de investigadores, que sustentan la investigación.

VIII

El Capítulo III: Marco metodológico, donde se especifica el tipo y diseño, la población y muestra utilizadas, así como las técnicas y procedimientos del desarrollo de la investigación.

El Capítulo IV: Resultados, presentamos los resultados más relevantes de la investigación, con aplicación de la estadística descriptiva e inferencial como instrumento de medida.

El Capítulo V: Discusión de resultados, mostramos la contrastación del trabajo de campo con el problema planteado, los antecedentes, las bases teóricas, la prueba de hipótesis y el aporte científico de esta investigación.

Finaliza el presente trabajo de investigación con las conclusiones, sugerencias, bibliografía y anexos.

INDICE

	Pag.
DEDICATORIA	II
RECONOCIMIENTO	III
RESUMEN	IV
SUMMARY	V
INTRODUCCIÓN	VI
INDICE	IX
CAPITULO I	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACION	1
1.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1. PROBLEMA GENERAL	
1.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS	
1.3. OBJETIVOS.....	3
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	
1.3.2. OBJETIVO ESPECIFICO	
1.4. HIPÓTESIS Y/O SISTEMA DE HIPÓTESIS.....	4
1.4.1. HIPOTESIS GENERAL	
1.4.2. HIPOTESIS ESPEIFICOS	
1.5. VARIABLES.....	5
1.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE	
1.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE	
1.5.3. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	5
1.6. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA	6
1.6.1. JUSTIFICACION	
1.6.2. IMPORTANCIA	
1.7. VIABILIDAD.....	9
1.8. LIMITACIONES.....	9
CAPITULO II	11
MARCO TEORICO	11
2.1. ANTECEDENTES.....	11

2.1.1. A nivel internacional.....	11
2.1.2. A nivel nacional.....	13
2.2. BASES TEÓRICAS.....	15
2.2.1. FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y JURIDICOS	
2.2.2. Ley 29073. Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal.	
2.2.3. DECRETO SUPREMO Nº 008-2010-MINCETUR: Reglamento de la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal.	
2.2.4. LA TEORÍA TRADICIONAL DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA	
2.2.5. TEORÍAS DE LA RENTABILIDAD	
2.2.6. LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA	
2.2.7. SISTEMA EXPORTA FÁCIL	
2.2.8. ANTECEDENTES DEL EXPORTA FACIL	
2.2.9. EL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - MINCETUR	
2.2.10. APRUEBAN PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN CON FINES COMERCIALES VÍA SERVICIO POSTAL - INTA-PE.13.01 (V1)	
2.2.11. TEORÍA ECONÓMICA Y LA RELACIÓN CON EL COMERCIO INTERNACIONAL	
2.2.12. TEORIA DEL CORREO	
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	33
2.3.1. FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y JURIDICOS	
A. FACTOR SOCIAL.	
B. FACTOR ECONOMICO	
C. FACTOR JURIDICO	
D. LIDERAZGO DE EMPRENDIMIENTO	
E. MANIFESTACIÓN SOCIO CULTURAL COMUNAL	
F. CAPACITACIÓN LABORAL EN ARTESANÍA	
G. PROMOCIÓN DE PRODUCTOS	
H. LÍNEAS DE CRÉDITO	
I. NORMAS LEGALES.	
J. MYPES	
2.3.2. EL SISTEMA EXPORTA FÁCIL	

A. EXPORTACIÓN	
B. ARTESANIA	
C. PRODUCTOS DE ARTESANIA	
D. CALIDAD DE PRODUCTO	
E. RENTABILIDAD ECONÓMICA	
F. SUNAT	
G. SERPOST	
H. PROMPERU	
I. CONSORCIO DE EXPORTACION	
J. COMERCIO EXTERIOR	
K. EMPRESA	
L. ARTESANÍA ATOMIZADA	
M. ARTESANÍA ÉTNICA	
2.4. BASES EPISTÉMICOS	44
2.4.1. TENDENCIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL	
2.4.2. EL EMPIRISMO DE LA TEORIA ECONOMICA	
CAPITULO III	47
MARCO METODOLÓGICO	47
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	47
3.2. DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
3.3. POBLACION Y MUESTRA.....	48
3.3.1. Población	
3.3.2. Muestra	
3.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	49
A. El cuestionario	
B. Validez y Confiabilidad del Instrumento	
3.5. TECNICAS DE RECOJO, PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS.....	51
3.5.1. Técnicas para la recolección de datos	
3.5.2. Técnicas para el procesamiento de datos	
3.5.3. Análisis e interpretación de datos	
CAPITULO IV	54
RESULTADOS	54
4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	54

4.1.1. Resultado de Trabajo de Campo con Aplicación Estadística y Mediante Distribución de Frecuencia y Gráficos.	
4.1.2. VARIABLE: FACTORES SOCIOECONOMICOS Y JURIDICOS.....	55
4.1.3. INTERPRETACIÓN DE LA DIMENSIÓN FACTOR SOCIAL.....	59
4.1.4. INTERPRETACIÓN DE LA DIMENSIÓN FACTOR ECONOMICO.....	65
4.1.5. INTERPRETACIÓN DE LA DIMENSIÓN FACTOR JURIDICO.....	71
4.1.6. INTERPRETACIÓN DE LA DIMENSION EXPORTACION DE PRODUCTOS.....	77
4.1.7. RESULTADOS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: FACTORES SOCIOECONOMICOS Y JURIDICOS.....	78
4.1.8. RESULTADOS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: SISTEMA DE EXPORTA FACIL.....	79
4.1.9. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	80
A. CONTRASTACION DE HIPOTESIS GENERAL.....	80
B. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS SECUNDARIAS.....	83
a). Contrastación de la hipótesis factor social con exportación de productos.	
b). Contrastación de la hipótesis factor económico con exportación de productos.	
c). Contrastación de la hipótesis factor jurídico con exportación de productos.	
CAPITULO V	90
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	90
5.1. Con los referentes bibliográficos.....	90
5.2. En base a la Prueba de Hipótesis General.....	93
5.3. Con el aporte científico de la investigación.....	94
5.4 PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	95
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	98
CONCLUSIONES.....	98
SUGERENCIAS.....	99
BIBLIOGRAFÍA	101
ANEXOS	105
• ANEXO N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA	
• ANEXO N° 02: CUESTIONARIO	
• ANEXO N° 03: TABLA DE RESULTADOS DEL CUESTIONARIO	

- ANEXO N°04: TABLA DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA.

El Gobierno Peruano a través de la participación de sus instituciones involucradas como la SUNAT, SERPOST, PROMPERU, Ministerio de Transportes y Comunicaciones - MTC, MI EMPRESA, Ministerio de Economía y Finanzas - MEF, Ministerio de Relaciones Exteriores - MRE, Agencia Peruana de Cooperación Internacional - APCI, Ministerio de Trabajo y Promoción Social - MTPS, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR y Concejo Nacional de Competitividad - CNC.

En nuestro país más de 180,000 familias se dedican a la actividad artesanal, éstas carecen de acceso a capacitación, información y crédito, por ello se tiene una débil base empresarial. Dentro del mundo empresarial de las artesanías de productos de la amazonia ya sea de semillas, maderas, tejidos, etc; la exportación de éstas debería ser un buen negocio, debido a que los ojos del mundo están centrados en ellas por sus numerosos diseños y precio; el MINCETUR, en Ucayali responsable de la calidad, competitividad y el fomento de las exportación de artesanías, ya que las MYPES poseen problemas de calidad en sus productos, falta capacidad de innovación, tecnología, inversión, medios de venta e implementación estratégicas de marketing.

Además, estos artesanos de las comunidades nativas dedicados a este rubro comercial tienen múltiples dificultades requieren mayor promoción

y que sus productos sean conocidos, se encuentran en la informalidad y, para utilizar el sistema exporta fácil requieren de un trámite administrativo engorroso por ejemplo tener la clave sol y llenar una ficha en la SUNAT por vía internet y con cuatro copias más el producto que se pretende enviar se lleva a serpost para poder ser enviada bajo las modalidades que se escoja que puede ser expreso tiene un costo mayor, no cuentan con créditos promocionales los artesanos ni tampoco las MYPES para ser competitivos estando en un completo abandono por las autoridades a nivel local, regional y nacional.

De seguir esta situación, con los artesanos de las comunidades nativas de la provincia de Coronel Portillo- Ucayali, definitivamente disminuirá la productividad, el compromiso con la identidad sociocultural ancestral del fomento del turismo comunitario y rural en el rubro artesanía, generando la permanencia de la extrema pobreza de estas familias y comunidades por la falta de creatividad y liderazgo de las autoridades de turno.

Por todos estos problemas identificados y motivado por esta inquietud se formula el siguiente problema.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

- ✓ ¿En qué medida los factores socioeconómicos y jurídicos influyen en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015?

1.2.2. PROBLEMA ESPECIFICOS

- ✓ ¿En qué medida el factor social se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015?
- ✓ ¿De qué manera el factor económico se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015?
- ✓ ¿En qué medida el factor Jurídico se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil en el rubro artesanía en la región Ucayali, 2015?

1.3. OBJETIVOS.

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- ✓ Identificar la influencia de los factores socioeconómicos y jurídicos influyen en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Evaluar en qué medida el factor social se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.
- ✓ Evaluar de qué manera el factor económico se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.
- ✓ Escoger en qué medida el factor Jurídico se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015

1.4. HIPÓTESIS Y/O SISTEMA DE HIPÓTESIS

1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL:

Hi: Los factores socioeconómicos y jurídicos influyen de manera positiva alta en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.

H0: Los factores socioeconómicos y jurídicos no influyen de manera positiva alta en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.

1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

- ✓ **H1:** El factor social se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.

- ✓ **H0:** El factor social no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.
- ✓ **H2:** El factor económico se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.
- ✓ **H0:** El factor económico no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.
- ✓ **H3:** El factor Jurídico se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.
- ✓ **H0:** El factor Jurídico no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.

1.5. VARIABLES

1.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Factores socioeconómicos y jurídicos

1.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Sistema Exporta facil

1.5.3. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
V.I FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y	FACTOR SOCIAL	- Liderazgo de emprendimiento - Manifestación socio

mecanismos que permitan incrementar las exportaciones de las artesanías en las comunidades nativas de la provincia de Coronel Portillo en la ciudad de Pucallpa, conocer el nivel de empleo y mayores puestos de trabajo, mayor competitividad entre ellos, mejor desarrollo del nivel de vida de los pobladores dedicados al comercio en el rubro de artesanía comunitaria y rural con participación de las autoridades locales.

Por otro lado, el estudio nos servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores productivos en la ciudad de Pucallpa y otros ámbitos geográficos conexos.

En lo Práctico, se ha considerado necesario llevar a cabo el presente estudio, por la implicancia trascendental de conocer los factores socioeconómicos y jurídicos que están influyendo en el uso del sistema exporta fácil en la Región de Ucayali, debido a que no hay estadísticas oficiales a nivel nacional, regional y local; sobre la utilización de los servicios e infraestructura postal con la que cuenta SERPOST S.A. para la exportación de bienes físicos a través de un proceso simplificado de exportación en el rubro de artesanía que produce las comunidades nativas de Pucallpa, pese a su slogans existente “Nunca fue tan fácil exportar ahora sí, El Perú Exporta Fácil”, cuyo objetivo en la práctica es propiciar la inclusión de las micro, pequeñas y medianas empresas del país en el mercado internacional, a través de la implementación de un sistema de exportación simplificado por envíos postales.

En lo social, la presente investigación se justifica por la trascendencia social que tiene en la Región Ucayali al no estar

usando el sistema exporta fácil al servicio de convertir a miles de artesanos en empresarios exportadores, consolidándose como un modelo de servicio para la apertura de nuevos mercados principalmente en el rubro de la artesanía amazónica, teniendo en consideración que cuenta con una potencialidad que no se está explotando adecuadamente.

Pese a la existencia de comunidades dedicadas a esta actividad en las diversas variedades de artesanía local, la exportación de estos productos artesanales no están siendo priorizadas en políticas regionales a corto ni a mediano plazo en favor de esta población que necesitan la mejora de la calidad de sus productos, que tenga representación local de historia o costumbres, mecanismos de promoción, asociatividad y comercialización que puedan obtener una producción que cumpla con los mínimos requisitos de exportación y que genere mano de obra e ingreso económico a las familias dedicadas a esta actividad comercial.

1.6.2. IMPORTANCIA

La presente investigación es significativamente importante porque permite determinar en qué medida los factores socioeconómicos y jurídicos influyen en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, la necesidad de diversificar los productos que ofertan a los mercados mundiales; el Perú viene adoptando un sistema que simplifica las exportaciones a través de envíos postales llamado Exporta Fácil. La presente investigación también resulta de importancia, poner a disposición de nuestros artesanos y

autoridades el conocimiento de la existencia de principales mercados internacionales potenciales más importantes en la rama artesanal, siendo Estados Unidos y Canadá, la Comunidad Económica Europea, Japón y Australia, países latinoamericanos México y Chile; las formas de contactar clientes potenciales mediante el envío de cartas a los clientes localizados en guías comerciales de cada país, por agentes comerciales, anuncio en diarios del país donde se busque comercializar y la participación en ferias artesanales que hasta la actualidad en la ciudad de Pucallpa es una necesidad urgente.

Por ello se realizó un trabajo de campo empleando técnicas y metodologías cuantitativas y cualitativas que aportaran datos interesantes para quienes estudian esta problemática en las distintas ciudades del país.

1.7. VIABILIDAD

El desarrollo de la investigación resultó viable por las siguientes condiciones: Se contó con apoyo de los recursos humanos, disposición de materiales y financieros para ejecutar la investigación. También por la accesibilidad del área de estudio, ya que vivo en la ciudad de Pucallpa, lo cual me permitió cumplir con el desarrollo acorde al problema seleccionado, metodología, objetivos e hipótesis planteada en cumplimiento del proyecto aprobado, con los controles y evaluaciones previstas de modo oportuno.

1.8. LIMITACIONES.

Dentro de las limitaciones se encontró una serie de limitantes que podemos identificar las siguientes:

- **Ámbito de estudio**, la investigación se limitó al estudio en el distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo de la región Ucayali, por tener la mayor concentración de comunidades nativas con artesanos dedicadas al comercio de artesanía.
- **Temporalidad**, mucho tiempo para encuestar a los artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío muy distantes entre estos territorios.
- **Antecedentes**, a nivel local no se ha encontrado trabajos desarrollados en relación directa con el tema de nuestra investigación.
- **Ubicación geográfica**, dificultad para acceder en forma continua a la biblioteca de la Universidad Hermilio Valdizán de Huánuco, por la distancia de la sede que es la ciudad de Pucallpa.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES.

Los antecedentes de investigación están constituidos por trabajos similares o relacionados con el tema objeto de estudio, que aportan información valiosa para definir y delimitar la investigación que se presenta a nivel internacional, nacional y local.

2.1.1. A Nivel Internacional

A continuación se presenta los antecedentes encontrados que han tenido repercusión en relación al presente trabajo de investigación que se fue abordando:

A1. MONCAYO, P. (2014). En su tesis: *“ANÁLISIS DEL SERVICIO EXPORTA FÁCIL DE LA EMPRESA PÚBLICA CORREOS DEL ECUADOR Y SU APORTE A LOS ARTESANOS DEL CANTÓN QUITO”*, Concluye:

✓ Con la vigencia del programa Exporta Fácil se ha incrementado la tendencia por parte de los artesanos usuarios del servicio, el de implementar tecnología e incorporar a su grupo de colaboradores personas capacitadas e innovadoras que generen mayor productividad.

- ✓ Exporta Fácil es una solución frente a la dificultad con la que se encuentran muchos artesanos al momento de querer exportar sus productos, esto debido a bajos volúmenes para ser exportados, altos costos logísticos, como por ejemplo: la contratación de un agente de aduana, transporte, bodegaje.
- ✓ El servicio Exporta Fácil es una herramienta eficaz, ya que permite a los artesanos del Cantón Quito ingresar con sus mercancías a mercados internacionales, beneficiando su economía y al país con la generación de divisas, además de dar a conocer al mundo sus artesanías.

A2. VALENCIA, C. S. (2005). En su tesis: "COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES" Concluye en lo siguiente:

- ✓ Entre los principales problemas que afronta el artesano guatemalteco está la falta de capital para comprar materia prima y mantener un stock de productos. Asimismo, la poca venta de sus productos que en su mayoría se limita a mercados comunales de poca demanda y a unos pocos intermediarios que pagan un precio muy bajo por sus productos.
- ✓ El mercado interno de las artesanías se ha limitado en los últimos años, casi en su totalidad a la demanda de los turistas internacionales, quienes desean llevar un recuerdo de la belleza cultural de Guatemala valorizando el trabajo y arte que lleva cada artículo; caso contrario con la población

nacional que no estima el valor de las artesanías, además de ser cada día sustituidas por productos sintéticos.

2.1.2. A Nivel Nacional

De las investigaciones realizadas no se ha reportado algún antecedente, sobre el tema de estudio en nuestra ciudad, sin embargo en otros ámbitos de nuestro territorio sí se ha profundizado el tema en relación a uno de nuestras variables.

A1. AMADO, K.M. (2011). En su Tesis: *“PROPUESTAS ESTRATEGICAS DE MARKETING PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE CERÁMICA DE AYACUCHO HACIA NUEVA YORK – ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA”*. Concluye en lo siguiente:

- ✓ Las exportaciones de artesanía de cerámica de Ayacucho se maximizarán mediante la implementación de estrategias de marketing, promover una asociación de artesanos de cerámica de Ayacucho, apoyo constante del gobierno Peruano, capacitación hacia los artesanos y MYPES exportadoras de artesanías de cerámica.
- ✓ Las propuestas estratégicas de marketing que maximizarán las exportaciones de artesanías de cerámica de Ayacucho con destino Nueva York- Estados Unidos de América son: publicidad, imitación innovadora, adaptabilidad y segmentación de mercado, participación

de las MYPES en ferias nacionales e internacionales y utilizar el marketing Mix (4P).

A2. Caballero, P.P. (2012). En su tesis "*Plan Estratégico del Sector Artesanal de la Región Junín*", Concluye en lo siguiente:

- ✓ Se pretende que los artesanos desarrollen competencias que les permitan llegar directamente a los mercados, principalmente al extranjero. Para lograr esto, MINCETUR y el Gobierno Regional de Junín han desarrollado el programa Fortalecimiento de las Exportaciones del Sector Artesanal de la Región Junín (FESA). Con este programa, se pretende diversificar la oferta exportable, alcanzar niveles elevados de capacidad en gestión empresarial, conocer los gustos del mercado internacional y lograr la asociatividad de los artesanos.
- ✓ La industria artesanal de Junín tiene una oferta diversificada de productos, en vista de la producción de mates, alfombras, textiles, cerámica, tallados de madera y platería, entre otros. La actividad artesanal se produce de manera rudimentaria, con herramientas antiguas y sin la incorporación de tecnología. Entre otros factores, esto se debe a que la producción está muy fragmentada y los volúmenes producidos por cada artesano no permiten innovar ni adquirir tecnología. Por tanto, el oficio se aprende de generación en generación y no se incorporan mejoras.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y JURIDICOS

La situación general del sector parte de la descripción general de la actividad económica peruana, con la definición de sus principales sectores productivos y exportadores. Luego, se describe el sector artesanal, dentro del cual se observa la labor artesanal tradicional, identificada como herramienta para el combate de la pobreza; para definir la importancia de la artesanía en la economía local, también se identifican las limitantes que tiene el sector para su desarrollo entre ellos los factores socioeconómicos y jurídicos.

2.2.2. Ley 29073. Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal.

La Ley del Artesano clasifica la artesanía de la siguiente manera (Ley 29073, 2007):

- Artesanía tradicional: Constituye los bienes que tienen un valor utilitario, ritual o estético. A través de estos, se transmiten las costumbres y tradiciones de una región determinada. Por tanto, la artesanía tradicional representa una expresión material de la cultura de comunidades o etnias, y se le adjudica un valor utilitario o artístico.
- Artesanía innovada: Constituye los bienes que tienen una funcionalidad generalmente de carácter decorativo o utilitario. La artesanía innovada está muy influenciada por la tendencia del mercado y puede ser utilitaria y artística.

Para Bayona, (1999). La artesanía es una actividad económica y

cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales, incluso medios mecánicos. Además, es necesario que el valor agregado principal siempre lo constituya la mano de obra directa, por representar el componente más importante del producto acabado (Ley del Artesano y de la Actividad Artesanal, Ley 29073, 2007).

La artesanía tradicional es una forma muy valiosa de expresión cultural, especialmente importante para los países en desarrollo. Es, pues, la continuidad y recreación de las tradiciones populares plasmadas en la preparación de objetos sencillos y/o muy refinados, empleados para múltiples usos (domésticos, de ornato personal, festivo o religioso, entre otros), los cuales reflejan la identidad nacional y regional.

La continuidad de la artesanía peruana está relacionada con la elaboración de las piezas con estilos y raíces propios; asimismo, se asocia con la gran inventiva y habilidad del artesano peruano. Muchas de las piezas, como los mates burilados, han alcanzado la perfección a partir de técnicas tradicionales. La limitante de acceso al mercado tiene que ver con que los artesanos no se adecúan al requerimiento de fabricar piezas de carácter utilitario y de calidad. Hay cuatro tipos básicos de artesanía: (a) la de pieza única, (b) la tradicional, (c) los recuerdos y (d) la artesanía contemporánea o de diseño moderno vanguardista. Según Bayona (1999), los artesanos peruanos han tenido problemas para adaptarse a los diseños contemporáneos, por lo que se han enfocado en la artesanía tradicional y en la de recuerdos. En relación al mercado al cual se

dirigen, se crea otra segmentación. Así, se identifican tres mercados: local, turístico (turismo interno y receptivo) y de exportación. Los dos primeros son atendidos principalmente por artesanos tradicionales, mientras que el mercado de exportación está compuesto por los agentes o comercializadores dedicados a investigar dicho mercado y a recolectar productos mandados a hacer a diferentes artesanos.

