

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CHOMPAS
ARTESANALES DE FIBRA DE ALPACA DE LA ASOCIACIÓN
“HATUN WARMI” HACIA HOLANDA, AREQUIPA 2019.**

Tesis presentada por el Bachiller:

del Carpio Valdivia, Diego

Para optar el Título Profesional de
Ingeniero Comercial, especialidad
de **Negocios Internacionales**.

Asesor:

Dr. Vargas Espinoza, Luis

Arequipa – Perú

2020

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL
DICTAMEN DE BORRADOR DE TESIS**

Visto el Decreto 083-EPICO-2019, del Expediente N° 2019-43268 presentado por el Bachiller DEL CARPIO VALDIVIA, DIEGO, solicitando dictamen de su Borrador de Tesis titulada "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CHOMPAS ARTESANALES DE FIBRA DE ALPACA DE LA ASOCIACIÓN HATUN WARMÍ HACIA HOLANDA, AREQUIPA 2019", luego de revisarlo minuciosamente se emite el siguiente dictamen:


Aprobado (X) Aprobado con observaciones () Rechazado ()

SIN OBSERVACIONES.


Es todo cuanto se tiene que informar para los fines correspondientes.

Arequipa, 18 de diciembre del 2019

Atentamente,



Dr. Luis Vargas Espinoza
Código: 1897

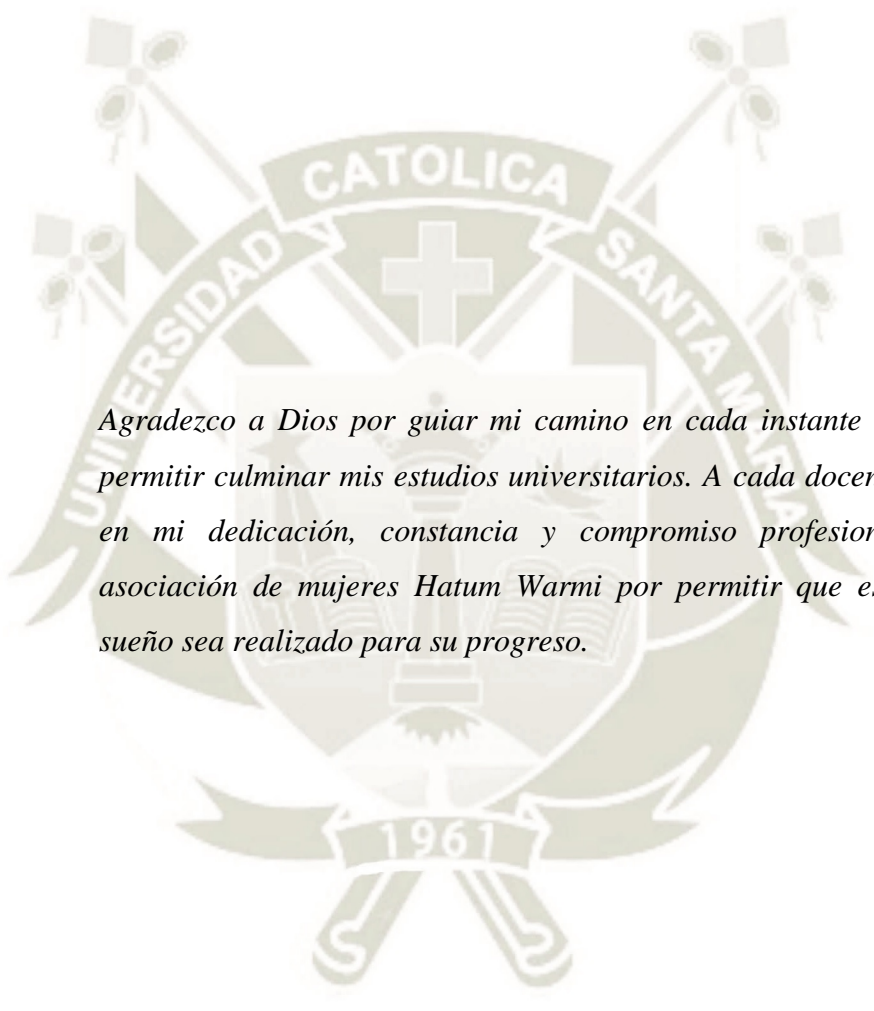


Dr. Angel Ugarte Colcha
Código: 1857



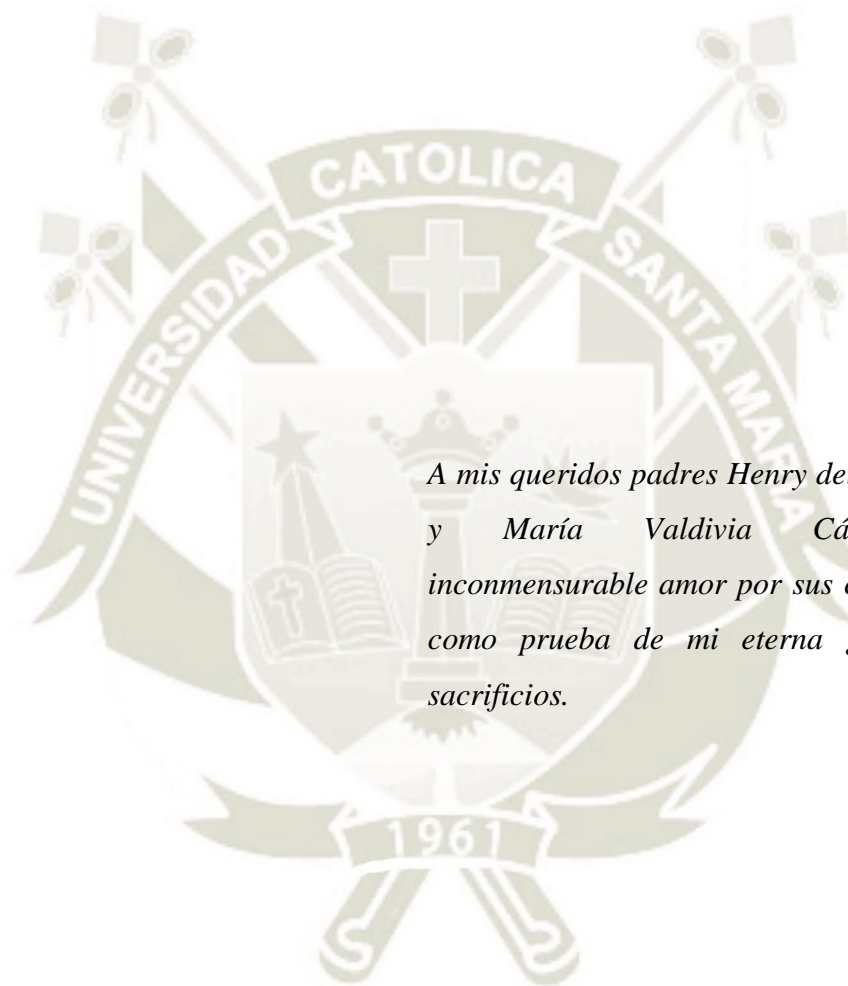
Mgter. Martín Quintanilla Rodríguez
Código: 2587

AGRADECIMIENTOS



Agradezco a Dios por guiar mi camino en cada instante de mi vida y permitir culminar mis estudios universitarios. A cada docente por forjar en mi dedicación, constancia y compromiso profesional. Y a la asociación de mujeres Hatum Warmi por permitir que este estudio y sueño sea realizado para su progreso.

DEDICATORIA



*A mis queridos padres Henry del Carpio Dávila
y María Valdivia Cárdenas, con
inconmensurable amor por sus caros anhelos y
como prueba de mi eterna gratitud a sus
sacrificios.*

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE CHOMPAS ARTESANALES DE FIBRA DE ALPACA DE LA ASOCIACIÓN “HATUN WARMI” HACIA HOLANDA, AREQUIPA 2019-2020”. Se realizó con el propósito de generar un negocio para las mujeres tejedoras de alto Cayma, debido a que dichas mujeres son de escasos recursos económicos pero con una tradición milenaria de tejido incaico transmitido de generación en generación, las chompas confeccionadas en “Hatun Warmi” son hechas con fibra de alpaca artesanal y comercial, ya que dichas mujeres tienen contactos con familias de las zonas alto andinas que se dedican al rubro de crianza y venta de la fibra de alpaca para el tejido.

Con los atributos de origen ya mencionados y como las propiedades de la fibra alpaca son altamente reconocidos en el mercado exterior, específicamente en la ciudad de Staphorst que pertenece a los Países Bajos por el presente estudio realizado, se opta a la exportación de chompas de alpaca con modelos y diseños para género masculino y femenino, de diferentes tallas, con colores únicos y común mente usados en las prendas de vestir autóctonas que se conservan en la actualidad, elaborados de forma artesanal para que cada prenda de vestir tenga una esencia a elegancia y cultura con un calidad competitiva.

Para la realización del plan de negocio presentado se realizó un estudio de las características de la fibra de alpaca que son muy atractivas para el mercado extranjero como las diferentes razas existentes en el país, el punto de tejido que se especializan en realizar las mujeres de “Hatun Warmi”, el estudio de las características de la población del sector de exportación y su cultura para analizar la aceptación del producto textil. Se analizó a su vez factores externos y de competitividad en el sector, como un análisis de datos recolectados en el sector de exportación y datos de “Hatun Warmi” para poder elaborar estrategias basadas en dichos datos. A si mismo se realizó un plan económico para ver la viabilidad económica del plan de negocio de exportación de chompas a base de fibra de alpaca las mujeres tejedoras pertenecientes a “Hatun Warmi”, podrán tener ingresos económicos más constantes que en la actualidad para que su calidad y estilo de vida tenga un cambio significativo. Y que sean reconocidas en el mercado Holandés como la calidad de la fibra de alpaca y bordado en cada uno de sus productos hechos a mano.

Palabras claves: Exportación, negocio, chompas, alpaca.



ABSTRACT

This research paper presents a “BUSINESS EXPORT PLAN FOR HANDMADE ALPACA SWEATERS MADE BY THE PERUVIAN ASSOCIATION “HATUN WARMI” TO THE NETHERLANDS”. The purpose of this business plan is to generate a job source for the members of “Hatun Warmi”. They live in the town of Alto Cayma, a poor settlement located in the outskirts of Arequipa city. Even though the knitters are low-income females, they have a rich and unique knitting tradition which goes back to Inca times. This cultural heritage can still be seen in how the knitters currently use alpaca wool brought directly from farms owned by their relatives in the Peruvian highlands.

This knitting tradition as well as the high-quality alpaca wool are appreciated abroad. In this study, the Dutch city of Staphorst is chosen as the export destination of sweaters knitted in unique colors and in different designs and sizes. Each handmade garment combine elegancy along with Inca history. Nonetheless, the sweaters are also able to compete in today’s Dutch market. Through the monetary earnings started with this business plan, the female knitters could on the one hand improve their quality of live significantly. On the other hand, they will be able to keep and pass on their Peruvian knitting heritage while their handicraft will be taken abroad to the Dutch market.

Key words: Export, business, sweaters, alpaca.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis aborda un planteamiento de negocio para la exportación de chompas a base de fibra de alpaca, y con efecto mejorar la calidad de vida de las mujeres tejedoras de la zona rural de la parte alta de Cayma.

El aporte de este trabajo presentado analiza la oportunidad de negocio en un mercado, de una zona específica (Staphorst – Holanda), debido a que el mercado textil de fibra de alpaca en dicha zona es mínima, por razones de carecimiento de conocimiento de la fibra alpaca y sus propiedades. Así mismo, por estas razones presentadas y por diversos factores analizados en la presente tesis, se opta por la exportación de chompas de fibra de alpaca con valores agregados que resultan aún más atractivo al mercado Holandés, como es la confección hecha a mano por las mujeres tejedoras de “Hatum Warmi”, el origen del material de confección ya que dichas mujeres trabajan con fibra de alpaca artesanal producida por familias de las zonas alto andinas de Arequipa, la calidad de tejido debido a que el conocimiento de cada mujer proviene de generación en generación.

El capítulo I, Explica las características del sector de exportación como las características de la fibra de alpaca, instituciones involucradas, estadística del sector, como también un análisis de los factores externos. Hace referencia a un análisis de la competitividad de Hatum Warmi en cuanto a competidores y a precios del mercado.

En el capítulo II, damos a conocer los aspectos metodológicos de la presente investigación, como las técnicas empleadas, instrumentos aplicados en la investigación y un análisis de las asociaciones textiles y tiendas en el mercado arequipeño, como una breve explicación de los procedimientos para la recolección y tratamiento de datos.

El capítulo III, Analiza los resultados de las encuestas de la oferta y la demanda, identifica las estrategias de la oferta y la demanda basadas en los resultados del análisis anterior. Desarrolla un plan estratégico y organizacional para Hatum Warmi, como un plan operativo y de exportación a Holanda, y un plan económico.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	vii

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEORICOS

1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Diversidad de razas y habitud de alpacas.....	3
1.2.1. Raza Huacaya.....	3
1.2.2. Raza Suri.....	4
1.3. Características de la fibra de alpaca.....	6
1.3.1. Térmico.....	6
1.3.2. Suavidad y finura.....	6
1.3.3. Resistencia.....	6
1.3.4. Hipo alergénica.....	7
1.4. Características del punto de tejido.....	7
1.5. Características del sector de exportación.....	11
1.5.1. Económico.....	11
1.1.1. Climático.....	11
1.5.3. Cultural y social.....	11
1.6. Instituciones involucradas.....	12
1.7. Estadística del sector.....	17

CAPÍTULO II: ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1 Técnicas empleadas.....	22
2.1.1. Revisión documental.....	22
2.1.2. Encuesta.....	23
2.2. Instrumentos aplicados.....	26
2.2.1. Ficha de revisión bibliográfica.....	26

2.2.2.	Cuestionario.....	27
2.3.	Población.....	27
2.3.1.	Asociaciones.....	27
2.3.2.	Tiendas.....	29
2.4.	Procedimientos para la recolección y tratamiento de datos.....	30

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1	Descripción del negocio.....	32
3.1.1.	Historia y descripción del negocio.....	32
3.1.2.	Misión.....	33
3.1.3.	Visión.....	33
3.1.4.	Objetivos.....	33
3.1.5.	Políticas	33
3.1.6.	Valores.....	33
3.2.	Análisis de factor externo.....	35
3.2.1.	Factores políticos	35
3.2.2.	Factores económicos.....	37
3.2.3.	Factores sociales.....	40
3.2.4.	Factores tecnológicos.....	42
3.2.5.	Factores ecológicos	43
3.3.	Análisis de la competitividad	44
3.3.1.	Posibles competidores.....	45
3.3.2.	Clientes.....	53
3.3.3.	Competencia del sector.....	54
3.3.4.	Productos sustitutos.....	61
3.3.5.	Proveedores.....	67
3.3.6.	Matriz del perfil competitivo.....	70
3.3.7.	Matriz del perfil referencial.....	72
3.4.	Estudio de mercado.....	73
3.4.1.	Análisis de la demanda.....	73
3.4.2.	Análisis de la oferta.....	97
3.4.3.	Análisis de tablas cruzadas	162
3.4.4.	Identificación de estrategias del análisis de demanda y oferta...182	

3.4.5.	Priorización de estrategias por criterio de valorización.....	184
3.5.	Plan organizacional.....	185
3.5.1.	Organización.....	185
3.5.2.	Manual de organización y funciones.....	190
3.5.3.	Gestión de capacitación.....	192
3.6.	Plan operativo y de exportación.....	193
3.6.1.	Procesos operativos.....	193
3.6.2.	Procesos de exportación.....	199
3.7.	Plan estratégico.....	208
3.7.1.	Demanda.....	208
3.7.2.	Oferta.....	233
3.8.	Plan económico.....	242
3.8.1.	Personal administrativo.....	242
3.8.2.	Bienes sociales del personal administrativo.....	242
3.8.3.	Mano de obra directa.....	243
3.8.4.	Beneficios sociales de mano de obra directa.....	244
3.8.5.	Mano de obra directa.....	244
3.8.6.	Beneficios sociales de mano de obra indirecta.....	245
3.8.7.	Externos.....	245
3.8.8.	Transporte.....	246
3.8.9.	Mantenimiento de maquinaria y equipo.....	247
3.8.10.	Servicios.....	247
3.8.11.	Inversión de equipo.....	248
3.8.12.	Gestión.....	249
3.8.13.	Tramites.....	250
3.8.14.	Mobiliario.....	251
3.8.15.	Materiales.....	252
3.8.16.	Materia prima.....	253
3.8.17.	Ingresos.....	254
3.8.18.	Impuestos.....	255
3.8.19.	Flujo de caja económico.....	256
	CONCLUSIONES.....	258
	RECOMENDACIONES.....	260
	BIBLIOGRAFÍA	

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Exportación FOB, según sector económico año 2017-2018.....	17
Tabla N°2: Principales países de exportación 2017-2018.....	19
Tabla N° 3: Productos no tradicionales exportados 2017-2018.....	20
Tabla N° 4: Dirección de asociaciones y representantes.....	28
Tabla N° 5: Dirección de tiendas y representantes.....	29
Tabla N° 6: Precios de productos textiles Hatum Warmi.....	54
Tabla N° 7: Precios de productos textiles Ñaña.....	56
Tabla N° 8: Precios de productos textiles Cori.....	57
Tabla N° 9: Precios de productos textiles Incalpaca.....	57
Tabla N° 10: Precios de productos textiles Cuna.....	57
Tabla N° 11: Precios de productos textiles Andean.....	58
Tabla N° 12: Precios de productos textiles Tumi.....	58
Tabla N° 13: Precios de productos textiles Michell.....	58
Tabla N° 14: Precios de productos textiles MFH.....	59
Tabla N° 15: Precios de productos textiles de lana de oveja.....	59
Tabla N° 16: Precios de productos textiles de algodón.....	59
Tabla N° 17: Precios de productos textiles búfalo.....	60
Tabla N° 18: Comparativo de precios.....	60
Tabla N° 19: Matriz del perfil competitivo.....	70
Tabla N° 20: Matriz del perfil referencial.....	71
Tabla N° 21: Tipo de ropa de venta en tienda.....	73
Tabla N° 22: Tallas más vendidas (Masculino).....	74
Tabla N° 23: Tallas más vendidas (Femenino).....	75
Tabla N° 24: Productos similares.....	77
Tabla N°25: Productos similares.....	77
Tabla N° 26: Tipos de promoción.....	79
Tabla N° 27: Tipos de promoción.....	79
Tabla N° 28: Tipos de promoción.....	80
Tabla N° 29: Tipos de promoción.....	81
Tabla N° 30: Conocimiento de la fibra de alpaca.....	82
Tabla N° 31: Conocimiento de la fibra de alpaca y tipo.....	82

Tabla N° 32: Razones del atractivo de la aplaca.....	84
Tabla N° 33: Atractivo de acuerdo a las propiedades.....	85
Tabla N° 34: Competidor directo de la fibra de alpaca.....	86
Tabla N° 35: Competidor directo de la fibra de alpaca.....	88
Tabla N° 36: Modelos dispuesto a la compra.....	89
Tabla N° 37: Colores más atractivos a los posibles clientes.....	91
Tabla N° 38: Escepticismo a la fibra de alpaca.....	93
Tabla N° 39: Ventas especiales.....	94
Tabla N° 40: Venta en diferentes plataformas electrónicas.....	95
Tabla N° 41: Venta en diferentes plataformas electrónicas.....	95
Tabla N° 42: Información Persona.....	97
Tabla N° 43: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual y anual).....	98
Tabla N° 44: Días y cantidad de horas de trabajo.....	99
Tabla N° 45: Tipo de material en confecciones.....	100
Tabla N° 46: Forma de producción textil.....	101
Tabla N° 47: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca.....	102
Tabla N° 48: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad.....	103
Tabla N° 49: Tiempo de confección de una chompa a máquina.....	104
Tabla N° 50: Tiempo de confección de una chompa a mano.....	105
Tabla N° 51: cumplimiento de las metas.....	106
Tabla N° 52: Conocimiento de los precios en el mercado.....	107
Tabla N° 53: Costos de producción y venta de una chompa.....	109
Tabla N° 54: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada.....	110
Tabla N° 55: Lugar de compra de la alpaca artesanal.....	111
Tabla N° 56: Lugar de compra de la alpaca industrial.....	112
Tabla N° 57: Disposición a la capacitación.....	113
Tabla N° 58: Consideración de mejora de calidad de producto.....	114
Tabla N° 59: Razones de la mejor calidad.....	114
Tabla N° 60: Disposición a competencia en mercado externo.....	115
Tabla N° 61: Combinación de fibra artesanal e industrial.....	116
Tabla N° 62: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial.....	117
Tabla N° 63: Disposición de viaje para la promoción del producto.....	119
Tabla N° 64: Razones por que no viajarían para la promoción del producto.....	120
Tabla N° 65: Información Persona.....	121

Tabla N° 66: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual y anual).....	121
Tabla N° 67: Días y cantidad de horas de trabajo.....	122
Tabla N° 68: Tipo de material en confecciones.....	123
Tabla N° 69: Forma de producción textil.....	124
Tabla N° 70: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca.....	125
Tabla N° 71: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad.....	126
Tabla N° 72: Tiempo de confección de una chompa a máquina.....	127
Tabla N° 73: Tiempo de confección de una chompa a mano.....	128
Tabla N° 74: cumplimiento de las metas.....	129
Tabla N° 75: Conocimiento de los precios en el mercado.....	130
Tabla N° 76: Costos de producción y venta de una chompa.....	132
Tabla N° 77: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada.....	133
Tabla N° 78: Lugar de compra de la alpaca artesanal.....	133
Tabla N° 79: Lugar de compra de la alpaca industrial.....	134
Tabla N°80: Disposición a la capacitación.....	135
Tabla N° 81: Consideración de mejora de calidad de producto.....	136
Tabla N° 82: Razones de la mejor calidad.....	137
Tabla N° 83: Disposición a competencia en mercado externo.....	137
Tabla N°84: Combinación de fibra artesanal e industrial.....	138
Tabla N° 85: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial.....	139
Tabla N° 86: Disposición de viaje para la promoción del producto.....	140
Tabla N° 87: Razones por que no viajarían para la promoción del producto.....	141
Tabla N° 88: Información Persona.....	142
Tabla N° 89: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual y anual).....	142
Tabla N° 90: Días y cantidad de horas de trabajo.....	143
Tabla N° 91: Tipo de material en confecciones.....	144
Tabla N° 92: Forma de producción textil.....	145
Tabla N° 93: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca.....	146
Tabla N° 94: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad.....	147
Tabla N° 95: Tiempo de confección de una chompa a máquina.....	148
Tabla N° 96: Tiempo de confección de una chompa a mano.....	149
Tabla N° 97: cumplimiento de las metas.....	150
Tabla N° 98: Conocimiento de los precios en el mercado.....	151
Tabla N° 99: Costos de producción y venta de una chompa.....	152

Tabla N° 100: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada.....	153
Tabla N° 101: Lugar de compra de la alpaca artesanal.....	154
Tabla N° 102: Lugar de compra de la alpaca industrial.....	155
Tabla N° 103: Disposición a la capacitación.....	156
Tabla N° 104: Consideración de mejora de calidad de producto.....	157
Tabla N°105: Razones de la mejor calidad.....	157
Tabla N° 106: Disposición a competencia en mercado externo.....	158
Tabla N° 107: Combinación de fibra artesanal e industrial.....	159
Tabla N° 108: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial.....	160
Tabla N° 109: Disposición de viaje para la promoción del producto.....	161
Tabla N° 110: Análisis de la posible compra de los tipos de modelos de prendas de vestir en razón al atractivo de la fibra de alpaca.....	162
Tabla N° 111: Análisis de la posible compra de los productos textiles basados en el conocimiento previo de productos textiles de fibra de alpaca.....	164
Tabla N° 112: Análisis de la rompa en venta de los posibles clientes con productos similares a la fibra de alpaca.....	165
Tabla N° 113: Análisis de las promociones por estación físicas y electrónicas de los posibles clientes para las prendas de vestir de fibra de alpaca.....	166
Tabla N° 114: Análisis de la posible compra de los productos textiles en base a la cantidad.....	168
Tabla N° 115: Análisis de la posible compra de chompas con sus respectivas tallas y género.....	170
Tabla N° 116: Análisis de la cantidad de producción textil.....	172
Tabla N° 117: Análisis de la cantidad de horas de trabajo y días de confección a mano para la producción de una chompa.....	174
Tabla N° 118: Análisis de la adquisición de la fibra de alpaca industrial y el origen de compra.....	176
Tabla N° 119: Análisis de la adquisición de la fibra de alpaca industrial y el origen de compra.....	177
Tabla N° 120: Análisis de los costos de producción con la cantidad y tallas de chompas.....	179
Tabla N° 121: Estrategias demanda.....	182
Tabla N° 122: Estrategias oferta.....	183
Tabla N° 123: Valor de estrategias de planeación.....	184

Tabla N° 124: Valor de estrategias de planeación.....	184
Tabla N° 125: Selección de estrategias por máximo puntaje.....	184
Tabla N° 126: Gerencia general.....	187
Tabla N° 127: Departamento administrativo y financiero.....	187
Tabla N° 128: Área de contaduría.....	187
Tabla N° 129: Área de almacén.....	188
Tabla N° 130: Departamento de producción.....	188
Tabla N° 131: Taller de diseño.....	188
Tabla N° 132: Taller de producción.....	188
Tabla N° 133: Taller de tejido.....	189
Tabla N° 134: Departamento comercial.....	189
Tabla N° 135: Representante comercial.....	189
Tabla N° 136: Ventas.....	189
Tabla N° 137: Departamento de marketing.....	190
Tabla N° 138: Cursos de capacitación Hatum Warmi.....	193
Tabla N° 139: Cronograma de Gantt ED4.....	210
Tabla N° 140: Presupuesto de búsqueda de información ED4.....	211
Tabla N° 141: Selección de información ED4.....	211
Tabla N° 142: Diseño de un pequeño boletín informativo ED4.....	212
Tabla N° 143: Insertar la información recolectada en el boletín ED4.....	212
Tabla N° 144: Colocar en el producto terminado ED4.....	212
Tabla N° 145: Presupuesto Integrado ED4.....	213
Tabla N° 148: Cronograma de Gantt ED5.....	216
Tabla N° 149: Análisis de la capacidad de producción ED5.....	216
Tabla N° 150: Diseño de un sistema de descuento basado en la capacidad de producción por temporada ED5.....	217
Tabla N° 151: Aplicación de descuentos en la oferta ED5.....	217
Tabla N° 152: Presupuesto Integrado ED5.....	218
Tabla N° 153: Cronograma de Gantt ED7.....	221
Tabla N° 154: Estudio de cronograma de tiempo de temporadas en Europa ED7.....	221
Tabla N° 155: Reuniones para el desarrollo de ideas para las prendas textiles por temporada ED7.....	222