2.2.3. DECRETO SUPREMO Nº 008-2010-MINCETUR: Reglamento de la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal.

Artículo 5º.- Derechos del Artesano El Artesano tiene derecho a:

- a) La protección, conservación, fortalecimiento y promoción de su actividad y valores culturales e históricos que expresa en sus obras.
- b) La capacitación y el perfeccionamiento en la actividad artesanal que desarrolla, a fin de vincular su actividad al mercado, velando por la calidad de su producción.
- c) Participar en los programas de desarrollo y promoción de la artesanía que lleve a cabo el MINCETUR, los Gobiernos Regionales y/o los Gobiernos Locales.
- d) Participar en los concursos anuales “Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana” y “Premio Nacional de Diseño de la Artesanía Peruana”, en los términos que para tales efectos establezca el MINCETUR.
- e) Participar en cursos, conferencias, ferias, exposiciones y demás eventos de similar naturaleza, que organicen las entidades públicas, entre ellas el MINCETUR, los Gobiernos Regionales y Locales, en materia de artesanía, previo cumplimiento de las disposiciones que para tal efecto se establezcan.

f) La propiedad intelectual de sus productos y diseños, y al uso de marcas colectivas, de acuerdo a las normas de la materia.

Artículo 18º.- De la oficialización de ferias y exposiciones artesanales.

18.1 Los administrados podrán solicitar al órgano competente, la oficialización de las ferias y exposiciones artesanales que realizan.

18.2 Para que una feria o exposición sea oficializada, el administrado deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Que la organización del evento esté a cargo de artesanos productores inscritos en el RNA, como organizadores y/o expositores, en un porcentaje no menor al 50% del total de los mismos;
- b) Que el objetivo del evento contribuya a los fines de la Ley;
- c) Que el evento promueva la búsqueda de nuevos mercados, poniendo en contacto al productor artesano con el consumidor;
- d) Que el evento promueva la amplia participación de los artesanos así como la competencia; y,
- e) Que el evento proteja y difunda las manifestaciones y valores culturales, históricos y la identidad nacional.

Artículo 20º.- Promoción de ferias y exposiciones artesanales

El MINCETUR, en coordinación con PROMPERU, los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales promoverá la organización de ferias y exposiciones artesanales, brindando el asesoramiento, apoyo y orientación que los administrados requieran.

2.2.4. LA TEORÍA TRADICIONAL DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA

La teoría tradicional sobre la estructura financiera propone la existencia de una determinada combinación entre recursos propios y ajenos que define la estructura financiera óptima EFO. Esta teoría puede considerarse intermedia entre la posición "RE" y "RN". Durand en 1952 publicó un trabajo donde defendió la existencia de una determinada EFO en base a las imperfecciones del mercado. La teoría tradicional no tiene un basamento teórico riguroso, pero ha sido defendida por empresarios y financieros, sin olvidar que la EFO depende de varios factores, como son: el tamaño de la empresa, el sector de la actividad económica y la política financiera de la empresa; el grado de imperfección del mercado y la coyuntura económica en general.

2.2.5. TEORÍAS DE LA RENTABILIDAD

Según Ferruz (2005), la rentabilidad es el rendimiento de la inversión medido mediante las correspondientes ecuaciones de equivalencia financiera. Es por ello, que nos presenta dos teorías para el tratamiento de la rentabilidad.

A. Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de

Markowitz

Markowitz avanza con una nueva teoría, indicando que el inversor diversificará su inversión entre diferentes alternativas que ofrezcan el máximo valor de rendimiento actualizado. Para fundamentar esta nueva línea de trabajo se basa en la ley de los grandes números indicando que el rendimiento real de una cartera será un valor aproximado a la rentabilidad media esperada. La observancia de esta teoría asume que la existencia de una hipotética cartera con

rentabilidad máxima y con riesgo mínimo que, evidentemente sería la óptima para el decisor financiero racional. Es por ello, que con esta teoría concluye que la cartera con máxima rentabilidad actualizada no tiene por qué ser la que tenga un nivel de riesgo mínimo. Por lo tanto, el inversor financiero puede incrementar su rentabilidad esperada asumiendo una diferencia extra de riesgo o, lo que es lo mismo, puede disminuir su riesgo cediendo una parte de su rentabilidad actualizada esperada.

B. Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de mercado de Sharpe

El modelo de mercado de Sharpe (1963) consideró que el modelo de Markowitz implicaba un dificultoso proceso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma adecuada todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos. Para evitar esta complejidad, Sharpe propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macroeconómico, únicamente. Este fue el denominado modelo diagonal, debido a que la matriz de varianzas y covarianzas sólo presenta valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir, en los lugares correspondientes a las varianzas de las rentabilidades de cada título.

Como se ha indicado, el modelo de mercado es un caso particular del diagonal. Dicha particularidad se refiere al índice de referencia que se toma, siendo tal el representativo de la rentabilidad periódica que ofrece el mercado de valores.

Tipos de rentabilidad

Según Sánchez (2002), existen dos tipos de rentabilidad:

1) La rentabilidad económica

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. A la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre sí. Sin embargo, sin entrar en demasiados detalles analíticos, de forma genérica suele considerarse como concepto de resultado el Resultado antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el Activo total a su estado medio.

$$RE = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

El resultado antes de intereses e impuestos suele identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo de los gastos financieros que ocasiona la financiación ajena y del impuesto de sociedades. Al prescindir del gasto por impuesto de sociedades se pretende medir la eficiencia de los medios empleados con independencia del tipo de impuestos, que además pueden variar según el tipo de sociedad.

2) La rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado.

Para el cálculo de la rentabilidad financiera, a diferencia de la rentabilidad económica, existen menos divergencias en cuanto a la expresión de cálculo de la misma. La más habitual es la siguiente:

$$RF = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos Propios a su estado medio}}$$

Como concepto de resultado la expresión más utilizada es la de resultado neto, considerando como tal al resultado del ejercicio.

2.2.6. LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

La MYPE será quien se constituya como el beneficiario principal de esta investigación, por ello es pertinente identificarla y conocer sus características principales.

Silipu, (2011), proporciona un importante alcance al exponer:

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

De acuerdo al artículo 2° de la Ley 28015:

“La MYPE es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

La MYPE en un concepto jurídico se determina de acuerdo a dos parámetros, el número de sus trabajadores y el monto de sus ventas. De acuerdo al D.Leg. 1086, la MYPE posee las siguientes características:

Tamaño de empresa		D.Leg. 1086	
N° de trabajadores		Monto de ventas	
Micro	Hasta 10	Hasta 150 UIT	
Pequeña	Hasta 100	Hasta 1700 UIT	

La MYPE como unidad económica suele estar constituida por personas naturales y muchas veces es una empresa familiar. Es importante destacar que actualmente dan empleo a más de la mitad de la Población Económicamente Activa (PEA), y poseen diferencias marcadas no solo en las actividades en las que se desempeñan sino también en su cadena productiva, ubicación geográfica o el tipo de trabajadores que poseen. En muchos países son consideradas como el más importante tipo empresarial debido al aporte que otorgan a la economía.

2.2.7. SISTEMA EXPORTA FÁCIL

El Exporta Fácil es un sistema logístico que permite dinamizar el envío de exportaciones, diseñado principalmente para el micro, pequeño y mediano empresario, a través del cual puede acceder a mercados internacionales de una manera simple, económica y segura por vía electrónica, aprovechando el sistema postal nacional que administra SERPOST. A través del Exporta Fácil, se pueden realizar envíos de mercaderías con un valor de hasta US\$ 5 000.

Cada exportación podrá contener varios paquetes que no superen los 30 kilos cada uno, y el usuario podrá realizar todos los envíos que le sean necesarios para concretar su venta en el exterior.

Además, para Méndez, y Cubero (2013, p.28). Es una herramienta que facilita las exportaciones ecuatorianas; orientada a fomentar la inclusión de las micro, pequeñas, medianas empresas (MIPYMEs) y artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo con la competitividad de los productos y beneficiando su economía.

A. Funcionamiento

Es un sistema simplificado, ágil y económico de exportaciones por envíos postales a través del operador postal público. Los exportadores pueden acceder a este servicio desde cualquier parte del país haciendo uso de una herramienta Web para iniciar los trámites de exportación y obtener la información necesaria para exportar de forma simple, segura y oportuna. El exportador ingresa al portal de Exporta Fácil e inicia su solicitud de exportación, el exportador llena el formulario del DEF y luego está listo para exportar.

B. Beneficios del exporta fácil

Simplificación de procesos logísticos de comercio internacional.

- Ingreso de divisas por el aumento de exportaciones.
- Motivación para la Formalización.
- Mayor participación de los micros, pequeña y mediana empresas (MIPYMEs), que representan el 98% de las unidades económicas del país y el 75% de la PEA, en el mercado internacional.

- Crecimiento del número de mercados de destino de las exportaciones de cada región
- Incremento del número de productos exportados de cada región.
Descentralización: posibilidad de realizar exportaciones desde cualquier parte del país, integrando a las MIPYMES locales al mercado internacional.
- Generación de una cultura exportadora en el país.
- Generación de una mayor cultura descentralizada en el uso del Internet, reduciendo las brechas digitales que pudieran existir.
- Desarrollo de iniciativas de comercio electrónico.
- Generación de empleo y alivio a la pobreza.

C. Avances

1. Desde el 2007 el servicio está implementado y en funcionamiento.
2. Incremento del valor de exportación a USD 5,000.
3. Desarrollo de estudio para sustentar el aumento de USD 5,000 a USD 10,000.
4. Incorporación del sistema como meta del CNC.
5. Mejoras en los servicios para difundir y fomentar el uso de Exporta Fácil.
6. Colaboración Academia-Empresa.

2.2.8. ANTECEDENTES DEL EXPORTA FACIL

Exporta Fácil nació en 1999 en Brasil, como un proyecto, cuyo objetivo era conseguir que las Micro, Pequeñas y Medianas empresas - (MIPYMES), logren su inserción a los mercados internacionales, a través de un SISTEMA DE EXPORTACIÓN SIMPLIFICADO, coordinado sistemáticamente con instituciones

estratégicas del Comercio Exterior y que apoyen el uso del Operador Postal público que mantienen nuestros Estados en convenio con la UNIÓN POSTAL UNIVERSAL. (Sánchez, 2011, p. 3).

Exporta Fácil a Nivel de la Región:

Como ya revisamos anteriormente el IIRSA consideró a Exporta Fácil como un proyecto de alto impacto, el cual pueda ser aplicado en los 12 países de Suramérica, a continuación revisaremos fechas en las cuales se implementó este servicio, en los siguientes países.

Exporta Fácil a nivel de la región

1999 Brasil			
2007 Perú			
2009 Uruguay			
2009 Colombia			
2011 Ecuador			

ELABORACION: Propia
Fuente: IISA- Perú.

2.2.9. EL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - MINCETUR

Fue creado mediante Ley N° 27779 publicado el 11 de julio del 2002 en el diario Oficial El Peruano, es un Organismo conformante del Poder Ejecutivo, rector de los Sectores Comercio Exterior y Turismo y constituye un pliego presupuestal con autonomía

administrativa y económica de acuerdo a Ley. El 23 de julio de 2002, Ley N° 27790, se aprueba la Organización y Funciones del MINCETUR, y por Decreto Supremo N° 005-2002- MINCETUR, se aprueba el Reglamento de Organización y Funciones. El MINCETUR define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y de turismo. Tiene la responsabilidad en materia de la promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales. En materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía. Realiza sus acciones en coordinación con los Ministerios de Economía y Finanzas, Relaciones Exteriores, Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Ministerio del Interior y los demás sectores del Gobierno en el ámbito de sus respectivas competencias. La Titular del Sector dirige las negociaciones comerciales internacionales del Estado; como también las correspondientes al desarrollo sostenible del Turismo y está facultada para suscribir convenios en el marco de su competencia. Asimismo, está encargada de la regulación del Comercio Exterior y el Turismo. El MINCETUR, comprende al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a los Organismos Públicos Descentralizados, Proyectos y Comisiones bajo su jurisdicción. Su competencia se extiende a las personas naturales y jurídicas que realizan actividades vinculadas a los sectores Comercio Exterior y Turismo.

Son funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo:

1. Formular, dirigir, coordinar, ejecutar y supervisar la política de comercio exterior, con excepción de la regulación arancelaria, así como la política de turismo, en concordancia con la política general del Estado y en coordinación con los sectores e instituciones vinculados a su ámbito. En el caso del turismo se deberá tomar en cuenta su carácter multisectorial e interdependiente, así como los componentes sociales y culturales de las actividades de su competencia;
2. Dirigir, coordinar, elaborar y ejecutar los planes y programas nacionales sectoriales de desarrollo en materia de comercio exterior, integración, promoción de exportaciones, turismo y artesanía;
3. Establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades de comercio exterior coordinando con los sectores e instituciones que corresponda, así como para el desarrollo de las actividades turística y artesanal a nivel nacional, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida, estableciendo las sanciones e imponiéndolas, de ser el caso, en el ámbito de su competencia.

2.2.10. APRUEBAN PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN CON FINES COMERCIALES VÍA SERVICIO POSTAL - INTA-PE.13.01 (V1)

I. OBJETIVO

Establecer las pautas para el despacho de exportación con fines comerciales vía servicio postal, con la finalidad de lograr un trámite ágil y oportuno para la salida de las mercancías y el correcto

cumplimiento de las normas que lo regulan.

II. ALCANCE

Está dirigido al personal de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT, y a los operadores del comercio exterior que intervienen en el despacho de exportación vía servicio postal.

III. RESPONSABILIDAD

La aplicación, cumplimiento y seguimiento de lo establecido en el presente procedimiento es de responsabilidad de las Intendencias de Aduana de la República, de la Intendencia Nacional de Sistemas de Información, de la Intendencia de Fiscalización y Gestión de Recaudación Aduanera y de la Intendencia Nacional de Técnica Aduanera.

VII. DESCRIPCIÓN DEL DESPACHO

El exportador accede al portal de la SUNAT (www.sunat.gob.pe) y activa la opción para numerar la DEF, ingresando su clave SOL que reemplaza a su firma manuscrita, llenando los datos en el formato establecido; luego de concluido el envío, la administración aduanera numera la DEF en señal de conformidad.

FORMATO DE DECLARACIÓN EXPORTA FÁCIL (DEF)

 DECLARACIÓN EXPORTA FÁCIL <small>Guía Postal; CP-72, EM-1, CN-22, CN-23 (A)</small>		Código de Barras Número de Guía Postal				
DSE N° Aforo: _____ Fecha : _____						
1	Exportador (remittente)	R.U.C. del Exportador				
D E	Dirección					
	Pais	Ciudad	Código Postal			
	Persona de Contacto	Tel/ Fax	E-Mail			
2	Importador (destinatario)					
P A R A	Dirección					
	Pais	Ciudad	Código Postal			
	Persona de Contacto	Tel/Fax	E-Mail			
3 DESCRIPCIÓN DE MERCANCÍA						
SERIE	Subpartida Nacional	Descripción de la Mercancía	Valor venta / N° de bulto	Cant./TUF	N° y Fec. C. de pago	Regimen Pres. y/o Apli.
1						
2						
3						
4						
5						
4	Diligencia de Aduanas		Total V. Venta.	Total. Bulto		
			Moneda de V.	N° Certificado de Origen		
			Tipo de Cambio	Otros Doc. Adj.		
	Fecha	Hora	Total Serie	Firma y Sello		
5	Instrucciones del Exportador en caso de no efectuarse la entrega <input type="checkbox"/> Devolver <input type="checkbox"/> Abandonar		Controles sanitarios, fitosanitarios u otras restricciones <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			
6	Oficina de Origen de SERPOST Fecha: Hora: Nombre: Código del Expendedor: Firma		7	Entrega en Destino Fecha: Hora: Nombre: Documento de Identidad: Firma		
8	Persona que Entrega el Envío a SERPOST Nombre: N° DNI		9	Peso Bruto (tarifado)		
	Firma		10	Valor Total Flete		
Certifico que la información contenida en la presente declaración es exacta, es decir, que las mercancías declaradas no constituyen objeto peligroso y/ o prohibido por las normas de la Unión Postal Universal ni por la legislación interna; sometiéndome en todo caso, a la responsabilidad administrativa, civil, tributaria y/o penal que ubiere lugar, eximiendo de dichas responsabilidades a SERPOST S.A. Asimismo, acepto pagar los gastos resultantes de la ejecución de las instrucciones impartidas aquí para el caso en que el envío no pueda ser entregado. De otro lado, como dueño o remitente de la mercancía descrita en esta declaración, autorizo a SERPOST S.A. para que en mi representación, participe en el reconocimiento físico de las mercancías, toda vez que como Administración Postal del Estado Peruano está facultada a someter los envíos postales a control aduanero. Fecha : _____ Firma del Exportador						

2.2.11. TEORÍA ECONÓMICA Y LA RELACIÓN CON EL COMERCIO INTERNACIONAL

Para Garita, (2006). La economía es la ciencia social que se ocupa de la asignación más eficiente de los recursos (escasos) que poseemos para la obtención de determinados objetivos. Una teoría es un conjunto de definiciones, supuestos e hipótesis acerca del comportamiento de determinado fenómeno. La teoría económica es una ciencia social que estudia principalmente de qué modo la sociedad elige emplear sus recursos limitados, que son susceptibles de usos alternativos para producir bienes y servicios para el consumo, presente y futuro. Adicionalmente, la teoría económica general se ocupa de los problemas de una sola economía cerrada.

Todos los países, incluidos los más pobres, tienen activos: humanos, industriales, naturales y financieros, que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior. La economía nos enseña que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan. Dicho de otra manera, el principio de la ventaja comparativa significa que los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor; de esta manera se establece el vínculo comercial entre los diferentes países.

2.2.12. TEORIA DEL CORREO

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la palabra correo se define como: un “servicio público que tiene por

objeto el transporte de la correspondencia oficial y privada.” (Real Academia de la Lengua Española, 2001).

A lo largo de la historia las sociedades han ido evolucionando, viéndose en la necesidad de mantener contacto entre ellas, acudiendo a varios métodos para comunicarse entre sí, como por ejemplo: señales de humo, sonidos de objetos entre otros. Adicional a esto buscaban también contacto con fenómenos de la naturaleza, dioses de sus misteriosos mundos, etc.; mucho antes de la invención de la escritura.

Los Sumerios fueron la primera y más antigua civilización en el mundo, los mismos que generaron un proceso de escritura hace 3000 años antes de Cristo, el cual consistía en un conjunto de signos dibujados sobre tablas de arcilla, que hoy en día se conoce como “cuneiforme”.

Así aparecieron las primeras cartas y de esta manera se ideó un sistema de correo, el cual consistía en el uso de un sello para certificar la autenticidad de los escritos. En aquellos tiempos los Sumerios vivieron en Mesopotamia, lugar ubicado entre el Golfo Pérsico y Babilonia, aunque hay que recalcar que fue en Egipto donde se instauró el primer sistema oficial de correos. Más tarde otras civilizaciones fueron generando su propio sistema de correos, esto debido a que se tenía control sobre todo lo que ocurría en los territorios de aquellas épocas.

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

2.3.1. FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y JURIDICOS

Son las experiencias sociales, económicas y jurídicas de una Región o País que le ayudan a moldear la forma de vida que llevan durante el proceso de realización de sus actividades.

H. FACTOR SOCIAL.

Los aspectos de transmisión educativa y de tradiciones culturales ,que varían de una sociedad a otra .Es en esas presiones sociales colectivas que se piensa cuando se quiere explicar las variaciones cognitivas de una sociedad a otra, a comenzar por las diversas lenguas capaces de ejercer una acción importante sobre las propias operaciones y sobre sus contenidos. Sin embargo esas presiones colectivas no son diferenciadas de los procesos colectivos más generales, como los factores de interacción o coordinación interindividual que atraviesan las diferentes culturas y sociedades Ese tratamiento en bloque del factor social, sin la necesaria diferenciación de sus modos de acción, ha obstaculizado el análisis y la explicación más adecuada del desarrollo de la razón y de los conocimientos organizados en sistemas de composición. Revista de investigación en psicología vol. 12 Nª 2.

I.FACTOR ECONOMICO

Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de su economía para satisfacer las necesidades socialmente humanas. Existen muchos factores económicos, estos están clasificados por su potencialidad en la economía de un país., expresado en

Inflación, Salario mínimo, PIB Per cápita y Deuda externa (Chávez 2012).

J. FACTOR JURIDICO

La creación y mantenimiento de cualquier empresa está sujeto a la realización de múltiples y a veces complejas trámites jurídicos y legales. Entendiendo que este hecho constituye una dificultad más a la hora de llevar a cabo un proyecto empresarial por parte de un emprendedor con este apartado se le pretende orientar en los aspectos tan variados como las distintas formas jurídicas hay que considerarse en las relaciones laborales y la seguridad social a la fiscalización que afecta a una empresa.

Es importante que el empresario conozca los aspectos jurídicos que tiene establecido cada país, como exigencia en la creación de empresa, a fin de estar al margen de la ley y evitar posteriormente sanciones que van a perjudicar a la entidad by Enzo Auditore de
346 views

K. LIDERAZGO DE EMPRENDIMIENTO

El liderazgo y emprendimiento son dos conceptos que frecuentemente se han relacionado entre sí, entre otras cosas porque se desarrolla una capacidad de ver oportunidades donde la mayor parte de las personas no ve nada. Situación que se traduce en muchos casos en un plan de negocio que se lleva a cabo una vez tramitada la puesta en marcha del mismo (Sarasvathy, 2001; Park, 2005)

L. MANIFESTACIÓN SOCIO CULTURAL COMUNAL

El arte popular comprende todas las manifestaciones creadoras de un pueblo, atendiendo a su sentir y sus necesidades sociales, económicas y hasta políticas. El arte popular ha sido influenciado por diversas culturas. Entre ellas la cultura autóctona de los aborígenes; la cultura africana, que trajeron los negros esclavos y la española, aportada por los conquistadores. Con todas ellas se conformó el folklore Venezolano formando parte de la comunidad mundial hoy en día se puede observar la influencia de otras culturas como la Francesa, Inglesa, y la Alemana que en algunos casos han contribuido al deterioro del arte y la cultura autóctona esto ha incidido en la descalificación de valores que están en el olvido muchas creencias mitos, costumbres etc instituto de mejoramiento profesional del magisterio núcleo académico Miranda-Venezuela (2010)

M. CAPACITACIÓN LABORAL EN ARTESANÍA

Desde esta mira, la capacitación representó un conjunto de características, habilidades, competencias de valores a construirse. Se busca no solo proporcionar conocimientos que permitan a la persona desarrollar una labor determinada o resolver los problemas que se le presenten dentro de la realización de su trabajo, sino también que se generen actitudes humano-laborales, relacionadas con la moral, la motivación, el compromiso, sentido de logro, integración al grupo de trabajo, optando por el tema del liderazgo como eje matriz y como fuente de inspiración pedagógica conducente a la capacitación de artesanos líderes que apunten

hacia un cambio de paradigmas y hacia esa “otra forma de ser” y de liderar IPANC(2010).

N. PROMOCIÓN DE PRODUCTOS

La promoción de productos incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones publicas, el marketig directo, las ventas personales, los eventos y experiencias.

Relaciones públicas: Boletines de prensa, discursos, seminarios, reportes anuales, donaciones, publicaciones, relaciones con la comunidad, cabildeo, medios de identidad, revistas de la empresa

Ventas Personal: Representaciones de ventas, reuniones de ventas, programa de incentivos, muestras, ferias y espectáculos comerciales

Marketing Directo: Catálogos, mensajes por correo telemarketing compras por internet, ventas por TV, mensajes por fax, correo electrónico y correo de voz Kotler y Keller (2006)

H. LÍNEAS DE CRÉDITO

Es un convenio acordado con una entidad financiera, escrito o no y por un plazo estipulado, para la concesión en forma automática de un crédito que no exceda cierto límite y en el momento que el cliente lo requiera. Durante el periodo de vigencia de la línea de crédito, el prestatario puede disponer del mismo automáticamente Banco Central de reserva del Perú (2011)

I. NORMAS LEGALES

Son normas que regulan todas las actividades de la sociedad, por lo general, tiene una determinada finalidad, y están dirigidas a constituir lo que denominamos consecuencias (aquello que manda, prohíbe permite hacer algo, castiga o sanciona el haber hecho algo); es así que las normas por su consecuencia se clasifican en aquellas que establecen Derecho todas aquellas normas que atribuyen una facultad o beneficio a alguien por ejemplo el Art 2 de la constitución

Establecen Obligación Cuando se obliga por ley que alguien haga o no haga algo a favor de otra persona ejemplo en el código civil las obligaciones alimenticias.

J. MYPES

La MYPE es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”, (artículo 2° de la Ley 28015).

2.3.2. EL SISTEMA EXPORTA FÁCIL

Exporta Fácil; servicio que les permite exportar sus productos de manera sencilla, segura y rápida, reduciendo los trámites burocráticos, así como los elevados costos logísticos y de transporte.

Con Exporta Fácil, podrá exportar mercaderías con un valor de hasta US\$5,000. Cada exportación podrá contener varios paquetes

que no superen los 30 kilogramos cada uno, y el empresario podrá realizar todos los envíos que le sean necesarios para concretar su venta en el exterior serpost (2007)

D. EXPORTACIÓN

Exportación es simplemente vender es decir en el mercado magnifico, insaciable del mundo entero vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consume en otro diferente teniendo como plan de negocios de exportación.

Exportación directa se determina cuando la empresa toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación, la cual puede deberse a varios causas entre las que destacan son: contracción del mercado interno, el empresario se da cuenta de la importancia de ciertos mercados, el empresario considera importantes riesgos comerciales a través de la exportación

Exportación indirecta Es utilizada por aquellas empresas que no tienen mucha experiencia bien están en el inicio de realizar transacciones en los mercados internacionales. Es decir que el uso por un exportador de otro exportador como intermediario, de esta forma, hay una oportunidad de introducirse en los mercados internacionales, por medio de algún distribuidor intermediario también conocido como brokers lo que en si constituye una ventaja competitiva, al ampliar facilidades de informática y telecomunicaciones en la detección de negocios Bancomext (2006)

E. ARTESANIA

Ha propuesto como “toda técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios “y por lo tanto ha definido industria como “toda técnica mecánica aplicada, para producir socialmente, bienes y servicios” para muchas personas. La artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante. Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo costo, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad

Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado Tovar (1964)

F. PRODUCTOS DE ARTESANIA

Los productos de la artesanía son el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto, en cuya elaboración se ha transformado racionalmente material de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los productos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas hoy la artesanía se proyecta como

una solución productiva y económicamente rentable Roncancio (2014)

D. CALIDAD DE PRODUCTO

Planificar, controlar y mejorar la calidad es la receta. Para ello, sugiere determinar quiénes son los clientes, cuáles son sus necesidades, desarrollar seguidamente los productos o servicios que las satisfagan, evaluar el logro alcanzado, actuar para reducir la diferencia, si ésta se produce, e introducir mejoras hasta donde seamos capaces. De forma complementaria, no interrumpir la cadena proveedor-cliente se apoyó en la estadística para el análisis juran (2001)

E. RENTABILIDAD ECONÓMICA

La rentabilidad económica es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados. En la literatura económica, aunque el término de

rentabilidad se utiliza de forma muy variada, y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina a la rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo produce los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medio utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o a juzgar por la eficiencia de la acciones realizadas, según que el análisis sea a priori o a posteriori (Sánchez, 2001).

F. SUNAT

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria es, de acuerdo a su Ley de creación, Ley N° 24829 y a su Ley General aprobada por Decreto Legislativo N° 501, una Institución Pública descentralizada del Sector Economía y Finanzas, dotada de personería jurídica de Derecho Público, patrimonio propio y autonomía económica, administrativa, funcional, técnica y financiera que, en virtud a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 061-2002-PCM, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley, correspondían a esta entidad.

G. SERPOST

Serpost S.A es la empresa de servicios postales del Perú es una persona jurídica de derecho privado organizada de acuerdo a la ley de actividad Empresarial del Estado y a la ley general de sociedades, cuya actividad principal es la prestación de los servicios postales en todas sus modalidades con ámbito de acción a nivel Nacional e internacional manual de funciones y plan estratégico de serpost (2009-2013).

H. PROMPERU

Promperu es Organismo Técnico Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, encargado de la promoción del Perú en materia de exportaciones, turismo e imagen.

Misión posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país

Visión ser la agenda de promoción de las exportaciones y el turismo número uno en Latinoamérica.(en resultados y reconocimiento) DS 012-2003 Mincetur.

I. CONSORCIO DE EXPORTACION

Un consorcio de exportación es una alianza voluntaria de empresas con el objetivo de promover los bienes y servicios de sus miembros en el extranjero y de facilitar la exportación de esos productos mediante acciones conjuntas. Se puede considerar que el consorcio de exportación es un medio formal para la cooperación estratégica de mediano a largo plazo entre

empresas que sirve para prestar servicios especializados a fin de facilitar el acceso a los mercados extranjeros. La mayoría de los consorcios de exportación son entidades sin fines de lucro y sus miembros conservan su autonomía financiera, jurídica, de gestión y comercial. De esta manera, a pesar de participar en el consorcio de exportación, las empresas miembro no ceden ningún control sobre sus negocios hacia otras. Ésta es la diferencia principal entre los consorcios y otros tipos de alianzas estratégicas ONUD (2005).

J. COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional. Revista electrónica de Gerencia (2015).

K. EMPRESA

Se define a la empresa como una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporcionan bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados (García, 2006).

L. ARTESANÍA ATOMIZADA

Es aquella artesanía que divídela en diversas partes de una artesanía determinada en partes muy pequeñas, ya sean dibujos y surcos en diversas partes de las cerámicas que se produce en una casa artesana o individualmente por artesanos.

M. ARTESANÍA ÉTNICA

Son aquellas piezas únicas existentes en diferentes culturas, las cuales son elaboradas por los distinguidos artesanos de una determinada zona.

2.4. BASES EPISTEMICOS

2.4.1. TENDENCIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

La globalización no es inevitable ni irreversible. La tecnología - sobre todo en el ámbito del transporte y las comunicaciones- ha sido el principal motor de integración económica mundial en los últimos doscientos años. Pero las fuerzas políticas también han tenido un papel muy importante: a veces han ayudado a controlar y amortiguar las presiones integracionistas; en otras ocasiones, se han resistido a ellas e incluso las han revertido. La mayor parte del siglo XIX y los primeros años del XX estuvieron marcados por la primera gran globalización. Sin embargo, los años 1914 a 1945 destacan por haber sido un período de fortísima "desglobalización". La conmoción que produjeron la primera guerra mundial, la gran depresión y la segunda guerra mundial llevó a los países a abandonar la integración mundial para orientarse hacia modelos económicos más centrados en lo nacional y dirigidos por el Estado. La economía mundial se

fragmentó y el comercio internacional languideció durante esos años. Esas tendencias se invirtieron después de 1945, a medida que la economía mundial se fue "reglobalizando" progresivamente tras la devastación causada por la guerra y la depresión. Esta segunda era de globalización trajo consigo una novedad, la creación de instituciones internacionales como las Naciones Unidas, el FMI, el Banco Mundial o el GATT (posteriormente, OMC). El objetivo de esas instituciones era mantener la paz y limitar el nacionalismo económico y las políticas de empobrecimiento del vecino que tanto habían contribuido a destruir la estabilidad internacional en la primera mitad del siglo XX. Sin una cooperación política internacional eficaz la globalización tiene pocas posibilidades de prosperar.

2.4.2. EL EMPIRISMO DE LA TEORIA ECONOMICA

Diversos estudios han analizado cómo la expansión de las exportaciones puede influir sobre el crecimiento económico. Por ejemplo, Esfahani (1991) plantea que la relación positiva encontrada entre exportaciones y crecimiento económico se debe a que el incremento en el nivel de las exportaciones aporta una mayor cantidad de divisas con las que es posible financiar las importaciones de bienes intermedios y de capital requeridos para alcanzar mayores tasas de crecimiento en los países subdesarrollados.

Algunos estudios empíricos recientes sostienen que la relación positiva encontrada entre exportaciones y crecimiento de la productividad puede deberse a que las empresas que se

incorporan a los mercados de exportación son aquellas que registran previamente un mejor comportamiento en términos de la productividad. Es decir, la relación de causalidad entre ambas variables podría funcionar en sentido inverso, esto es, las empresas relativamente más productivas son más susceptibles de convertirse en exportadoras aportan evidencia. El análisis econométrico de estos autores demuestra que el comportamiento de los costos medios y la productividad del trabajo no se modifican como consecuencia de la incorporación de la empresa a los mercados de exportación, sino que son las empresas con menores costos las que terminan convirtiéndose en exportadoras.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo aplicada de nivel descriptivo – correlacional - explicativo.

Según su objeto científico, a nivel Jurídico es el estudio de las normas, los hechos y los valores, considerando la dinámica de los cambios sociales, políticos, económicos y culturales que se desarrollan en la sociedad. Álvarez Undurraga, G. (2003, 319-320).

Descriptiva, porque se busca especificar las características y perfiles de personas, grupos, o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

Explicativa, porque se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. (Sampieri, 2010, pág. 85).

3.2. DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Por las características y naturaleza del objeto de estudio y las hipótesis contrastadas, la investigación se ubica en el diseño No experimental, descriptivo-correlacional, ya que no se construye ninguna situación sino que se observa situaciones ya existentes y a la vez es transaccional porque los datos recolectados son para un solo momento en un tiempo único (Sampieri , 1998), cuyo diarama es el siguiente:

M → **X** ← **r** → **Y** — **O**

Leyenda:

M = Artesanos del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo de la región Ucayali

X= Factores socioeconómicos y jurídicos

Y= Sistema exporta fácil

r = relación entre variables

O= Observación de las variables

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Población

Para la aplicación de la encuesta se definió como población a todos los artesanos de las comunidades nativas del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, 2015.la muestra es la misma de los encuestados por ser una población pequeña.

CUADRO N° 001

POBLACIÓN

ARTESANOS DE LAS COMUNIDADES NATIVAS DEL DISTRITO DE YARINACOCHA	N° DE ARTESANOS	%
C.N. San Lorenzo	05	5

C.N. San Francisco	30	30
C.N. Nueva Era	06	6
C.N. Santa Clara	06	6
C.N. Nueva Egipto	07	7
C.N. Santa Teresita	07	7
C.N. Santa Isabel	05	5
C.N. Panaillo	06	6
C.N. Chambo Porvenir	05	5
C.N. Patria Nueva	05	5
C.N. San Francisco de Asís	06	6
Caserío 11 de Agosto	12	12
TOTAL	100	100 %

Fuente: Elaboración: Propia

3.3.2 Muestra

Nuestra muestra estuvo conformada por 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, seleccionados mediante la técnica del muestreo no probabilístico intencional.

CUADRO Nº 002

MUESTRA

ARTESANOS DE LAS COMUNIDADES NATIVAS DEL DISTRITO DE YARINACocha	Nº DE ARTESANOS ENCUESTADOS	%
C.N. San Lorenzo	05	5
C.N. San Francisco	30	30
C.N. Nueva Era	06	6
C.N. Santa Clara	06	6
C.N. Nueva Egipto	07	7
C.N. Santa Teresita	07	7
C.N. Santa Isabel	05	5
C.N. Panaillo	06	6
C.N. Chambo Porvenir	05	5
C.N. Patria Nueva	05	5
C.N. San Francisco de Asís	06	6
Caserío 11 de Agosto	12	12
TOTAL	100	100 %

Fuente: Elaboración: Propia

3.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el desarrollo de la presente investigación se seleccionó y se validó el siguiente instrumento:

A. El Cuestionario. Instrumento seleccionado, con preguntas dirigidas a los artesanos de las comunidades nativas del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali. Cuyo cuestionario responden a 12 ítems según las variables, dimensiones e indicadores previstos, la cual permitió la aplicabilidad y llegar a obtener datos más al detalle por cada encuestado de la muestra tomada.

B. Validez y confiabilidad del instrumento:

El criterio de validez del instrumento tiene que ver con el contenido interno del instrumento, con las variables que pretende medir y la validez de construcción de los ítems del instrumento en relación con las bases teóricas y objetivos de la investigación para que exista consistencia y coherencia técnica.

Aplicamos el alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K - 1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Donde:

$$\sum_{i=1}^K \sigma_i^2 : \text{Es la suma de varianzas de cada ítem.}$$

$$\sigma_t^2 : \text{Es la varianza del total de filas (Varianza de la suma de los ítems).}$$

K: Es el número de preguntas o ítems.

$$\alpha = \left[\frac{12}{12 - 1} \right] \cdot \left[1 - \frac{11.68403}{50.79328} \right]$$

$$\alpha = 0,839997$$

El alfa de Cronbach no es un estadístico al uso, por lo que no viene acompañado de ningún p-valor que permita rechazar la hipótesis de fiabilidad en la escala; Sin embargo, cuanto más se aproxime a su valor máximo, 1, mayor es la confiabilidad de la escala. Además, en determinados contextos y por tácito convenio, se considera que valores del alfa superiores a 0,7 o 0,8 (dependiendo de la fuente) son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala. Cuanto menor sea la variabilidad de respuesta por parte de los jueces, es decir haya homogeneidad en la respuestas dentro de cada ítem, mayor será el alfa de Cronbach.

Dado el siguiente cuadro con los niveles de confiabilidad para el alfa de Cronbach:

CUADRO N°003

VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

CRITERIO DE CONFIABILIDAD	VALORES
Inaceptable	Menor a 0,5
Pobre	Mayor a 0,5 hasta 0,6
Cuestionable	Mayor a 0,6 hasta 0,7
Aceptable	Mayor a 0,7 hasta 0,8
Bueno	Mayor 0,8 hasta 0,9
Excelente	Mayor 0,9

Fuente: George y Mallery (2003, p. 231)

En vista a los resultados obtenidos en la confiabilidad del instrumento, observamos que este reside en la escala de “BUENO” lo que garantiza la confiabilidad de nuestro instrumento.

3.5.TECNICAS DE RECOJO, PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS.

3.5.1. Técnicas para la recolección de datos

Para la recolección de los datos se utilizó la técnica de la encuesta con el respectivo cuestionario aplicado a 100 artesanos de las comunidades nativas del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali.

3.5.2. Técnicas para el procesamiento de datos; Se utilizaron:

- a) La revisión y consistenciación de la información: Este paso consistió básicamente en depurar la información revisando los datos contenidos en los instrumentos de trabajo de campo, con el propósito de ajustar los llamados datos primarios (juicio de expertos).
- b) Clasificación de la información: Se llevó a cabo con la finalidad de agrupar datos mediante la distribución de frecuencias de las variables independiente y dependiente.
- c) La codificación y tabulación: La codificación es la etapa en la que se forma un cuerpo o grupo de símbolos o valores de tal manera que los datos fueron tabulados, con números o letras. La tabulación manual se realizó ubicando cada uno de las variables en los grupos establecidos en la clasificación de datos, en la distribución de frecuencias. También se utilizó la tabulación mecánica, aplicando programas o paquetes estadísticos de sistema computarizado.

3.5.3. Análisis e Interpretación de Datos.

- **Análisis descriptivo:**

En cuanto al análisis descriptivo de cada una de las variables se tuvo en cuenta las medidas de tendencia central, de dispersión para las variables y de porcentaje para las variables categóricas.

- **Análisis inferencial:**

En el análisis inferencial de los datos se utilizó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman con el fin de medir la relación entre las variables en estudio. Se tuvo en cuenta una significación de 0,05.

Para el procesamiento de los datos se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 20, Minitab, y Excel en la prueba de correlaciones.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. Resultado de Trabajo de Campo con Aplicación Estadística y Mediante Distribución de Frecuencia y Gráficos.

Al haber determinado la validez del instrumento respecto a las variables independiente y dependiente, se aplicó la encuesta con el cuestionario a los artesanos de las comunidades nativas del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, de acuerdo a la muestra tomada y las categorías de la variable **(X)** MUY DE ACUERDO, DE ACUERDO, INDIFERENTE, EN DESACUERDO, TOTALMENTE EN DESACUERDO. Y de la variable **(Y)** Alta, Media, Baja. Cuyo resultado presentamos a continuación sistematizados en cuadros estadísticos, tablas de distribución de frecuencias y gráficos, los mismos que facilitarán el análisis y la interpretación correspondiente.

4.1.2. VARIABLE INDEPENDIENTE: FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y JURIDICOS

DIMENSION: FACTOR SOCIAL

INDICADOR: -Liderazgo de emprendimiento - Manifestación socio cultural comunal - Capacitación laboral especializada

1. Ante la interrogante: ¿Existe un liderazgo de emprendimiento de sus autoridades en el rubro de artesanía del programa exporta fácil?

CUADRO N° 004

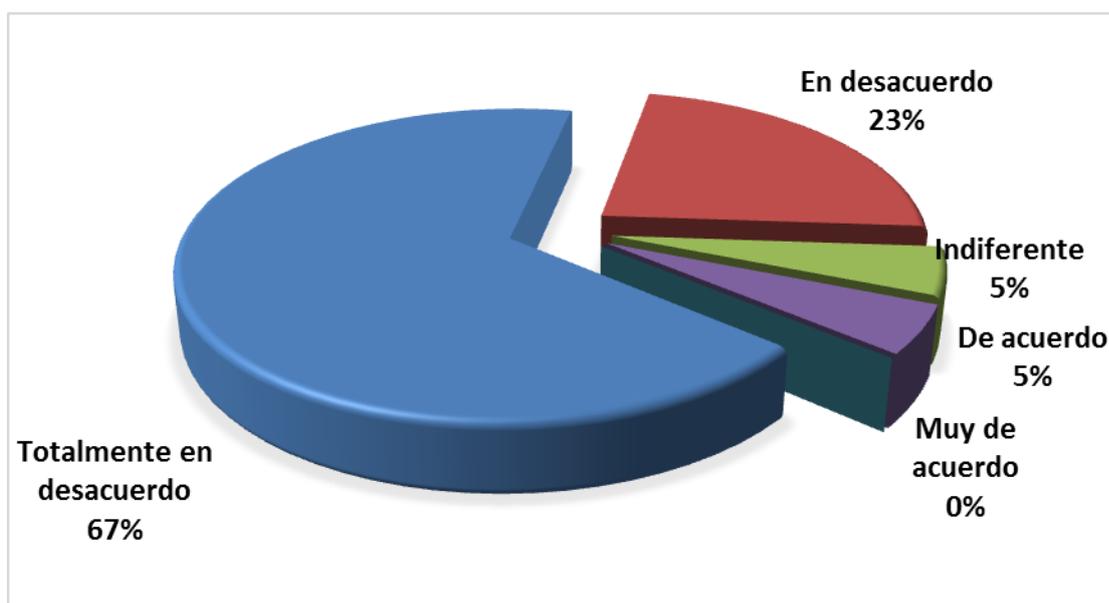
Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	67	67

2	En desacuerdo	23	23
3	Indiferente	5	5
4	De acuerdo	5	5
5	Muy de acuerdo	0	0
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra

Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 001



Fuente: Encuesta aplicada según muestra

Elaboración: Responsable de la investigación

En el cuadro N° 004 podemos apreciar los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la interrogante 1; en él se observa que existe 67 artesanos que responden estar en total desacuerdo con el liderazgo de emprendimiento de sus autoridades en el rubro de artesanía del programa exporta fácil, representando al 67% del total; mientras que, 5 de los encuestados, se muestran indiferentes ante la interrogante, representando al 5% del total; en tanto que, 5 encuestados, están de acuerdo con el mencionado

liderazgo, representando al 5% del total; en términos generales, esto quiere decir que la concepción del tipo de autoridades que representan a la comunidad que tienen los artesanos es bastante negativa tal como se muestra en el gráfico N° 001.