Tabla N° 156: Desarrollo de cronograma de producción textil por temporada adelantada ED7.....	222
Tabla N° 157: Desarrollo de cronograma de empaquetado final ED7.....	223
Tabla N° 158: Presupuesto Integrado ED7.....	223
Tabla N° 159: Cronograma de Gantt ED10.....	225
Tabla N° 160: Presupuesto de búsqueda de información ED10.....	226
Tabla N° 161: Diseño de un pequeño boletín informativo ED10.....	227
Tabla N° 162: Insertar la información recolectada en el boletín ED10.....	227
Tabla N° 163: Colocar en el producto terminado ED10.....	227
Tabla N° 164: Presupuesto Integrado ED10.....	228
Tabla N° 165: Cronograma de Gantt ED13.....	231
Tabla N° 166: Exportación de un tipo de modelo producido ED13.....	231
Tabla N° 167: Solicitud de aceptación de la municipalidad de Staphorst para la venta en las ferias especiales ED13.....	231
Tabla N° 168: Instalación de Stand ED13.....	232
Tabla N° 169: Presupuesto Integrado ED13.....	232
Tabla N° 170: Cronograma de Gantt EO7.....	235
Tabla N° 171: Recolección de datos de cada mujer EO7.....	235
Tabla N° 172: Creación de un sistema interno para la organización de producción de cada tejedora EO7.....	236
Tabla N° 173: Recolección de información básica de proveedores artesanales EO7.....	236
Tabla N° 174: Inserción de información en el boletín informativo EO7.....	236
Tabla N° 175: Presupuesto Integrado EO7.....	237
Tabla N° 176: Cronograma de Gantt EO5.....	239
Tabla N° 177: Diseño del empaque EO5.....	240
Tabla N° 178: Producción del empaque EO5.....	240
Tabla N° 179: Empaquetado final EO5.....	240
Tabla N° 180: Presupuesto integrado EO5.....	241
Tabla N° 181: Personal administrativo.....	242
Tabla N° 182: Personal administrativo.....	242
Tabla N° 183: Mano de obra directa.....	243
Tabla N° 184: Beneficios sociales de mano de obra indirecta.....	244
Tabla N° 185: Mano de obra indirecta.....	244

Tabla N° 186: Beneficios sociales de mano de obra indirecta.....	245
Tabla N° 187: Externos.....	245
Tabla N° 188: Transporte.....	246
Tabla N° 189: Transporte.....	246
Tabla N° 190: Mantenimiento de maquinaria y equipo.....	247
Tabla N° 191: Servicios.....	247
Tabla N° 192: Referencia del consumo eléctrico.....	248
Tabla N° 193: Inversión de equipo.....	248
Tabla N° 194: Gestión.....	249
Tabla N° 195: Tramites.....	250
Tabla N° 196: Mobiliario.....	251
Tabla N° 197: Materiales.....	252
Tabla N° 198: Materia Prima.....	253
Tabla N° 199: Materia Prima.....	253
Tabla N° 200: Ingresos.....	254
Tabla N° 201: Ingresos.....	254
Tabla N° 202: Impuestos.....	255
Tabla N° 203: Flujo de caja económico.....	256
Tabla N° 204: Flujo de caja económico.....	257

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Camélido de raza Huacaya.....	4
Figura N° 2: Camélido de raza Suri.....	5
Figura N° 3: Tabla estadística.....	5
Figura N° 4: Punto fantasía calado.....	8
Figura N° 5: Punto Ingles.....	8
Figura N° 6: Punto Rombos calados.....	9
Figura N° 7: Punto Burbujas.....	9
Figura N° 8: Punto Canelón.....	10
Figura N° 9: Punto Rombos Espina.....	10
Figura N° 10: Exportación FOB 2014 – 2018.....	18
Figura N° 11: Revisión documental.....	22
Figura N° 12: Ficha de revisión bibliográfica.....	26
Figura N° 13: Ubicación de Hatum Warmi.....	28
Figura N° 14: Representante de Hatum Warmi.....	29
Figura N° 15: Cuadro estadístico del PBI.....	38
Figura N° 16: Importaciones mundiales vs Europa.....	39
Figura N° 17: Principales países importadores.....	39
Figura N° 18: Principales países exportadores.....	40
Figura N° 19: Zona de heladas en el Perú.....	43
Figura N° 20: 5 Fuerzas de Michael Porter.....	44
Figura N° 21: Exportación por Sectores Económicos.....	45
Figura N° 22: Logo Incalpaca.....	45
Figura N° 23: Logo Kuna.....	48
Figura N° 24: Logo Andean.....	48
Figura N° 25: Logo Tumi.....	49
Figura N° 26: Exportaciones en valor FOB de Incalpaca.....	49
Figura N° 27: Logo Mallkini.....	50
Figura N° 28: Logo Michell.....	51
Figura N° 29: Logo MFH.....	51
Figura N° 30: Logo Sol Alpaca.....	52
Figura N° 31: Logo Mundo Alpaca.....	52
Figura N° 32: Exportaciones en valor FOB de Michell.....	53
Figura N° 33: Chompa para hombre Hatum Warmi.....	54

Figura N° 34: Chompa para mujer Hatum Warmi.....	55
Figura N° 35: Chompa para mujer Hatum Warmi.....	55
Figura N° 36: Algodón.....	61
Figura N° 37: Lino.....	63
Figura N° 38: Ramio.....	64
Figura N° 39: Yute.....	65
Figura N° 40: Lana de oveja.....	66
Figura N° 41: Seda.....	67
Figura N° 42: Señora Bettsi Llasa.....	68
Figura N° 43: Tipos de fibra de alpaca.....	68
Figura N° 44: Tipos de fibra de alpaca Michell.....	69
Figura N° 45: Tipos de fibra de alpaca Inca Tops.....	69
Figura N° 46: Tipo de ropa de venta en tienda.....	73
Figura N° 47: Tallas más vendidas (Masculino).....	75
Figura N° 48: Tallas más vendidas (Femenino).....	76
Figura N° 49: Productos similares.....	77
Figura N° 50: Productos similares.....	78
Figura N° 51: Tipos de promoción.....	79
Figura N° 52: Tipos de promoción.....	80
Figura N° 53: Tipos de promoción.....	80
Figura N° 54: Tipos de promoción.....	81
Figura N° 55: Conocimiento de la fibra de alpaca.....	82
Figura N° 56: Conocimiento de la fibra de alpaca y tipo.....	83
Figura N° 57: Razones del atractivo de la alpaca.....	84
Figura N° 58: Atractivo de acuerdo a las propiedades.....	85
Figura N° 59: Competidor directo de la fibra de alpaca.....	86
Figura N° 60: Competidor directo de la fibra de alpaca.....	88
Figura N° 61: Modelos dispuesto a la compra.....	89
Figura N° 62: Colores más atractivos a los posibles clientes.....	92
Figura N° 63: Escepticismo a la fibra de alpaca.....	93
Figura N° 64: Ventas especiales.....	94
Figura N° 65: Venta en diferentes plataformas electrónicas.....	95
Figura N° 66: Venta en diferentes plataformas electrónicas.....	96
Figura N° 67: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual).....	98

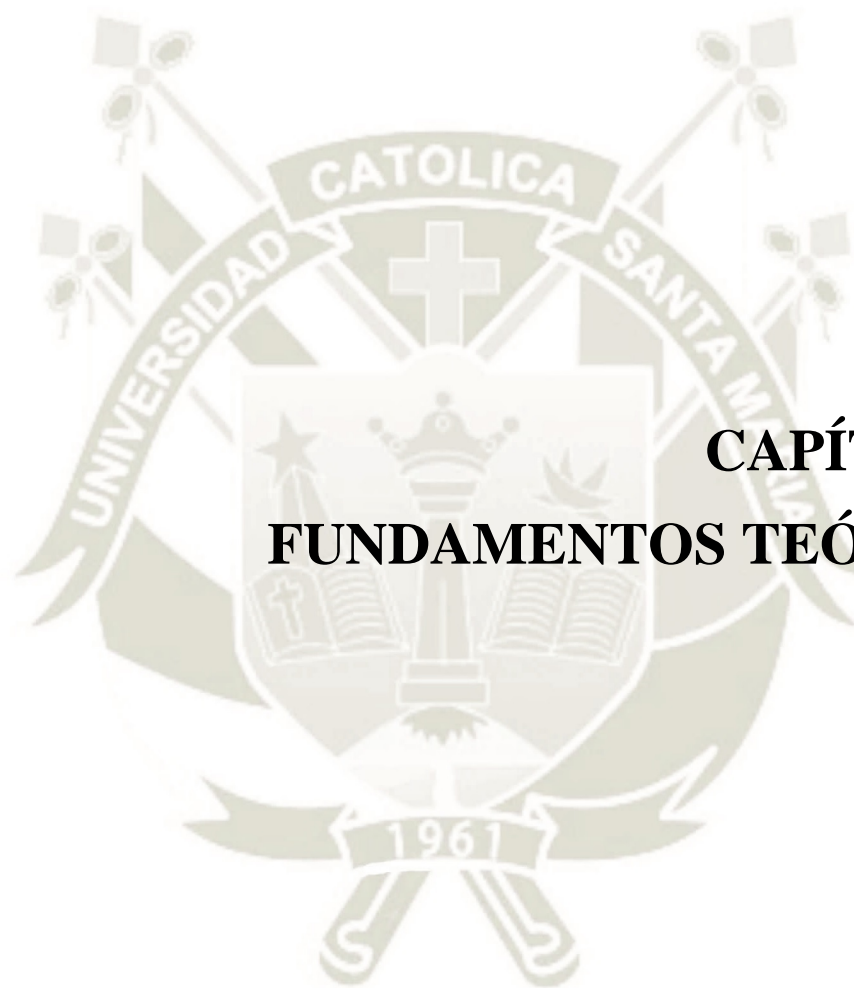
Figura N° 68: Días y cantidad de horas de trabajo.....	99
Figura N° 69: Tipo de material en confecciones.....	100
Figura N° 70: Forma de producción textil.....	101
Figura N° 71: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca.....	102
Figura N° 72: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad.....	103
Figura N° 73: Tiempo de confección de una chompa a máquina.....	104
Figura N° 74: Tiempo de confección de una chompa a mano.....	105
Figura N° 75: cumplimiento de las metas.....	106
Figura N° 76: Conocimiento de los precios en el mercado.....	107
Figura N° 77: Conocimiento de los precios en el mercado.....	108
Figura N° 78: Costos de producción y venta de una chompa.....	109
Figura N° 79: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada.....	110
Figura N° 80: Lugar de compra de la alpaca artesanal.....	111
Figura N° 81: Lugar de compra de la alpaca industrial.....	112
Figura N° 82: Disposición a la capacitación.....	113
Figura N° 83: Consideración de mejora de calidad de producto.....	114
Figura N° 84: Razones de la mejor calidad.....	115
Figura N° 85: Disposición a competencia en mercado externo.....	116
Figura N° 86: Combinación de fibra artesanal e industrial.....	117
Figura N° 87: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial.....	118
Figura N° 88: Disposición de viaje para la promoción del producto.....	119
Figura N° 89: Razones por que no viajarían para la promoción del producto.....	120
Figura N° 90: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual).....	122
Figura N° 91: Días y cantidad de horas de trabajo.....	123
Figura N° 92: Tipo de material en confecciones.....	124
Figura N° 93: Forma de producción textil.....	125
Figura N° 94: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca.....	126
Figura N° 95: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad.....	127
Figura N° 96: Tiempo de confección de una chompa a máquina.....	128
Figura N° 97: Tiempo de confección de una chompa a mano.....	129
Figura N° 98: cumplimiento de las metas.....	130
Figura N° 99: Conocimiento de los precios en el mercado.....	131
Figura N° 100: Costos de producción y venta de una chompa.....	132
Figura N° 101: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada.....	133

Figura N° 102: Lugar de compra de la alpaca artesanal.....	134
Figura N° 103: Lugar de compra de la alpaca industrial.....	135
Figura N° 104: Disposición a la capacitación.....	136
Figura N° 105: Consideración de mejora de calidad de producto.....	136
Figura N° 106: Razones de la mejor calidad.....	137
Figura N° 107: Disposición a competencia en mercado externo.....	138
Figura N° 108: Combinación de fibra artesanal e industrial.....	139
Figura N° 109: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial.....	140
Figura N° 110: Disposición de viaje para la promoción del producto.....	141
Figura N° 111: Razones por que no viajarían para la promoción del producto.....	141
Figura N° 112: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual).....	143
Figura N° 113: Días y cantidad de horas de trabajo.....	144
Figura N° 114: Tipo de material en confecciones.....	145
Figura N° 115: Forma de producción textil.....	146
Figura N° 116: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca.....	147
Figura N° 117: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad.....	147
Figura N° 118: Tiempo de confección de una chompa a máquina.....	149
Figura N° 119: Tiempo de confección de una chompa a mano.....	150
Figura N° 120: cumplimiento de las metas.....	151
Figura N° 121: Conocimiento de los precios en el mercado.....	152
Figura N° 122: Conocimiento de los precios en el mercado.....	152
Figura N° 123: Costos de producción y venta de una chompa.....	153
Figura N° 124: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada.....	154
Figura N° 125: Lugar de compra de la alpaca artesanal.....	155
Figura N° 126: Lugar de compra de la alpaca industrial.....	156
Figura N° 127: Disposición a la capacitación.....	156
Figura N° 128: Consideración de mejora de calidad de producto.....	157
Figura N° 129: Razones de la mejor calidad.....	158
Figura N° 130: Disposición a competencia en mercado externo.....	159
Figura N° 131: Combinación de fibra artesanal e industrial.....	160
Figura N° 132: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial.....	160
Figura N° 133: Disposición de viaje para la promoción del producto.....	161
Figura N° 134: Análisis de la posible compra de los tipos de modelos de prendas de vestir en razón al atractivo de la fibra de alpaca.....	163

Figura N° 135: Análisis de la posible compra de los productos textiles basados en el conocimiento previo de productos textiles de fibra de alpaca.....	164
Figura N° 136: Análisis de la rompa en venta de los posibles clientes con productos similares a la fibra de alpaca.....	165
Figura N° 137: Análisis de las promociones por estación físicas y electrónicas de los posibles clientes para las prendas de vestir de fibra de alpaca.....	167
Figura N° 138: Análisis de la posible compra de los productos textiles en base a la cantidad.....	169
Figura N° 139: Análisis de la posible compra de chompas con sus respectivas tallas y género.....	171
Figura N° 140: Análisis de la cantidad de producción textil.....	173
Figura N° 141: Análisis de la cantidad de horas de trabajo y días de confección a mano para la producción de una chompa.....	175
Figura N° 142: Análisis de la adquisición de la fibra de alpaca industrial y el origen de compra.....	176
Figura N° 143: Análisis de la adquisición de la fibra de alpaca industrial y el origen de compra.....	177
Figura N° 144: Análisis de los costos de producción con la cantidad y tallas de chompas.....	180
Figura N° 145: Organigrama Hatum Warmi.....	185
Figura N° 146: Abastecimiento de materia prima.....	194
Figura N° 147: Elección de diseños por temporada.....	196
Figura N° 148: Confección de chompas.....	197
Figura N° 149: Empaquetado final y almacenamiento.....	198
Figura N° 150: Pasos para la exportación.....	200
Figura N° 151: Documentación necesaria.....	202
Figura N° 152: Factura comercial.....	203
Figura N° 153: Packing list.....	204
Figura N° 154: Conocimiento de embarque.....	205
Figura N° 155: Certificación de origen.....	206
Figura N° 156: Diagrama de flujo ED4.....	208
Figura N° 157: Diseño del boletín informativo.....	209
Figura N° 158: Diagrama de flujo ED5.....	214

Figura N° 159: Diagrama de flujo ED7.....	219
Figura N° 160: Diagrama de Flujo ED13.....	229
Figura N° 161: Diagrama de flujo EO7.....	233
Figura N° 162: Diagrama de flujo EO5.....	238





CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1. Antecedentes

De acuerdo a lo referido por el portal del Ministerio de Agricultura y Riego (2018), en el Perú, específicamente en la Región Arequipa que se encuentra situada en tercer lugar en la crianza de alpacas según el Censo Nacional Agropecuario (CENAGRO) con una población aproximada de 468,392 unidades y que tiene una reputación ganada en el sector textil desde tiempos pre-hispanos hasta la actualidad debido a que era uno de los ámbitos más ricos y desarrollados culturalmente empezando con la Cultura Paracas, Mochica, Tiahuanaco e Inca. Bajo los 4200 m.s.n.m. los productores y artesanos textiles fabrican sus productos a base la fibra de alpaca pero con baja demanda nacional e internacional, con el tiempo la materia prima ha ido evolucionando.

Considerando lo descrito por Salas, Guerra & Polvarini (1995, p.13-23), en el tiempo pre-hispano la materia prima textil estaba conformada por el algodón nativo, pelos de animales autóctonos, hilos de metal y plumajes. Usando maquinaria rudimentaria y mucha habilidad, con técnicas de tejido simples como tejido vertical, horizontal y de cintura o faja, una de las prendas más representativas de la época en la cultura inca fue el “ahuasca” que usaba el pueblo y el “cumbi” usado por la nobleza. Entre los siglos XVI-XVIII la manufactura mercantil colonial se basa en la tejedura de carácter doméstico teniendo como pionero a Antonio Rivera, que en el 1545 fundo su primer obraje en el Perú. A finales del siglo XVI empezó la crisis de los obrajes debido a los abusos de la corona española y sus gastos innecesarios, después de todos estos sucesos los obrajes pasaron a manos de aristocráticos o de la iglesia y empezó a tener un crecimiento en el centenario de 1660 y 1760. Uno de los mejores beneficios para el sector textil fue el libre comercio en la emancipación trayendo un buen flujo de comercio hasta el siglo XIX que se abrió las puertas del comercio internacional y de esta forma trayendo al Perú hasta el siglo XX que en el Perú fue la expansión del sector textil hasta la actualidad. Sin embargo las raíces autóctonas de los tejidos pre-hispánicos se mantienen en un apogeo en el mundo entero por sus colores vivos y su calidad indiscutible.

1.2. Diversidad de razas y habitat de alpacas

Considerando lo descrito por De los Ríos (2016, p. 7-9). Las alpacas son oriundas de los andes peruanos, donde las culturas pre Incas empezaron a domesticarlas con el fin de animales de carga para mejorar su trabajo y eficiencia.

Existe un aproximado de población total de 3.5 a 4 millones estos camélidos andinos en el continente sudamericano. Encontrándose en su mayoría en los países de Perú y Bolivia. Las crianza de las alpacas debido a que son autóctonas de los Andes Peruanos tienen altitudes aproximadas entre los 3000 a 4500 metros sobre el nivel del mar y dichas alpacas resisten bruscas temperaturas en descensos extremos como -20 grados centígrados y elevaciones de aproximadamente los 30 grados centígrados en un día con una alimentación basada netamente en agua y pastos andinos naturales.

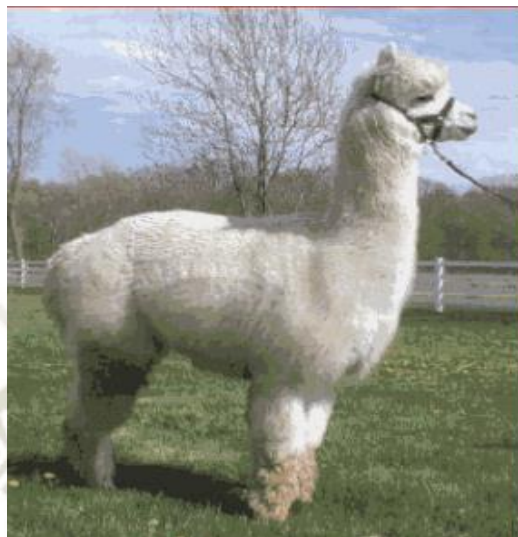
La alpaca tiene la capacidad de gestar una cría cada año con una gestación aproximada de 11 a 10 meses. Al nacer las alpacas tienen un peso aproximado de entre 7 a 10 kilogramos y una altura no mayor a un metro. Al promediar los dos años y medio a tres años de vida de dichas alpacas el peso óptimo para empezar su reproducción es a partir de los 35 kilogramos y un aproximado de 50 kilogramos en su vida adulta. El tiempo estimado de vida de las alpacas ronda entre los 25 años. La diversidad de alpacas en su población total presenta dos tipos de razas, las cuales se detallan a continuación:

1.2.1. Raza Huacaya

Es la raza más abundante con un 85% del total de la población en el país, las diferencias de visuales entre la raza Huacaya y la raza Suri es debido a que la raza Huacaya tiene una apariencia redondeada y con un pelaje más voluminosos ya que el pelaje crece en forma perpendicular a la alpaca, el pelaje de este animal es suave y posee mucha densidad lo que genera dicha apariencia, la fibra de este tipo de alpaca es abundantemente rizado en el

cuerpo, las piernas y la zona del cuello con un crecimiento de 9 a 12 cm.

Figura N° 1: Camélido de raza Huacaya



Fuente: Portal alpacas del Perú. (2019).
Imágenes de tipos de camélidos. Extraído el
26 de marzo del 2019 de
http://alpacasdelperu050785.blogspot.com/2015/12/razas-de-alpaca_8.html

1.2.2. Raza Suri

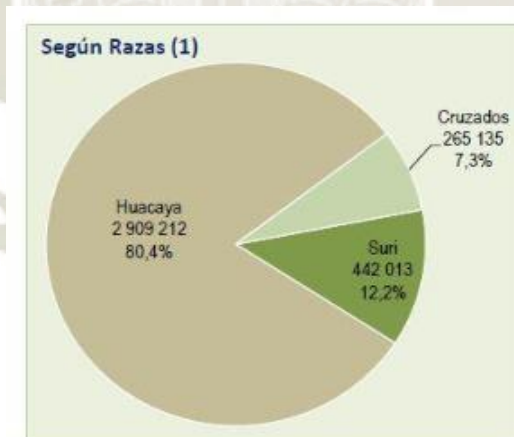
La población de la raza Suri es menor a la raza Huacaya, dicha población tiene un aproximado del 15% del total. El pelaje de este animal crece a diferencia de la raza Huacaya de forma paralela al cuerpo con dirección al piso, la fibra de esta raza de alpaca es ligeramente ondulada y sedosa, cayendo a ambos costados de todo el cuerpo del animal, esta fibra tiene un crecimiento de 10.4 a 20 cm.

Figura N° 2: Camélido de raza Suri



Fuente: Portal alpacas del Perú. (2019).
Imágenes de tipos de camélidos. Extraído el 26
de marzo del 2019 de
http://alpacasdelperu050785.blogspot.com/2015/12/razas-de-alpaca_8.html

Figura N° 3: Tabla estadística



Fuente: Portal alpacas del Perú. (2019).
Porcentaje de tipos de camélidos.
Extraído el 26 de marzo del 2019 de
http://alpacasdelperu050785.blogspot.com/2015/12/razas-de-alpaca_8.html

1.3. Características de la fibra de alpaca

1.3.1. Térmico

Considerando lo referido al portal Munay (2018), uno de los mejores atributos que aporta la fibra de alpaca en los productos textiles es la de termoaislante, ya que tiene micro burbujas de aire en el interior que dan la propiedad de aislar la temperatura generada por el cuerpo y que la mantienen a pesar de que se genere descensos de temperatura bruscos en el medio ambiente, haciendo que sea un producto muy atractivo para los climas fríos o lugares donde el clima sea muy cambiante o extremo también hace que el producto textil sea ligero y cómodo de usarlo.

1.3.3. Suavidad y finura

Según lo obtenido en el portal Munay (2018), la fibra de las alpacas tienen bordes poco salientes que disminuyen la fricción generando suavidad y confort en los productos textiles, la norma técnica peruana que se da en el mercado de compra de fibra de alpaca tiene como definición de tipo: baby alpaca, alpaca fleece, alpaca huarizo, alpaca gruesa y alpaca corta, ya que cada una de estas se van derivando por el tipo de corte en la fibra de alpaca, como por ejemplo en el baby alpaca es el corte pegado a la piel del animal y este es extremadamente suave en comparación de la última parte de la fibra del animal, como sería en la definición ya establecida como alpaca gruesa y corta.

1.3.3. Resistencia

De acuerdo a lo referido por el portal de alpacas del Perú (2018), la fibra de alpaca a comparación de la lana de oveja es 3 veces más resistente, suave y fuerte sin perder su suavidad finura en los

procesos industriales textiles ya que tiene alta resistencia a la tracción producido por las maquinas lo cual es de suma importancia ya que de esta forma no se producirá la formación de “neps” que son cúmulos circulares de fibras definidas que hacen ineficiente el proceso textil industrial y artesanal.

1.3.4. Hipo alérgica

Según lo obtenido en el portal Munay (2018), la fibra de la alpaca es difícilmente alérgica, porque a diferencia del material textil producido por la oveja que es competidor directo de la fibra de alpaca y a su vez muy popular a nivel mundial, esta no contiene “lanolina” que es el causante de que no genere picazón a comparación de otros productos en el mercado como los materiales sintéticos o semi-sintéticos que al no contener lanolina genera escozor y por ende la incomodidad al usarlo en comparación de la fibra de alpaca.

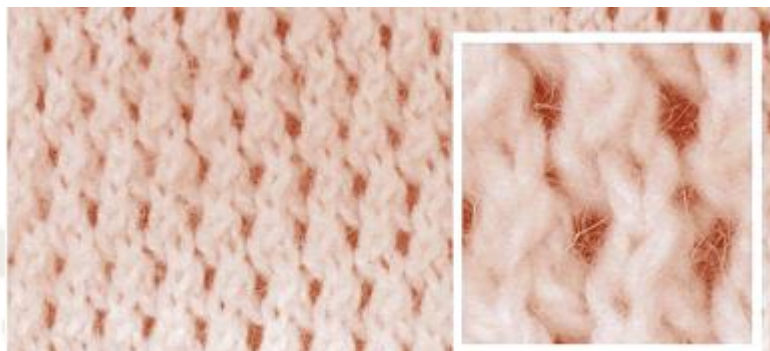
1.4. Características del punto de tejido

La confección textil de las prendas a base de la fibra de alpaca son distintas debido a que pueden llevar procesos de confección industriales ya sea a maquinas con poca intervención del ser humano, como maquinas automatizadas donde el producto final solo debe ser empaquetado.