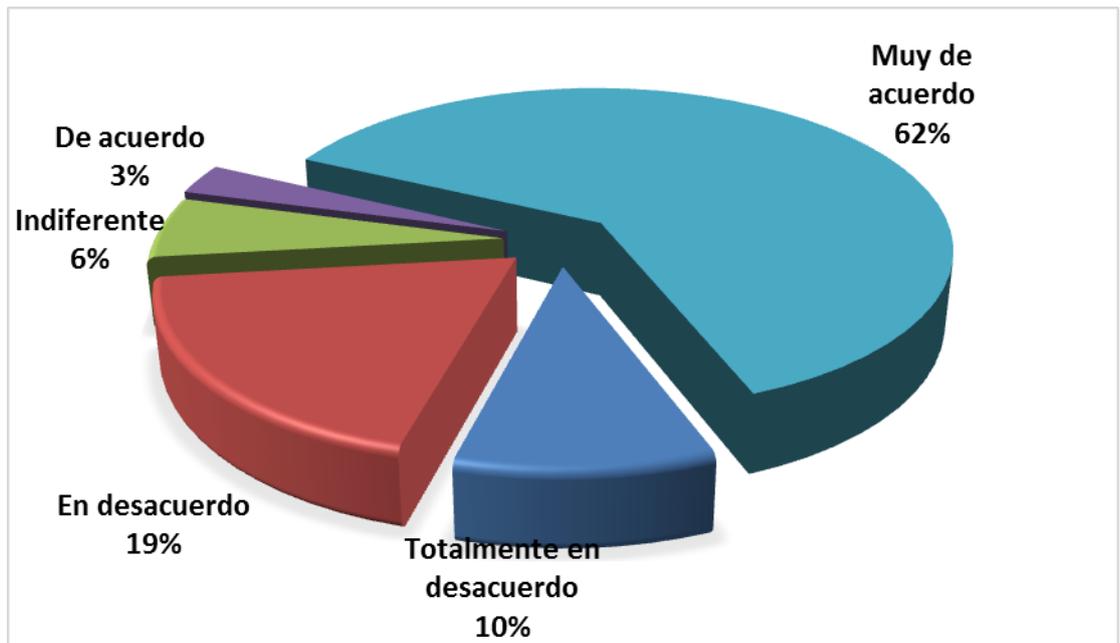
2. Ante la pregunta: ¿La manifestación y expresión socio cultural de su comunidad mejora la venta de sus productos artesanales?

CUADRO N° 005

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	10	10
2	En desacuerdo	19	19
3	Indiferente	6	6
4	De acuerdo	3	3
5	Muy de acuerdo	62	62
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 002



Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

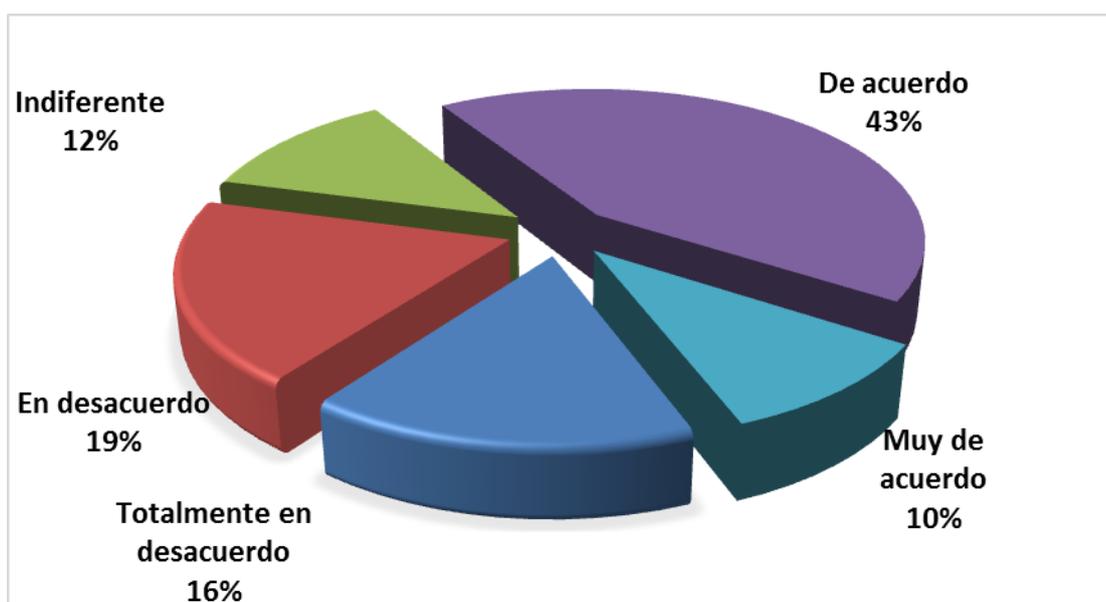
El cuadro N° 005 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la pregunta 2; en él se aprecia que existe 10 artesanos que están en total desacuerdo en que la manifestación y expresión socio cultural de la comunidad mejora la venta de los productos artesanales, representando al 10% del total; mientras que, 6 de los encuestados demuestran indiferencia ante la interrogante, representando al 6% del total; en tanto que, 19 artesanos afirman estar en desacuerdo con la pregunta en cuestión, representando al 19% del total; en tanto que, 62 artesanos afirman estar muy de acuerdo con la pregunta en cuestión, representando al 62% del total; según la información perceptiva del gráfico N° 002, para un buen número de trabajadores, el elaborar productos basados en sus costumbres hace elevar el consumo adquisitorio de sus productos .

3. Ante la pregunta: ¿Recibe capacitación laboral especializada para mejorar sus productos artesanales?

CUADRO N° 006

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	16	16
2	En desacuerdo	19	19
3	Indiferente	12	12
4	De acuerdo	43	43
5	Muy de acuerdo	10	10
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 003

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

El cuadro N° 006 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la interrogante 3; en ello se aprecia que 16 artesanos manifiestan estar totalmente en desacuerdo en afirmar que reciben cursos de capacitación laboral especializada para mejorar sus productos artesanales,

representando al 16% del total; así mismo, 12 encuestados se muestran indiferentes ante la interrogante, representando al 12% del total; en tanto que; 43 artesanos que hacen un porcentaje de 43% del total, se muestran de acuerdo con esta intención; mientras que, sólo 10 encuestados responden estar muy de acuerdo con recibir la capacitación en mejora de la producción artesanal, representando al 10% del total; a la vista, estos resultados indican que un buen número de encuestados, se muestran bastante interesados en recibir cursos que le permitan perfeccionar la elaboración de sus productos y recibir mejores ingresos económicos.

4.1.3. INTERPRETACIÓN DE LA DIMENSIÓN FACTOR SOCIAL

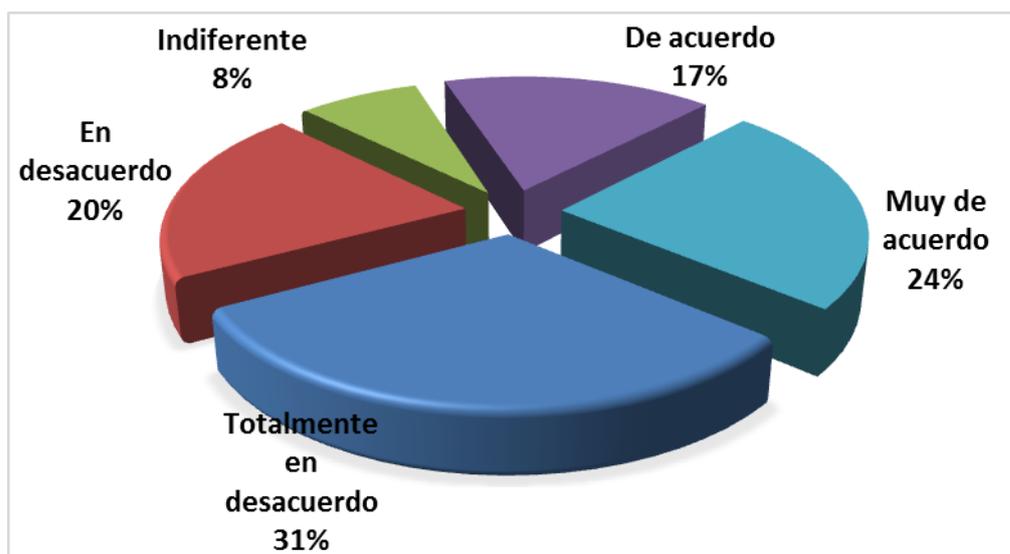
Tomando como referencia los resultados de las preguntas planteadas en la dimensión en cuestión, promediamos los resultados obtenidos en cada categoría y los presentamos en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 007

Escala numérica	Nivel o Categoría	\bar{x}	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	31.00	31.00
2	En desacuerdo	20.33	20.33
3	Indiferente	7.67	7.67
4	De acuerdo	17.00	17.00
5	Muy de acuerdo	24.00	24.00
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 004



Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

Los resultados obtenidos en la dimensión “Factor Social” reflejan que el porcentaje, después de promediar las opciones a las respuestas de las preguntas en cuestión aplicadas a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, reflejan que existe mayormente total desacuerdo con la dimensión en cuestión; pues, como se aprecia en el gráfico N° 004, para el 31% de los encuestados, el factor social no ha evidenciado cambios que les permitan mejorar su calidad de vida.

DIMENSION: FACTOR ECONOMICO

INDICADOR: - Mercado asegurado -Promoción de productos

- Líneas de crédito

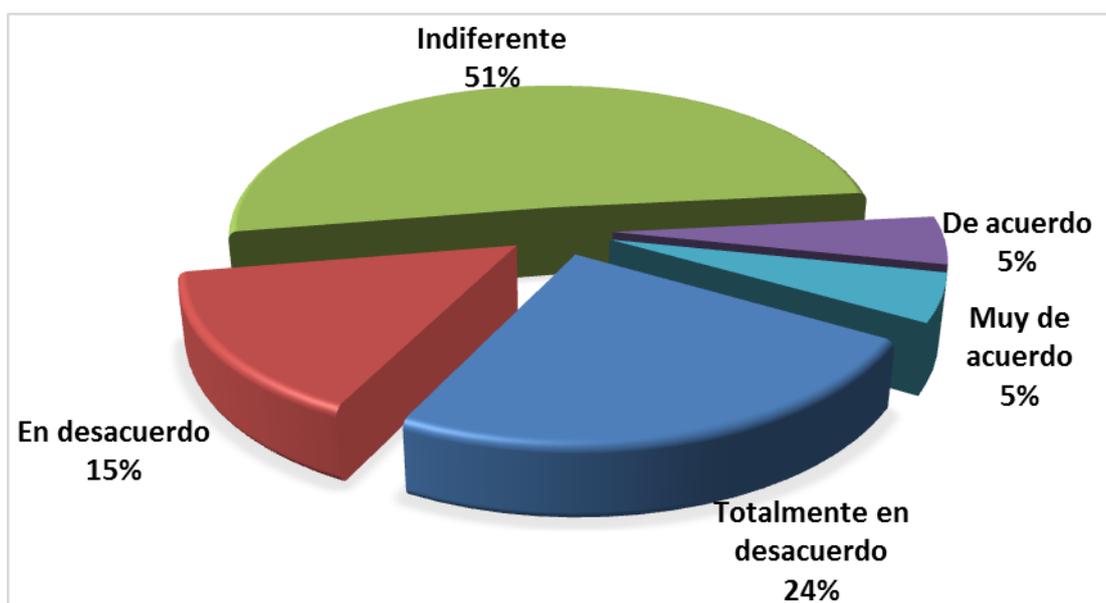
4. Ante la interrogante: ¿Tiene sus productos mercado asegurado en el rubro de artesanía?

CUADRO N° 008

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	24	24
2	En desacuerdo	15	15
3	Indiferente	51	51
4	De acuerdo	5	5
5	Muy de acuerdo	5	5
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 005



Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

El cuadro N° 008 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la interrogante 4; en este contexto, se aprecia que 24 encuestados están totalmente en desacuerdo en que sus productos tienen mercado asegurado en el rubro de artesanía, representando estos al 24% del total; mientras que, 51 artesanos, demuestran su indiferencia ante la

interrogante en cuestión, representando al 51% del total; en tanto que, sólo 5 de los encuestados, están muy de acuerdo en el seguro que tienen sus productos en el mercado de artesanías, representando al 5% del total; ante esta circunstancia, se evidencia que los encuestados no tienen claro la importancia de conocer el tipo de mercado que les puede asegurar la venta de sus productos dentro de un marco legal.

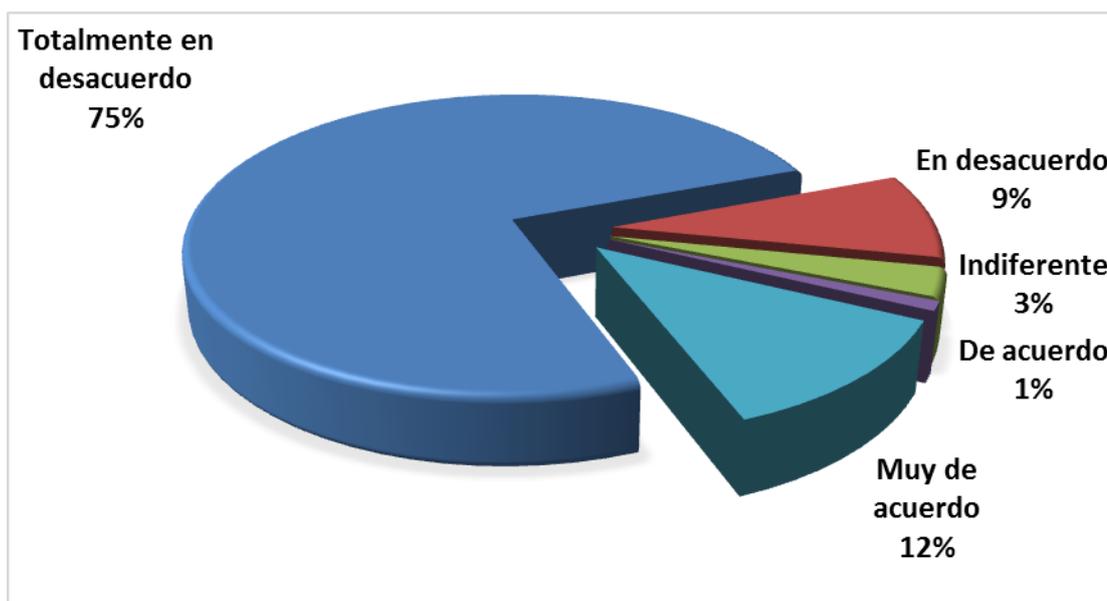
5. Ante la pregunta: ¿Existe promoción de sus productos artesanales por parte del programa exporta fácil?

CUADRO N° 009

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	75	75
2	En desacuerdo	9	9
3	Indiferente	3	3
4	De acuerdo	1	1
5	Muy de acuerdo	12	12
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 006



Fuente: Encuesta aplicada según muestra
 Elaboración: Responsable de la investigación

El cuadro N° 009 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la pregunta 5; como se observa, existe 75 encuestados que afirman estar totalmente en desacuerdo con que existe promoción de sus productos artesanales por parte del programa exporta fácil, representando al 75% del total; en tanto que, 3 de los encuestados demuestran su indiferencia ante la interrogante, representando al 3% del total; mientras que, 12 de los encuestados están muy de acuerdo con la existencia del mencionado programa en la región, representando al 12% del total; según esto, el gráfico N° 006 expresa que para la mayoría de los encuestados existe cierta confianza con el desempeño que realiza el programa en cuanto a la promoción que les brinda a sus productos artesanales.

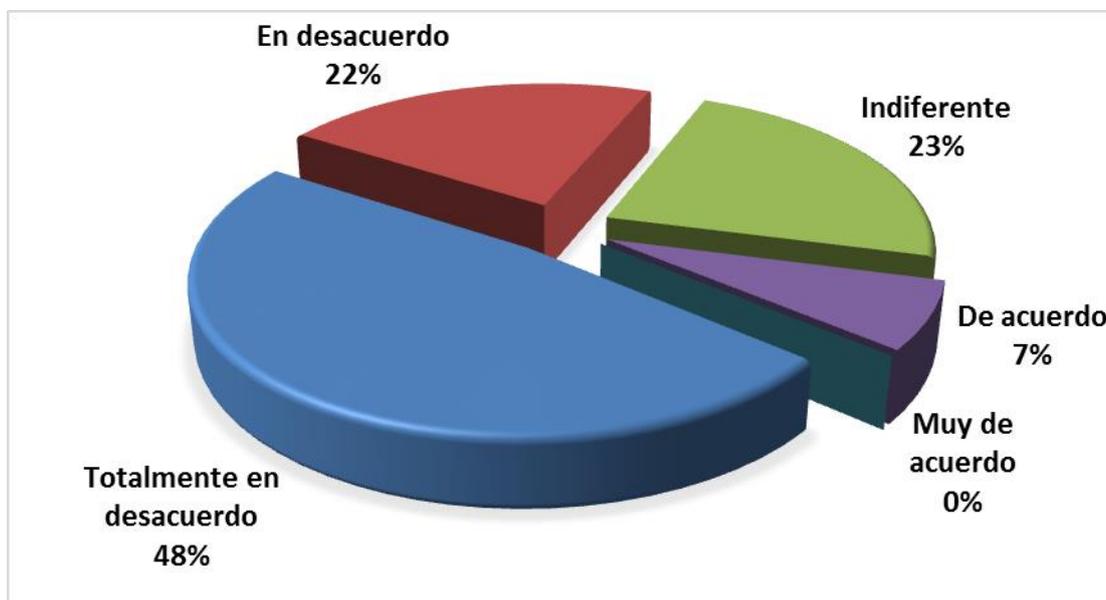
6. Ante la pregunta: ¿Tiene acceso a líneas de crédito para mejorar su producción y venta de sus productos artesanales?

CUADRO N° 010

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	48	48
2	En desacuerdo	22	22
3	Indiferente	23	23
4	De acuerdo	7	7
5	Muy de acuerdo	0	0
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 007



Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

El cuadro N° 010 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la

interrogante 6 en el cual se puede apreciar que 48 encuestados manifiestan su total desacuerdo en que los artesanos tienen acceso a líneas de crédito para mejorar su producción y venta de sus productos artesanales, representando al 48% del total; mientras que, 23 encuestados responden de manera indiferente ante la pregunta, representando al 23% del total; en tanto que, únicamente 7 de los encuestados, están de acuerdo con este accionar de las entidades financieras, representando al 7% del total no existiendo porcentaje significativo en la escala de muy de acuerdo; en vista a estos resultados, se entiende que la percepción que tienen los artesanos es de casi no acceder a una línea de crédito por parte de las entidades financieras tal como se observa en el gráfico N° 007.

4.1.4. INTERPRETACIÓN DE LA DIMENSIÓN FACTOR ECONOMICO

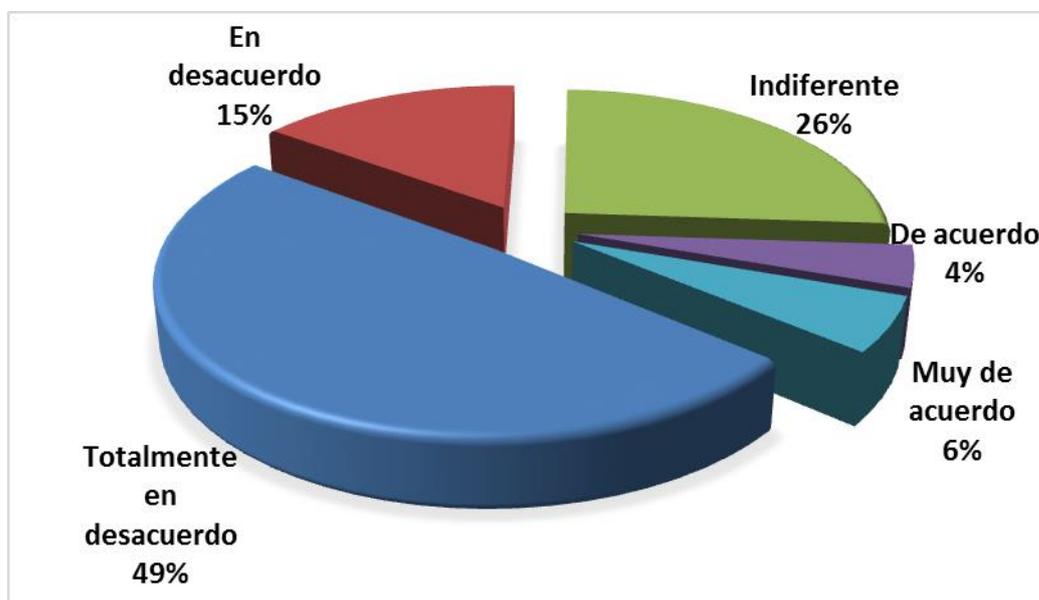
Tomando como referencia los resultados de las preguntas planteadas en la dimensión en cuestión, promediamos los resultados obtenidos en cada categoría y los presentamos en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 011

Escala numérica	Nivel o Categoría	\bar{x}	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	49.00	49.00
2	En desacuerdo	15.33	15.33
3	Indiferente	25.67	25.67
4	De acuerdo	4.33	4.33
5	Muy de acuerdo	5.67	5.67
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra

Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 008

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
 Elaboración: Responsable de la investigación

Los resultados obtenidos en la dimensión “Factor económico” evidencian en su mayoría total desacuerdo por parte de los artesanos para brindar una opinión favorable a la dimensión en cuestión, pues como se puede apreciar en el gráfico N° 008, el 49 % de los encuestados ubican las respuestas a las interrogantes en la categoría de totalmente en desacuerdo; mientras que, el 25.67%, demuestran indiferencia a la misma.

DIMENSION: FACTOR JURIDICO

INDICADOR: Normas que regulan el programa exporta fácil

– Normas de formalización de las MYPEs.

Procedimiento: INTA-PE.13.01, Exportación con Fines Comerciales a través del Servicio Postal

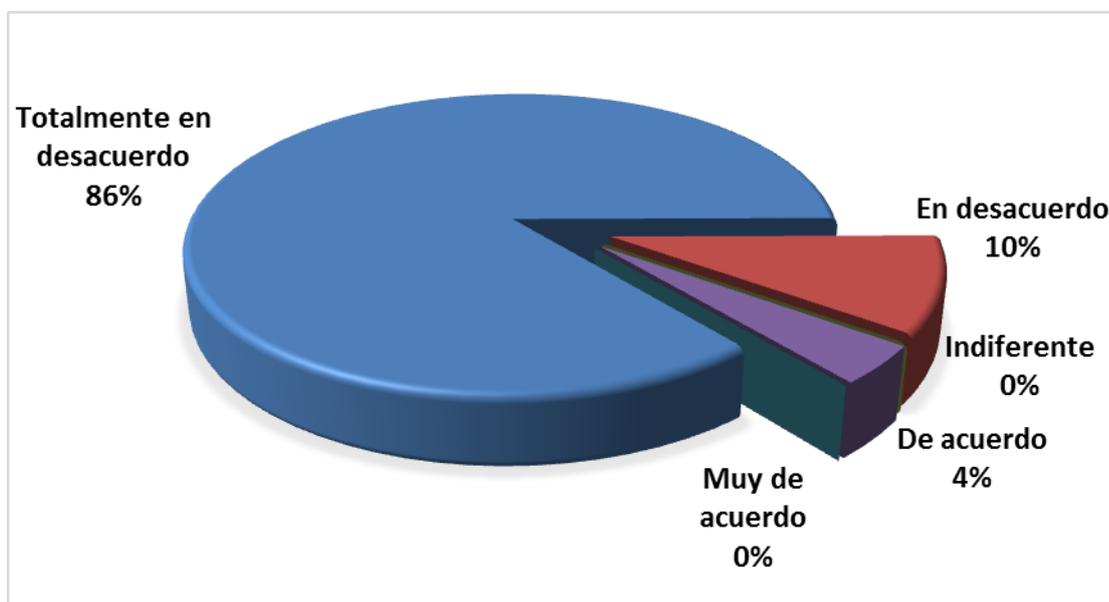
7. Ante la interrogante: ¿Las normas que regulan el programa exporta fácil son suficientes para mejorar la producción y exportación de productos artesanales a nivel local y nacional?

CUADRO N° 012

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	86	86
2	En desacuerdo	10	10
3	Indiferente	0	0
4	De acuerdo	4	4
5	Muy de acuerdo	0	0
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 009



Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

El cuadro N° 012 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la interrogante 7, el cual muestra que, 86 de los encuestados expresan su

total desacuerdo en que las normas que regulan el programa exporta fácil son suficientes para mejorar la producción y exportación de productos artesanales a nivel local y nacional, representando al 86% del total; a la vez, 10 de los encuestados se muestran en desacuerdo ante la pregunta en cuestión, representando al 10% del total; en tanto que, sólo 4 encuestados están de acuerdo con la intención de la pregunta, representando al 4% del total, no existiendo representatividad en la categoría de “Muy de acuerdo”; estos resultados evidencian que hasta cierto límite y sentido común en los encuestados el plano jurídico que regulan el programa exporta fácil en lo concerniente a la exportación y producción no es suficiente para mejorar la economía de los artesanos.

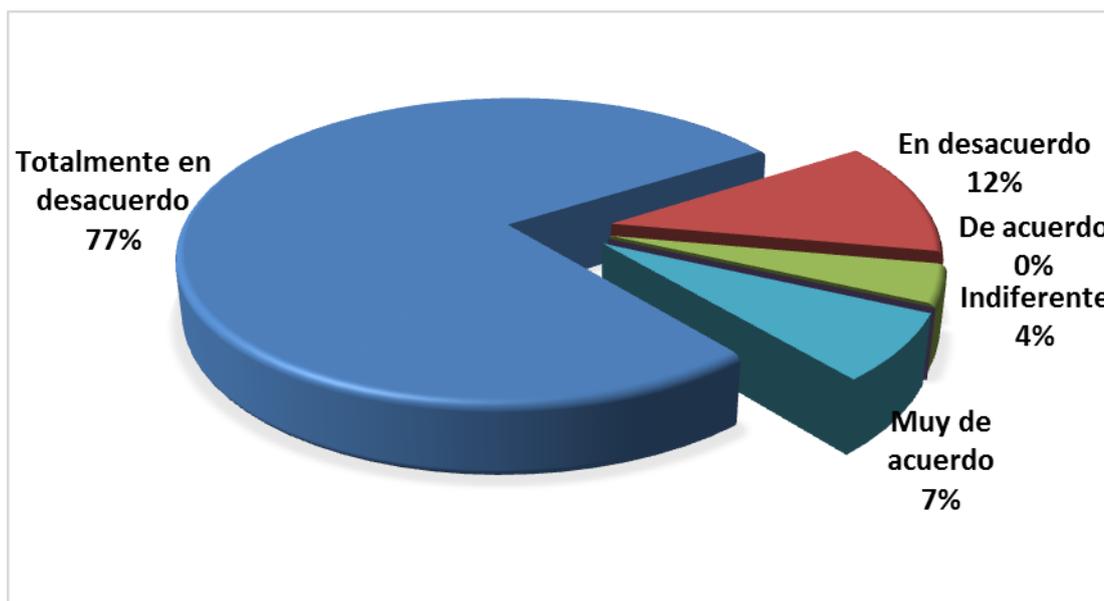
8. Ante la interrogante: ¿Las normas de formalización de las MYPEs son suficientes para mejorar la organización, producción y exportación de productos artesanales a nivel local y nacional?

CUADRO N° 013

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	77	77
2	En desacuerdo	12	12
3	Indiferente	4	4
4	De acuerdo	0	0
5	Muy de acuerdo	7	7
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra

Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 010

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

El cuadro N° 013 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la interrogante 8 el cual muestra que, 77 encuestados expresan estar totalmente en desacuerdo en que Las normas de formalización de las MYPEs son suficientes para mejorar la organización, producción y exportación de productos artesanales a nivel local y nacional, representando al 77% del total; mientras que, únicamente 4 encuestados manifiestan su indiferencia ante la pregunta en cuestión, representando al 4% del total; en tanto que, sólo 5 encuestados, están muy de acuerdo con las mencionadas normas, representando al 5% del total; con estos resultados se puede formular la conclusión de que existe una percepción de los encuestados tal como lo evidencia el gráfico N° 010 de desconfianza con la intencionalidad de la pregunta, pues se aprecia que

la mayoría de los encuestados opinan de manera total en desacuerdo a la misma..

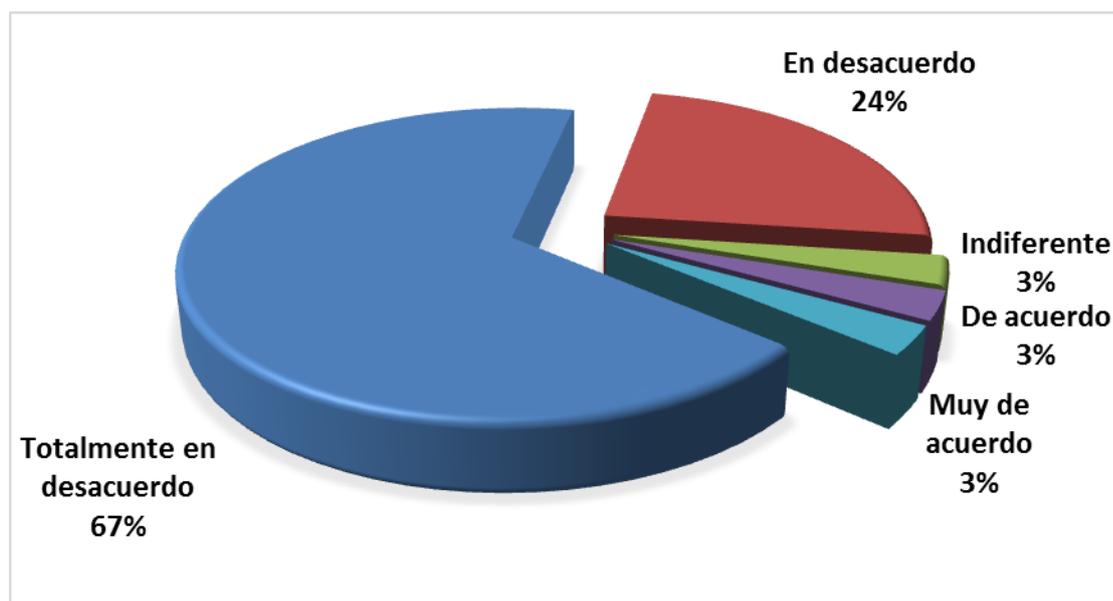
9. Ante la interrogante: ¿Considera Ud. que la norma del Procedimiento Específico: INTA-PE.13.01 contribuye a la exportación con fines comerciales a través del Servicio Postal?

CUADRO N° 014

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	67	67
2	En desacuerdo	24	24
3	Indiferente	3	3
4	De acuerdo	3	3
5	Muy de acuerdo	3	3
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 011



Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

El cuadro N° 014 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yaricocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la pregunta 9, en el cual se aprecia que, 67 artesanos manifiestan su total desacuerdo y desconfianza en que la norma del Procedimiento Específico: INTA-PE.13.01 contribuye a la exportación con fines comerciales a través del Servicio Postal, representando al 67% del total; mientras que, sólo 3 encuestados expresan su indiferencia ante la interrogante planteada, representando al 3% del total; a la vez, 3 de los encuestados, expresan estar muy de acuerdo con la mencionada norma, representando al 3% del total; tal como se ha explicado, es evidente que existe desconfianza de los encuestados hacia la normativa dentro del plano formal y jurídico.

4.1.5. INTERPRETACIÓN DE LA DIMENSIÓN FACTOR JURIDICO

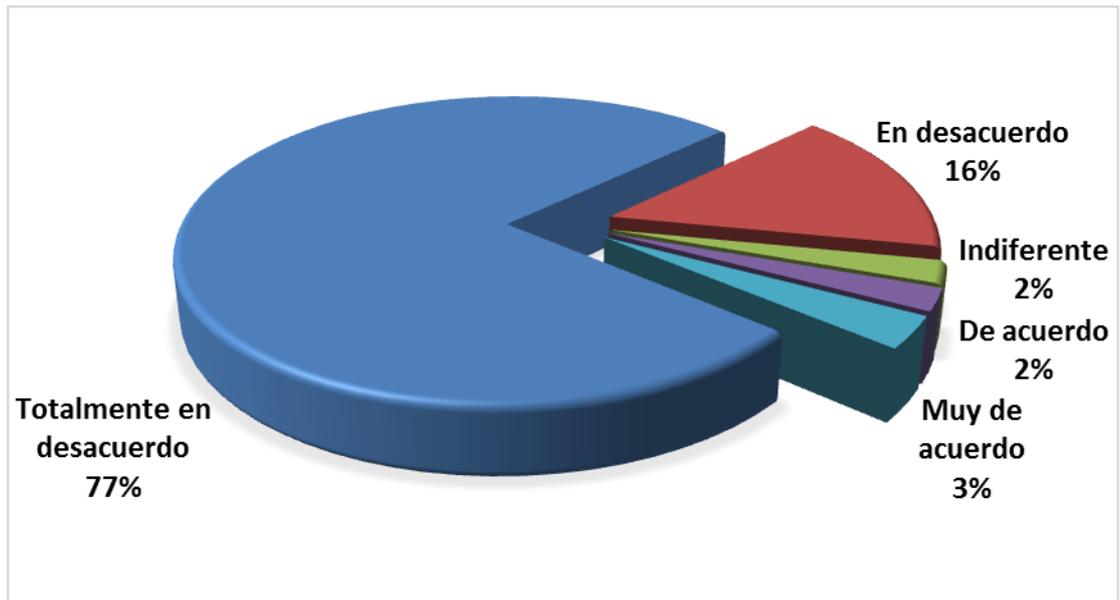
Tomando como referencia los resultados de las preguntas planteadas en la dimensión en cuestión, promediamos los resultados obtenidos en cada categoría y los presentamos en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 016

Escala numérica	Nivel o Categoría	\bar{x}	hi%
1	Totalmente en desacuerdo	76.67	76.67
2	En desacuerdo	15.33	15.33
3	Indiferente	2.33	2.33
4	De acuerdo	2.33	2.33
5	Muy de acuerdo	3.33	3.33
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra

Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 013

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
 Elaboración: Responsable de la investigación

En la dimensión “Factor Jurídico”, los resultados expresan mayoritariamente disconformidad con la normativa que regulariza el funcionamiento, comercio y producción de los artesanos en mejora de la calidad de vida; pues el 76,67% del total, como se observa en el gráfico N° 013, evidencian su total desacuerdo con el plano jurídico.

VARIABLE DEPENDIENTE: SISTEMA EXPORTA FÁCIL

DIMENSION: EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS

INDICADOR:

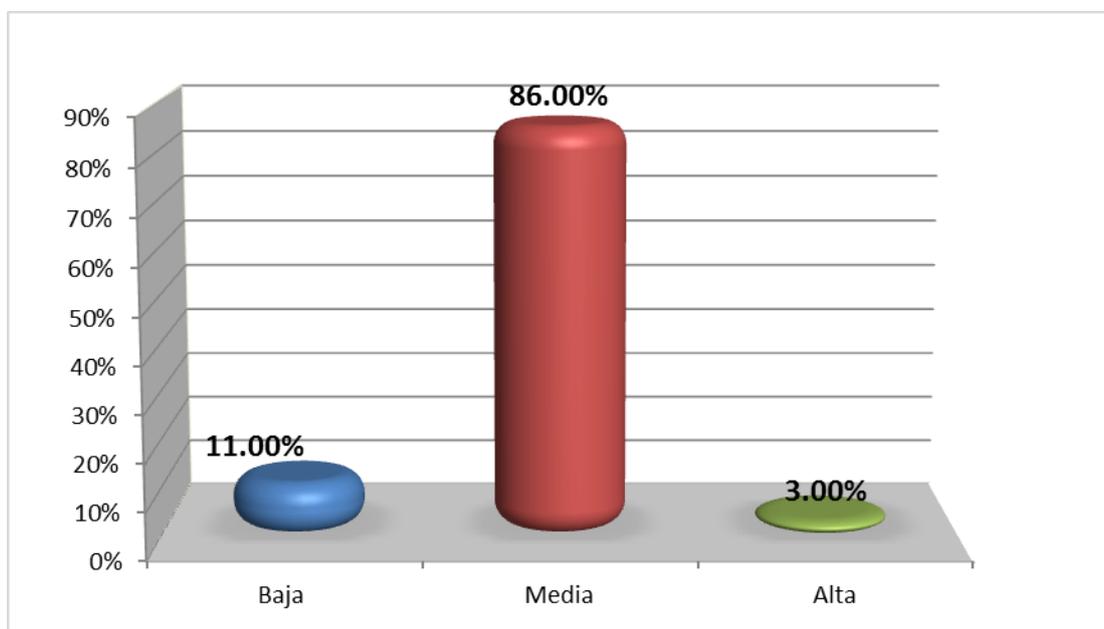
- Calidad de su producto para la exportación
- Volumen de exportación
- Rentabilidad económica.

10. Ante la pregunta: ¿Cómo califica la calidad de su producto para la exportación en el rubro de artesanía?

CUADRO N° 017

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Baja	11	11
2	Media	86	86
3	Alta	3	3
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 014

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

El cuadro N° 017 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la interrogante 10 del instrumento, en el cual se aprecia que 11 encuestados califican de baja la calidad de su producto para la exportación en el rubro de artesanía, representando estos al 11% del total; en tanto que, 86 encuestados califican de media la calidad,

representando al 86% del total; mientras que, como se aprecia, sólo 3 encuestados califican de alta la calidad de sus productos, representando al 3% del total; estos resultados como se observa en el grafico N° 014 muestran que los encuestados reconocen que sus productos tienen una mediana calidad.

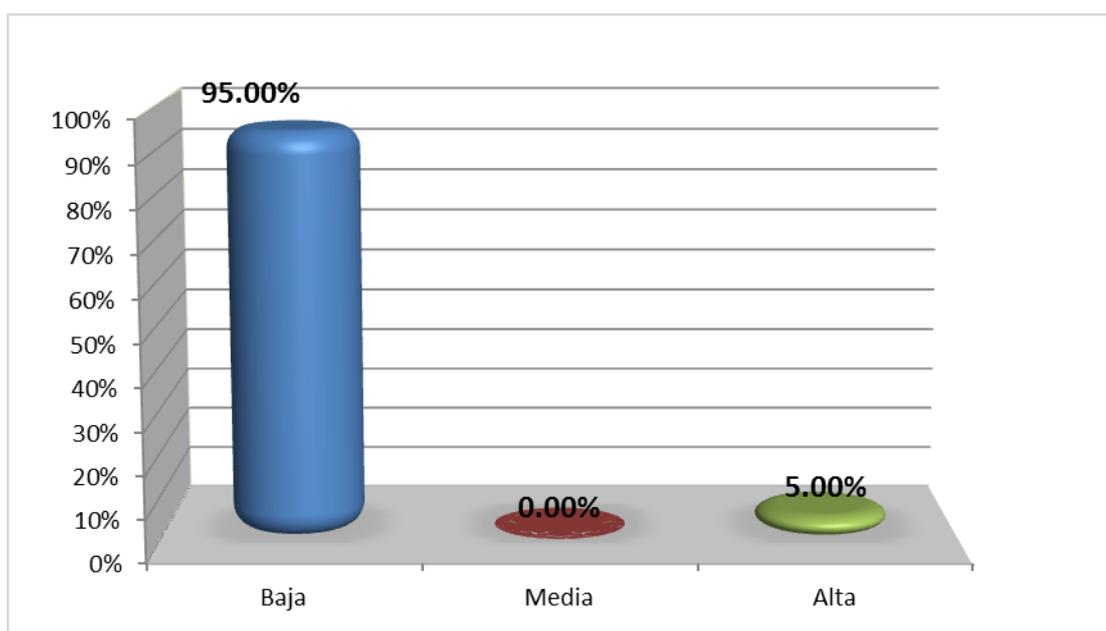
11. Ante la pregunta: ¿Cómo califica el volumen de exportación de sus productos artesanales durante el año?

CUADRO N° 018

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Baja	95	95
2	Media	0	0
3	Alta	5	5
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 015



Fuente: Encuesta aplicada según muestra

Elaboración: Responsable de la investigación

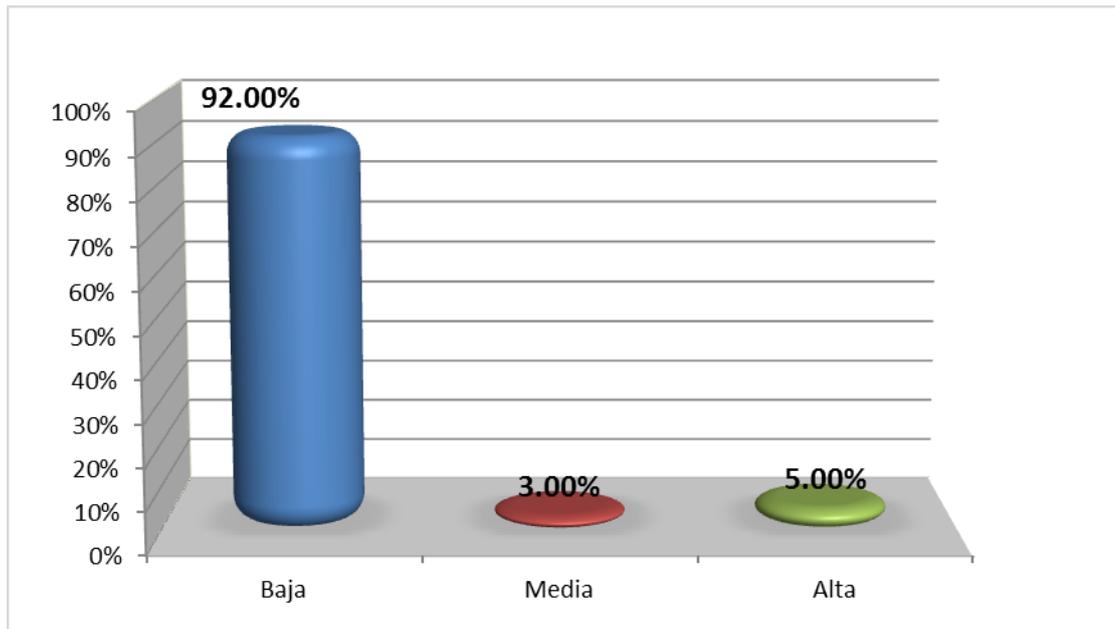
El cuadro N° 018 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la interrogante 11 en el cual se observa que, existe 95 artesanos que califican de baja el volumen de exportación de sus productos artesanales durante el año, representando al 95% del total; mientras que, ningún encuestado califica de media esta exportación y sólo 5 encuestados lo califican de alta, representando al 5% del total; ante esta situación, existe evidencia, como se aprecia en el gráfico N° 015, que la concepción que tienen los artesanos en cuanto al volumen de exportación es bastante baja.