Existen también formas de confección textil a croché la cual conlleva un arduo trabajo en el proceso de confección, pero ofrece una mayor calidad en el punto de tejido debido a que cada punto escogido para la confección puede ser más preciso y con una tensión entre las cerdas que provee una durabilidad y resistencia para que no genere imperfecciones en la prenda. Los puntos de confección a croché más populares en Hatum Warmi son:

- Punto Fantasía calado

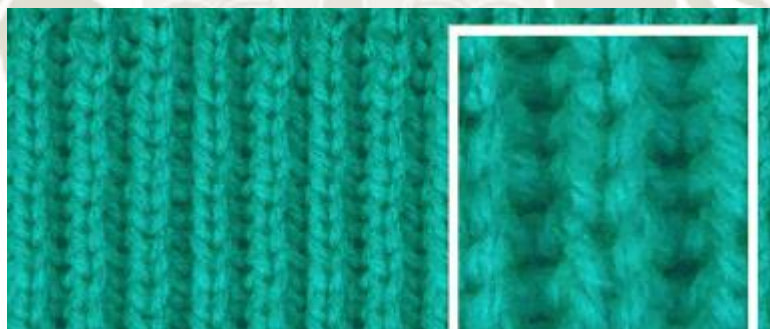
Figura N° 4: Punto fantasía calado



Fuente: Portal guía de puntos tejido. (2019).Tipos de puntos. Extraído el 17 de diciembre del 2019 de https://www.guiaparatejerbien.com/2008/07/muestrario-de-puntos_06.html

- Punto Ingles

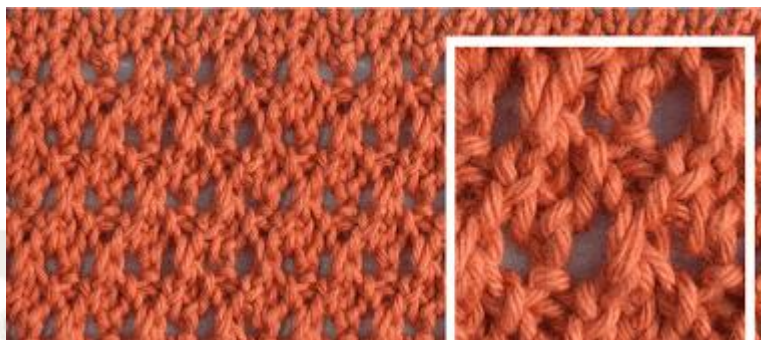
Figura N° 5: Punto Ingles



Fuente: Portal guía de puntos tejido. (2019).Tipos de puntos. Extraído el 17 de diciembre del 2019 de https://www.guiaparatejerbien.com/2008/07/muestrario-de-puntos_06.html

- Punto Rombos calados

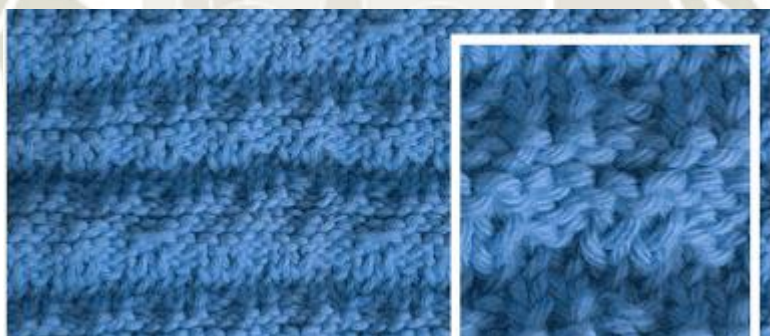
Figura N° 6: Punto Rombos calados



Fuente: Portal guía de puntos tejido. (2019).Tipos de puntos.
Extraído el 17 de diciembre del 2019 de
https://www.guiaparatejerbien.com/2008/07/muestrario-de-puntos_06.html

- Punto Burbujas

Figura N° 7: Punto Burbujas



Fuente: Portal guía de puntos tejido. (2019).Tipos de puntos.
Extraído el 17 de diciembre del 2019 de
https://www.guiaparatejerbien.com/2008/07/muestrario-de-puntos_06.html

- Punto Canelón

Figura N° 8: Punto Canelón



Fuente: Portal guía de puntos tejido. (2019).Tipos de puntos.
Extraído el 17 de diciembre del 2019 de
https://www.guiaparatejerbien.com/2008/07/muestrario-de-puntos_06.html

- Punto Espina

Figura N° 9: Punto Rombos Espina



Fuente: Portal guía de puntos tejido. (2019).Tipos de puntos.
Extraído el 17 de diciembre del 2019 de
https://www.guiaparatejerbien.com/2008/07/muestrario-de-puntos_06.html

1.5. Características del sector de exportación

1.5.1. Económico

Según la información extraída del portal de Holanda (2018), la economía holandesa es una de las más fuertes de la comunidad europea ya que tienen los más altos ingresos por habitante en la comunidad europea después de Irlanda y Luxemburgo.

A su vez es una de las más competitivas en el mundo ya que está situada en el cuarto lugar según el índice de competitividad global que ha sido publicado según el foro económico en cuanto a exportación agroalimentario, uno de los cinco primeros en cuanto a productividad y unos de los diez primeros en cuanto a inversiones extranjeras en el último año.

1.5.2. Climático

De acuerdo con la información brindada del portal de Holanda (2018), los países bajos se consideran el país más plano en el mundo, ya que esta al mismo nivel que el mar y en algunas partes por debajo del nivel del mar; cuenta con climas cambiantes aun en las temporadas de verano o primavera por la misma razón de que no tiene una protección natural geográfica, y por esta razón es que el consumo de ropas de abrigo o térmicas son muy bien cotizadas en el mercado.

1.5.3. Cultural y Social

Considerando la información obtenida del portal de Holanda (2018), los países bajos cuentan con una población aproximada de 17 millones de habitantes en el 2018. Las características como cultura de población holandesa son de amabilidad, honestidad, gentileza, y de mente abierta en cuanto se refiere a entender a las demás culturas que visitan su país como también la moda y la

religión. Los países bajos tienen abundante belleza natural, ciudades alegres y cosmopolitas como también un país con la tasa de criminalidad muy baja lo que convierte un país muy seguro.

1.6. Instituciones involucradas

- **MINCETUR**

Considerando lo obtenido en el portal del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019), con el apoyo del viceministerio de turismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aporta información de suma importancia en el sector de turismo y de los programas conjuntos para que se genere un turismo sostenible ya que de esta forma se convierte en un sintetizador de la descentralización y de las respectivas inversiones en un mercado competitivo que contribuya con los objetivos nacionales planeados. De esta forma se podrá encontrar documentos para todo tipo de profesionales y técnicos especializados en turismo y así planificar, desarrollar e implementar un destino turístico atractivo, también se podrá encontrar documentos estadísticos que serán de suma importancia para el emprendimiento de un producto o servicio como también para la toma de decisiones empresariales. Las tareas que realiza el viceministerio son dirigidas a:

1. Analiza las variables del comportamiento turístico.
2. Fomenta la inversión empresarial turística.
3. Optimiza la calidad de los servicios y productos.
4. Protege al turista.
5. Promociona el turismo nacional.
6. Implanta conciencia turística en la población nacional.
7. Genera diversificación de productos conjuntamente con las regiones del país.

- **Ministerio de Producción**

De acuerdo a lo referido en el portal del Ministerio de Producción (2019), el Ministerio de Producción se encarga de supervisar la política nacional y sectorial de la agricultura y pesca, también se encarga de ejercer orden y competencia en los ámbitos pesqueros y agrícolas, como también los productos fiscalizados; este Ministerio se encarga del continuo desarrollo y en forma ordenada de los sectores naturales productivos como son la pesca, agricultura, micro y pequeña empresa así como también el comercio interno en el país, a su vez hace un énfasis especial en la justa revaloración de la pesca artesanal para mejorar la calidad de vida de los pescadores artesanales peruanos, este ministerio tiene como misión el desarrollo sostenible de los agentes en el sector productivo incentivando la innovación continua y calidad.

- **PROMPERÚ**

Con la información obtenida del portal de PromPerú (2019), PromPerú es un organismo especializado del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR, y tiene como función la promoción de turismo, imagen y exportaciones del país, así mismo tiene como misión fundamental la de promocionar al Perú alrededor del mundo mediante sus atractivos turísticos sus productos bandera para que puedan ser exportados sus atractivos turísticos para que de esta forma contribuya a un desarrollo sostenible y descentralizado del Perú. Porque realizando estas tareas de forma efectiva quiere llegar a ser la mejor agencia en cuanto a promoción de exportación y turismo en todo el continente basándose en resultados y reconocimiento.

PromPerú tiene como valores primordiales la de compromiso, orientación, liderazgo, respeto, trabajo en equipo, integridad e innovación.

- **Ministerio de Agricultura y Riego**

De acuerdo a lo referido por el portal del Ministerio de Agricultura y Riego (2019), El Ministerio de Agricultura y Riego fue creada en el periodo del presidente Manuel Prado Ugarteche, concebida bajo la ley N°9711. Este Ministerio ejerce su competencia en todo el territorio peruano en:

1. Tierras de uso agrícola y forestales
2. Aprovechamiento de recursos forestales
3. Flora y fauna nacional
4. Manejo de los recursos hídricos
5. Utilización del agua para los recursos agrarios
6. Cultivos y crianzas
7. Sanidad, investigación, implementación de tecnología.

- **Instituto Nacional de Innovación Agraria**

Según el portal del Instituto Nacional de Innovación Agraria (2019), Es un organismo especializado perteneciente del Ministerio de Agricultura y Riego, tiene como misión primordial investigar y contribuir a las innovaciones agrarias del país como a su vez que sea sostenible con una cooperación del sistema nacional de innovación agraria, para que de esta forma se pueda promover este sector de producción con una seguridad alimentaria. También el instituto nacional de innovación agraria desarrolla diversas actividades como la investigación, innovación tecnológica y la conservación total de sus recursos genéticos; conjunto a los agentes del S.N.I.A. se encargan de articular y regula constantemente las investigaciones de desarrollo e innovación con una orientación a la seguridad alimentaria, competitividad en el mercado y también adaptación a los cambios climáticos globales.

Tiene como objetivo global incentivar, ejecutar y promover muchas actividades con el fin de que facilitar el fortalecimiento y desarrollo de las innovaciones tecnológicas agrarias, como también el incremento

continuo de los niveles de producción agraria con dirigida a la inclusión de los pequeños y medianos productores nacionales.

- **Sierra y Selva Exportadora**

De acuerdo a lo referido por el Ministerio de Agricultura y Riego (2019), Sierra y selva exportadora es un organismo ejecutor de carácter público que se encuentra adscrito al MINAGRI, que es el Ministerio de agricultura y riego, y tiene como objetivo primordial promover constantemente el acceso a los mercados de los productores agropecuarios de nuestro país de las zonas selva y sierra como a su vez se encarga de desarrollar y pulir estrategias y acciones con los mismos productores de la mano con los sectores competentes de los gobiernos regionales y locales de acuerdo a sus objetivos y competencias establecidas por la ley peruana.

- **Instituto Peruano de Alpaca y Camélidos**

Con lo obtenido por el portal del Instituto Peruano Alpaca y Camélidos (2019), es una organización civil sin ningún tipo de lucro y que representa al sector de alpaca y camélidos de todo el continente a su vez coordina, desarrolla y genera propuestas técnicas para optimizar la competitividad del sector de alpacas.

- **SIICEX**

Considerando lo obtenido por el portal de SIICEX (2019), es el sistema integrado de información y comercio exterior con el objetivo principal de brindar información constantemente actualizada y clasificada especialmente a la comunidad empresarial peruana para que de esta manera puedan fortalecer sus negocios e integrarlos al mundo, la misma que está organizada en:

1. Inteligencia de mercado: Donde se puede conseguir información estadística del comercio exterior, información del producto en el

- mercado, precios de referencia en el mercado internacional y ficha país.
2. Promoción comercial: Este perfil de la página es donde podemos encontrar el directorio de compradores extranjeros, sistema de oportunidades de negocio, una red de misión en el mercado exterior y eventos comerciales.
 3. Oferta exportable: Este perfil de la página es donde podemos encontrar el directorio de los compradores nacionales como ficha producto, directorio de las instituciones del comercio nacional e internacional y la logística de exportación de servicios.
 4. Negociaciones y acceso de mercado: En este perfil encontramos las políticas de comercio exterior como también los acuerdos comerciales, también encontramos en este perfil la calidad, regulaciones e información para el negociador
 5. Programas de capacitaciones: Los programas de capacitación pueden ser de forma virtual como presencial con los cursos de “Elearning” que trata sobre los cursos de exportaciones y temas relaciones al comercio global
 6. Comunicación permanente: La ventaja de esta ventana es que ahora los exportadores peruanos tienen la facilidad de una comunicación permanente con un consultor de PromPerú, un negociador del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, para que puedan absolver todas sus dudas en los temas de ingreso a mercados

1.7. Estadísticas del sector

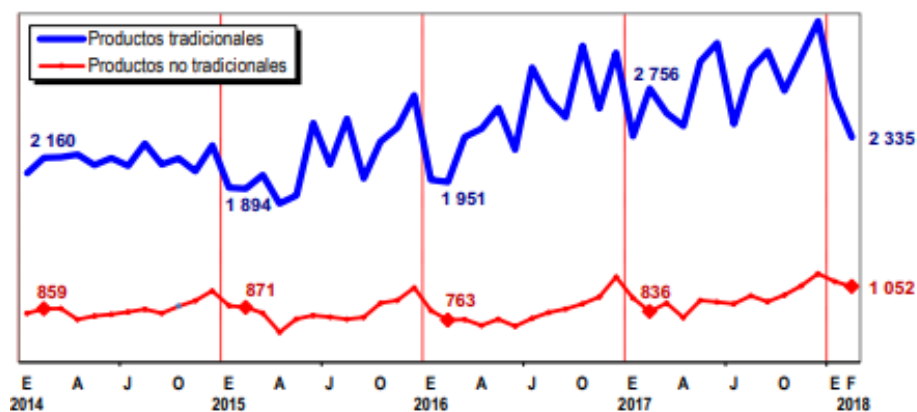
Tabla N°1: Exportación FOB, según sector económico año 2017-2018

	Sector económico	(Millones de US\$ de 2007)		Variación Porcentual	
		Feb. 17	Feb. 18	Feb.17/Feb. 18	Ene-Feb.17 / Ene-Feb.18
	Total	3,599.10	3,392.60	-5.7	3.9
I	Productos tradicionales	2,756.40	2,335.10	-15.3	-1.6
	Pesquero	173.1	72	-58.4	-73.9
	Agrícola	25.9	27.9	7.6	7.8
	Minero	2,249.10	1,977.20	-12.1	1.7
	Petróleo y gas natural	308.1	258	-16.3	9.9
II	Productos no tradicionales	836	1,051.60	25.8	20
	Agropecuario	280.4	351.6	25.4	22.9
	Textil	70.5	78.2	10.8	14
	Pesquero	186.4	276.4	48.3	33.8
	Químico	83.3	102.3	22.8	17.9
	Metalmecánico	37.6	49.8	32.5	33.7
	Siderometalúrgico	99.1	114.5	15.5	4
	Minería no metálica	43.2	41.2	-4.7	-3.3
Resto	35.4	37.7	6.4	0.8	

Fuente: Portal del INEI. (2018). Boletines informativos. Extraído el 26 de diciembre del 2018 de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/04-informe-tecnico-n04_exportaciones-e-importaciones-ene2018

El sector económico textil hubo un crecimiento entre los periodos de enero del 2017 a enero del 2018 de un 70.5 a 78.2 millones de dólares, con una variación porcentual de 10.8 a 14.0 respectivamente.

Figura N° 10: Exportación FOB 2014 - 2018



Fuente: Portal del INEI. (2018). Boletines informativos. Extraído el 26 de diciembre del 2018 de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/04-informe-tecnico-n04_exportaciones-e-importaciones-ene2018

Se genera un ascenso en los productos tradicionales y no tradicionales, desde el periodo 2014 al 2018, pero con un descenso en los últimos meses del 2018 llegando de su pico más alto al más bajo en el 2017 en cambio en los productos no tradicionales se genera un ascenso continuo con leves descensos.

Tabla N°2: Principales países de exportación 2017-2018

País	(Millones de US\$ de 2007)		Variación Porcentual	
	Feb. 17	Feb. 18	Feb.17/Feb. 18	Ene-Feb.17 / Ene-Feb.18
Tradicional				
China	1,225.90	893.2	-27.1	-18
EE.UU.	249.2	306	22.8	11.3
Corea del Sur	37.2	210.4	465.8	316.2
Japón	116.2	132.4	14	38.6
Alemania	129.8	129.9	0.1	94.7
España	145.7	118.5	-18.7	-26.6
Brasil	57	111.8	96	82
No Tradicional				
EE.UU.	209.8	294.8	40.5	10.5
España	52.2	74.2	42.3	7.6
Países Bajos	58.7	74.1	26.3	22.4
Ecuador	43.9	61.2	39.5	41.3
Corea del Sur	23.1	55.7	141.4	6.9
Colombia	50	50.9	1.9	-6.1
Chile	43.3	42.7	-1.4	10.2

Fuente: Portal del INEI. (2018). Boletines informativos. Extraído el 26 de diciembre del 2018 de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/04-informe-tecnico-n04_exportaciones-e-importaciones-ene2018

En este cuadro presentado observamos que en los productos no tradicionales se ha venido generando un crecimiento en los países bajos con un 58.7 a un 74.1 en millones de dólares entre los periodos 2017 al 2018 siendo un indicador favorable para las exportaciones no tradicionales.

Tabla N° 3: Productos no tradicionales exportados 2017-2018

Sector Económico	(Millones de US\$ de 2007)		Variación Porcentual	
	Feb. 17	Feb. 18	Feb.18/Feb. 17	Ene-Feb.18 / Ene-Feb.17
Textiles				
Polos de algodón	15.2	19.9	31.1	30
Camisas punto de algodón	10.8	10	-7.7	-3.6
Pelo cardado de alpaca o llama	2.6	5.2	97.6	36.9
Polos y camisetas de otro punto textil	3.6	2.1	-41.7	-14.8
Prendas de punto textil para bebe	1.8	1.8	0.7	12.4
Fibra acrílica cardada	1.7	1.6	-4.4	7.4
Agropecuario				
Mangos	55.5	76.2	37.4	15.3
Uvas	68	63.7	-6.3	28.7
Plátano (incluido tipos)	15.8	19.8	25.3	10.3
Espárragos	13.8	12.8	-7.2	-4.1
Paltas	5.1	12.3	143.1	188.8
Paprika	7.7	10.1	31.5	3.8
Alcachofa	5.5	9.3	68	46.1

Fuente: Portal del INEI. (2018). Boletines informativos. Extraído el 26 de diciembre del 2018 de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/04-informe-tecnico-n04_exportaciones-e-importaciones-ene2018

De acuerdo a los datos en la tabla presentada observamos en los productos no tradicionales, específicamente en textiles de pelo fino cardado o peinado de alpaca o llama ha tenido un crecimiento de 2.6 a 5.2 millones de dólares entre los periodos del 2017 al 2018 con una variación porcentual de 97.6 a 36.9 respectivamente.



CAPÍTULO II

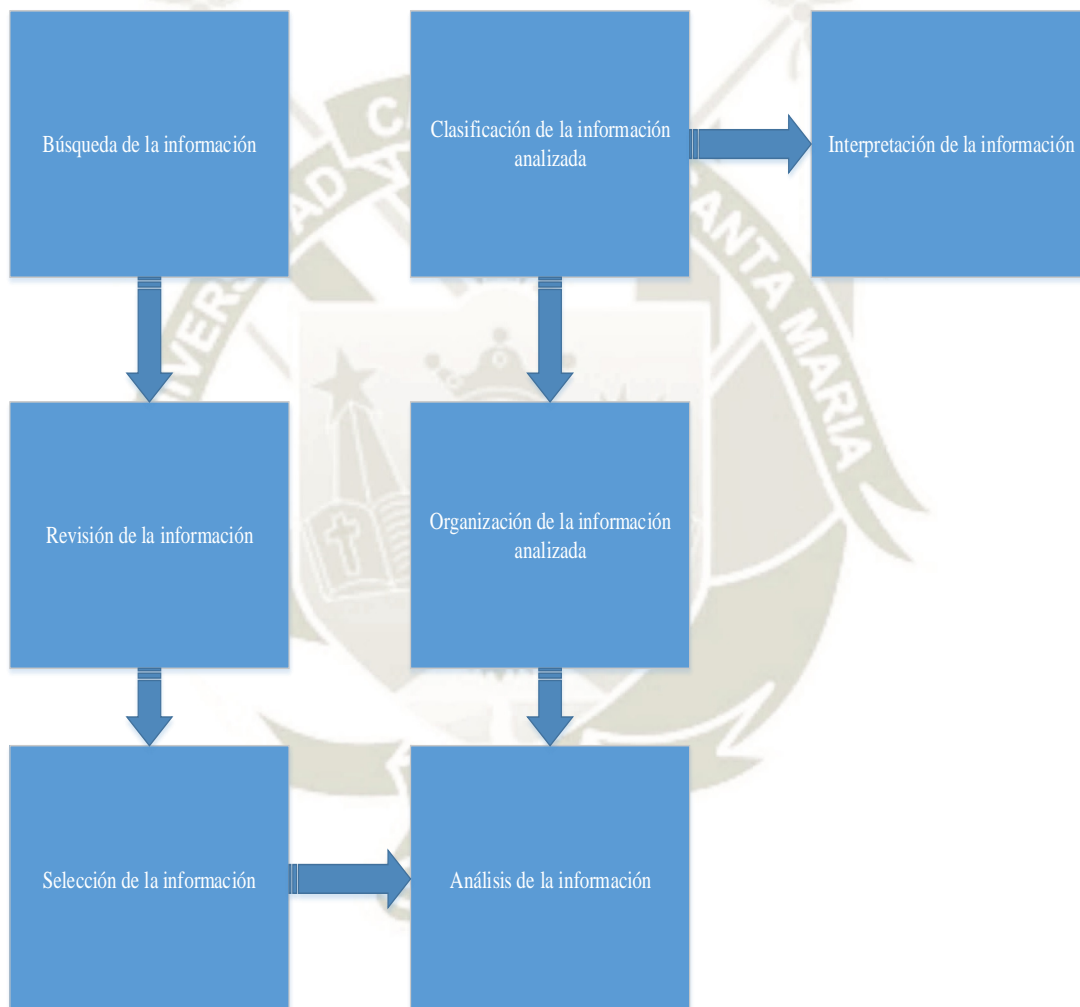
ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1. Técnicas empleadas

2.1.1. Revisión documental

En la revisión documental de dicha investigación fue basada en los siguientes pasos:

Figura N° 11: Revisión documental



Fuente: Elaboración Propia

La revisión documental presentada en este tema de investigación fue basada en 7 pasos para la recolección de datos, siendo la primera la recolección de datos de la información mediante plataformas electrónicas como son las páginas web gubernamentales, para la búsqueda de datos estadísticos, legales y

económicos; libros de historia, para la búsqueda de información sobre las étnicas y origen milenario del tejido a base de fibra de alpaca y su proceso histórico ; páginas web de organizaciones internacionales, para la búsqueda de información referente a estadísticas de los auquénidos andinos en el continente; páginas web de información de turismo; para la búsqueda de información del conocimiento, popularidad nacional e internacional de la fibra de alpaca; páginas web de moda, para la búsqueda de información de las tendencias actuales de prendas textiles a base de animales alto andinos peruanos. El segundo paso realizado siendo la revisión de datos de las plataformas electrónicas y físicas fue basado y orientado a las necesidades de dicha investigación sobre la exportación de chompas a base de fibra de alpaca. La selección de la información es basada para los puntos requeridos presentados durante dicha investigación, el análisis de los datos de dicha información seleccionada fue de manera objetiva para el apoyo y sustento de la presente investigación.

La organización de los datos anteriormente analizados y procesados mediante estos pasos, es para el orden continuo de la información y de esta manera seguir con su clasificación específica como también su interpretación final.