12. Ante la pregunta: En su opinión ¿Cómo califica su rentabilidad económica de sus productos artesanales durante el año?

CUADRO N° 019

Escala numérica	Nivel o Categoría	fi	hi%
1	Baja	92	92
2	Media	3	3
3	Alta	5	5
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 016

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

El cuadro N° 019 muestra los resultados de la encuesta aplicada a 100 artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo- Ucayali, según la interrogante 12 del instrumento, en el cual se aprecia que existe 92 artesanos que califican de baja la rentabilidad económica de sus productos artesanales durante el año, representando al 92% del total; mientras que, 3 encuestado califica de media esta rentabilidad y sólo 5 encuestados califican de alta la mencionada rentabilidad de sus productos, representando al 5% del total; ante esta situación, existe evidencia, como se aprecia en el gráfico N° 016, que la concepción que tienen los artesanos en cuanto a rentabilidad es bastante baja no acorde a lo esperado en la producción.

4.1.6. INTERPRETACIÓN DE LA DIMENSIÓN EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS

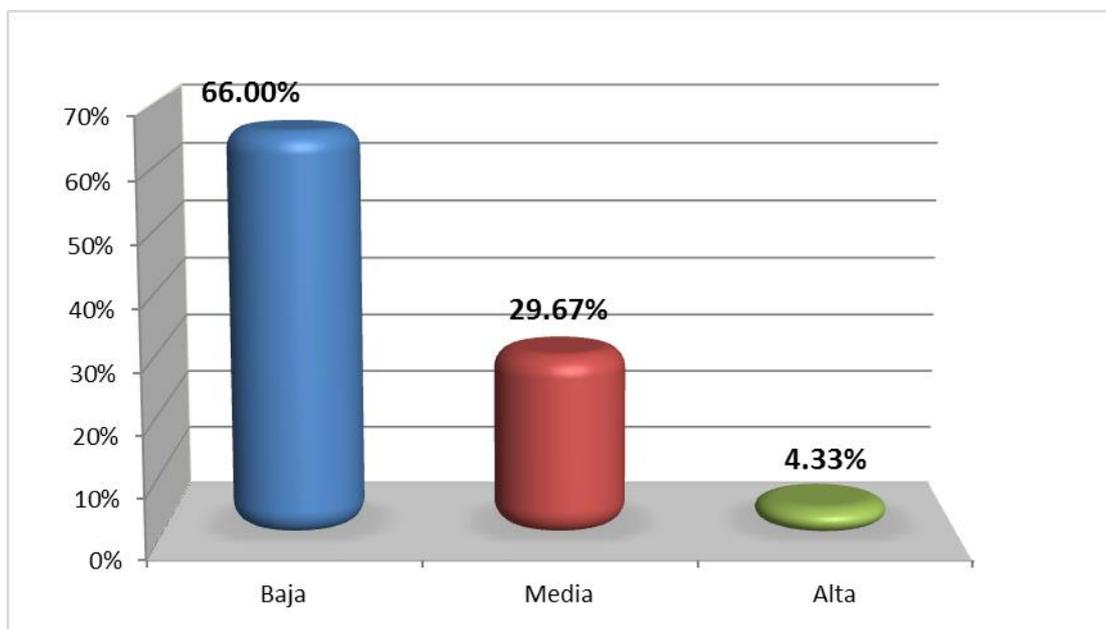
Tomando como referencia los resultados de las preguntas planteadas en la dimensión en cuestión, promediamos los resultados obtenidos en cada categoría y los presentamos en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 020

Escala numérica	Nivel o Categoría	\bar{x}	hi%
1	Baja	66.00	66.00
2	Media	29.67	29.67
3	Alta	4.33	4.33
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

GRAFICO N° 017



Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

En cuanto a la dimensión “Exportación de productos”, se observa que después de promediar los resultados de las respuestas a las preguntas planteadas para cada indicador según el instrumento, los encuestados

1	Totalmente en desacuerdo	31.00	31.00	49.00	49.00	76.67	76.67
2	En desacuerdo	20.33	20.33	15.33	15.33	15.33	15.33
3	Indiferente	7.67	7.67	25.67	25.67	2.33	2.33
4	De acuerdo	17.00	17.00	4.33	4.33	2.33	2.33
5	Muy de acuerdo	24.00	24.00	5.67	5.67	3.33	3.33
	Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra
Elaboración: Responsable de la investigación

En vista a los resultados obtenidos según el análisis descriptivo de cada dimensión, el cuadro N° 021 resume estos resultados para la variable independiente. Tal como se muestra, existe evidencia de que los Factores Socioeconómicos y Jurídicos arrojan resultados a las interrogantes planteadas contrarias a lo esperado, pues en cada dimensión la mayoría de los encuestados optan por asignar sus respuestas a la escala 1; es decir, en total desacuerdo a la intención de la normatividad.

4.1.8. RESULTADOS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: SISTEMA EXPORTA FÁCIL

CUADRO N° 022

DIMENSIÓN: Exportación de productos			
Escala numérica	Nivel o Categoría	\bar{x}	hi%
1	Baja	66.00	66.00
2	Media	29.67	29.67

3	Alta	4.33	4.33
	Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada según muestra

Elaboración: Responsable de la investigación

En cuanto a la variable dependiente, se puede observar que la categoría con mayor predominancia es la 1; es decir que los encuestados califican de baja las exportaciones que se realizan dentro del marco jurídico en la región.

4.1.9. CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

A. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL:

Variables:

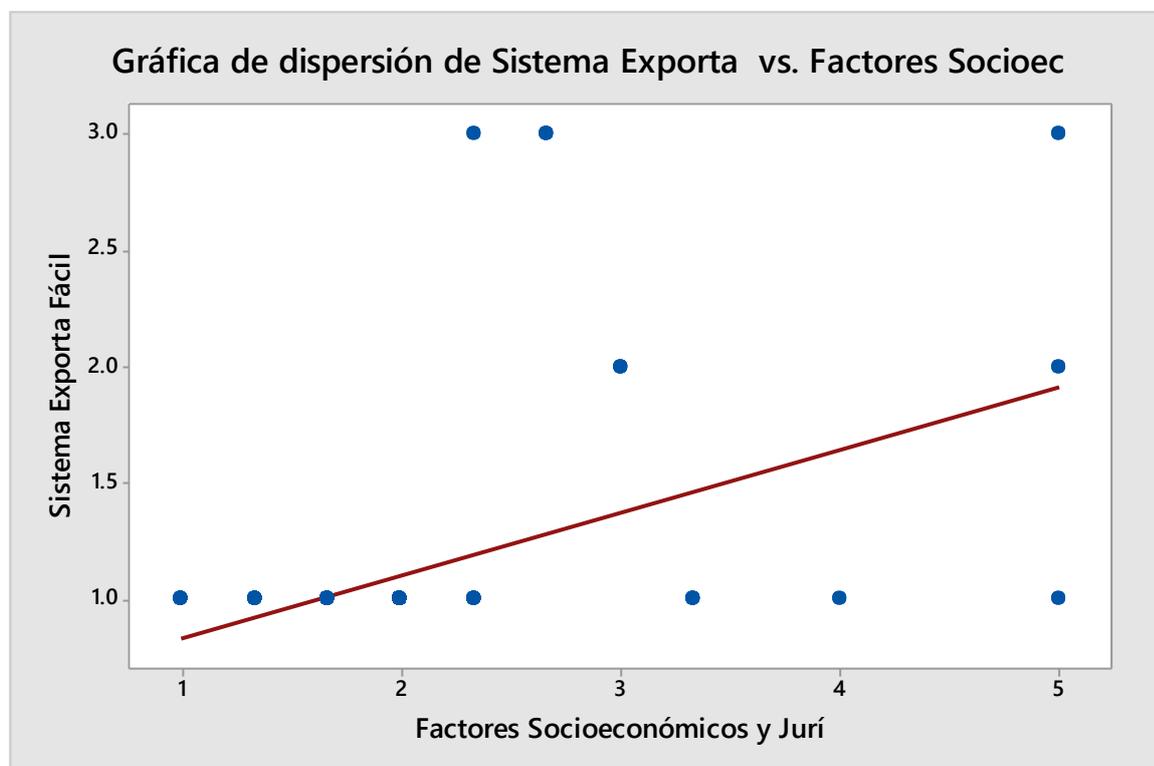
V. D.: Sistema Exporta Fácil

V. I.: Factores Socioeconómicos y Jurídicos

1. Grafica de dispersión:

GRAFICO N° 018

Gráfico de normalidad de ambas variables



Elaboración: Responsable de investigación.

El grafico muestra que existe poco grado de correlación aunque positiva entre las variables

2. Planteamiento de hipótesis:

Hi: Los factores socioeconómicos y jurídicos influyen de manera positiva alta en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.

H0: Los factores socioeconómicos y jurídicos no influyen de manera positiva alta en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.

3. Nivel de significancia:

Alfa = 5%

4. Estadístico de prueba:

Coefficiente de correlación Rho de Spearman, debido a que la relación es normal.

5. Valor del coeficiente de correlación:

La Rho de Spearman oscila entre 0 y 1

- Entre 0,00 a 0,19 es muy baja la correlación.
- Entre 0,20 a 0,39 es baja la correlación.
- Entre 0,40 a 0,59 es moderada la correlación.
- Entre 0,60 a 0,79 es alta la correlación.
- Entre 0,80 a 1,00 es muy alta la correlación.

Empleamos el software estadístico SPSS

TABLA N° 001

Correlaciones				
			Factores socioeconómicos y jurídicos	Sistema exporta fácil
Rho de Spearman	Factores socioeconómicos y jurídicos	Coeficiente de correlación	1,000	0,473**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	100	100
	Sistema exporta fácil	Coeficiente de correlación	0,473**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	100	100

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

Rho = 0,473

6. Valor de P o significancia

P = 0,00

7. Conclusión:

Como se observa, aunque el valor de P es menor que 0,05, el valor de Rho de Spearman está ubicada entre 0,40 y 0,59 se concluye que la correlación entre las variables no es alta, sino, moderada; ante esto, existe evidencia para aceptar la hipótesis nula; es decir, “Los factores socioeconómicos y jurídicos no influyen de manera positiva alta en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015”.

B. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS SECUNDARIAS

Empleamos el software informático SPSS y obtenemos la siguiente tabla donde se detalla dimensión por dimensión el grado de correlación:

TABLA N° 002

Correlaciones						
			Factor social	Factor económico	Factor jurídico	Exportación de productos
Rho de Spearman	Factor social	Coeficiente de correlación	1,000	,567**	-0,095	0,158
		Sig. (bilateral)	.	0,000	0,348	0,117
		N	100	100	100	100
	Factor económico	Coeficiente de correlación	0,567**	1,000	0,242*	0,471**
		Sig. (bilateral)	0,000	.	0,015	0,000
		N	100	100	100	100
	Factor jurídico	Coeficiente de correlación	-0,095	0,242*	1,000	0,468**
		Sig. (bilateral)	0,348	0,015	.	0,000
		N	100	100	100	100
	Exportación de productos	Coeficiente de correlación	0,158	0,471**	0,468**	1,000

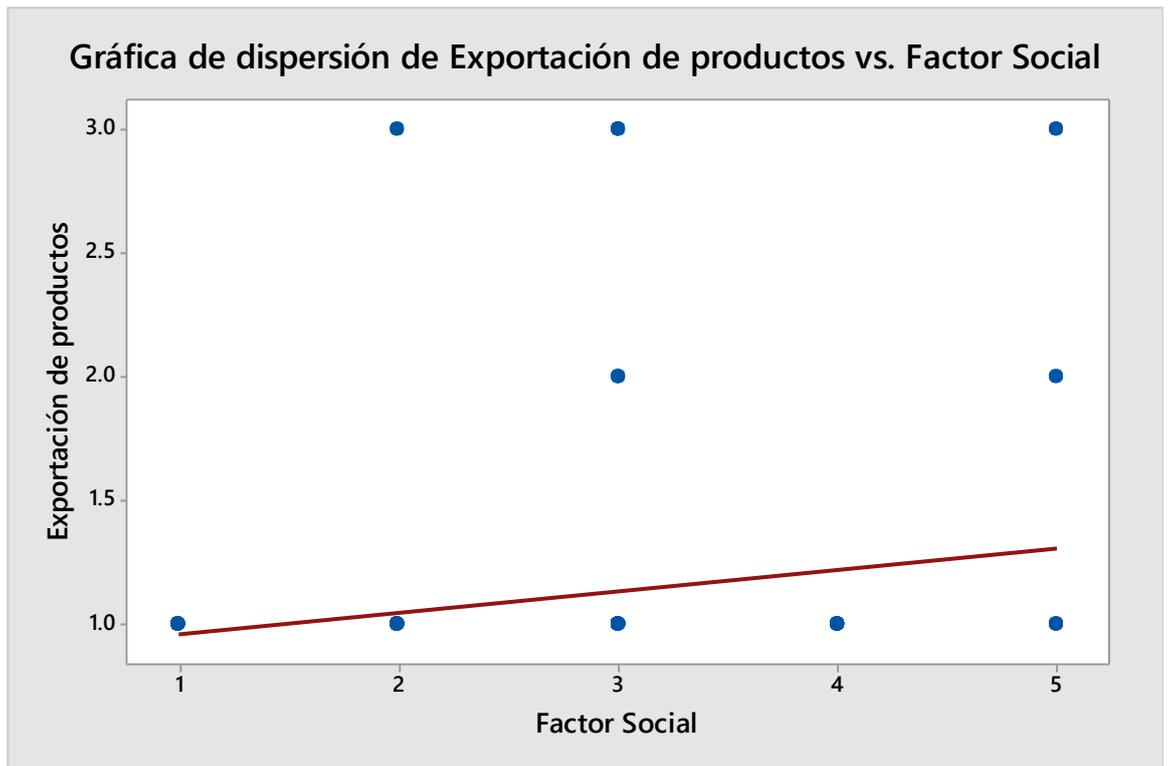
		Sig. (bilateral)	0,117	0,000	0,000	.
		N	100	100	100	100
**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).						
*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).						

Interpretación: Observamos que se han procesado 100 casos que con respecto al tipo de estudio, lo conforman los artesanos de 11 comunidades nativas y 01 caserío del distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo-Ucayali sujetos de la muestra considerada, de los cuales el 100% son válidos para el estudio lo que demuestra la confiabilidad de la investigación.

a. Contratación de la hipótesis factor social y exportación de productos

GRAFICO N° 019

Prueba de normalidad para ambas dimensiones



Elaboración: Responsable de investigación.

Interpretación: El grafico muestra que existe correlación positiva entre las variables

Planteamiento de las hipótesis:

H1: El factor social se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015

H0: El factor social no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015

A partir de los resultados obtenidos mediante el SPSS en la tabla N° 002 se obtiene:

Rho = 0,158

P = 0,000

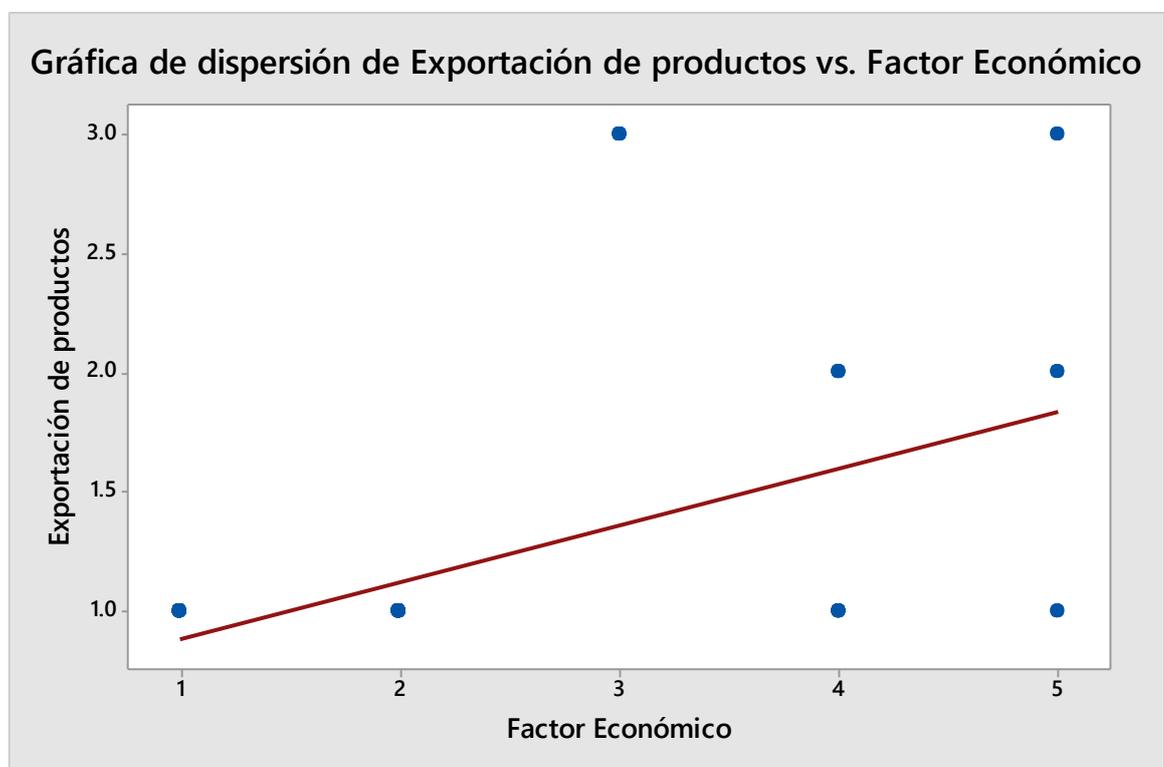
Conclusión:

Como se aprecia, de acuerdo a la tabla N° 002, el coeficiente de correlación Rho de Spearman, adquiere el valor de 0,158, dicho valor se ubica dentro de una correlación positiva muy baja , a como el P valor es superior a 0,05 existe suficiente evidencia de correlación aunque no es alta; ante esto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula; es decir, “El factor social no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015”.

b. Contrastación de la hipótesis factor económico y exportación de productos.

GRAFICO N° 020

Prueba de normalidad para ambas dimensiones



Elaboración: Responsable de investigación.

Interpretación: El gráfico muestra que existe correlación positiva entre las variables

Planteamiento de las hipótesis:

H2: El factor económico se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015

H0: El factor económico no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015

A partir de los resultados obtenidos mediante el software informático SPSS en la tabla N° 002 se obtiene:

Rho = 0,471

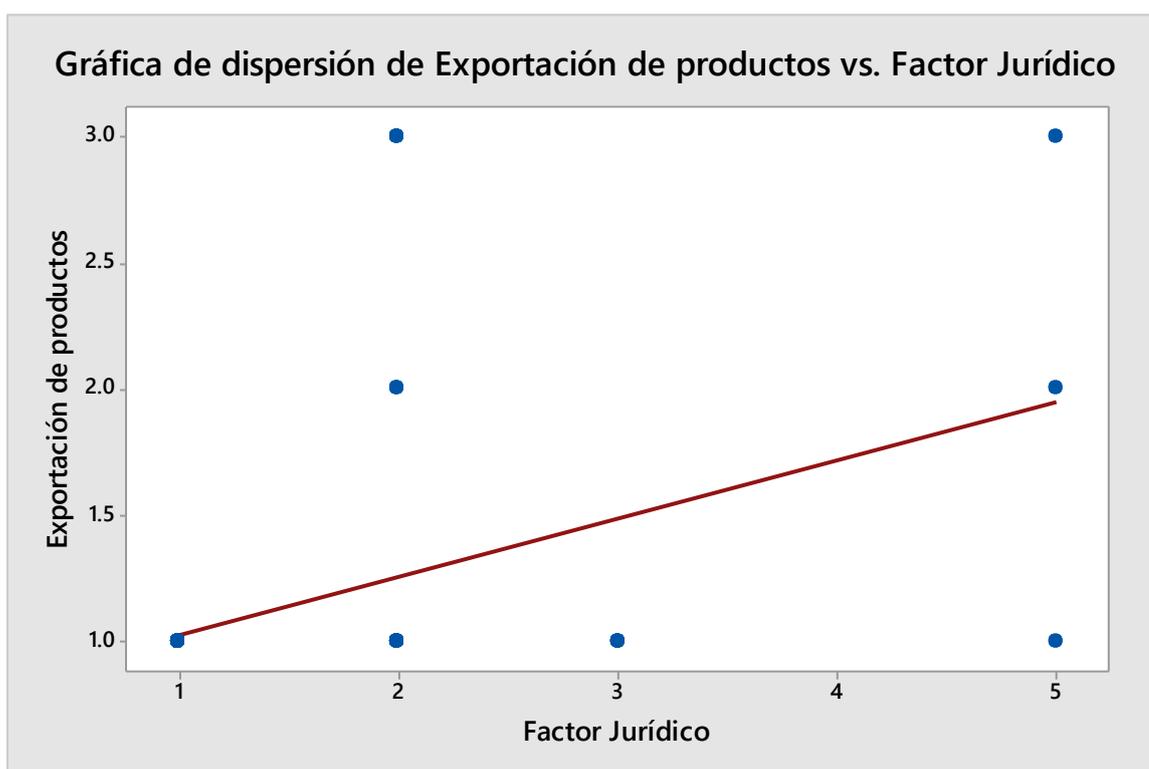
P = 0,000

Conclusión: Se observa en la tabla N° 002 que el coeficiente de correlación Rho de Spearman adquiere el valor de 0,471 y el P valor de 0,000 es menor a 0,05, se asume que existe evidencia de correlación entre las variables aunque dentro de 0,40 a 0,59; evidentemente, de acuerdo a la categorización del coeficiente de correlación Rho de Spearman, el valor se ubica dentro de una correlación positiva moderada, ante esto, existe suficiente evidencia para rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula; es decir, “El factor económico no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015”.

c. **Contrastación de la hipótesis factor Jurídico y exportación de productos.**

GRAFICO N° 021

Prueba de normalidad para ambas dimensiones



Elaboración: Responsable de investigación.