2.1.2. Encuesta

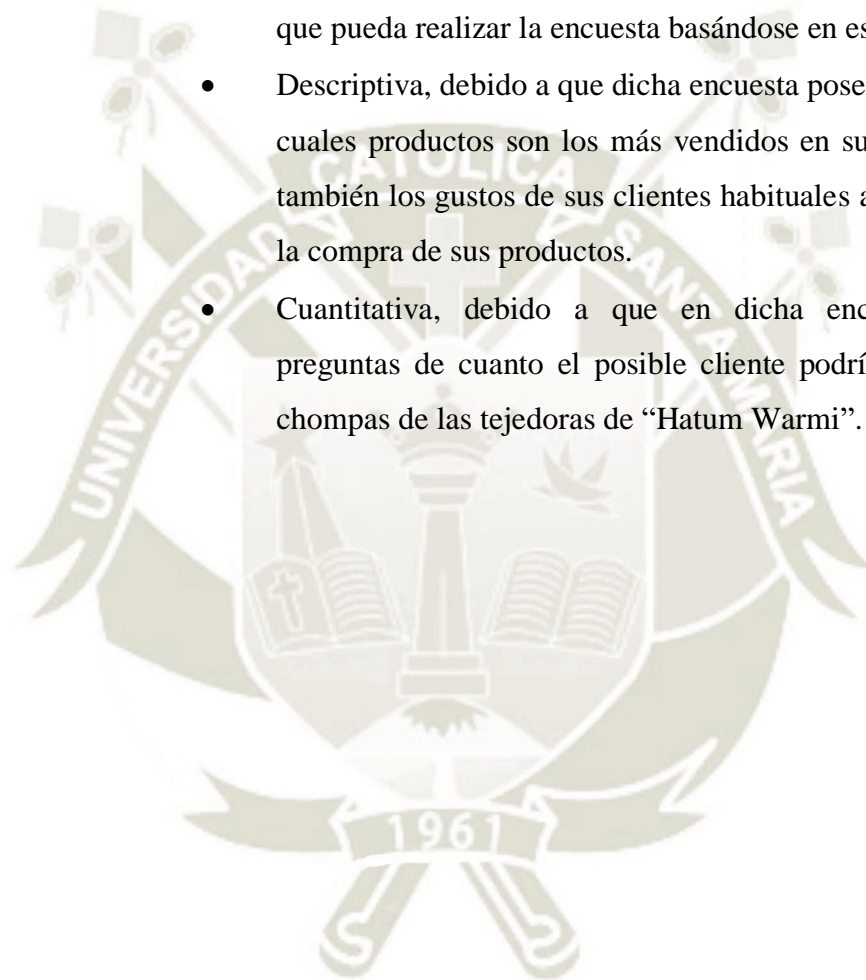
1. “Hatun Warmi” y competidoras. La investigación realizada a las mujeres tejedoras de la asociación “Hatun Warmi” y competidores para la recolección de datos se dio mediante la encuesta, dicha encuesta elaborada minuciosamente consiste en preguntas abiertas y mixtas, debido a que las preguntas abiertas proveen a los encuestados una respuesta extensa y con sus propias palabras permitiendo una libertad de expresión en cada pregunta realizada, las preguntas mixtas en la presente encuesta realizada, posee dos tipos de preguntas, siendo una de tipo cerrada proporcionando al

encuestado una elección de respuesta positiva o negativa y un tipo de pregunta abierta según la anterior pregunta cerrada, siendo positiva o negativa el encuestado puede elegir una respuesta de opción múltiple o una respuesta donde puede expresarse abiertamente. La encuesta realizada a su vez posee diferentes características como son:

- Calificativa, debido a que la encuesta posee preguntas calificativas como valorizan su producción, su forma de producción y el resultado final frente a las competencias industrializadas.
 - Descriptiva, debido a que la encuesta posee preguntas de cómo se realiza la producción, sea a mano o a máquina, como también el uso de la materia prima debido a que las mujeres tejedoras pueden usar fibra de alpaca artesanal y fibra de alpaca industrial.
 - Cuantitativa, debido a que la encuesta posee preguntas de la cantidad que cada mujer puede realizar mensualmente con una normalidad regular de pedidos, como la cantidad de conos de alpaca que cada mujer usa para el total de su producción, como son las chompas en su mayoría, bufandas, medias y guantes
2. Posibles clientes, La investigación realizada a los posibles clientes del sector de Staphorst en el país de Holanda para la recolección de datos se dio mediante la encuesta, dicha encuesta elaborada minuciosamente consiste en preguntas abiertas y mixtas, debido a que las preguntas abiertas proveen a los encuestados una respuesta extensa y con sus propias palabras permitiendo una libertad de expresión en cada pregunta realizada, las preguntas mixtas en la presente encuesta realizada, posee dos tipos de preguntas, siendo una de tipo cerrada proporcionando al encuestado una elección de respuesta positiva o negativa y un tipo de pregunta abierta según la anterior pregunta cerrada, siendo positiva o

negativa el encuestado puede elegir una respuesta de opción múltiple o una respuesta donde puede expresarse abiertamente. La encuesta realizada a su vez posee diferentes características como son:

- Calificativa, debido a que al momento de realizar la encuesta se mostró a cada posible cliente la muestra de una chompa de las mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” para que pueda realizar la encuesta basándose en esta muestra.
- Descriptiva, debido a que dicha encuesta posee preguntas de cuales productos son los más vendidos en su tienda, como también los gustos de sus clientes habituales al momento de la compra de sus productos.
- Cuantitativa, debido a que en dicha encuesta existen preguntas de cuanto el posible cliente podría comprar las chompas de las tejedoras de “Hatun Warmi”.



2.2. Instrumentos aplicados

2.2.1. Ficha de revisión bibliográfica

La ficha de revisión bibliográfica de la presente investigación fue basada en el siguiente modelo presentado.

Figura N°12: Ficha de revisión bibliográfica

Nombre del documento (Título de la publicación)	
Tipo de publicación (Artículo, Libro, Conferencia)	
Autor	
Referencia Bibliográfica (Normas APA)	
Palabras clave de búsqueda	
Palabras clave de artículo	
Ubicación y/o clasificación topográfica de la biblioteca	
Resumen	
Conceptos abordados	
Relevancia de este artículo para el proyecto de investigación	

Fuente: Elaboración propia.

La ficha de revisión documental tiene como objetivo sintetizar las lecturas realizadas en la presente investigación de forma documental. Con los siguientes pasos:

1. Nombre del documento
2. Tipo de publicación

3. Autor
4. Referencia bibliográfica
5. Palabras clave de búsqueda
6. Palabras clave de artículo
7. Ubicación topográfica de la biblioteca
8. Resumen
9. Conceptos abordados
10. Relevancia de este artículo para la investigación

2.2.2 Cuestionario

La presente investigación para la exportación de chompas a base de fibra de alpaca de la asociación “Hatun Warmi”, para la recolección de datos cuantitativos, calificativos y descriptivos fue realizada mediante un cuestionario proporcionado a cada mujer perteneciente a dicha asociación. Ver ANEXO “2,3”

2.3. Población

2.3.1. Asociaciones

La presente investigación tuvo un estudio de análisis basado en las siguientes asociaciones, teniendo como principal la asociación de tejedoras “Hatun Warmi”, y competidoras, como se presenta a continuación.

Tabla N° 4: Dirección de asociaciones y representantes

	Asociación	Dirección	Representante
a.	Hatum Warmi	1ero de Junio, Manzana L-1 Zona "B", Cayma Arequipa - Perú	Paola Noa Tejada
b.	Ñaña	Manzana "C", Lote N°2 Pueblo Joven Mariano Melgar, Arequipa - Perú	Andrea Gutierrez Arequipa
c.	Cori	Calle Quezada 107, Yanahuara Arequipa -Perú	Luis Carlos Alvares

Fuente: Elaboración propia.

El cuadro mostrado anteriormente indica las direcciones y representantes de cada asociación o agrupación de mujeres tejedoras. Teniendo como centro de estudio la asociación de mujeres tejedoras "Hatum Warmi". Ubicada en 1ero de Junio, Manzana L-1 Zona "B" Cayma, Arequipa – Perú

Figura N° 13: Ubicación de "Hatum Warmi"



Fuente: Elaboración propia

Figura N° 14: Representante de “Hatun Warmi”



Fuente: Elaboración propia

La representante de “Hatun Warmi”, Paola Noa Tejada.

2.3.2. Tiendas

Tabla N° 5: Dirección de tiendas y representantes

	Empresa	Dirección	Representante
a.	Incalpaca	Calle Condor 100, Tahuaycani. Arequipa - Perú	Chaves Bellido Luis Alberto
b.	Kuna	Santa Catalina 210. Arequipa – Perú Calle Mercaderes 141. Arequipa – Perú Plaza Bolívar s/n Urb. Arequipa – Perú	Revilla Samuel
c.	Andean	General moran 118, local 20. Arequipa – Perú Av. Juan Bustamante de la Fuente s/n Tahuaycani, Sachaca Arequipa - Perú	Revilla Samuel
d.	Tumi	Calle Cóndor 100, Tahuaycani. Arequipa - Perú	Revilla Samuel
e.	Michell	Av. Juan de la Torre 101. Arequipa - Perú	Chirinos Manuel
f.	MFH	Calle puente Bolívar 228, Sachaca. Arequipa - Perú	Gutiérrez José

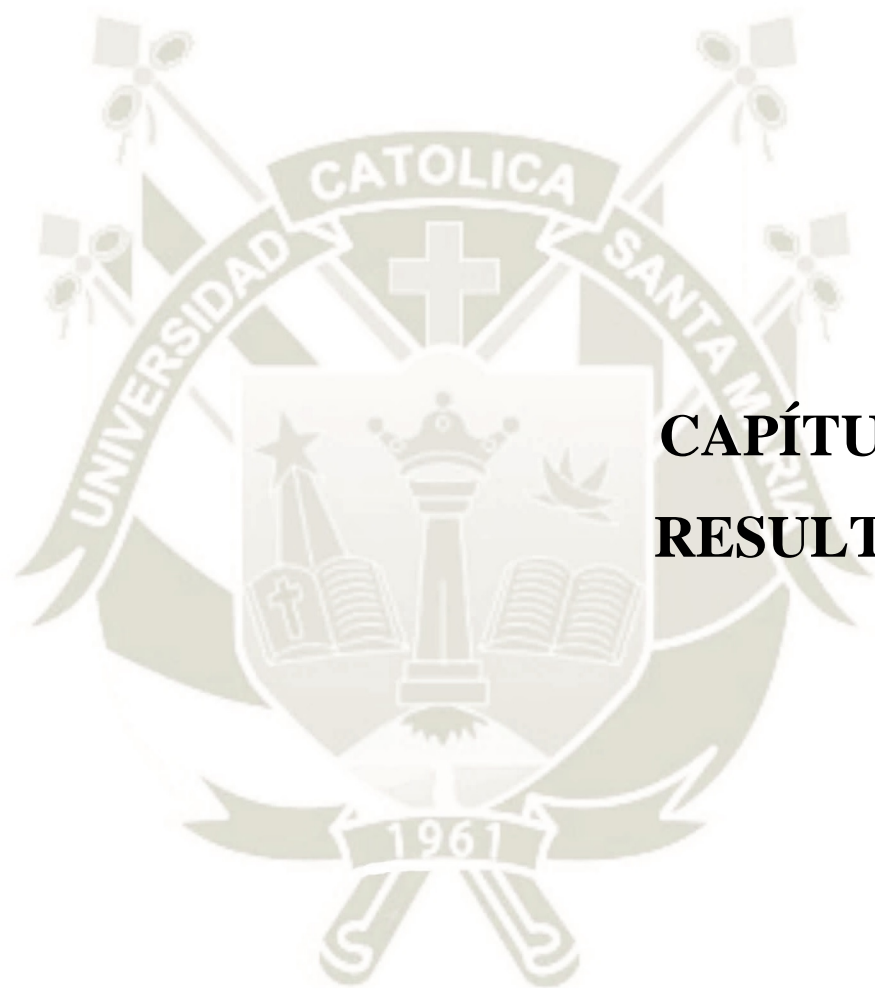
2.4. Procedimiento para la recolección y tratamiento de datos

Los procedimientos llevados a cabo para la recolección de datos de la asociación de mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” se presentan a continuación:

- a) Contacto con la presidenta de la asociación “Hatun Warmi”.
- b) Contacto con la asistente social de la parroquia perteneciente a la congregación misionera de San Pablo.
- c) Contacto con un traductor del quechua al español de la iglesia.
- d) Permiso de la iglesia para el uso de un espacio para llevar a cabo las encuestas.
- e) Contacto y acuerdo de reunión con cada mujer tejedora.
- f) Realización de las encuestas a cada mujer tejedora.
- g) Recolección de datos.
- h) Análisis de datos en la plataforma de Microsoft Excel.
- i) Resultados en cuadros y figuras porcentuales.
- j) Interpretación de cada cuadro y figura porcentual.
- k) Comparación de datos con cada competencia investigada.

Los procedimientos llevados a cabo para la recolección de datos de la asociación de mujeres tejedoras de la competencia se presentan a continuación:

- a) Contacto con la representante de cada asociación para el permiso necesario.
- b) Contacto con cada mujer tejedora para el permiso de la realización la encuesta.
- c) Realización de las encuestas a cada mujer tejedora.
- d) Recolección de datos.
- e) Análisis de datos en la plataforma de Microsoft Excel.
- f) Resultados en cuadros y figuras porcentuales.
- g) Interpretación de cada cuadro y figura porcentual.
- h) Comparación de datos con cada competencia investigada.



CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1. Descripción del negocio

3.1.1. Historia y descripción del negocio

“Hatun Warmi” se originó en una reunión dada en la parroquia Beata Teresa de Calcuta, perteneciente a la congregación misionera de San Pablo. Con tan solo 4 mujeres y la asistenta social que dialogando sobre los problemas económicos que cada mujer pasaba por sus diferentes adversidades, dicha asistenta social propuso la confección de chompas artesanales a base de fibra de alpaca debido a que conocía el talento de cada mujer en la confección.

Al iniciar este grupo de tejido, cada vez más mujeres que asistían a la Iglesia querían pertenecer a “Hatun Warmi”. Y así se fue forjando el grupo unido de 31 mujeres que en la actualidad son pertenecientes a “Hatun Warmi”.

En el transcurso de sus inicios “Hatun Warmi” solo confeccionaba a base de croché, pero al tener ayuda de la Iglesia el padre Alex Busuttil proporcionó unas clases de tejido a máquina para que las mujeres aprendieran a tejer de una forma más rápida junto a la donación de máquinas de coser. La iglesia perteneciente a la congregación misionera de San Pablo ayudo también así mismo con la contribución de modelos de chompas de productos sustitutos como el algodón y lana para que las mujeres de “Hatun Warmi” pudieran confeccionarlas con fibra de alpaca. Y con diversos colores por temporada.

“Hatun Warmi” en la actualidad cuenta con una experiencia en confección textil artesanal y manualmente formidable, junto a experiencia de confección a máquina. Para confeccionar productos de calidad y excelencia en tejido para su venta nacional e internacional.

3.1.2. Misión

Somos un grupo de mujeres tejedoras con una gran habilidad en el tejido milenario inca, que buscamos arduamente la perfección y calidad en cada producto textil confeccionado, generando que en cada prenda textil perviva la esencia de nuestros ancestros para transmitirlo a los clientes más exigentes en diversos mercados.

3.1.3. Visión

Lograr ser un referente textil que mantiene la cultura milenaria del tejido inca en sus acabados y calidad textil, en el mercado nacional e internacional.

3.1.4. Objetivos

- Consolidar la asociación de mujeres tejedoras “Hatun Warmi” a una empresa de producción textil.
- Brindar productos de igual o mejor calidad que los competidores regionales y nacionales.

3.1.5. Políticas

- Cumplir con todos los estándares de calidad y ambiente laboral. (Producción)
- Satisfacer todas con todos los estándares de cada cliente en el mercado objetivo. (Exportación)

3.1.6. Valores

- Respeto, el respeto en la asociación “Hatun Warmi” es primordial debido a que sin este valor, las mujeres tejedoras no podrían armonizar en la confección de prendas textiles ni

podrían tener una integración óptima debido a que las mujeres pertenecen a diversas zonas del Perú.

- Puntualidad, debido a que la mayoría de confección textil debe ser puntual en cada una de las mismas. Y representa un valor único en la asociación “Hatun Warmi” por los valores inculcados en el tiempo y el compromiso por cada mujer tejedora.
- Colaboración, apoyo mutuo ente cada mujer tejedora es un valor que realza la naturalidad y la esencia de cada mujer debido a que esporádicamente mujeres de las zonas alto andinas desean generar un ingreso económico, y “Hatun Warmi” ayuda a cada una de estas mujeres a integrarse al grupo.
- Empatía, diversas zonas de donde provienen las mujeres tejedoras a la ciudad de Arequipa, con distintas formas de convivir, conlleva a esto a que la empatía sea un gran valor de “Hatun Warmi” para la integración en cada tejedora.
- Honestidad, un valor resaltante e importante para la confección y el ambiente en “Hatun Warmi”, para la proyección en tiempos estimados de confección.
- Responsabilidad, con el valor de la honestidad y la responsabilidad en la asociación “Hatun Warmi” para la producción son pilares únicos como también para cada mujer perteneciente a este grupo de mujeres.

3.2. Análisis de factores externos

3.2.1. Factores Políticos

En estos factores se observara las normas y leyes vigentes recurrentes a este tema de investigación.

- **Ley N° 28041**

De acuerdo a lo referido por el portal del Congreso de la República (2019), esta ley fue aprobada por el ex presidente de la República del Perú Alejandro Toledo en su periodo del 2004, conjuntamente observado con el Ministro de Agricultura Álvaro Quijandria Salmon exministro de Agricultura; que promueve la producción, crianza, consumo y comercialización de los camélidos sudamericanos domésticos referentes a la alpaca para que de esta forma sean beneficiados los pequeños productores, criadores, comunidades campesinas de estos camélidos en su habitad nacional, así como también las empresas agrarias que se dedican a esta actividad.

- **Ley N° 2108**

Según el portal del Congreso de la República (2019), el Decreto de Ley que aprueba la convención para el comercio de especies amenazadas de la flora y fauna silvestre que fue suscrita el 30 de diciembre de 1974 en la ciudad de Berna, país de Suiza. Dicha ley fue revisada y aprobada por el presiente Juan Velazco Alvarado conjunto con el Ministro de Agricultura Enrique Gallegos Venero.

- **Ley N° 28350**

Según el portal del Congreso de la República (2019), esta ley es la que promociona el mejoramiento genético y conservación de las razas de los camélidos peruanos, como la llama, alpaca, vicuña, guanaco; afirmándolas como un recurso genético importante en el Perú. Dicha ley fue aprobada el 4 de mayo del 2005 por el Presidente Alejandro Toledo, conjunto con el Ministro de Agricultura Manuel Enrique Ugarte.

A partir de la segunda división transitoria de esta ley se genera la aprobación contundente del reglamento de los registros genealógicos de los camélidos como la alpaca y llama, aprobada por el Decreto Supremo Peruano N° 022-2005-AG

- **Ley N°3570**

De acuerdo a lo referido por el portal del Congreso de la República (2019), este proyecto de ley fue con iniciativa del congresista Juan Donato Pari Choquecota, que declara como interés de la nación y de una necesidad pública el censo nacional de los camélidos peruanos como la llama, alpaca, vicuña conjunto a su caracterización de su habitat para poder ayudar de esta forma al manejo de producción de este camélido.

- **Ley N° 30407**

Con lo obtenido por el portal del Congreso de la República (2019), Esta ley fue creada el 7 de enero del 2016, en el gobierno del expresidente Ollanta Humala Tasso, y tiene como propósito garantizar la protección del maltrato directo e indirecto del ser humano de todos los animales

vertebrados ya sea domésticos o silvestres mantenidos en cautiverio con un énfasis en la protección de la vida silvestre como también la salud pública

- **Proyecto de ley N°3148/2013- CR**

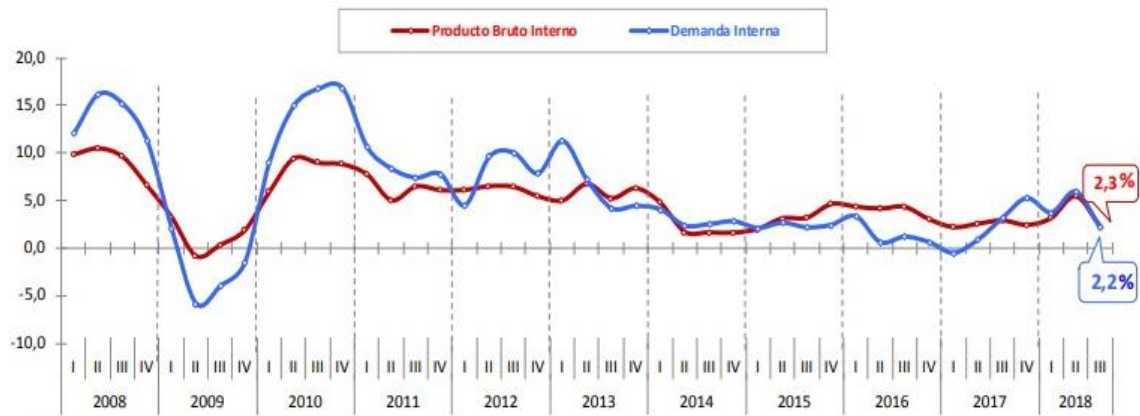
Según el portal del Congreso de la República (2019), este proyecto de ley fue con iniciativa del congresista Rubén Condori Cursi que declara sobre este proyecto de ley que promueve la transformación de la fibra de camélidos y lana de ovino en las regiones alto andinas de nuestro país. <http://infoalpacas.com.pe/biblioteca/legislacion-2/>

3.2.2. Factores Económicos

- **Producto Bruto Interno**

En los últimos años el Perú viene afirmándose como un país exportador y a su vez desarrollando una disminución del riesgo – país, esto es debido a su incremento sólido en la producción nacional, producto también del dinamismo de la demanda interna del país y una mayor inversión. Estos factores se ven reflejados en los porcentajes del producto bruto interno.

Figura N° 15: Cuadro estadístico del PBI

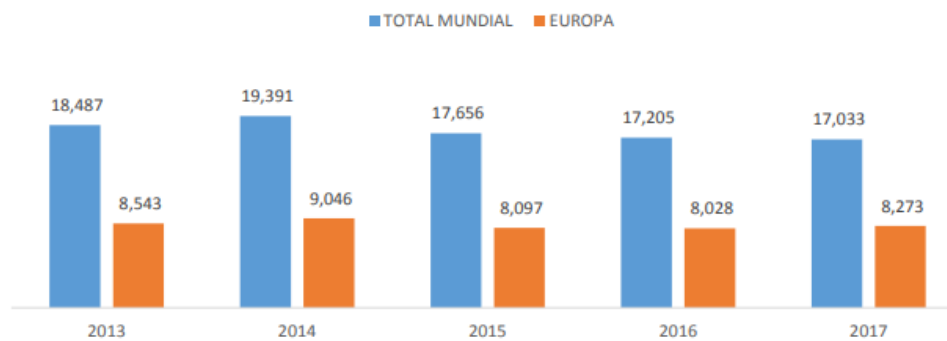


Fuente: Portal ine. (2018). Estadística. Extraído el 31 de marzo del 2019 de <http://www.inei.gob.pe>

- **Importaciones Mundiales y Nacionales**

Como se puede observar en el cuadro tenemos las importaciones mundiales de todo el mundo conjuntamente comparado con Europa, y se puede apreciar que desde el año 2015 hasta el año 2017 las importaciones han tenido un crecimiento pequeño pero significativo, en cuanto a las importaciones mundiales con un decrecimiento de misma forma.

Figura N° 16: Importaciones Mundiales vs Europa



Fuente: Portal Promperu. (2018). Departamento de inteligencia de mercados. Extraído el 31 de marzo del 2019 de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/609578798radC335A.pdf>

- **Principales países importadores de hilado de alpaca**

En esta tabla se puede observar como mayor importador de la fibra de alpaca a nivel mundial es Alemania, seguido de Estados Unidos e Indonesia debido a su gran demanda en el mercado.

Figura N° 17: Principales países importadores

N°	País	%Var 15-14	%Part 15	Total Imp. 2015 (millon US\$)
1	Alemania	-12%	17%	30.63
2	Estados Unidos	-0%	17%	26.45
3	Indonesia	4,435%	7%	0.24
4	Noruega	3%	7%	10.41
5	Japón	19%	6%	8.14
6	Suiza	12%	6%	8.16
7	Federación Rusa	232%	5%	2.25
8	Reino Unido	-13%	4%	7.18
9	Letonia	381%	3%	1.14
10	Canadá	19%	2%	3.26
1000	Otros Países (107)	-25%	27%	57.02

Fuente: Portal siicex. (2019). Ficha comercial. Extraído el 31 de marzo del 2019 de

http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=97&pnomproducto=Hilado

o

Figura N° 18: Principales países exportadores

N°	País	%Var 15- 14	%Part 15	Total Exp. 2015 (millon US\$)
1	China	23%	21%	20.61
2	Perú	5%	13%	15.33
3	Alemania	-10%	11%	14.99
4	Turquía	1%	9%	11.33
5	Australia	8%	7%	7.59
6	Rumania	71%	6%	4.66
7	Reino Unido	1%	5%	5.71
8	Suiza	18%	4%	4.49
9	Noruega	-10%	4%	5.20
10	Canadá	-2%	3%	3.95
1000	Otros Países (60)	-65%	18%	61.46

Fuente: Portal siicex. (2019). Ficha comercial. Extraído el 31 de marzo del 2019 de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_ =sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=97&pnomproducto=Hilado

En este cuadro se puede observar la gran demanda de países exportadores de la fibra de alpaca, como se puede apreciar china esta en primer lugar seguido de Perú que es donde se originario la alpaca.

3.2.3. Factores Sociales

Según el Instituto Nacional de Investigación Agraria, alrededor del 80% de la población de alpacas está situada en el Perú, siendo uno de los mayores exportadores de esta fibra a todo el mundo. Sin embargo en los últimos años factores importantes como el cambio climático hacen que el la producción de este animal alto andino se vea afectado.

- **Capacitaciones del estado peruano a criadores en el sector Arequipa**

Según la información obtenida por el portal Fondecytv (2019), En el 2017 el estado peruano invirtió S./ 395,800.00 para la investigación y capacitación a criadores de alpacas, con la dirección del investigador Dr. Teodosio Huanca para el mejoramiento genético, reproducción, alimentación y sanidad animal para combatir con los friajes en los sectores alto repercuten seriamente en los pastos que son el alimento principal de estos animales, por este motivo el estado peruano capacita a los criadores de alpacas con esta investigación como por ejemplo con la transferencia de tecnologías para combatir el friaje.

- **Proyectos sociales**

De acuerdo a lo referido por el portal de proyectos sociales getm (2019), la asociación geneve tiers monde fundada en 1990, ha creado un proyecto en la provincia de Arequipa para el apoyo social a los criadores de alpacas y sus familias ya que en 78% de campesinos alto andinos viven en pobreza, el proyecto tiene como finalidad la enseñanza de desarrollar las capacidades productivas con medios sostenibles y a bajo costo, también concientizado a la población del rol importante de las mujeres ganaderas ya que ellas guardan el ganado y controlan la producción de dicho animal, para disminuir el machismo en estas zonas rurales de la ciudad de Arequipa.

3.2.4. Factores Tecnológicos

- **Norma Técnica Peruana 231.351**

Esta norma tiene como objetivo enseñar de una forma didáctica la esquila de las fibras de los camélidos peruanos para la obtención de sus fibras y así generar materia prima para varios productos generados por la misma. Esta norma técnica muestra como que el animal debe ser mayor a un año, la condición del animal debe ser buena en cuanto a salud y fisionomía y en el caso que de una hembra este preñada esta debe estar fuera del riesgo de aborto, al empezar la esquila esta misma debe dejar un espacio de 10mm de la piel del animal para que así el animal pueda resistir las temperaturas frías de las regiones alto andinas del Perú.

- **Propuesta tecnológica de la auditoría técnica de soluciones prácticas**

Considerando lo descrito por Ho (2015), esta propuesta dada por el Ingeniero Raúl Ho Chau designado por el Ministerio de Agricultura se basa específicamente en la utilización óptima de los recursos naturales como el agua y los pastos naturales. Dicha propuesta se basa en estos tres pilares:

1. La cosecha del agua
2. Riego técnico familiar
3. Riego técnico multifamiliar
4. Manejo de praderas
5. Pastos cultivados

3.2.5. Factores Ecológicos

Teniendo en cuenta lo descrito por Moya (2919), los eventos climáticos en las zonas alto andinas del Perú son críticos para la crianza y esquila de las alpacas en los meses de diciembre a marzo, además en estas épocas de friaje las enfermedades y tasa de mortalidad de estos animales son altas. Como podemos observar en este mapa la zona de riesgos en las heladas.