Interpretación: El grafico muestra que existe cierto grado de correlación positiva entre las variables

Planteamiento de las hipótesis:

H3: El factor Jurídico se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015

H0: El factor Jurídico no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015

A partir de los resultados obtenidos mediante el SPSS en la tabla N° 002 se obtiene:

Rho = 0,468

P = 0,000

Conclusión: Se observa en la tabla N° 002 que el coeficiente de correlación Rho de Spearman asume el valor de 0,468 y aunque el P valor de 0,000 es menor a 0,05, existe evidencia de correlación entre las variables; en concordancia a la categorización del coeficiente de correlación Rho de Spearman, el valor se ubica dentro de una correlación positiva moderada, por lo tanto, existe suficiente evidencia para aceptar la hipótesis nula; es decir, “El factor Jurídico no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015”.

Conclusión general:

Acorde a los resultados obtenidos y bajo un nivel de significancia de 0,05 se puede afirmar que, no existe dependencia entre las dimensiones de las hipótesis planteadas, lo que demuestra la carencia de correlación entre las variables; por lo tanto, se confirma la hipótesis nula; es decir, “Los factores socioeconómicos y jurídicos no influyen de manera positiva alta en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015”.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se presenta la confrontación de la situación problemática formulada con los referentes bibliográficos de las bases teóricas, la hipótesis general y el aporte científico de la investigación.

5.1. Contrastación con los Referentes Bibliográficos

Las teorías planteadas constituyen una base sólida para las variables de estudio en la cual se contrasta nuestros resultados.

A). Nuestro resultado de la dimensión factor social y exportación de productos, obtuvo un valor que se ubica en 0,158 en la prueba de correlación Rho de Spearman al 95% de confiabilidad, quedando demostrado que existe correlación POSITIVA MUY BAJA entre estas variables, lo cual se demuestra que no existe liderazgo de emprendimiento, revaloración de la manifestación socio cultural comunal de las comunidades nativas y peor aún capacitación laboral especializada por parte de las autoridades para producir y promover la exportación en el rubro de artesanía a través del programa exporta fácil.

Al respecto, nuestros resultados guardan relación con la problemática encontrada por Valencia, C.S. (2005), quien concluye que los principales problemas que afronta el artesano guatemalteco está la falta de capital para comprar materia prima y mantener un stock de productos. Asimismo, la poca venta de sus productos que en su mayoría se limita a mercados comunales de poca demanda y a unos

pocos intermediarios que pagan un precio muy bajo por sus productos. Asimismo, el mercado interno de las artesanías se ha limitado en los últimos años, casi en su totalidad a la demanda de los turistas internacionales, quienes desean llevar un recuerdo de la belleza cultural de Guatemala valorizando el trabajo y arte que lleva cada artículo; caso contrario con la población nacional que no estima el valor de las artesanías, además de ser cada día sustituidas por productos sintéticos.

- B). Nuestro resultado de la dimensión factor económico y exportación de productos adquiere un valor que se ubica en 0,471 en la prueba de correlación Rho de Spearman al 95% de confiabilidad quedando demostrado que existe correlación POSITIVA MODERADA entre estas variables, ello se explica que los artesanos no cuentan con mercado asegurado de sus productos de artesanía a nivel interno ni externo, tampoco la existencia de promoción de sus productos, teniendo limitaciones para acceder a líneas de crédito por las entidades financieras por falta de asociatividad que los garantice un capital para mejorar la calidad y producción.

Nuestros resultados coinciden con Bayona, (1999), quien señala que la limitante de acceso al mercado tiene que ver con que los artesanos no se adecúan al requerimiento de fabricar piezas de carácter utilitario y de calidad. Hay cuatro tipos básicos de artesanía: (a) la de pieza única, (b) la tradicional, (c) los recuerdos y (d) la artesanía contemporánea o de diseño moderno vanguardista. Según Bayona (1999), los artesanos peruanos han tenido problemas para adaptarse a los diseños contemporáneos, por lo que se han enfocado en la artesanía tradicional

y en la de recuerdos. En relación al mercado al cual se dirigen, se crea otra segmentación. Así, se identifican tres mercados: local, turístico (turismo interno y receptivo) y de exportación. Los dos primeros son atendidos principalmente por artesanos tradicionales, mientras que el mercado de exportación está compuesto por los agentes o comercializadores dedicados a investigar dicho mercado y a recolectar productos mandados a hacer a diferentes artesanos.

- C). Finalmente nuestro resultado de la dimensión factor Jurídico y exportación de productos adquiere un valor que se ubica en 0,468 con un P valor de 0,000 en la prueba de correlación Rho de Spearman al 95% de confiabilidad, cuyo valor demuestra una correlación POSITIVA MODERADA, se demuestra que los artesanos desconocen las normas que regulan el programa exporta fácil, asimismo las normas de formalización o constitución de las MYPEs en el rubro de artesanía debido al poco interés de las autoridades para asesorarlos o capacitarlos para acceder a través del Procedimiento: INTA-PE.13.01. a la exportación con fines comerciales de sus productos artesanales a través del Servicio Postal y los demás sectores involucrados en el programa exporta fácil.

Al respecto, los estudios de Caballero, P.P. (2012), concluye en lo siguiente: que los artesanos desarrollen competencias que les permitan llegar directamente a los mercados, principalmente al extranjero. Para lograr esto, MINCETUR y el Gobierno Regional de Junín han desarrollado el programa Fortalecimiento de las Exportaciones del Sector Artesanal de la Región Junín (FESA). Con este programa, se pretende diversificar la oferta exportable, alcanzar

niveles elevados de capacidad en gestión empresarial, conocer los gustos del mercado internacional y lograr la asociatividad de los artesanos. Es decir la industria artesanal de Junín tiene una oferta diversificada de productos, en vista de la producción de mates, alfombras, textiles, cerámica, tallados de madera y platería, entre otros. La actividad artesanal se produce de manera rudimentaria, con herramientas antiguas y sin la incorporación de tecnología. Entre otros factores, esto se debe a que la producción está muy fragmentada y los volúmenes producidos por cada artesano no permiten innovar ni adquirir tecnología. Por tanto, el oficio se aprende de generación en generación y no se incorporan mejoras.

5.2. En base a la prueba de hipótesis general.

Al finalizar el presente trabajo de investigación, se observa que los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman adquiere el valor de 0,473 ubicándose entre 0,40 y 0,59 se concluye que la influencia de los factores socioeconómicos y jurídicos NO ES ALTA, sino, MODERADA en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali; se explica que los artesanos requieren mayor promoción que sus productos sean conocidos, salir de informalidad en que se encuentran y utilizar el sistema exporta fácil teniendo su clave sol, además de la no existencia de estrategias de marketing, para promover una asociación de artesanos con apoyo constante del gobierno regional y capacitarlos hasta convertirlos en MYPES exportadoras de artesanías desde la región Ucayali.

Al respecto, nuestros resultados no guardan relación con los datos de Moncayo, P. (2014), quien sostiene que con la vigencia del programa Exporta Fácil se ha incrementado la tendencia por parte de los artesanos usuarios del servicio, el de implementar tecnología e incorporar a su grupo de colaboradores personas capacitadas e innovadoras que generen mayor productividad. Además, señala que Exporta Fácil es una solución frente a la dificultad con la que se encuentran muchos artesanos al momento de querer exportar sus productos, esto debido a bajos volúmenes para ser exportados, altos costos logísticos, como por ejemplo: la contratación de un agente de aduana, transporte, bodegaje. Y finalmente dice que el servicio Exporta Fácil es una herramienta eficaz, ya que permite a los artesanos del Cantón Quito ingresar con sus mercancías a mercados internacionales, beneficiando su economía y al país con la generación de divisas, además de dar a conocer al mundo sus artesanías.

5.3. El aporte científico de la investigación

Los resultados de la presente investigación nos muestran que las variables de los factores socioeconómicos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, no ha sido positiva, por lo que nuestra investigación consolida la efectividad de un evidente incumplimiento del Estado, a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y en coordinación con los organismos competentes, de velar por el desarrollo, promoción y preservación de las artesanías de origen indígena y nativo, de las zonas rurales de la región Ucayali. Para ello se propone formular un plan integral multisectorial dirigido por el gobierno regional en estrecha relación con

los gobiernos locales y otros sectores o instituciones competentes, a fin de facilitar el acceso a los mercados, interno y externo, a los artesanos y empresas de la actividad artesanal, a través de diversos instrumentos de promoción, cooperación, asociatividad, capacitación artesanal y facilitar la actividad comercial a través del sistema exporta fácil.

5.4 PROPUESTA DE SOLUCIÓN

A. Desarrollo de la Propuesta

1. Datos informativos:

Título: Plan de Mejora Continua de Factores socioeconómicos y jurídicos en el sistema exporta Fácil en el rubro artesanía en la Región Ucayali 2015

Beneficiarios: 11 comunidades nativas y un caserío de yarinacocha

Responsable: MINCETUR

Tiempo de inicio: Enero del 2016

Tiempo de final: Diciembre del 2016

2. Antecedente

El sistema exporta fácil fue implementado en el Perú desde el año 2007 desde esa fecha a la actualidad en la Región Ucayali no se a dado a conocer plenamente solamente tres personas están en la actualidad utilizando el sistema exporta fácil siendo un mecanismo de promoción para la pequeña y mediana empresa cuya finalidad es de que las actividades económicas que se realiza tengan una repercusión favorable llegando los productos a los mercados externos vía Serpost.

3. Justificación

Se propone Un plan de promoción y capacitación a todos los artesanos para que mejoren su calidad tanto en acabados como en volumen de producción con líneas de crédito promocionales con identificación de mercados que puedan adquirir sus productos teniendo en cuenta que en el mercado externo existen países que apoyan a los productos artesanales del tercer mundo dando las facilidades para que ingresen a sus países

4. Objetivos:

- **General**

- Promocionar la producción y la exportación de los productos artesanales insertando líneas de créditos promocionales con presupuesto gubernamental.

- **Específicos**

- ✓ Proponer la implementación del Plan de capacitación a los artesanos de las comunidades nativas de yarinacocha.
- ✓ Crear una línea de crédito promocional dirigido a los artesanos a fin de que produzcan productos de calidad.
- ✓ Establecer convenios con países que apoyan la compra de artesanías procedentes de países en vías de desarrollo.

5. Análisis de Factibilidad

- **Política**

Establecer políticas locales Regionales para promocionar, capacitar a los artesanos e insertarlos a los países con mercado que apoyan la adquisición de productos artesanales.

- **Económica**

Mejorar el nivel de vida de los artesanos de coronel Portillo específicamente de las comunidades nativas de Yarinacocha mediante la ubicación de nichos de mercados para su colocación y venta con resultados positivo a favor del posicionamiento económico sostenible en el tiempo.

Organizacional

La motivación para fomentar la asociatividad del capital humano en la actividad artesanal comunitaria rural

6. Plan de Acción

Abril mayo reunión de coordinación con las autoridades Micetur, municipalidad de Yarinacocha, Gobierno Regional:

-**Junio-julio** cursos de capacitación con los artesanos en temas de mejorar la calidad de los productos

-**Agosto-Setiembre** curso de capacitación en el sistema exporta fácil con llenado del formato DEF y los trámites para la obtención de la clave sol y las diferentes líneas de crédito que puede acceder un artesano con compromiso de obtención de un fondo de garantía de parte de la Municipalidad Local

-**Octubre noviembre** curso de capacitación para la realización de la forma como debe de embalarse la mercadería y la importancia de contar con mercado para los productos artesanales

Diciembre Su evaluación: Será lo siguiente:

-Evaluación del plan de acción de la propuesta

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

CONCLUSIONES

El desarrollo de la investigación ha permitido cumplir con los objetivos planteados, al mismo tiempo nos permite comprobar las hipótesis de trabajo, de acuerdo con los resultados se esbozan las siguientes conclusiones:

1. Al comparar los resultados de la prueba de hipótesis general, se concluye que la influencia de los factores socioeconómicos y jurídicos NO ES ALTA, sino, MODERADA en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali; debido a que los artesanos requieren mayor promoción de sus productos para ser conocidos, salir de informalidad en que se encuentran y utilizar el sistema exporta fácil teniendo su clave sol, además de la no existencia de estrategias de marketing, para promover una asociación de artesanos con apoyo constante del gobierno regional y capacitarlos hasta convertirlos en MYPES exportadoras de artesanías desde la región Ucayali, y que hasta la fecha se refleja la baja calidad de su producto para la exportación, muy bajo su volumen de exportación de sus productos artesanales durante el año y finalmente nula su rentabilidad económica.
2. Se demuestra que no existe liderazgo de emprendimiento, revaloración de la manifestación socio cultural comunal de las comunidades nativas y peor aún capacitación laboral especializada por parte de las autoridades para producir y promover la exportación en el rubro de artesanía a través del programa exporta fácil.

3. Se demuestra que los artesanos no cuentan con mercado asegurado de sus productos de artesanía a nivel interno ni externo, tampoco la existencia de promoción de sus productos, teniendo limitaciones para acceder a líneas de crédito por las entidades financieras por falta de asociatividad que los garantice un capital para mejorar la calidad y producción.
4. Se demuestra que los artesanos desconocen las normas que regulan el programa exporta fácil, asimismo las normas de formalización o constitución de las MYPES en el rubro de artesanía debido al poco interés de las autoridades para asesorarlos o capacitarlos para acceder a través del Procedimiento: INTA-PE.13.01. a la exportación con fines comerciales de sus productos artesanales a través del Servicio Postal y los demás sectores involucrados en el programa exporta fácil.

SUGERENCIAS

De acuerdo a las conclusiones de la investigación realizada se sugiere lo siguiente:

1. A las autoridades impulsar una campaña publicitaria del servicio Exporta Fácil, por parte de todas las Instituciones involucradas, a fin de que más artesanos y MYPES muestren interés y accedan al mismo.
2. Exporta Fácil debe ayudar a la transformación de la Matriz Productiva, que debe ser impulsado por parte del Gobierno regional de Ucayali para que las instituciones involucradas se interesen y logren sacar todo

el potencial que ofrece la actividad artesanal rural de las comunidades nativas.

3. A las autoridades promover el uso del servicio Exporta Fácil por parte del Gobierno regional, para liderar la región en los próximos años en exportación de productos artesanales.
4. Para evitar el desconocimiento en los artesanos, capacitarlos para agilizar los trámites referentes a la documentación habilitante, y acceder a través de los procedimientos normativos a la exportación de sus productos artesanales con el Servicio Postal y los demás sectores involucrados en el programa exporta fácil.

BIBLIOGRAFÍA

1. Álvarez, G. (2003). Importancia de la Metodología de la Investigación Jurídica en la formación del abogado. *La Semana Jurídica*, año 3, N° 139: 14. Santiago de Chile.
2. Amado, K.M. (2011). *“PROPUESTAS ESTRATEGICAS DE MARKETING PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE CERÁMICA DE AYACUCHO HACIA NUEVA YORK – ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA”*. [Tesis] Universidad San Martín de Porres, Lima- Perú.
3. Acosta, J.C. (2012) revista de estudio avanzados de liderazgo /ISSN 2166-2320 volumen 1 N° 1 enero-junio 2012PAG 5,6 (sarasvathy 2001; Park 2003).
4. Bayona, C. (1999). *Cadenas de Exportación: La Artesanía Peruana en los Mercados Internacionales*. Recuperado de <http://www.oei.org.co/sii/entrega16/art01.htm>.
5. Caballero, P.P. (2012). “Plan Estratégico del Sector Artesanal de la Región Junín” [Tesis de Grado] Pontificia Universidad Católica del Perú.
6. Chavez, A. (2012) página principal-Negocios factores económicos enviado por likan 007 06/06/2012.
7. Centro Bancomext, Hermosillo (2000) plan de negocios de exportación de Talavera al mercado Español pág.23.
8. correos del Perú (2007) www.serpost.com.pe/exportafacil.html
9. comisión Económica para América latina y el caribe (2000) preparado por Valentina Kauzmine Exportaciones no tradicionales latinoamericanas un enfoque no tradicional pág. 37

10. DECRETO SUPREMO N° 008-2010-MINCETUR: Aprueban Reglamento de la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal.
11. DS 057-2005 PCM diversas instituciones del sector público y privado han realizado un trabajo conjunto con el Consejo Nacional de Competitividad identificando diversas Estrategias.
12. Decreto supremo 012-2003 MINCETUR reglamento de organización y funciones de Promperu
13. Esfahani, H. S. (1991). "Exports, Imports, and GDP Growth in Semi-Industrialized Countries". *Journal of Development Economics*, Vol. 35. No. 1, pp. 93–116.
14. Enrico Roncancio (2014) Universidad de Pamplona Colombia [ftp unipamplona.edu.com/certificaci_N_product_Artesanal](http://ftp.unipamplona.edu.com/certificaci_N_product_Artesanal)
15. Ferruz L. La rentabilidad y el riesgo. España: 2000. [citada 2011 Oct. 12]. Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/fin010/000F2.HTM>.
Sánchez J. Análisis de la rentabilidad de la empresa. 2002. [citada 2011 Oct. 12]. Disponible en:
<http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>
16. Garita Roberto. (2006, Noviembre 29). Teoría económica del comercio internacional. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>
17. García, J. y Casanueva, C. (2006) en el libro prácticas de la empresarial.
18. George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference, 11.0 update (4th ed.)*. Boston: Allyn and Bacon.
19. Hernández, R. (1998). *Metodología de la investigación 5ta Edición México*, Pag.85.

20. Hernández Sampieri Roberto (2010) Metodología de la investigación. México, D.F.: McGraw-Hill. Interamericana Editores.
21. Instituto Iberoamericano del patrimonio Natural y cultural IPANC del convenio Andrés Bello Ministerio de industrias y productividad –MIPRO curso de capacitación artesanal paso a paso currículo y recursos didácticos primera edición (2010) pág. 9,22
22. Instituto Nacional de Estadística e informática (INEI) (1993) documento conceptualización de la pequeña y micro empresa a nivel sectorial
23. Joseph M Juran (2001) concepto de la calidad apuntes NH universitarias miguel Hernández pág. 3
24. Katler Philip y Keller Lane Kevin, Pausan (2006) del libro Dirección de Marketing duodécima edición pág. 537
25. Ley 29073. (2007). Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal. Congreso de la República del Perú.
26. Manual de funciones y plan Estratégico de Serpost (2009 – 2013)
27. Méndez, J.F., Cubero, S.E. (2013) *“GUÍA PARA EXPORTACIONES EN EL AREA ARTESANAL AÑO 2013”* [Tesis] Universidad de Cuenca, p.28.
28. Moncayo, P. (2014). *“ANÁLISIS DEL SERVICIO EXPORTA FÁCIL DE LA EMPRESA PÚBLICA CORREOS DEL ECUADOR Y SU APORTE A LOS ARTESANOS DEL CANTÓN QUITO”* [Tesis de Grado] Universidad Tecnológica Equinoccial. Ecuador.
29. Organización de las naciones Unidas para el desarrollo Industrial (2005) sub división de pequeña y medianas empresas pág. 1
30. República Bolivariana de Venezuela Universidad Pedagógica Experimental Libertador instituto de mejoramiento profesional del magisterio núcleo

académico Miranda diversidad cultural en Venezuela (2010) enviado por la anyiyau 12/03/2011

31. Revista electrónica de Gerencia (2015) concepto de comercio exterior
<https://xavier2711.wordpress.com/acerca-de>
32. Sánchez Ballesteros Juan Pedro (2001) rentabilidad ventajas comparativas o un análisis de los sistemas de producción de Guayaba en el estado de Michoacán enciclopedia virtual eremet.net www.ere.net/libros-gratis/2011c/concepto%20de%20rentabilidad.html
33. Sánchez, F. (2011). *La Inserción Internacional de las MiPymes a través de las Exportaciones por Envíos Postales: Exporta Fácil-Ecuador y la Integración Suramericana*. Recuperado de <http://www.uncu.edu.ar/relacionesinternacionales/upload/redilaeje55.pdf>
34. Silupú, B.L., *Fortalecer para crecer, casos de éxito del programa MYPE*, Universidad de Piura, Piura, 2011, Pág. 4.
35. Tovar Rodríguez Eutimio (1964) la artesanía mexicana su importancia económica y social UNAM México
36. VALENCIA, C.S. (2005). *COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES*. [Tesis] Universidad de San Carlos de Guatemala.

ANEXOS

ANEXO N° 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

FACTORES SOCIOECONOMICOS Y JURIDICOS EN EL SISTEMA EXPORTA FACIL DEL RUBRO ARTESANIA EN LA REGION UCAYALI, 2015.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIAB.	DIMENCION	INDICADOR	INSTRU	METODOLOGIA
<p>GENERAL ¿En qué medida los factores socioeconómicos y jurídicos influyen en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015?</p> <p>ESPECÍFICOS ¿En qué medida el factor social se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015?</p> <p>¿De qué manera el factor económico se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil</p>	<p>GENERAL Determinar en qué medida los factores socioeconómicos y jurídicos influyen en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.</p> <p>ESPECIFICOS <input type="checkbox"/> Evaluar en qué medida el factor social se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015. <input type="checkbox"/> Evaluar de qué manera el</p>	<p>GENERAL Hi: Los factores socioeconómicos y jurídicos influyen de manera positiva alta en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015. H0: Los factores socioeconómicos y jurídicos no influyen de manera positiva alta en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.</p> <p>ESPECIFICAS H1: El factor social se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015. H0: El factor social no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015. H2: El factor económico se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el</p>	<p>V. I</p> <p>FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y JURIDICOS</p>	<p>FACTOR SOCIAL</p> <p>FACTOR ECONOMICO</p> <p>FACTOR JURIDICO</p>	<p>-- Liderazgo de emprendimiento - Manifestación socio cultural comunal - Capacitación laboral especializada</p> <p>- Mercado asegurado - Promoción de productos -Líneas de crédito</p> <p>Normas que regulan el programa exporta fácil – Normas de formalización de las MYPES.</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Cuestion</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACION Aplicada, de nivel jurídico, descriptivo-explicativo.</p> <p>DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN Diseño No experimental, descriptivo-correlacional, Transaccional.</p> <p>Legenda: M= Artesanos de las comunidades nativas Ox= Factores socioeconómicos y jurídicos Oy= Sistema exporta fácil Oxy= Variables correlacionales r: relación entre</p>

<p>del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015?</p> <p>¿En qué medida el factor Jurídico se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil en el rubro artesanía en la región Ucayali, 2015?</p>	<p>factor económico se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.</p> <p>□ Analizar en qué medida el factor Jurídico se relaciona con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015</p>	<p>sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.</p> <p>H0: El factor económico no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.</p> <p>H3: El factor Jurídico se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.</p> <p>H0: El factor Jurídico no se relaciona de manera positiva alta con la exportación de productos en el sistema exporta fácil del rubro artesanía en la región Ucayali, 2015.</p>	<p>V.D</p> <p>SISTEMA EXPORTA FÁCIL</p>	<p>EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS</p>	<p>Procedimiento : INTA-PE.13.01Exportación con Fines Comerciales a través del Servicio Postal</p> <p>- Calidad de su producto para la exportación -Volumen de exportación -Rentabilidad económica</p>	<p>ario</p>	<p>variables</p> <p>POBLACION Y MUESTRA</p> <p>Población: Todos los artesanos de las CC.NN del distrito de Yarinacocha</p> <p>Muestra: Representada por 100 artesanos de las CC.NN y 01 Caserío, seleccionados con el tipo de muestreo no probalístico intencional.</p> <p>TECNICA</p> <p>-La entrevista -La Encuesta</p>
--	---	---	---	---------------------------------	--	-------------	---

ANEXO N° 02

UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN” HUÁNUCO

ESCUELA DE POST GRADO

INSTITUCION OBSERVADA

MYPE DEL RUBRO DE ARTESANIA

I. DATOS INFORMATIVOS

RAZON SOCIAL DE LA MYPE.....

GERENTE PROPIETARIO.....

COMUNIDAD.....

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:

**FACTORES SOCIOECONOMICOS Y JURIDICOS EN EL SISTEMA EXPORTA
FACIL DEL RUBRO ARTESANIA EN LA REGION UCAYALI, 2015.**

• INSTRUCCIONES

El presente instrumento está estructurado en (12) ítems a la cual usted deberá responder marcando con una X, se le agradece ser lo más sincero que pueda, dejando explicito que la información suministrada por usted quedará en la más estricta confidencialidad.

Por lo que mucho agradeceré facilitarnos la información de la situación actual de manera concreta y real según las variables e indicadores.

Muchas Gracias.

CUESTIONARIO DE INVESTIGACION

LA ESCALA VALORATIVA:

5 =MUJ DE ACUERDO 4=DE ACUERDO 3=INDIFERENTE 2= EN DESACUERDO
1= TOTALMENTE EN DESACUERDO

COD	CRITERIOS POR DIMENSION E INDICADOR	ESCALA				
		1	2	3	4	5
	VARIABLES					
A	FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y JURIDICOS					
	DIMENSION: FACTOR SOCIAL INDICADOR: Liderazgo de emprendimiento - Manifestación socio cultural comunal - Capacitación laboral especializada					
1	¿Existe un liderazgo de emprendimiento de sus autoridades en el rubro de artesanía del programa exporta fácil?					
2	¿La manifestación y expresión socio cultural de su comunidad mejora la venta de sus productos artesanales?					
3	¿Recibe capacitación laboral especializada para mejorar sus productos artesanales?					
	DIMENSION: FACTOR ECONOMICO INDICADOR: Mercado asegurado -Promoción de productos -Líneas de crédito					
4	¿Tiene sus productos mercado asegurado en el rubro de artesanía?					
5	¿Existe promoción de sus productos artesanales por parte del programa exporta fácil?					
6	¿Tiene acceso a líneas de crédito para mejorar su producción y venta de sus productos artesanales?					
	DIMENSION: FACTOR JURIDICO INDICADOR: Normas que regulan el programa exporta fácil – Normas de formalización de las MYPEs. Procedimiento: INTA-PE.13.01Exportación con Fines Comerciales a través del Servicio Postal					
7	¿Las normas que regulan el programa exporta fácil son suficientes para mejorar la producción y exportación de productos artesanales a nivel local y nacional?					
8	¿Las normas de formalización de las MYPEs son suficientes para mejorar la organización, producción y exportación de productos artesanales a nivel local y nacional?					
9	¿Considera Ud. que la norma del Procedimiento Específico: INTA-PE.13.01 contribuye a la exportación con fines comerciales a través del Servicio Postal?					
B	SISTEMA EXPORTA FÁCIL					
	DIMENSION: EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS INDICADOR: Calidad de su producto para la exportación –Volumen de exportación -Rentabilidad económica.					
10	¿Cómo califica la calidad de su producto para la exportación en el rubro de artesanía? 3. Alta 2. Media 1. Baja					
11	¿Cómo califica el volumen de exportación de sus productos artesanales durante el año? 3. Alta 2. Media 1. Baja					
12	En su opinión ¿Cómo califica su rentabilidad económica de sus productos artesanales durante el año? 3. Alta 2. Media 1. Baja					

ANEXO N° 03

RESULTADO DE LA APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO

	VARIABLE IND (X): FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y JURIDICOS												VARIABLE D. (Y): SISTEMA EXPORTA FÁCIL				
	FACTOR SOCIAL				FACTOR ECONOMICO				FACTOR JURIDICO				EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS				
Encuestados	Pregunta 1	pregunta 2	Pregunta 3	PROMEDIO	Pregunta 4	pregunta 5	Pregunta 6	PROMEDIO	Pregunta 7	pregunta 8	Pregunta 9	PROMEDIO	Pregunta 10	pregunta 11	Pregunta 12	PROMEDIO	Total fila
1	2	2	3	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	19
2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	19
3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	17
4	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	17
5	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	19
6	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	19
7	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	18
8	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	17
9	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	15
10	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
11	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	15
12	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	19
13	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	16
14	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	17

15	3	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	20
16	1	5	3	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	21
17	1	5	3	3	4	1	1	2	1	5	1	2	2	1	1	1	26
18	1	5	3	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	21
19	2	2	2	2	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	18
20	1	5	3	3	1	5	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
21	1	3	5	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	21
22	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
23	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
24	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
25	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	25
26	1	5	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	20
27	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
28	3	5	4	4	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	25
29	1	5	2	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	22
30	1	4	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
31	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
32	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
33	1	5	4	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	22
34	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
35	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
36	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
37	2	5	3	3	2	3	4	3	1	3	3	2	2	3	3	3	34
38	1	3	4	3	4	5	2	4	1	5	2	3	1	1	2	1	31
39	2	5	1	3	5	5	1	4	1	1	4	2	3	1	1	2	30
40	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	1	1	1	1	45
41	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24

42	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	25
43	1	5	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	20
44	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
45	3	5	4	4	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	25
46	1	5	2	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	22
47	1	4	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
48	1	5	1	2	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	20
49	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
50	1	5	4	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	21
51	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	21
52	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
53	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
54	2	5	3	3	2	3	4	3	1	3	3	2	2	3	3	3	34
55	1	3	4	3	4	5	2	4	1	5	2	3	1	1	2	1	31
56	2	5	1	3	5	5	1	4	1	1	4	2	3	1	1	2	30
57	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	1	3	3	2	49
58	1	5	3	3	1	5	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
59	1	3	5	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	21
60	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
61	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
62	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
63	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	25
64	1	5	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	20
65	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
66	3	5	4	4	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	25
67	1	5	2	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	22
68	1	4	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23

69	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
70	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
71	1	5	4	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	22
72	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	21
73	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
74	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
75	2	1	2	2	2	3	4	3	1	3	3	2	2	3	3	3	29
76	1	3	4	3	4	5	2	4	1	5	2	3	1	1	2	1	31
77	2	5	1	3	1	5	1	2	1	1	4	2	1	1	1	1	24
78	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3	51
79	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	19
80	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	19
81	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	18
82	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	17
83	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	15
84	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
85	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	15
86	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	19
87	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	16
88	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	17
89	3	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	20
90	1	5	3	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	21
91	1	5	3	3	4	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	22
92	4	5	3	4	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
93	2	2	2	2	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	18
94	1	5	3	3	1	5	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
95	1	3	5	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	21

96	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
97	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
98	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
99	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	25
100	4	5	5	5	3	4	4	4	4	3	2	3	1	1	1	1	37
total col	148	388	312	274	252	166	189	196	122	148	151	139	192	110	113	111	1360
Prom	1.48	3.88	3.12	2.74	2.52	1.66	1.89	1.96	1.22	1.48	1.51	1.39	1.92	1.10	1.13	1.11	136.00
Desv Estand	0.81	1.53	1.29	0.89	1.07	1.34	0.99	0.91	0.64	1.09	0.93	0.83	0.37	0.44	0.46	0.42	6.22

ANEXO N° 04

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

	VARIABLE IND (X): FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y JURIDICOS												VARIABLE D. (Y): SISTEMA EXPORTA FÁCIL				
	FACTOR SOCIAL				FACTOR ECONOMICO				FACTOR JURIDICO				EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS				
Encuestados	Pregunta 1	pregunta 2	Pregunta 3	PROMEDIO	Pregunta 4	pregunta 5	Pregunta 6	PROMEDIO	Pregunta 7	pregunta 8	Pregunta 9	PROMEDIO	Pregunta 10	pregunta 11	Pregunta 12	PROMEDIO	Total fila
1	2	2	3	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	19
2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	19
3	1	4	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
4	1	5	1	2	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	20
5	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
6	1	5	4	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	21
7	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	21
8	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
9	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
10	2	5	3	3	2	3	4	3	1	3	3	2	2	3	3	3	34
11	1	3	4	3	4	5	2	4	1	5	2	3	1	1	2	1	31
12	2	5	1	3	5	5	1	4	1	1	4	2	3	1	1	2	30
13	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	1	3	3	2	49
14	1	5	3	3	1	5	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23

15	1	3	5	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	21
16	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
17	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
18	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
19	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	25
20	1	5	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	20
21	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
22	3	5	4	4	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	25
23	1	5	2	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	22
24	1	4	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
25	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
26	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
27	1	5	4	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	22
28	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	21
29	1	5	4	3	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	23
30	1	5	4	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	24
31	2	1	2	2	2	3	4	3	1	3	3	2	2	3	3	3	29
32	1	3	4	3	4	5	2	4	1	5	2	3	1	1	2	1	31
33	2	5	1	3	1	5	1	2	1	1	4	2	1	1	1	1	24
34	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3	51
35	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	19
total col	50	154	125	107	95	68	75	78	43	57	59	53	67	43	45	43	520
Prom	1.43	4.40	3.57	3.06	2.71	1.94	2.14	2.23	1.23	1.63	1.69	1.51	1.91	1.23	1.29	1.23	52.00
Desv Estand	0.81	1.14	1.14	0.68	1.15	1.63	1.03	1.03	0.73	1.33	1.18	1.04	0.45	0.65	0.67	0.60	7.13

ANEXO N°05

Foto N° 01 Tomada por el investigador en el Caserío 11 de Agosto



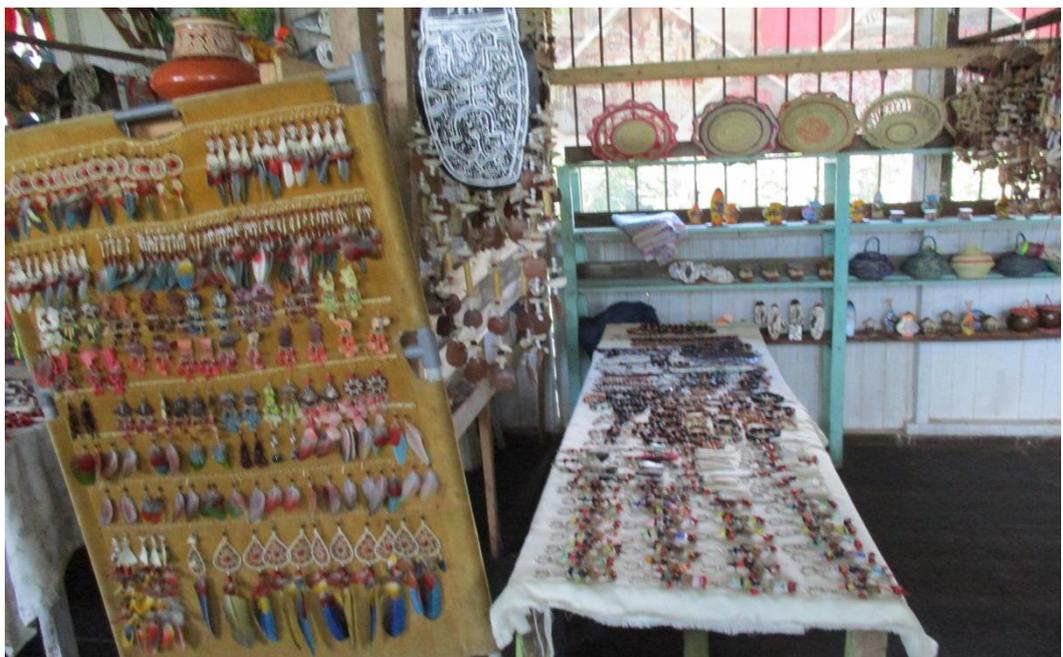
Foto N° 02 Tomada por el investigador en el Caserío 11 de Agosto



Foto N° 03 Tomada por el investigador en la Comunidad Nativa de San Francisco



Foto N° 04 Tomada por el investigador en la Comunidad Nativa San Francisco



ANEXO N° 06

1.- FICHA DE EXPERTO

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS INFORMATIVOS

APELLIDO Y NOMBRE DEL INFORMANTE	CARGO O INSTITUCION DONDE LABORA	NOMBRE DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION	AUTOR DEL INSTRUMENTO
GAMARRA SALINAS RONALD	UNIA	FACTORES DEL SISTEMA EXPORTA FACIL EN ARTESANIA	GODOFREDO JIMENEZ R.
TITULO: LIC MATEMÁTICA, FÍSICA E INFORMATICA			
GRADO: MAGISTER EN EDUCACIÓN MATEMÁTICA			

II. ASPECTOS DE VALIDACION

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXLENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con el lenguaje apropiado				✓	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				✓	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				✓	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de los factores en el sistema exporta fácil en artesanía					✓
6. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científico					✓
7. COHERENCIA	Entre la variable dimensiones e indicadores					✓
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
9. OPORTUNIDAD	El instrumento es aplicado en el momento mas oportuno y adecuado					✓

III. OPINION DE APLICACIÓN Y PROMEDIO DE VALIDACION

Pucallpa, de 12 de 05 2015	73321353		#949892390
Lugar y Fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono

ANEXO Nº 06

2.- FICHA DE EXPERTO

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS INFORMATIVOS

APELLIDO Y NOMBRE DEL INFORMANTE	CARGO O INSTITUCION DONDE LABORA	NOMBRE DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION	AUTOR DEL INSTRUMENTO
DIAZ "LINDA" EDGAR JUAN	UNW	FACTORES DEL SISTEMA EXPORTA FACIL EN ARTESANIA	GODOFREDO JIMENEZ R.
TITULO: INGENIERO ZOOTECNISTA			
GRADO: DOCTOR EN CIENCIAS AMBIENTALES Y DESARROLLO SOSTENIBLE			

II. ASPECTOS DE VALIDACION

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXLENTE
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con el lenguaje apropiado					✓
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					✓
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de los factores en el sistema exporta fácil en artesanía					✓
6. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científico					✓
7. COHERENCIA	Entre la variable dimensiones e indicadores					✓
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
9. OPORTUNIDAD	El instrumento es aplicado en el momento mas oportuno y adecuado					✓

III. OPINION DE APLICACIÓN Y PROMEDIO DE VALIDACION

Pucallpa de 19 de Dic. 2015	00245499		981 02 88 07 9
Lugar y Fecha	DN	Firma del experto	Teléfono

3.- FICHA DE EXPERTO

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO

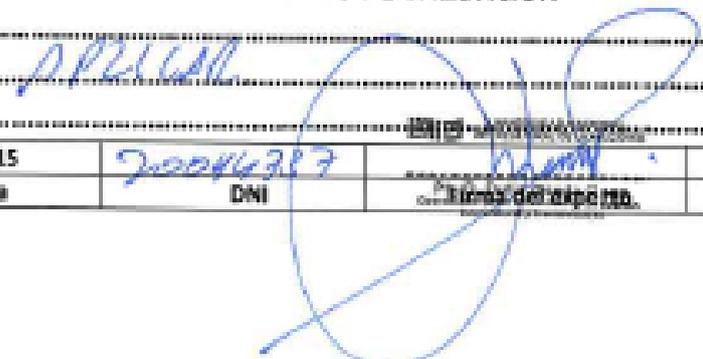
I. DATOS INFORMATIVOS

APELLIDO Y NOMBRE DEL INFORMANTE	CARGO O INSTITUCION DONDE LABORA	NOMBRE DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION	AUTOR DEL INSTRUMENTO
DSEDA GAGO DULIO	UNSA	FACTORES DEL SISTEMA EXPORTA FACIL EN ARTESANIA	GODOFREDO JIMENEZ R.
TITULO: INGENIERO			
GRADO: DOCTOR EN ING. AMBIENTAL Y DES. SOSTENIBLE			

II. ASPECTOS DE VALIDACION

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXLENTE
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con el lenguaje apropiado					✓
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					✓
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de los factores en el sistema exporta fácil en artesanía					✓
6. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos científico					✓
7. COHERENCIA	Entre la variable dimensiones e indicadores					✓
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
9. OPORTUNIDAD	El instrumento es aplicado en el momento mas oportuno y adecuado					✓

III. OPINION DE APLICACIÓN Y PROMEDIO DE VALIDACION



Pucallpa, 12 de 2015	70046387	Godofredo Jimenez R.	967689009
Lugar y Fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono



Godofredo Jiménez Rodríguez

Nació en el distrito de Marcabamba Provincia de Paucar del SARASARA Departamento de Ayacucho hijo de Agricultores de Leopoldo Jiménez Hugo y Delia Rodríguez Durand sus estudios de Educación Primaria y parte de la secundaria los realizo en la ciudad de Camana Departamento de Arequipa concluyendo sus estudios secundarios en la ciudad de Ica los estudios Universitarios los realizo en la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica en la especialidad de Agronomía habiendo realizado estudios de Maestría en la UNEVAL en la especialidad Mención Derecho Civil y comercial Maestría en Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública en la Universidad Nacional de Tingo María ha sido profesor del instituto superior Tecnológico Suiza de Pucallpa Docente del Instituto Superior particular de Arequipa durante el primer semestre del año 1984 al 1991 he laborado como Perito del Banco Agrario en la ciudad de Pucallpa habiendo rotado por las diferentes oficinas que comprenden la Sucursal Pucallpa como las Agencias de orrellana,contamana atalaya Aguaytia en el año 1993 docente por contrata de la Universidad Nacional de Ucayali en la Facultad de ciencias Forestales. El año 1994 he laborado como Administrador Técnico del Distrito de Riego de Pucallpa cuya radio de acción abarca parte del Departamento de Huánuco específicamente la Provincia de Puerto Inca parte del Departamento de Loreto específicamente la Provincia de Ucayali su capital contamana y todo el Departamento de Ucayali en los años 1995 al 2000 como inspector Residentes en obras Financiadas por Foncodes mediante la formación de núcleos ejecutores habiendo ejecutado 25 proyectos durante dicho periodo en el año 2001- 2002 ha laborado como Director de Transporte Acuático y Telecomunicaciones del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones de Pucallpa en los años 2003- 2007 ha laborado como Director de Programa Sectorial II de la Agencia Agraria de Coronel Portillo de la Dirección Sectorial de Agricultura cuyo radio de acción es toda la Provincia de Coronel Portillo y parte de la Provincia de aguaytia en el año 2008 como Supervisor del Proyecto "Asistencia Técnica y capacitación para el manejo sostenible del cultivo de Camú Camú Injerto (Myrciaria Dubia) HBK en las Provincias de Coronel Portillo y Padre Abad en los años 2009 al 2010 Jefe del Departamento de Asuntos Académicos y docente a tiempo parcial en la Universidad Privada de Pucallpa (UPP) del año 2011 al 2015 como docente en la Universidad Intercultural de la Amazonia mediante contrato

Desde el año 2016 a la fecha me desempeño como Perito en el sector público y privado realizando trabajos de tasaciones por intermedio del colegio de ingenieros tanto para la Fiscalía de campo verde como la von Humboldt como también para el poder judicial en los casos de litigio que es convocado por el juez a fin de que se pueda deslindar los problemas surgidos con criterio técnico que es donde el juez desconoce no domina dicho criterio por lo que recurren en calidad de apoyo a los peritos como es mi caso.