Figura N 19: Zona de heladas en el Perú



Fuente: Portal SENAMI. (2019). Zonas climáticas de heladas en el Perú. Extraído el 9 de abril del 2019 de: <https://www.predes.org.pe/mapas/heladas/>

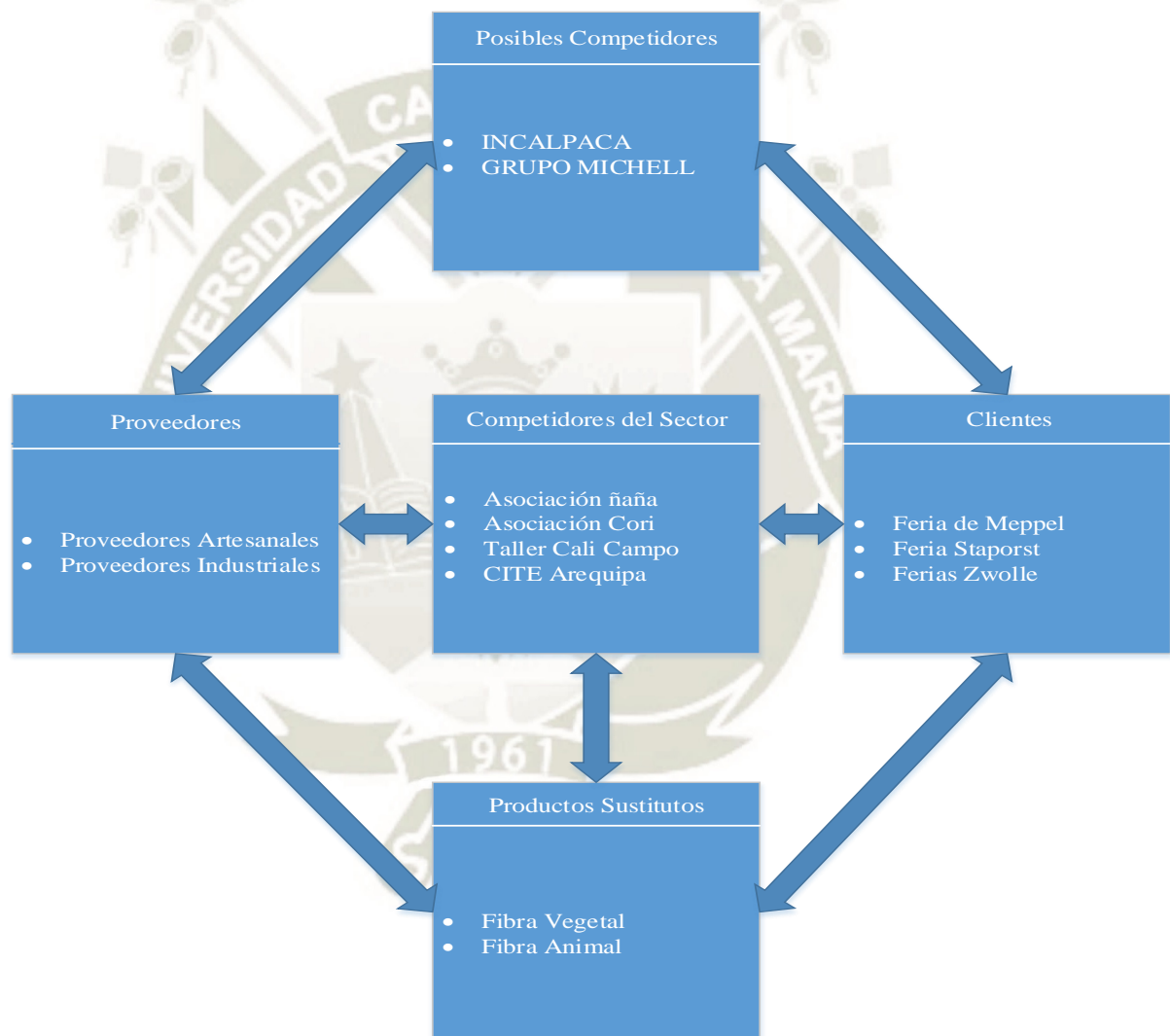
En cuanto al impacto que da la crianza de las alpacas con el problema de los pastos andinos, es el deterioro de las praderas naturales por los impactos generados por el calentamiento global y también es por el sobre pasteo de estos animales y por ende el deficiente manejo de pastos esto genera que la nutrición y por ende desarrollo de las alpacas sea bajo con el pasar de los años.

3.3. Análisis de Competitividad

- **Las 5 fuerzas de Michael Porter**

Para el análisis de la competitividad se tendrá como objeto de análisis las 5 fuerzas de Porter basadas en este tema de investigación

Figura N° 20: 5 Fuerzas de Michael Porter



Fuente: Elaboración propia

3.3.1. Posibles Competidores

De acuerdo al reporte del Ministerio de comercio exterior y turismo desde enero del 2018 hasta el mes de septiembre del mismo año las exportaciones de pelo fino y alpaca han aumentado US\$ 193 millones, lo cual es un monto de mayor cantidad registrada al mismo mes de septiembre que el año pasado 2017.

Figura N° 21: Exportación por Sectores Económicos

Perú: Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)							
Principales Productos Exportados	Principales Empresas Exportadoras	Setiembre		Var. %	Ene-Set		Var. %
		2017	2018		2017	2018	
Textil		124	123	-0,5%	940	1043	11,0%
T-shirts de punto, de algodón	Topy Top, Confecciones Textimax	28	29	2,2%	214	238	11,6%
Otras prendas de vestir de algodón	Michell y Cia., Inca Tops, Incalpaca Textiles	24	26	5,8%	179	194	8,7%
Productos de lana y pelo fino	Industrias Nettelco, Devanlay Perú	23	20	-11,6%	150	193	28,6%

Fuente: Portal de mincetur. (2019). Exportaciones por sectores. Extraído el 9 de abril del 2019 de: https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/exportaciones/2018/RMC_Setiembre_2018.pdf

- **Incalpaca**

Figura N° 22: Logo Incalpaca



Fuente: Portal de Incalpaca. (2019). Página principal. Extraído el 22 de abril del 2019 de: <https://www.incalpaca.com/>

De acuerdo a la información brindada por el portal de Incalpaca (2019), Dicha empresa, perteneciente al grupo Inca, que está situada en la calle cóndor 100, Tahuaycani en la ciudad de Arequipa. Después de casi 20 años de incursión en la empresa en cuanto a trabajo con los hilados nativos peruanos, creo Incalpaca tpx S.A. teniendo firmemente como misión ser una empresa responsable socialmente que

transforme las fibras de alpaca en productos textiles de calidad y como visión, ser una empresa líder en el comercio internacional de textiles de animales alto andinos.

Al haber tenido tantos años de experiencia en sector textil a base de fibras andinas, Inalpaca ha logrado muchos reconocimientos y certificaciones, dentro de los cuales los 3 más resaltantes son:

1. Certificación BASC, certificado otorgado por Buisness Alliance for Securse Commerce, en febrero del 2005 que promueve practicas seguras y de mecanismo para su simplificación de suministros en el comercio exterior, conjunto a organismos nacionales e internacionales.
2. Certificación OEA, certificado otorgado por el operador económico Autorizado de la Sunat en el 2017, por un sistema adecuado de trabajo de registros contables como solvencia económica.
3. Certificación GRI, certificado otorgado por Global Reporting Initiative, por un desempeño formidable en los aspectos económicos y financieros como también en el cuidado del medio ambiente.

Para obtener estos reconocimientos Inalpaca creo uno de los laboratorios más grande en el mundo en cuanto a base de data sobre alpacas, ubicado en Pacamarca, que posee a su vez diversos proyectos como

1. Programa de mejoramiento genético
2. Inca esquila
3. El quintal del Inca
4. La cabaña del pastor
5. Yanapaco

La empresa Inalpaca, al ser reconocida como una de las más grandes en producción textil a partir de fibra animal andino cuenta con la producción de:

1. Producción textil a base de vicuña

2. Confección de telas prendas de vestir
3. Abrigos
4. Tejido de punto
5. Accesorios
6. Línea de casa

Según la entrevista hecha en la plataforma de YouTube al jefe de comercio exterior de Incalpaca, el señor Becerra indica que con toda esta línea de producción, también cuenta con 3 diferentes tipos de marcas, con un mercado objetivo los cuales son: Estados Unidos, Australia y Corea. Las cuales son:

1. Kuna, Una marca reconocida por el grupo Inca, que se especializa en la producción textil no solo de la alpaca, sino también de diferentes camélidos sudamericanos como la vicuña, guanaco y llama. Siendo su especialidad los productos textiles a base de la fibra de vicuña que también se considera una de las suaves en el mundo y con una tradición de esquila llamada Chaccu.

Según lo descrito por el portal de Incalpaca (2019) Kuna se ha logrado posicionar por 3 factores importantes los cuales han sido:

- La revalorización de los tejidos autóctonos peruanos, dándole así a Kuna el poder de transmitir las raíces de la inca peruana.
- Generar una marca con un sentido de sostenibilidad social
- Calidad en sus productos, partiendo desde la modificación genética llevada a cabo en Pacamarca, cuidado de los camélidos y un minucioso control de calidad sus productos finales.

Figura N° 23: Logo Kuna



Fuente: Elaboración propia

2. Andean, quienes se focalizan en la producción de fibra de alpaca con una selección que la llaman royal alpaca, que está elaborada por las dos razas más populares y finas de alpaca las cuales son la Huacaya y la Suri. Anden tiene 5 mini colecciones para su venta las cuales son:

- Kaynin
- Secley
- Phusa
- Rumi
- Moray

Figura N° 24: Logo Andean



**Fuente: Portal de Incalpaca. (2019).
Página principal. Extraído el 22 de abril
del 2019 de: <https://www.incalpaca.com/>**

3. Tumi, como las anteriores marcas, también Tumi se produce una gran cantidad de prendas de vestir a base de camélidos peruanos, pero basándose y resaltando colores más vivos.

Figura N° 25: Logo Tumi



**Fuente: Portal de Incalpaca. (2019).
Página principal. Extraído el 22 de abril
del 2019 de: <https://www.incalpaca.com/>**

De acuerdo a lo encontrado en el portal de la SUNAT, Incalpaca, obtuvo como último mes de exportación en mayo del 2018 con destino a Estados Unidos, Holanda, México, Italia, Inglaterra y Finlandia como se puede observar en el siguiente cuadro:

Figura N° 26: Exportaciones en valor FOB de Incalpaca

EXPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$
20100226813-INCALPACA TEXTILES PERUANOS DE EXPORT SA	Mayo 2018	PALACIOS & ASOCIADOS AGENTES DE ADUANA S.A	AEREA DEL CALLAO	FINLAND	47,214.84
20100226813-INCALPACA TEXTILES PERUANOS DE EXPORT SA	Mayo 2018	PALACIOS & ASOCIADOS AGENTES DE ADUANA S.A	AEREA DEL CALLAO	UNITED KINGDOM	33,012.40
20100226813-INCALPACA TEXTILES PERUANOS DE EXPORT SA	Mayo 2018	PALACIOS & ASOCIADOS AGENTES DE ADUANA S.A	AEREA DEL CALLAO	ITALY	460,721.17
20100226813-INCALPACA TEXTILES PERUANOS DE EXPORT SA	Mayo 2018	PALACIOS & ASOCIADOS AGENTES DE ADUANA S.A	AEREA DEL CALLAO	MEXICO	22,175.60
20100226813-INCALPACA TEXTILES PERUANOS DE EXPORT SA	Mayo 2018	PALACIOS & ASOCIADOS AGENTES DE ADUANA S.A	AEREA DEL CALLAO	NETHERLANDS	31,729.60
20100226813-INCALPACA TEXTILES PERUANOS DE EXPORT SA	Mayo 2018	PALACIOS & ASOCIADOS AGENTES DE ADUANA S.A	AEREA DEL CALLAO	UNITED STATES	372,492.76

Fuente: Portal de la SUNAT. (2019). Página de consultas de exportación. Extraído el 22 de abril del 2019 de: <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/FrmListadoImpoExpo.jsp>

- **Grupo Michell Group**

De acuerdo a la información brindada por el portal de Michell Group. (2019), fue creado en 1931 y presenta diversas marcas de compra de fibra de alpaca como centros de crianza de alpaca y prendas de punto. Las cuales se enumeran a continuación:

1. Mallkini, Ubicada en el departamento de Puno, Azángaro. Con un aproximado de 3000 hectáreas de tierra y con un aproximado de 4000 alpacas de las razas más finas las cuales son Suri y Huacaya. Siendo de esta forma una de los lugares con mayor número de crianza privada de alpacas en el Perú.

Figura N° 27: Logo Mallkini



Fuente: Portal de Michell (2019). Página de inicio. Extraído el 23 de abril del 2019 de: <http://www.michell.com.pe/>

2. Michell Toy & Yarns, Se encarga de toda la producción y venta de hilado a base de fibra de camélidos peruanos. Teniendo 3 tipos formas de producción las cuales son:
 - Máquinas de tejer
 - Tejido a mano
 - Línea ecológica

Figura N° 28: Logo Michell



Fuente: Portal de Michell (2019). Página de inicio. Extraído el 23 de abril del 2019 de: <http://www.michell.com.pe/>

3. MFH y tejidos, ubicada en calle puente Bolívar 228-Sachaca, Arequipa. Es una tienda de productos de fibra de camélidos peruanos, teniendo en su catálogo de venta:

- Accesorios
- Tiros
- Calcetines
- Gorros
- Guantes
- Prendas de punto
- Ropa de abrigo y chaquetas
- Edredones

Figura N° 29: Logo MFH



Fuente: Portal de Michell (2019). Página de inicio. Extraído el 23 de abril del 2019 de: <http://www.michell.com.pe/>

4. Sol Alpaca, Marca perteneciente al grupo Michell que vende ropa a base de fibra de alpaca para hombres como damas, accesorios y suvenir

Figura N° 30: Logo Sol Alpaca



Fuente: Portal de Michell (2019). Página de inicio. Extraído el 23 de abril del 2019 de: <http://www.michell.com.pe/>

5. Mundo Alpaca, Inaugurado en el año 2006, con una función de constituir un aporte cultural al Perú designando a Arequipa como capital mundial de la Alpaca y así fomentar el turismo, haciendo experiencias de vivir con estos camélidos peruanos en un entorno natural.

Figura N° 31: Logo Mundo Alpaca



Fuente: Portal de Michell (2019). Página de inicio. Extraído el 23 de abril del 2019 de: <http://www.michell.com.pe/>

De acuerdo a lo encontrado en el portal de la SUNAT, Michell, obtuvo como último mes de exportación en Febrero del 2018 con destino a Alemania, Dinamarca, Finlandia, Inglaterra, Hong Kong, Irlanda, Italia, Japón,

Noruega, Nueva Zelanda como se puede observar en el siguiente cuadro:

Figura N° 32: Exportaciones en valor FOB de Michell

EXPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$
20100192650-MICHELL Y CIA S.A.	Febrero 2018	GARCIA PERSICO S. A. C.	MARITIMA DEL CALLAO	GERMANY	17,504.91
20100192650-MICHELL Y CIA S.A.	Febrero 2018	GARCIA PERSICO S. A. C.	MARITIMA DEL CALLAO	DENMARK	29,113.53
20100192650-MICHELL Y CIA S.A.	Febrero 2018	GARCIA PERSICO S. A. C.	MARITIMA DEL CALLAO	FINLAND	36,345.95
20100192650-MICHELL Y CIA S.A.	Febrero 2018	GARCIA PERSICO S. A. C.	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED KINGDOM	383,879.24
20100192650-MICHELL Y CIA S.A.	Febrero 2018	GARCIA PERSICO S. A. C.	MARITIMA DEL CALLAO	HONG KONG	27,893.46
20100192650-MICHELL Y CIA S.A.	Febrero 2018	GARCIA PERSICO S. A. C.	MARITIMA DEL CALLAO	IRELAND	330,501.36
20100192650-MICHELL Y CIA S.A.	Febrero 2018	GARCIA PERSICO S. A. C.	MARITIMA DEL CALLAO	ITALY	437,146.69
20100192650-MICHELL Y CIA S.A.	Febrero 2018	GARCIA PERSICO S. A. C.	MARITIMA DEL CALLAO	JAPAN	120,780.18
20100192650-MICHELL Y CIA S.A.	Febrero 2018	GARCIA PERSICO S. A. C.	MARITIMA DEL CALLAO	NORWAY	594,937.38
20100192650-MICHELL Y CIA S.A.	Febrero 2018	GARCIA PERSICO S. A. C.	MARITIMA DEL CALLAO	NEW ZEALAND	24,318.64

Fuente: Portal de la Sunat. (2019). Página de consultas de exportación. Extraído el 22 de abril del 2019 de: <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/FrmListadoImpoExpo.jsp>

3.3.2. Clientes

Debido a que esta tesis se basa en una zona específica de exportación como es el país de Holanda, se observa que en gran medida las ferias nacionales de este país son una gran oportunidad para captar nuevos clientes potenciales de compra, dichas ferias están estipuladas en:

- Feria de Meppel en el centro de la ciudad de meppel, lo cual se lleva acabo cada jueves del año.
- Parque principal de ferias de staphorts realizada cada miércoles durante todo el año.
- Parque principal de Zwolle, que se realiza cada lunes y sábados de cada año.
- Cada fin de semana durante todo el tiempo de verano europeo se lleva acabo las ferias en plazas principales de todos los estados de Holanda.
- Tiendas de prendas textiles.

3.3.3. Competencia del Sector

- **Hatum Warmi**

Con la presente investigación de precios de “Hatum Warmi”, se presenta a continuación un cuadro de precios de sus productos textiles

Tabla N° 6: Precios de productos textiles Hatum Warmi

Hatum Warmi	Precios
Chompa para hombre	S./ 150.00
Chompa para mujer	S./ 150.00
Suéter	S./ 150.00

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 33: Chompa para hombre Hatum Warmi



Fuente: Elaboración propia

Figura N° 34: Chompa para mujer Hatum Warmi



Fuente: Elaboración propia

Figura N° 35: Chompa para mujer Hatum Warmi



Fuente: Elaboración propia

- **Asociación Ñaña**

Esta asociación fue fundada aproximadamente hace unos 15 años atrás, por un grupo de mujeres tejedoras provenientes de diversas regiones de Arequipa, Cuzco y Puno, la formaron, en la vivienda perteneciente a una de las integrantes, ubicada en la Manzana “C”, Lote N° 2, del Pueblo Joven Mariano Melgar, Distrito de Cayma. Actualmente producen en su mayoría accesorios de fibra de alpaca como son las chalinas, gorro, guantes, ponchos y chompas. Dicha producción de confección tiene un aproximado de 15 a 20 chompas, gorros y guantes

alrededor de 30 a 40, chalinas entre 7 a 10, entre los meses de enero a noviembre, porque, en los meses de diciembre a febrero los pedidos se duplican y por ende su producción debido a que es la estación de invierno y las temperaturas bajan drásticamente y los productos de abrigo son más cotizados. Estas prendas se exportan en su mayoría a la Ciudad de Alaska situada en Estados Unidos con el apoyo de una extranjera estadounidense llamada Emily Fiffiel.

Con la presente investigación de precios de Ñaña, se presenta a continuación un cuadro de precios de sus productos textiles

Tabla N° 7: Precios de productos textiles Ñaña

Ñaña	Precios
Chompa para hombre	S./ 160.00
Chompa para mujer	S./160.00
Suéter	S./150.00

Fuente: Elaboración propia

- **Asociación Cori**

La asociación Cori se encuentra ubicada en el distrito de Yanahuara en la ciudad de Arequipa, contando con una producción aproximada de:

1. Manoplas
2. Títeres
3. Medias
4. chales

Siendo estos su gran variedad de productos textiles y exportándolos hacia los países de Japón y Estados Unidos. La asociación Cori tiene ponen en venta muy periódicamente sus productos por la escasa mano de obra que tiene, siendo 2 a 3 veces al año su exportación, por el motivo de ayuda que reciben de proyectos sociales.

Con la presente investigación de precios de Cori, se presenta a continuación un cuadro de precios de sus productos textiles

Tabla N° 8: Precios de productos textiles Cori

Cori	Precios
Chompa para hombre	S./170.00
Chompa para mujer	S./170.00
Suéter	S./140.00

Fuente: Elaboración propia

- **Incalpaca**

Con la presente investigación de precios de Incalpaca, se presenta a continuación un cuadro de precios de sus productos textiles

Tabla N° 9: Precios de productos textiles Incalpaca

Cori	Precios
Chompa para hombre	S./380.00
Chompa para mujer	S./400.00
Suéter	S./300.00

Fuente: Elaboración propia

- **Cuna**

Con la presente investigación de precios de Cuna, se presenta a continuación un cuadro de precios de sus productos textiles

Tabla N° 10: Precios de productos textiles kuna

Cori	Precios
Chompa para hombre	S./370.00
Chompa para mujer	S./400.00
Suéter	S./350.00

Fuente: Elaboración propia

- **Andean**

Tabla N° 11: Precios de productos textiles Andean

Andean	Precio
Chompa para hombre	S./400.00
Chompa para mujer	S./500.00
Suéter	S./370.00

Fuente: Elaboración propia

- **Tumi**

Con la presente investigación de precios de Tumi, se presenta a continuación un cuadro de precios de sus productos textiles

Tabla N° 12: Precios de productos textiles Tumi

Tumi	Precios
Chompa para hombre	S./390.00
Chompa para mujer	S./420.00
Suéter	S./390.00

Fuente: Elaboración propia

- **Michell**

Con la presente investigación de precios de Michell, se presenta a continuación un cuadro de precios de sus productos textiles

Tabla N° 13: Precios de productos textiles Michell

Cori	Precios
Chompa para hombre	S./350.00
Chompa para mujer	S.400.00
Suéter	S./340.00

Fuente: Elaboración propia

- **MFH**

Con la presente investigación de precios de MFH, se presenta a continuación un cuadro de precios de sus productos textiles

Tabla N° 14: Precios de productos textiles MFH

Cori	Precios
Chompa para hombre	S./450.00
Chompa para mujer	S./300.00
Suéter	S./290.00

Fuente: Elaboración propia

- **Tiendas de Staphorst**

Con la presente investigación de precios de las tiendas de Staphorst, se presenta a continuación un cuadro de precios promedios de sus productos textiles similares a la fibra de alpaca

Tabla N° 15: Precios de productos textiles de lana de oveja

Tiendas	Precio promedio a soles
Chompa para hombre	S./ 180.00
Chompa para mujer	S./ 190.00
Suéter	S./ 250.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 16: Precios de productos textiles de algodón

Tiendas	Precio promedio a soles
Chompa para hombre	S./ 200.00
Chompa para mujer	S./ 190.00
Suéter	S./ 200.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 17: Precios de productos textiles búfalo

Tiendas	Precio promedio a soles
Chompa para hombre	S./ 150.00
Chompa para mujer	S./ 170.00
Suéter	S./ 180.00

Fuente: Elaboración propia

- **Comparativo de precios**

Con la presente investigación de precios de los competidores nacionales e internacionales se presenta un cuadro comparativo de precios a moneda nacional.

Tabla N° 18: Comparativo de precios

Tiendas	Chompas Hombre	Chompas Mujer	Suéter
Hatum Warmi	S./150	S./150	S./150
Ñaña	S./160	S./160	S./150
Cori	S./170	S./170	S./140
Incalpaca	S./380	S./400	S./300
Cuna	S./370	S./400	S./350
Andean	S./400	S./500	S./370
Tumi	S./390	S./420	S./490
Michell	S./350	S./400	S./340
MFH	S./450	S./300	S./290

Fuente: Elaboración propia

3.3.4. Productos sustitutos

3.3.4.1. Fibras Vegetales

- **Algodón**

De origen natural vegetal cuyo origen se remonta a la India y el antiguo Egipto y con un crecimiento de popularidad y consumo hasta la actualidad debido a sus características para la confección textil como:

1. Transpirabilidad
2. Tejido hipo alergénico
3. Suavidad
4. Versatilidad
5. Durabilidad

De acuerdo a lo referido por el portal de la comunidad textil, las proyecciones del sector de agricultura de Estados Unidos afirman que se lograra un record mundial de consumo entro los años 2018 y 2019 llegando a un aproximado 125,4 millones de pacas, siendo los países de Pakistan, China e India con la mayor producción global con un total del 62%.

Figura N° 36: Algodón



Fuente: Portal Comunidad Textil. (2019) Imágenes de tipos de fibras vegetales. Extraído el 22 de marzo del 2019 de <http://comunidadtextil.com/wpnews/2018/05/el-consumo-de-algodon>

Una de las características que se diferencia de la fibra de alpaca junto al algodón es la transpirabilidad ya que el algodón por su procedencia natural hace que los materiales textiles sean ligeros y no puedan conservar el calor ya que el algodón absorbe hasta 27 veces su peso en líquido y sea ineficiente en cuanto a prendas de vestir para conservar el calor como la fibra de alpaca que tiene se diferencia por tener la propiedad de termo aislante entre el calor generado por el cuerpo y el exterior.

En cuanto a la que algodón es un tejido hipoalergénico y suave con los que respecta a la fibra de alpaca, la fibra de baby alpaca es considerada una de las más suaves en el mundo, siendo a su vez hipoalergénico como el algodón.

- **Lino**

El lino al igual que el algodón es de procedencia natural y a su vez es una de las fibras textiles más antiguas, el lino proviene del tallo de una planta, su forma de recoger es con maquinaria o de una forma manual, que esta ayuda a conservar la longitud y por ende tener una mejor calidad de fibra. Se mide la calidad de fibra de lino por su longitud, como lino de baja calidad llamado también estopa es para confecciones textiles para el hogar, como manteles, protectores, etc. Y lino de una mejor calidad llamado peinadas o lino líneas se usa para prendas de vestir, debido a que el proceso de elaboración es complicado los precios de tela de lino son altos; las características de lino son:

1. Estética

2. Durabilidad
3. Comodidad
4. Cuidado y conservación

Figura N° 37: Lino



Fuente: Portal Comunidad Textil. (2019)
Imágenes de tipos de fibras vegetales.
Extraído el 22 de marzo del 2019 de
<http://comunidadtextil.com/wpnews/2018/05/el-consumo-de-Lino>

Considerando lo referido por el portal de la comunidad textil una de las ventajas que tiene la fibra de alpaca sobre la fibra de lino es en cuanto a la producción ya que la fibra de alpaca no genera neps al momento de la confección de telas como lo hace el lino, también la forma Independence de crear materiales textiles debido a que el lino tiene diversos tipos de corte y la fibra de alpaca no depende de cortes de tela ya que se usa los conos, durabilidad y comodidad ya que la fibra de alpaca es muy suave y cómoda al tacto, como

- **Ramio**

Según lo acorde al portal de la comunidad textil, el ramio es una planta textil, llamado también rhea,

chinangras, perteneciente a la gran variedad de tipos de la familia de las urticáceas y tiene un aproximado de vida de alrededor 100 años.

Contiene en su tejido de la misma forma que el lino su fibra para la producción del material textil pero son de mayor longitud y fuerza, al ser dicha fibra más alargada y sólida que el lino proporciona mejor suavidad y tensión en sus productos textiles, considerando así más fino y suave que el algodón preimun llamado “the island cotton”.

Figura N° 38: Ramio



Fuente: Portal Comunidad Textil. (2019) Imágenes de tipos de fibras vegetales. Extraído el 22 de marzo del 2019 de <http://comunidadtextil.com/wpnews/2018/05/el-consumo-de-Ramio>

- **Yute**

Por lo descrito en el portal de Aragón el yute se considera una de las fibras más baratas, debido a que su fibra no es muy resistente a pesar de usar hilos gruesos, y tampoco es elástica, pero la fibra de yute tiene bondades como la resistencia al sol y al moho, por estas razones la fibra de yute para prendas textiles

no es muy cotizada en tiendas de calidad textil por su baja resistencia y durabilidad.

Figura N° 39: Yute



Fuente: Portal Comunidad Textil (2019) Imágenes de tipos de fibras vegetales. Extraído el 22 de marzo del 2019 de <http://comunidadtextil.com/wpnews/2018/05/el-consumo-de-Yute>

3.3.4.2. Fibras Animales

- **Lana**

Considerando lo descrito por Días. (2010, p. 2-11), las características más importantes que posee la fibra de lana son:

1. Rendimiento, porque se puede determinar mediante la raza de la oveja y el prelavado que es causante del total de fibra limpia para poder utilizarse. De esta forma el comprador sabe el porcentaje total de vellón que utilizara anticipadamente.
2. Promedio de diámetro de fibra, debido a que si la lana es extensa provoca escozor, pero si la fibra de lana es corta, se vuelve más fina y suave al tacto.

Los tipos de razas de ovejas para sus divisiones se clasifican de esta forma:

1. Corriedale
2. Rambouillet
3. Suffolk

Siendo le tipo Suffolk la peor porque su lana es muy gruesa y su promedio de diámetro es muy largo, y dentro de las más finas se considera a Corriedale.

Figura N° 40: Lana de oveja



Fuente: Portal de minagri (2019), Imágenes de fibra de alpaca. Extraído el 22 de abril del 2019 de <http://minagri.gob.pe>

- **Seda**

La seda es una fibra textil muy fina producida por las larvas de mariposa o llamada también gusano de seda que es la única en la producción de seda textil, siendo también la seda uno de los tejidos más valorados en el mercado textil. La calidad de la seda según su historia y en la actualidad se mide mediante su peso por metro

cuadrado según las medidas japonesas y el grosos de las cerdas como también su forma de tejido en la elaboración de la seda como son:

1. Tafetán
2. Terciopelo
3. Raso
4. Crepé

Una de los puntos comparativos con la fibra de alpaca y la seda, es la propiedad térmica ya que es uno de sus mejores atributos en comparación de la seda.

Figura N° 41: Seda



Fuente: Portal ruta de la seda. (2019). Imágenes de la larva de seda. Extraído el 22 de abril del 2019 de: [http:// ruta de la seda/imágenes](http://ruta.de.la.seda/imágenes).

3.3.5. Proveedores

- **Proveedores Artesanales**

Como proveedores artesanales que trabajan y procesan la fibra de alpaca de forma rudimentaria para el uso de tejido se tiene a:

1. Señora Bettsi Llasa Andi que reside en el sector 13 del distrito de Cayma, ella es una artesana de la fibra de alpaca siendo ella misma la cual procesa, tiñe el hilado con cochinilla y productos naturales como las yerbas, el costo promedio por kilo de alpaca es de S/. 120 como material procesado y fibra neta sin ningún tipo de proceso a S/. 20.

Figura N° 42: Señora Bettsi Llasa



Fuente: Propia

- **Proveedores Industriales**

Como proveedores Industriales en el Sector de Arequipa se tiene a:

1. Incalpaca: El costo aproximado de kilo de fibra de alpaca ronda entre los 180 soles a 200.

Figura N° 43: Tipos de fibra de alpaca



Fuente: Portal Incalpaca. (2019). Fibra de alpaca. Extraído el 23 de abril del 2019 de <https://www.incalpaca.com/que-hacemos#reciclado>

2. Michell: Michel tiene 3 tipos de fibra de alpaca entre las más valoradas: Puna, Quechua, Chala.

Figura N° 44: Tipos de fibra de alpaca Michell

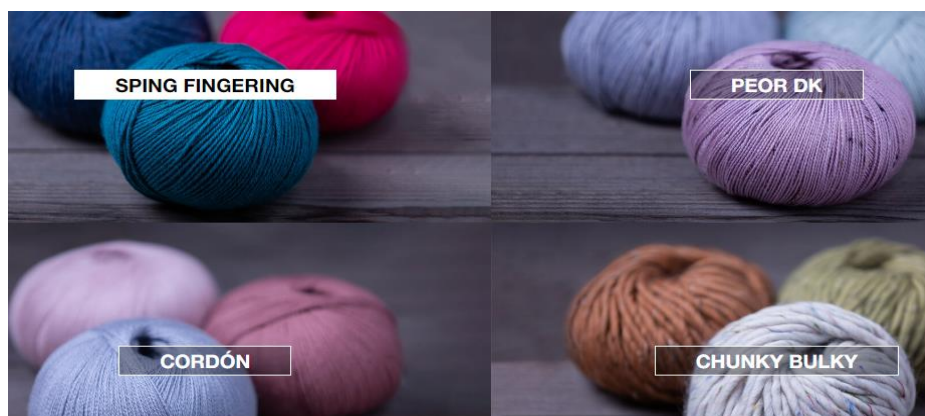


Fuente: portal Michell. (2019). Tipos de fibra de alpaca. Extraído el 23 de abril del 2019 de <http://michell.com.pe/michell/michell-alpaca-yarns-for-hand-knitting>

El costo aproximado de kilo de fibra de alpaca ronda entre los 200 a 220 soles.

3. Inca tops: En Incatops produce 4 tipos de hilado a mano dentro de los cuales se denomina: sping fingering, peor dk, cordón y chunky bulky

Figura N° 45: Tipos de fibra de alpaca Inca Tops



Fuente: Portal Incatops. (2019). Fibra de alpaca. Extraído el 23 de abril del 2019 de <http://www.incatops.com/en/ourproducts/handknitting/collection/>

El costo aproximado de kilo de fibra de alpaca ronda entre los 170 a 210 soles.

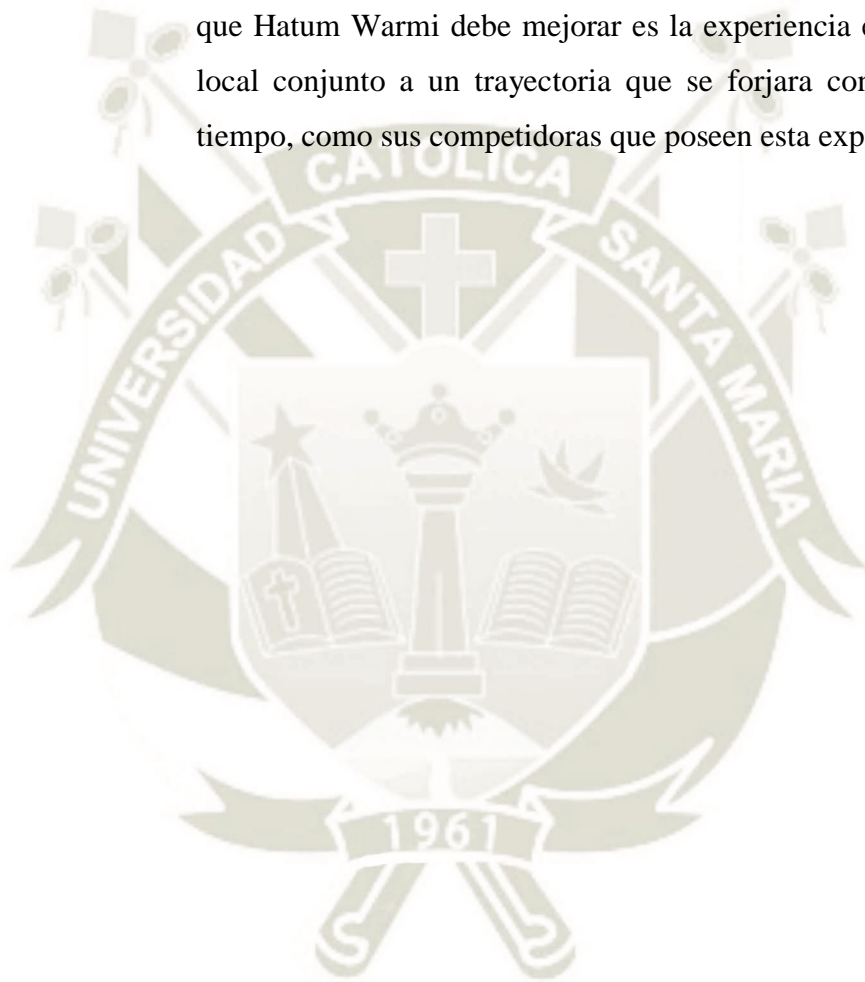
3.3.6. Matriz del Perfil Competitivo

Tabla N° 19: Matriz del perfil competitivo

FCE	PESO	HATUM WARMI		ÑAÑA		CORI		CALICAMPO	
		CA	CP	CA	CP	CA	CP	CA	CP
Calidad en producción	0.18	4	0.72	2	0.36	3	0.54	3	0.54
Experiencia de tejido simple	0.15	3	0.45	2	0.3	2	0.3	2	0.3
Diversidad de fibra de alpaca	0.05	2	0.1	1	0.05	1	0.05	1	0.05
Mercado azul	0.10	3	0.3	1	0.1	2	0.2	1	0.1
Trayectoria en el mercado	0.05	1	0.05	2	0.1	3	0.15	3	0.15
Expansión industrial	0.08	2	0.16	2	0.16	3	0.24	2	0.16
Calidad de punto de tejido	0.18	4	0.72	3	0.54	3	0.54	3	0.54
Años de experiencia en el mercado	0.07	2	0.14	2	0.14	3	0.21	3	0.21
Diversidad de producción textil	0.09	3	0.27	1	0.09	1	0.09	1	0.09
Trayectoria en el mercado internacional	0.05	1	0.05	2	0.1	2	0.1	2	0.1
TOTAL	1		2.96		1.94		2.42		2.24

Fuente: Elaboración propia

Uno gran punto de fuerza con relación al peso de la asociación de mujeres tejedoras de Hatum Warmi frente a sus competidores es la calidad de tejido y la calidad en el punto de tejido, los puntos observados en tejido de confección en prendas textiles son a su vez un punto fuerte por la experiencia ganada en el tiempo junto a una tradición familiar de dichas mujeres y que con el pasar del tiempo perfeccionaron su tejido y diversos productos. Un punto que Hatum Warmi debe mejorar es la experiencia en el mercado local conjunto a un trayectoria que se forjara con el pasar del tiempo, como sus competidoras que poseen esta experiencia.



3.3.7. Matriz del Perfil Referencial

Tabla N° 20: Matriz del perfil referencial

FCE	PESO	INCALPACA								MICHELL			
		HATUM WARMI		KUNA		ANDEAN		TUMI		MICHELL		MFH	
		CA	CP	CA	CP	CA	CP	CA	CP	CA	CP	CA	CP
Calidad en producción	0.18	4	0.72	4	0.72	3	0.54	3	0.54	4	0.72	3	0.54
Experiencia de tejido simple	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Diversidad de fibra de alpaca	0.05	2	0.10	4	0.2	4	0.2	4	0.2	3	0.15	3	0.15
Mercado azul	0.10	3	0.30	1	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Trayectoria en el mercado	0.05	1	0.05	4	0.2	3	0.15	3	0.15	4	0.2	3	0.15
Expansión industrial	0.08	2	0.16	4	0.32	4	0.32	4	0.32	4	0.32	4	0.32
Calidad de punto de tejido	0.18	4	0.72	3	0.54	3	0.54	4	0.72	4	0.72	4	0.72
Años de experiencia en el mercado	0.07	2	0.14	3	0.21	3	0.21	3	0.21	4	0.28	4	0.28
Diversidad de producción textil	0.09	3	0.27	4	0.36	3	0.27	3	0.27	4	0.36	4	0.36
Trayectoria en el mercado internacional	0.05	1	0.05	4	0.2	3	0.15	4	0.2	3	0.15	4	0.2
TOTAL	1		2.96		3.3		3.13		3.36		3.65		3.47

Fuente: Elaboración propia

3.4. Estudio de mercado

3.4.1. Análisis de la Demanda

a. Tipo de ropa de venta en tienda

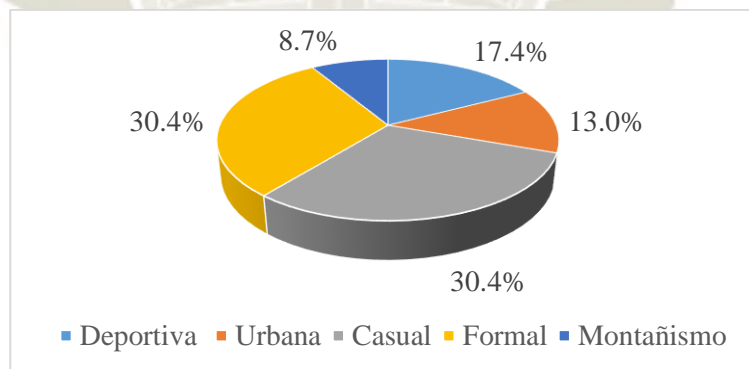
Tabla N° 21: Tipo de ropa de venta en tienda

	Porcentaje	Total
Deportiva	17.4%	4
Urbana	13.0%	3
Casual	30.4%	7
Formal	30.4%	7
Montañismo	8.7%	2
	100.0%	23

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 46: Tipo de ropa de venta en tienda



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información brindada en el portal de dutchfashion, señala como un máximo ponente de la moda holandesa a Iris Van Herpen, con diseños de prenda de vestir orientados a una moda clásica, formal y casual presentados en

diferentes galas de moda en Holanda y diversos países de Europa y el mundo. Es por esta gran influencia de dicho diseñador de moda que fomenta la adquisición de prendas de vestir en Holanda, reflejado en el sector de Satphorst con un 30.4% de tiendas que venden prendas de vestir formal y 30.4% casual. De acuerdo con el portal de la embajada de los Países Bajos en Perú (2019), gran porcentaje de la población holandesa dedica un tiempo a la actividad física como el manejo de la bicicleta, fútbol y deportes de aventura, es por esto que un 8.7% y 17.4% de los clientes venden ropa deportiva y de montañismo; el restante porcentaje, 13% son de tendencias urbanas por lo general de Italia y Francia.

b. Tallas más vendidas

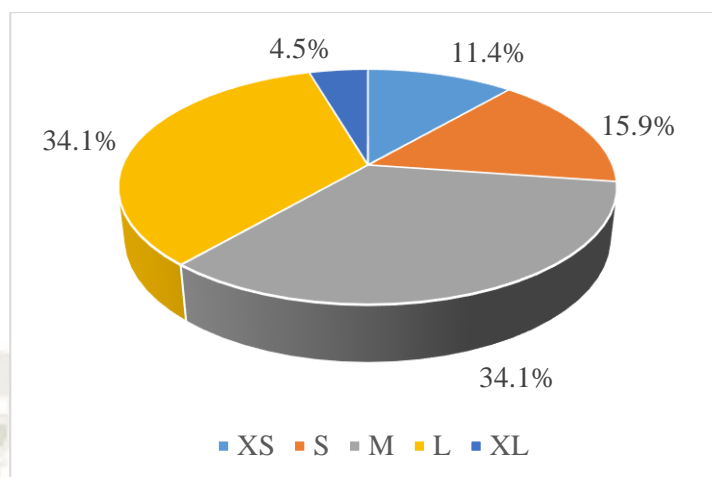
Tabla N° 22: Tallas más vendidas (Masculino)

Genero	Tallas	Porcentaje	Total
Masculino	XS	11.4%	5
	S	15.9%	7
	M	34.1%	15
	L	34.1%	15
	XL	4.5%	2
			100.0%

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 47: Tallas más vendidas (Masculino)



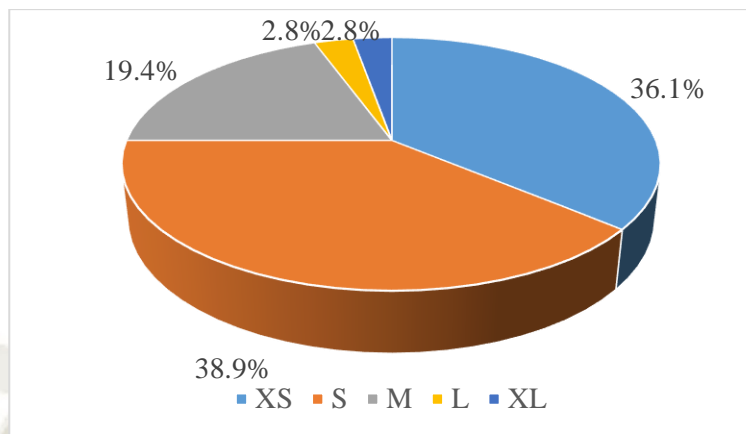
Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019
Elaboración: Propia

Tabla N° 23: Tallas más vendidas (Femenino)

Genero	Tallas	Porcentaje	Total
Femenino	XS	36.1%	13
	S	38.9%	14
	M	19.4%	7
	L	2.8%	1
	XL	2.8%	1
		100.0%	36

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019
Elaboración: Propia

Figura N° 48: Tallas más vendidas (Femenino)



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información obtenida en la Organización Mundial de la Salud, (2019), la esperanza de vida de los habitantes en Holanda es de un aproximado de 87-90 años de edad, debido a su especial alimentación y deportes constantes en sus habitantes, que es reflejado en la tasa de obesidad por país con 18.8%; debido a estos datos proporcionados por la OMS las prendas de vestir que adquieren dichos habitantes de Holanda son de tallas moderadas, como se puede observar en las encuestas realizadas con un 11.4% de talla XL en prendas de vestir para hombres y un 2.8% de talla XL en prendas de vestir de mujeres, predominando en ambos sexos las tallas XS, M y L. con un porcentaje acumulado del más de un 80%.

c. Productos similares

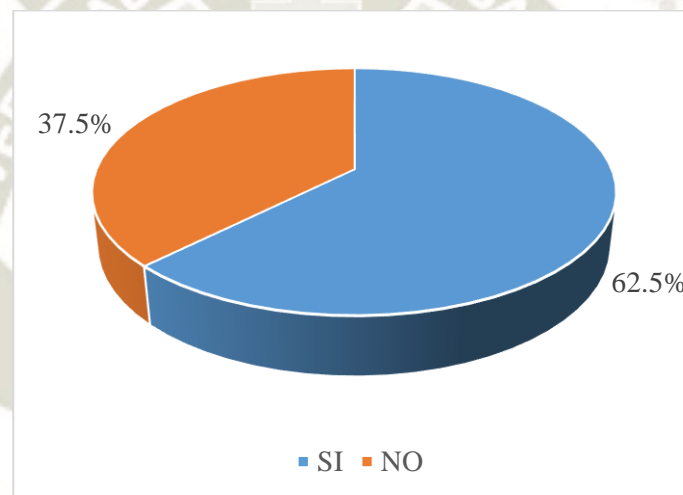
Tabla N° 24: Productos similares

	Porcentaje	Total
SI	62.5%	10
NO	37.5%	6
	100.0%	16

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 49: Productos similares



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

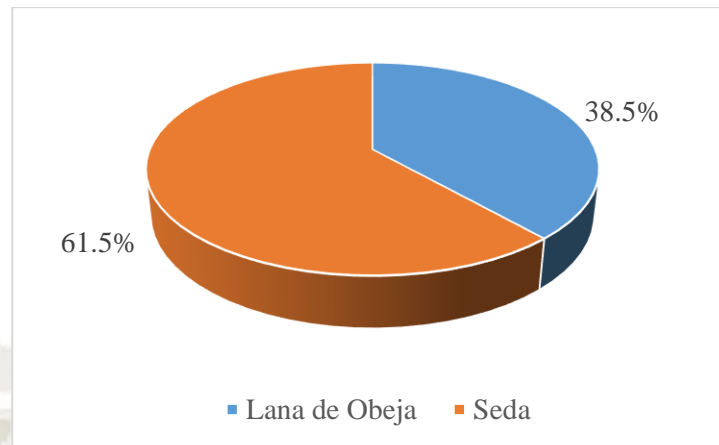
Elaboración: Propia

Tabla N°25: Productos similares

	Porcentaje	Total
Lana de Oveja	38.5%	5
Seda	61.5%	8
#1	100.0%	13

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 50: Productos similares

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según el reporte del Ingeniero agrónomo Alonso B. en Holanda alrededor de 27000 personas se dedican al cuidado y crianza de ovejas activamente, y alrededor de unas 8500 empresas con un aproximado de 130 ovejas por cada empresa se dedican al rubro de crianza para la esquila y el consumo de carne para su venta en la comunidad europea por la creciente migración. Debido a la alta crianza de este animal sea industrial o doméstico, la demanda de la producción textil de este animal es alta, reflejado en el estudio realizado que proporciona un 38.5% de productos similares a la fibra de alpaca, siendo mayor aun la seda por su finura y por su alta importación de Holanda para la confección textil con un 61.5% de dicho estudio realizado.

d. Tipos de promoción

Tabla N° 26: Tipos de promoción

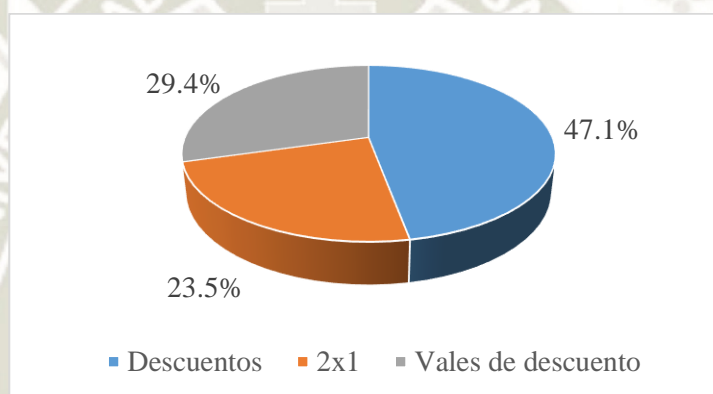
Primavera	Porcentaje	Total
Descuentos	47.1%	8
2x1	23.5%	4
Vales de descuento	29.4%	5
	100.0%	17

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 51: Tipos de promoción



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda

Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Tabla N° 27: Tipos de promoción

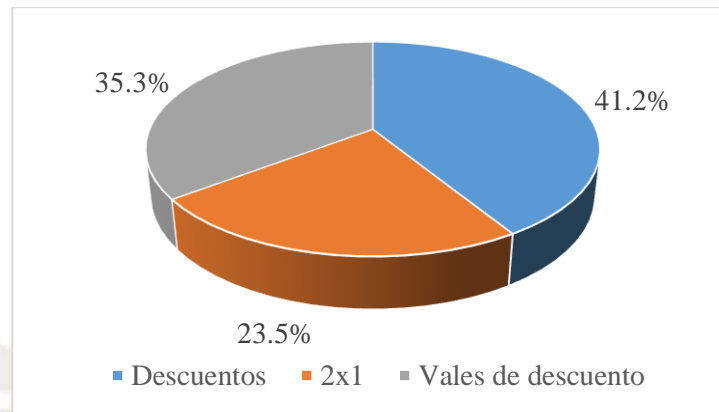
Verano	Porcentaje	Total
Descuentos	41.2%	7
2x1	23.5%	4
Vales de descuento	35.3%	6
	100.0%	17

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 52: Tipos de promoción



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Tabla N° 28: Tipos de promoción

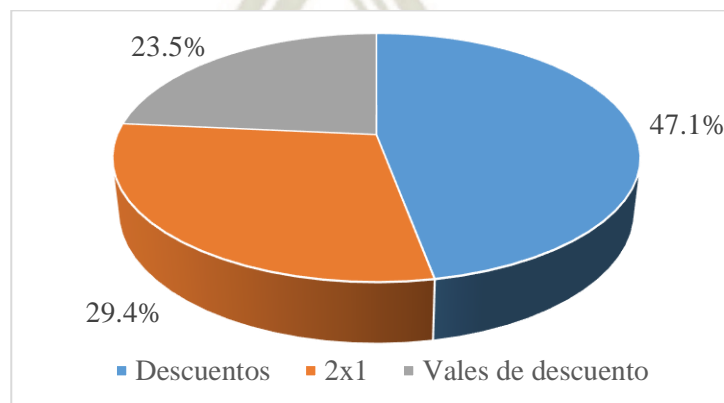
Otño	Porcentaje	Total
Descuentos	47.1%	8
2x1	29.4%	5
Vales de descuento	23.5%	4
	100.0%	17

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 53: Tipos de promoción



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Tabla N° 29: Tipos de promoción

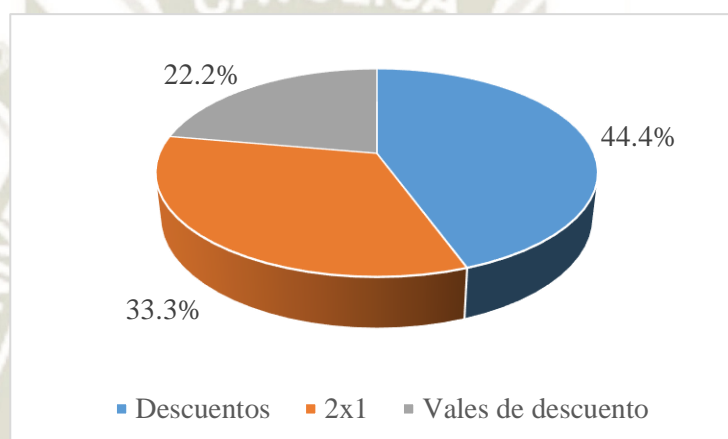
Invierno	Porcentaje	Total
Descuentos	44.4%	8
2x1	33.3%	6
Vales de descuento	22.2%	4
	100.0%	18

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 54: Tipos de promoción



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda

Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Los descuentos presentados mediante la investigación realizada y de acuerdo a la información brindada por ducthfashion (2019), es debido a la continua y constante moda por temporada y un excedente de dichos productos textiles, como también climas drásticos que generan que las prendas de vestir de primavera no se puedan usar en verano como las mismas en otoño. El gran porcentaje por temporada en esta investigación realizada en el sector de Satphorst es por descuentos, seguido por las promociones de 2x1 en tiendas. Los datos recolectados y analizados para las promociones de bales de descuento son pocas en comparación de las anteriores mencionadas debido a los comentarios proporcionados por los dueños de las tiendas que

indicaron que debido a la tecnología actual, los vales físicos en prendas de vestir son cada vez menos usados.

e. Conocimiento de la fibra de alpaca

Tabla N° 30: Conocimiento de la fibra de alpaca

	Porcentaje	Total
SI	20.0%	3
NO	80.0%	12
	100.0%	15

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 55: Conocimiento de la fibra de alpaca



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

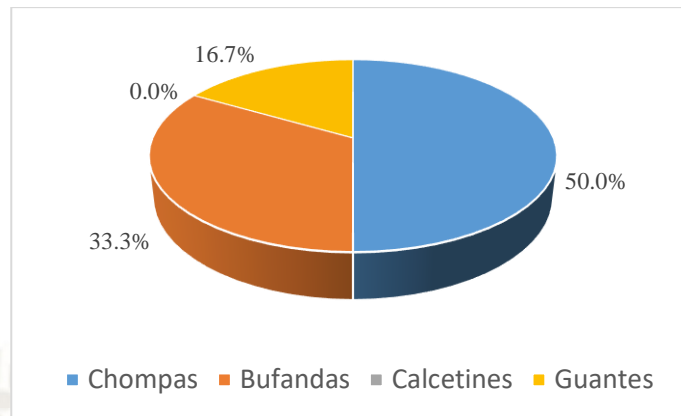
Tabla N° 31: Conocimiento de la fibra de alpaca y tipo

SI	Porcentaje	Total
Chompas	50.0%	3
Bufandas	33.3%	2
Calcetines	0.0%	0
Guantes	16.7%	1
	100.0%	6

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 56: Conocimiento de la fibra de alpaca y tipo



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información brindada por el portal de Perú.info (2019), Perú es el máximo exportador mundial de fibra de alpaca con un 80%, y una producción de alrededor de 4500 toneladas siendo Italia y Alemania los mayores importadores de la comunidad Europea. Holanda está encuentra entre los 10 países importadores de la comunidad Europea. Pero los resultados arrojados en esta investigación son contradictorios, porque, con la información brindada por la municipalidad de Satphorst (2019), y la embajada de los países bajos en Perú, indican que Satphorst es un lugar muy autóctono holandés y con tradiciones muy arraigadas causando que sea un sector de poco conocimiento multicultural, y debido a esto su falta de conocimiento de la fibra de alpaca peruana.

f. Razones del atractivo de la aplaca

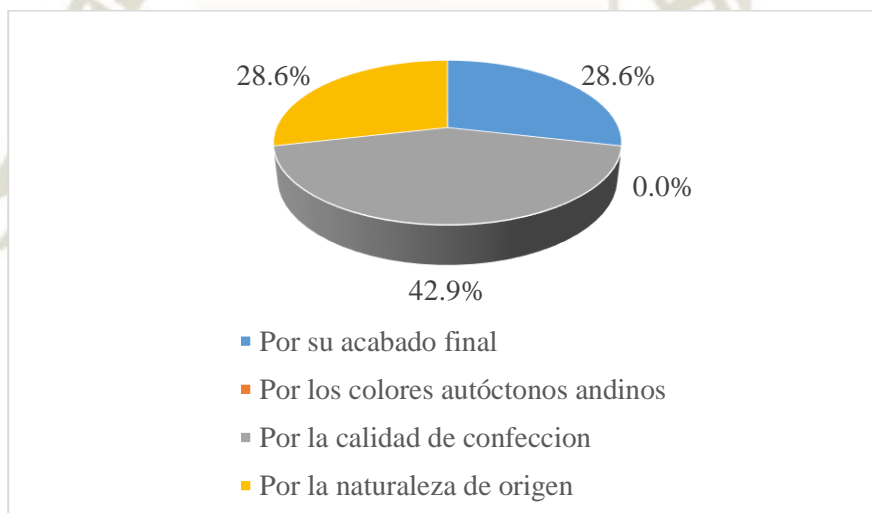
Tabla N° 32: Razones del atractivo de la aplaca

	Porcentaje	Total
Por su acabado final	28.6%	2
Por los colores autóctonos andinos	0.0%	0
Por la calidad de confección	42.9%	3
Por la naturaleza de origen	28.6%	2
	100.0%	7

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 57: Razones del atractivo de la aplaca



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

g. Atractivo de acuerdo a las propiedades

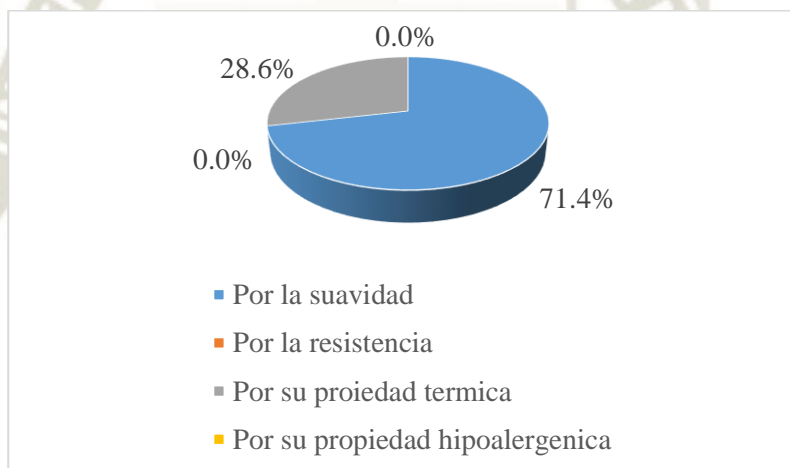
Tabla N° 33: Atractivo de acuerdo a las propiedades

	Porcentaje	Total
Por la suavidad	71.4%	15
Por la resistencia	0.0%	0
Por su propiedad térmica	28.6%	6
Por su propiedad hipo alérgica	0.0%	0
	100.0%	21

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 58: Atractivo de acuerdo a las propiedades



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo con la información de la página Munay(2018), una de las propiedades de la fibra de alpaca y por la cual resalta dentro de las fibras animales para la confección textil es la suavidad, debido a que estas fibras tienen bordes poco salientes que disminuyen la fricción generando suavidad y confort en los productos textiles, por esto que en esta investigación el 71.4% de los posibles clientes les parece atractivo la suavidad de la fibra de alpaca peruana, como su termicidad dentro de las cuales es una gran propiedades de la fibra de alpaca ya que estas fibras aíslan la

temperatura del exterior con el calor corporal, por esta razón es que un 28.6% de los posibles clientes encuestados optan por la termicidad de la fibra de alpaca peruana.

h. Competidor directo de la fibra de alpaca

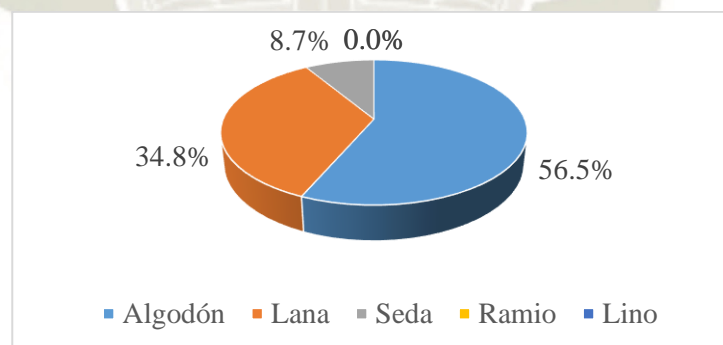
Tabla N° 34: Competidor directo de la fibra de alpaca

	Porcentaje	Total
Algodón	56.5%	13
Lana	34.8%	8
Seda	8.7%	2
Ramio	0.0%	0
Lino	0.0%	0
	100.0%	23

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 59: Competidor directo de la fibra de alpaca



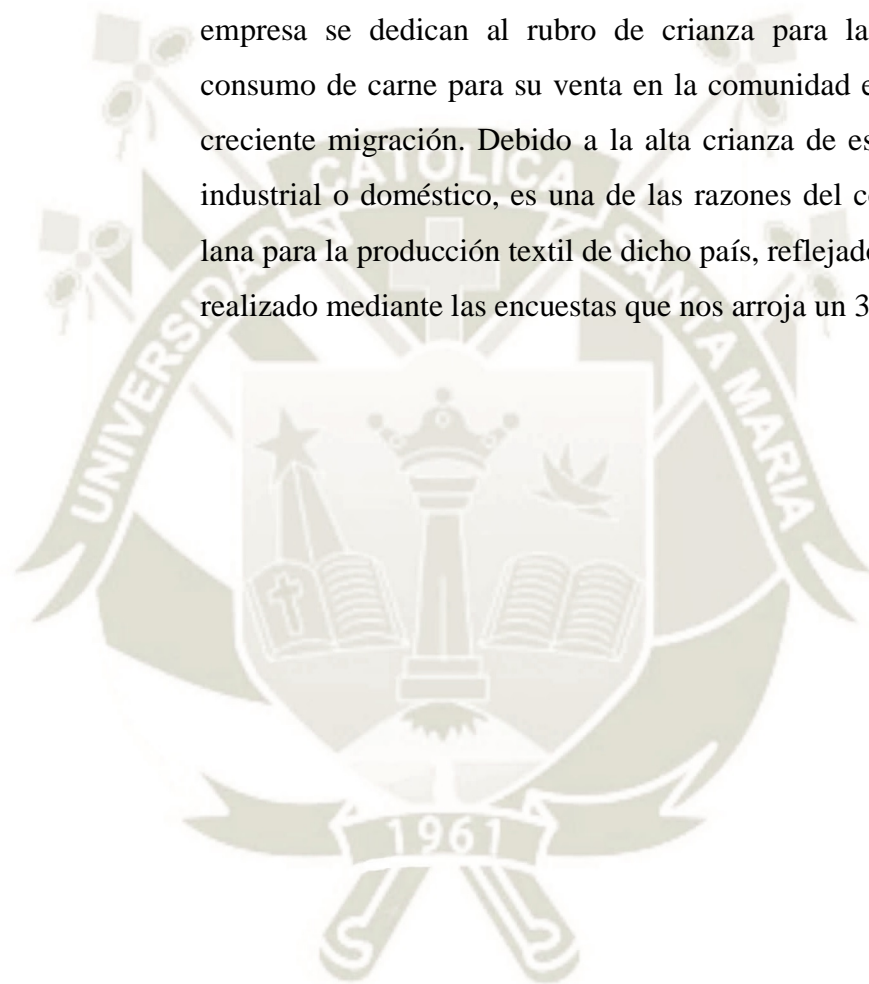
Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información abstraída por la página duchfashion (2019), Holanda se encuentra inmerso con las cadenas textiles de grandes compañías como lo son HyM, Axion, Zalando. Las cuales producen gran variedad de productos textiles basados en algodón y materiales sintéticos, Zalando es considerado un

productor que ofrece a diversas tiendas pequeñas productos a base de algodón, es por esta razón que un gran porcentaje de este estudio realizado conlleva un 56.5% de productos a base de algodón. Además según el reporte del Ingeniero agrónomo Alonso B. en Holanda alrededor de una 27000 personas se dedican al cuidado y crianza de ovejas activamente y alrededor de unas 8500 empresas con un aproximado de 130 ovejas por cada empresa se dedican al rubro de crianza para la esquila y el consumo de carne para su venta en la comunidad europea por la creciente migración. Debido a la alta crianza de este animal sea industrial o doméstico, es una de las razones del consumo de su lana para la producción textil de dicho país, reflejado en el estudio realizado mediante las encuestas que nos arroja un 34.8%.



i. Competidor directo de la fibra de alpaca

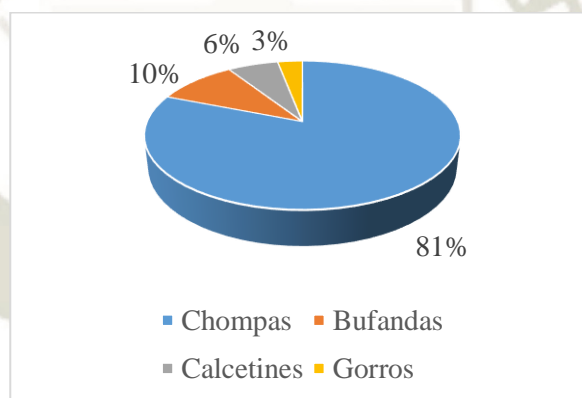
Tabla N° 35: Competidor directo de la fibra de alpaca

	Porcentaje	Total
Chompas	81.0%	750
Bufandas	9.8%	91
Calcetines	6.2%	57
Gorros	3.0%	28
	100.0%	926

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 60: Competidor directo de la fibra de alpaca



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Al Obtener un porcentaje el 20% en la anterior pregunta sobre el conocimiento de productos a base de fibra de alpaca, y presentando a nuestros posibles clientes un producto de confección de las señoras de la asociación de Hatum Warmi, el 81% de los posibles clientes en la zona de Staphorst, ratificaron y dieron un punto de vista favorable para la adquisición de chompas, y los demás productos presentados en el cuadro anterior, siendo estos con un porcentaje más bajo que el de las chompas.

j. Modelos dispuesto a la compra

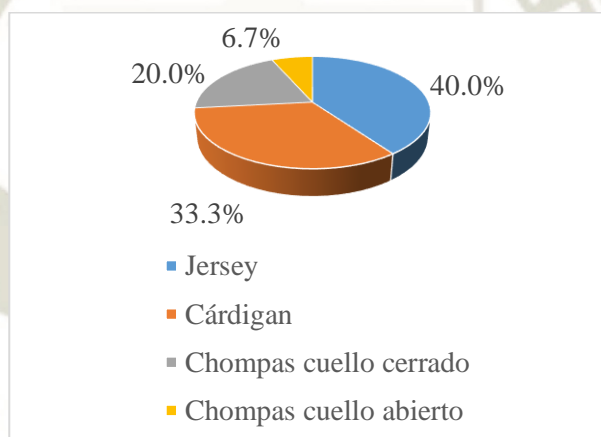
Tabla N° 36: Modelos dispuesto a la compra

	Porcentaje	Total
Jersey	40.0%	12
Cárdigan	33.3%	10
Chompas cuello cerrado	20.0%	6
Chompas cuello abierto	6.7%	2
	100.0%	30

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 61: Modelos dispuesto a la compra



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información obtenida en la página duchtfashion (2019), las tendencias de moda presentada por Iris Van Herpen considera que en las prendas de vestir de la parte superior para varones y tanto como damas los Jersey y cárdigan siendo más populares para hombres tendrán una tendencia máxima para los 2 a 3 próximos años, siendo ya consolidado estos tipos de prendas de vestir durante el tiempo y que difícilmente sean devaluados en el mercado mundial de la moda. Por esta razón presentado por esta

diseñadora de modas holandesa es que se ve reflejado en el presente estudio de investigación con un gran porcentaje de 40% y 33.3% en los productos que los posibles clientes desearían adquirir en productos basados de fibra de alpaca peruana.



k. Colores más atractivos a los posibles clientes

Tabla N° 37: Colores más atractivos a los posibles clientes

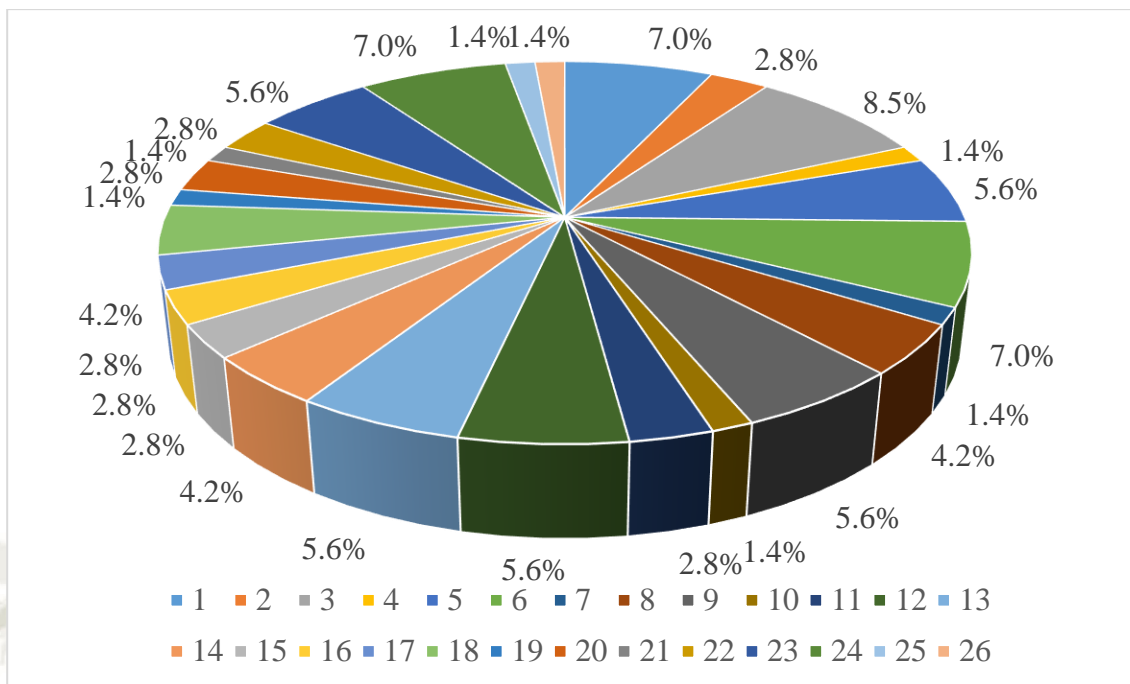
	Porcentaje	Total
1	7.0%	5
2	2.8%	2
3	8.5%	6
4	1.4%	1
5	5.6%	4
6	7.0%	5
7	1.4%	1
8	4.2%	3
9	5.6%	4
10	1.4%	1
11	2.8%	2
12	5.6%	4
13	5.6%	4
14	4.2%	3
15	2.8%	2
16	2.8%	2
17	2.8%	2
18	4.2%	3
19	1.4%	1
20	2.8%	2
21	1.4%	1
22	2.8%	2
23	5.6%	4
24	7.0%	5
25	1.4%	1
26	1.4%	1
	100.0%	71

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda

Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 62: Colores más atractivos a los posibles clientes



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información obtenida por la página Dutchfashion (2019), Señala que la variedad de colores usados por los diseñadores de moda Holandesa, Francesa e Italiana varían de acuerdo a las estaciones por ende el porcentaje tan variado en la investigación variada en nuestros posibles clientes, desde colores claros como el blanco, crema, color melón hasta colores oscuros como el azul presidente, negro. Además los colores presentados por la diseñadora de moda Iris Van Herpen son variados en sus distintas colecciones, debido a esto es porque se opta la gran variedad en colores para las chompas de fibra de alpaca peruana.

I. Escepticismo a la fibra de alpaca

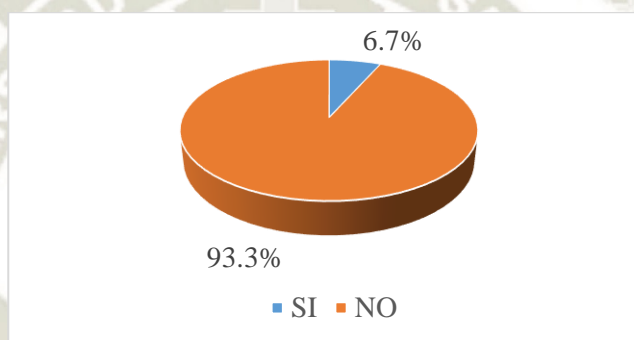
Tabla N° 38: Escepticismo a la fibra de alpaca

	Porcentaje	Total
SI	6.7%	1
NO	93.3%	14
	100.0%	15

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 63: Escepticismo a la fibra de alpaca



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información obtenida por la municipalidad de Staphorst (2019), y la embajada de los países bajos en Perú, indican que Staphorst es un lugar muy autóctono holandés y con tradiciones muy arraigadas causando que sea un sector de poco conocimiento multicultural, y debido a esto su falta de conocimiento de la fibra de alpaca peruana. Pero a pesar de ser un lugar con poco conocimiento de productos textiles diferentes a los ya establecidos en su país, son abiertos a nuevos productos como se ve reflejado en la encuesta realizada a los posibles clientes que ya conocen más del mercado obteniendo así un rotundo 93.3% de aceptación de dichos productos.

m. Ventas especiales

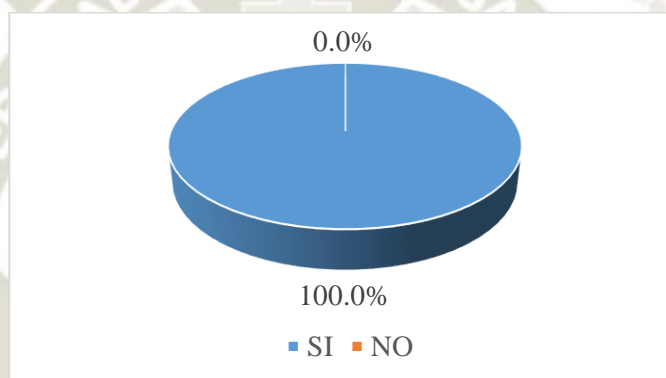
Tabla N° 39: Ventas especiales

	Porcentaje	Total
SI	100.0%	15
NO	0.0%	0
	100.0%	15

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 64: Ventas especiales



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la pregunta realizada anteriormente sobre los descuentos por temporada y con la información obtenida por la embajada de los países bajos en Perú (2019), un gran porcentaje de la población holandesa se encuentra de vacaciones en el tiempo de verano y por ende se realiza una gran cantidad de eventos especiales en las plazas principales de cada pueblo o ciudad y la gran mayoría de tiendas textiles ofertan sus productos por la gran masa de población que va dichos eventos, como también tiendas de comida rápida, es por esta razón de que la encuesta realizada a los posibles clientes toman en totalidad

favorable para la venta de productos textiles a base de alpaca peruana.

n. Venta en diferentes plataformas electrónicas

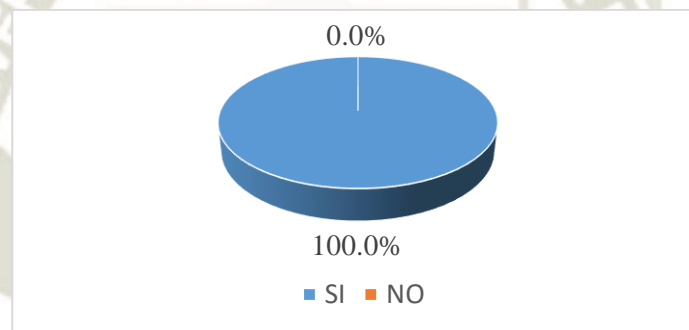
Tabla N° 40: Venta en diferentes plataformas electrónicas

	Porcentaje	Total
SI	100.0%	15
NO	0.0%	0
	100.0%	15

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 65: Venta en diferentes plataformas electrónicas



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

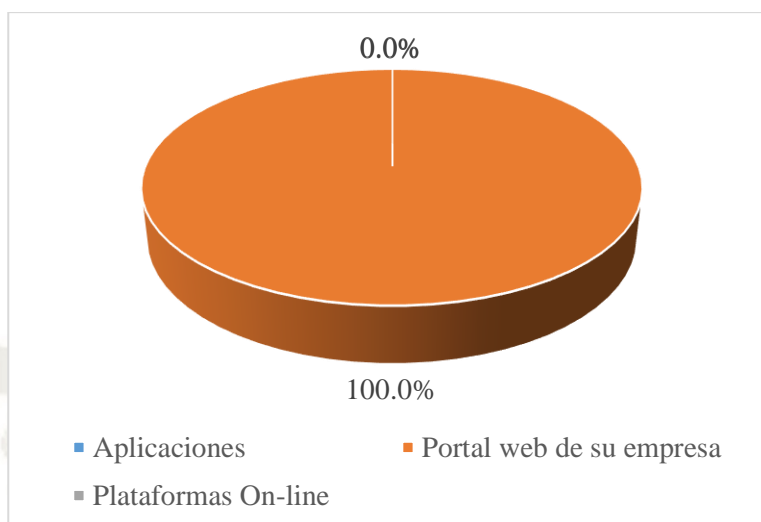
Tabla N° 41: Venta en diferentes plataformas electrónicas

SI		Porcentaje	Total
	Aplicaciones	0.0%	0
	Portal web de su empresa	100.0%	15
	Plataformas On-line	0.0%	0
		100.0%	15

Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 66: Venta en diferentes plataformas electrónicas



Fuente: Cuestionario (Posibles clientes, Holanda Staphorst).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Considerando la información brindada por duchfashion (2019), indica que la mayoría de productos textiles en tiendas ofertan sus productos en plataformas electrónicas debido a la seguridad que proporciona Holanda a sus clientes, y por la rapidez y entrega de los productos a sus clientes en sus hogares. Es por esto que es una herramienta muy usada en la actualidad para el beneficio de las personas debido a que también muchas empresas o tiendas quedan muy lejos de sus hogares y así ahorran tiempo y dinero, como se puede ver reflejado en el porcentaje de los posibles clientes en su aceptación a vender productos textiles a base de fibra de alpaca peruana en plataformas electrónicas.

3.4.2. Análisis de la Oferta

3.4.2.1. Hatum Warmi

a. Información Personal

Tabla N° 42: Información Persona

Edad Promedio	
41.6	
Sexo	Cantidad
M	0.0%
F	100.0%
Tiempo de experiencia	
13.2	

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información proporcionada por el instituto nacional de estadística (2019), la población económicamente activa en la región Arequipa de acuerdo a los niveles de estudio en educación superior representa un 41.9% de los cuales en el rango de edad entre 40 a 50 años solo poseen un trabajo estable un 5.2%. Sin embargo las mujeres pertenecientes a Hatun Warmi, poseen un trabajo artesanal y esporádico, debido a la falta de trabajo por la educación requerida para la mayoría de empresas.

b. Tipo de prenda y cantidad producida (mensual y anual)

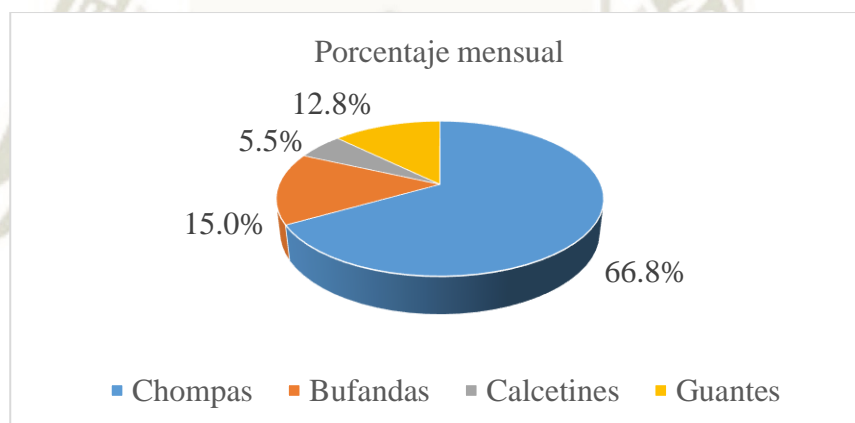
Tabla N° 43: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual y anual)

Producto	Cantidad		Porcentajes
	Mensual	Anual	Porcentaje mensual
Chompas	183	2196	66.8%
Bufandas	41	492	15.0%
Calcetines	15	180	5.5%
Guantes	35	420	12.8%
Total	274	3288	100.0%

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 67: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual)



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información tenida por la página de infoalpacas (2018), sostiene que las familias alto andinas en las regiones del sur del Perú tienen una enseñanza tradicional en la crianza y confección textil de los animales alto andinos peruanos, dentro de ellos se encuentra la alpaca, y es debido a esta tradición familiar que las mujeres más antiguas pertenecientes Hatun Warmi conocen sobre los tejidos artesanales; en la mayoría de las encuestadas realizadas dichas mujeres tienen una preferencia en la confección de chompas como es reflejado en los datos de cuadro

con un 66.8%, y un promedio mensual de 183 chompas, siendo estas confecciones a mano y a máquina, debido a la experiencia de dichas mujeres.

c. Días y cantidad de horas de trabajo

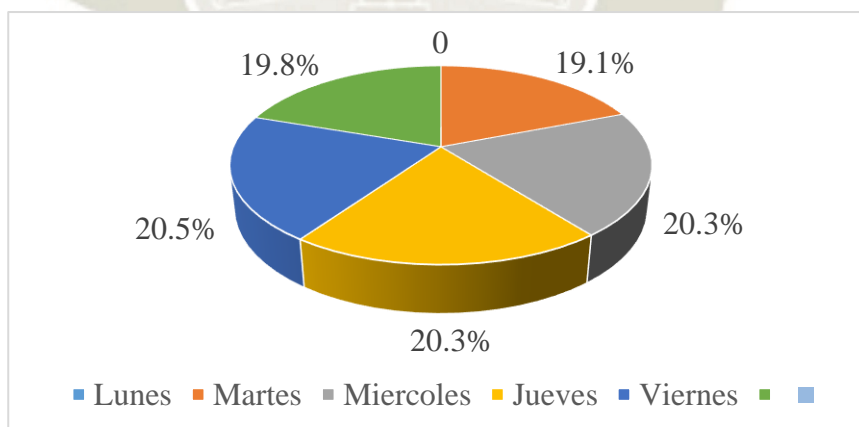
Tabla N° 44: Días y cantidad de horas de trabajo

Días y horas	Porcentaje semanal	PROMEDIO	CANTIDAD
Lunes	19.1%	5	161
Martes	20.3%	6	131
Miércoles	20.3%	6	177
Jueves	20.5%	6	138
Viernes	19.8%	6	111
Total	100.0%	28	718

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 68: Días y cantidad de horas de trabajo



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Debido a la información proporcionada por la cámara de comercio e industria de Arequipa (2018), proporciona un porcentaje de rango de edades entre 40 a 50 años de edad con un 5.2% que poseen un trabajo estable, siendo en su mayoría del

sexo masculino, debido a esta razón de que las mujeres pertenecientes a Hatum Warmi, poseen un gran tiempo libre para la confección de productos textiles entre un promedio por día entre 5 a 6 horas diarias, porque que en su totalidad son amas de casa y para poder subsistir económicamente dichas mujeres se dedican a la producción textil a base de fibra de alpaca peruana.

d. Tipo de material en confecciones

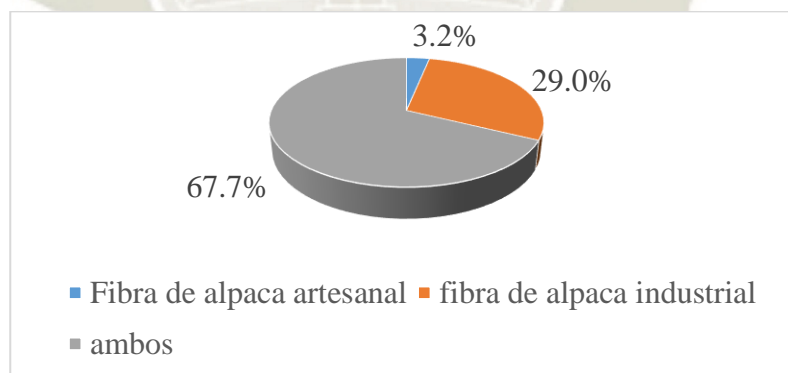
Tabla N° 45: Tipo de material en confecciones

	porcentaje	SUMA
Fibra de alpaca artesanal	3.2%	1
fibra de alpaca industrial	29.0%	9
ambos	67.7%	21
Total	100.0%	31

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 69: Tipo de material en confecciones



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información obtenida por la página de infoalpacas (2018), las familias pertenecientes al rubro de crianza de alpacas peruanas, esporádicamente producen y venden a personas dedicadas a la confección textil, debido a esto no es muy común ver productos textiles de fibra de alpaca al 100%, debido a que la

investigación realizada indica que un 3.2% de señoras que usan en su totalidad fibra de alpaca artesanal, sin embargo, un 67.7% de estas mujeres usan la fibra de alpaca industrial y a su vez artesanal. Esto es debido a su tipo de color que proporciona la industria en comparación de las familias alpaqueras de las zonas alto andinas.

e. Forma de producción textil

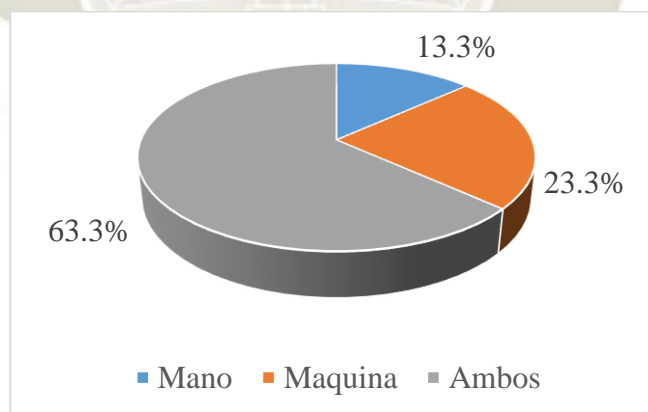
Tabla N° 46: Forma de producción textil

Forma	Porcentaje	suma
Mano	13.3%	4
Maquina	23.3%	7
Ambos	63.3%	19
Total	100.0%	30

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 70: Forma de producción textil



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información obtenida por la página de infoalpacas (2018), sostiene que las familias alto andinas en las regiones del sur del Perú tienen una enseñanza tradicional en la crianza y confección textil de los animales alto andinos peruanos, como la

alpaca y vicuña, debido a esta tradición familiar el porcentaje de mujeres pertenecientes a Hatum Warmi usan confección artesanal de 13.3%, y el 23.3% de señoras que solo usan máquina para la confección es debido a la enseñanza proporcionada a las nuevas mujeres tejedoras de Hatum Warmi.

f. Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca

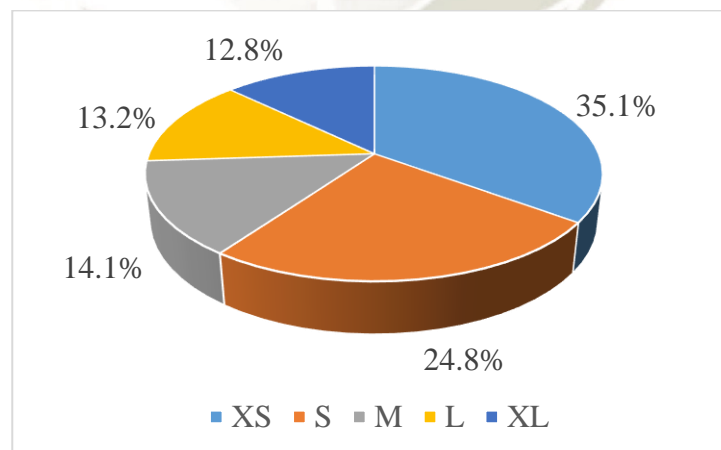
Tabla N° 47: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca

Talla	Porcentaje	Promedio
XS	35.1%	3
S	24.8%	2
M	14.1%	1
L	13.2%	1
XL	12.8%	1
Total	100.0%	8

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 71: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información brindada por el grupo Michell (2019), indica que la venta de conos de fibra de alpaca peruana tiene un peso aproximado a un kilo, y según la información que es

de acuerdo a la experiencia de las señoras de la agrupación textil de Hatum Warmi dicho cono proporciona un aproximado entre 2 a 3 chompas de las tallas XS y S, y un aproximado de una 1 chompa para las tallas M, L y XL, teniendo un excedente de fibra de alpaca por chompa de unos 300 a 350gr. Por cono comprando. Sim embargo en la compra de fibra de alpaca artesanal en dichas tallas grandes existe un excedente de unos 250 a 300 gramos por chompa y por las tallas medianas un aproximado de 300 a 400 gr.

g. Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad

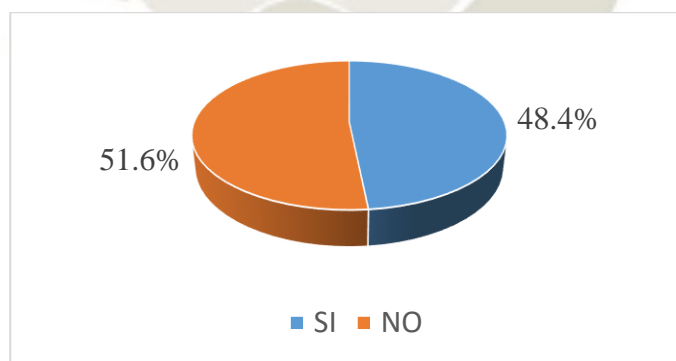
Tabla N° 48: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad

Horas	Porcentaje	Promedio	Total
SI	48.4%	2.4	15
NO	51.6%		16
Total	100.0%		31

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 72: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información obtenida por la página de infoalpacas (2018), sostiene que las familias alto andinas en las regiones del sur del Perú tienen una enseñanza tradicional en la crianza y confección textil de los animales alto andinos peruanos, como la

alpaca y vicuña. Y la información proporcionada por la cámara de comercio e industria de Arequipa (2018), que indica la falta de trabajo de mujeres de edades entre 40 y 50 y es debido a estos datos que las mujeres nuevas pertenecientes a Hatum Warmi reciben la enseñanza de mujeres antiguas experimentadas y que estarían dispuestas a la enseñanza como indica el porcentaje con un 48.4% y un 51.6% que no desearían dedicarse a la enseñanza debió a que dichas mujeres están en pleno aprendizaje.

h. Tiempo de confección de una chompa a maquina

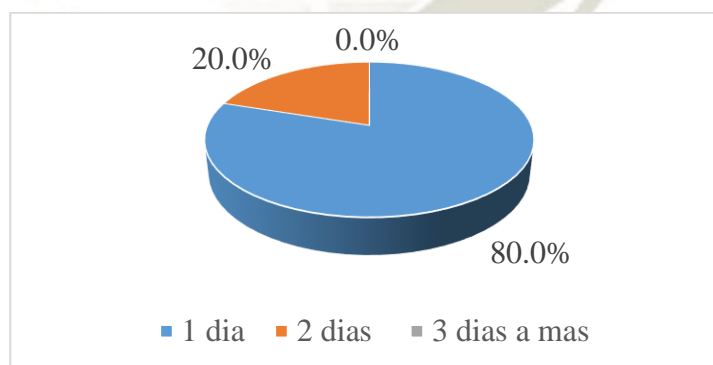
Tabla N° 49: Tiempo de confección de una chompa a máquina

Días	Porcentaje	Suma
1 día	80.0%	20
2 días	20.0%	5
3 días a mas	0.0%	0
total	100.0%	25

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 73: Tiempo de confección de una chompa a máquina



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información obtenida por las señoras tejedoras de Hatun Warmi, la confección de las chompas al no ser una empresa industrializada y no tener las maquinas modernas como

Incalpaca o Michell, la confección de chompas es realizada por partes, en un aproximado de 4 a 5 horas, y un aproximado de 2 horas en la unión de las partes. Es por esta razón que el tiempo estimado para un producto final de confección a máquina es de un día.

i. Tiempo de confección de una chompa a mano

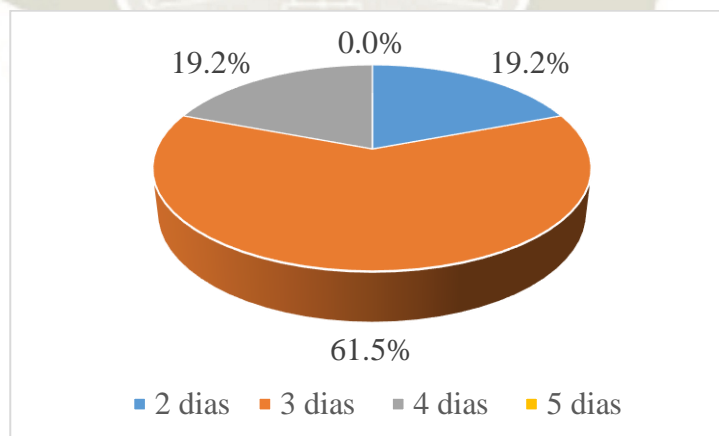
Tabla N° 50: Tiempo de confección de una chompa a mano

DIAS	Porcentaje	suma
2 días	19.2%	5
3 días	61.5%	16
4 días	19.2%	5
5 días	0.0%	0
Total	100.0%	26

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 74: Tiempo de confección de una chompa a mano



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información obtenida por las señoras tejedoras de Hatun Warmi, la confección de las chompas al no ser una empresa industrializada y no tener maquinas modernas como Incalpaca o Michell, la producción de chompas es realizada por

partes, en un aproximado de 1 a 2 días y un aproximado de 1 día en la unión de las partes para la confección de chompas. Por esta razón que el tiempo estimado para un producto final de confección a mano tiene una duración aproximada de 2 a 3 días.

j. cumplimiento de las metas

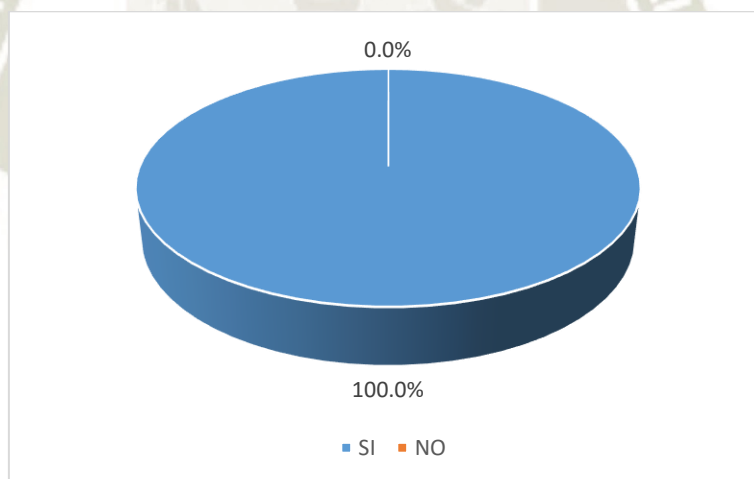
Tabla N° 51: cumplimiento de las metas

SI	100.0%
NO	0.0%

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 75: cumplimiento de las metas



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según los porcentajes brindados por la cámara de comercio e industria de Arequipa (2018), el rango de edades de las señoras pertenecientes a Hatun Warmi con dicha información de la población económicamente activa viene a ser un 5.2% de la región Arequipa tiene un trabajo convencional en industrias. De esta forma y con estos datos recolectados es porque las señoras de

Hatum Warmi tienen una gran disponibilidad de tiempo para la confección de chompas, como se refleja en los porcentajes del presente estudio de investigación con un total del 100.0% de disponibilidad en el cumplimiento de las metas, siendo tan optimista por un progreso económico deseable por parte de las señoras de Hatum Warmi.

k. Conocimiento de los precios en el mercado

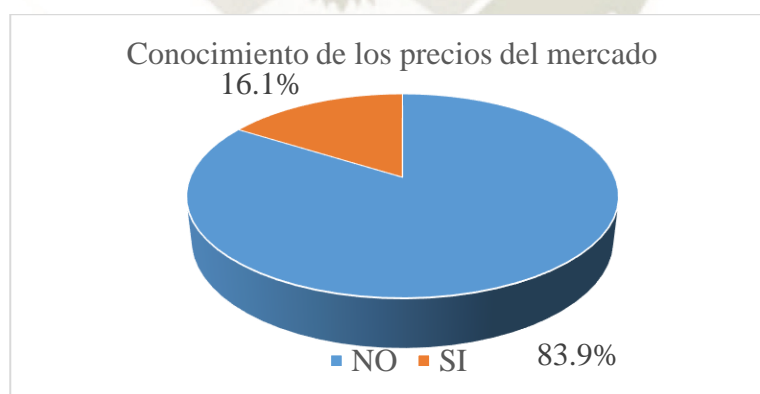
Tabla N° 52: Conocimiento de los precios en el mercado

		Total	Porcentaje	total
NO		26	83.9%	31
SI	CANTIDAD	5	16.1%	
	100-200	1	20.0%	
	201-300	1	20.0%	
	301-400	3	60.0%	
	total	5	100.0%	

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

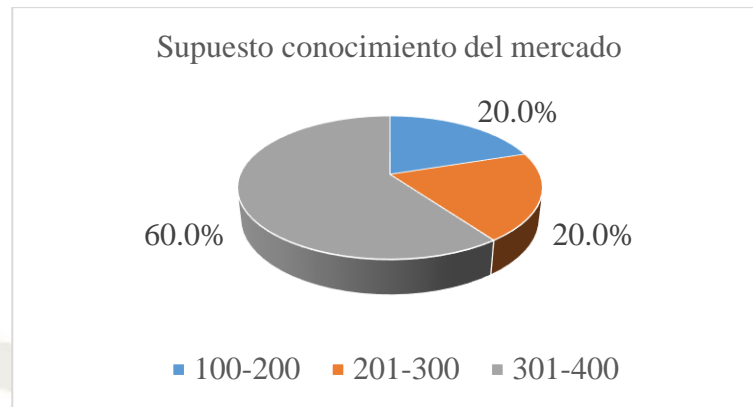
Figura N° 76: Conocimiento de los precios en el mercado



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 77: Conocimiento de los precios en el mercado



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información obtenida por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018), Arequipa cuenta con 76 distritos en extrema pobreza ubicados en La Union, Caylloma, Condesuyos y Arequipa, siendo la parte de alto Cayma con extrema pobreza, con un indicador económico de sustento aproximado de 10 soles para sobrevivir por día, por esta razón de que las mujeres tejedoras de Hatun Warmi no tiene acceso a computadoras o internet para poder conocer precios de los productos textiles de las empresas grandes como Incalpaca y Michell y su sub marcas, como es reflejado en el porcentaje de conocimiento de precios con 83.9% de desconocimiento y 16.1% de un aproximado de rango de precios que son desproporcionados por la información que existe en internet debido a comentarios de otras señoras que esporádicamente conocen precios ficticios.

I. Costos de producción y venta de una chompa

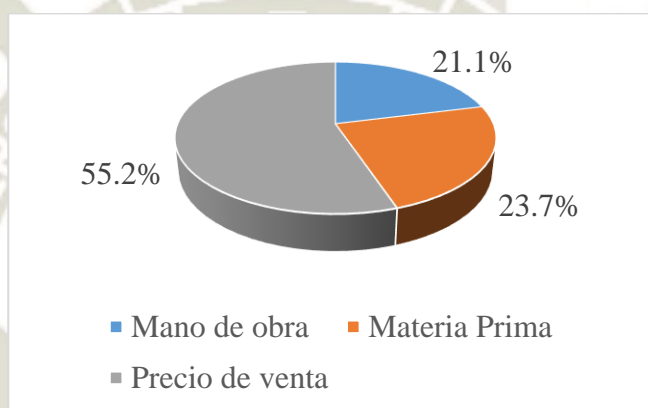
Tabla N° 53: Costos de producción y venta de una chompa

	Promedio	Porcentaje
Mano de obra	S/ 58.39	21.1%
Materia Prima	S/ 65.65	23.7%
Precio de venta	S/ 152.90	55.2%

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 78: Costos de producción y venta de una chompa



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Considerando los precios de venta del hilado de alpaca obtenidos por las páginas de Michell (2019), entre un rango de 170 a 150 por cono de alpaca, y el tiempo en procesos de producción de una chompa. Es debido a esta razón que en el siguiente estudio presenta un promedio aproximado por venta de chompas entre las mujeres de tejido de Hatun Warmi con S./ 152.90 por chompa y una mano de obra aproximado de S./58.39, siendo el resto para la materia prima como es la fibra de alpaca y otro gastos como la electricidad para la máquina de confección y la bisutería requerida para la misma.

m. Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada

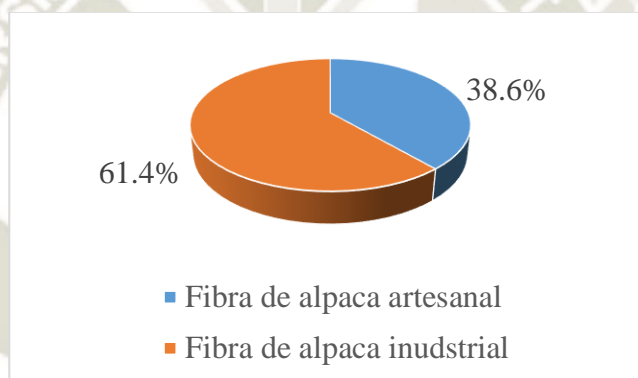
Tabla N° 54: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada

TIPOS DE FIBRA	Porcentaje	Promedio	Suma
Fibra de alpaca artesanal	38.6%	1.8	51
Fibra de alpaca industrial	61.4%	2.7	81
total	100.0%	4.5	132

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 79: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la producción mensual, con un promedio de 183 chompas totales del grupo de tejido perteneciente al grupo de tejido de Hatun Warmi y el porcentaje usado en los hilados por talla como se observa en el mismo estudio realizado, la cantidad de conos de fibra de alpaca industrial es de 81 conos, siendo el 61.4%, del presente estudio de investigación, y los conos de fibra de alpaca artesanal representan un 38.6%, siendo con un total de 51 conos de fibra de alpaca para dicha confección.

n. Lugar de compra de la alpaca artesanal

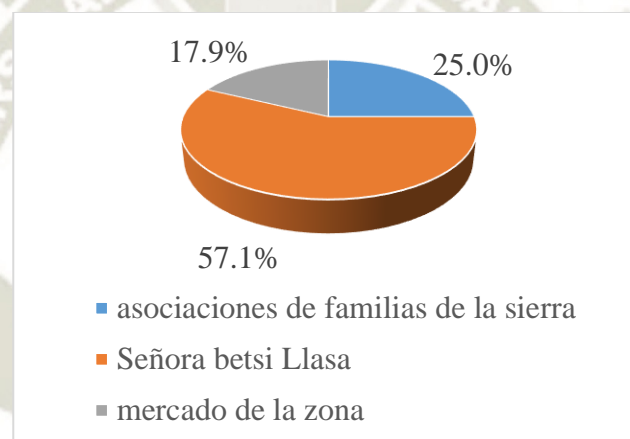
Tabla N° 55: Lugar de compra de la alpaca artesanal

ARTESANAL	Porcentaje	SUMA
asociaciones de familias de la sierra	25.0%	7
Señora Betsi Llasa	57.1%	16
mercado de la zona	17.9%	5
total	100.0%	28

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 80: Lugar de compra de la alpaca artesanal



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información obtenida de dichas señoras pertenecientes a Hatun Warmi que en su gran mayoría provienen de las zonas alejadas alto andinas, conocen o provienen de familias que se dedican a la crianza de alpacas y de su producción artesanal del hilado para la confección textil, dichas mujeres optan por la compra de conos de alpaca de estas familias, según los resultados arrojados por esta investigación realizada un 57.1% optan por la compra de una pobladora cercana a su taller de confección, que se dedica íntegramente al rubro de la producción de fibra de alpaca artesanal, llamada Betsi Llasa.

o. Lugar de compra de la alpaca industrial

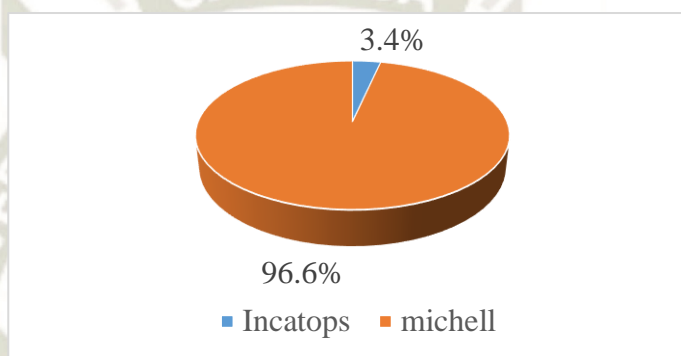
Tabla N° 56: Lugar de compra de la alpaca industrial

INDUSTRIAL	Porcentaje	SUMA
Inca tops	3.4%	1
Michell	96.6%	28
total	100.0%	29

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 81: Lugar de compra de la alpaca industrial



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información brindada por Michell (2019), y siendo a su vez el lugar donde la mayoría de las señoras de Hatun Warmi compra la materia prima industrializada para la confección textil, Michell proporciona diversos precios de conos de fibra de alpaca en sus plataformas electrónicas como su página web, y en diversos puntos de compra, pero a la difícil accesibilidad de las señoras al centro de la ciudad y su poco conocimiento de los puntos de venta, dichas señoras requieren de la ayuda de la asistente social de la iglesia perteneciente a la congregación misionera de San Pablo. Para la compra de los conos de alpaca de Michell que se realiza cada mes.

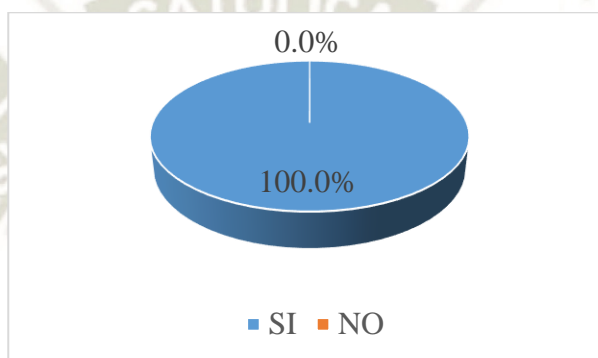
p. Disposición a la capacitación

Tabla N° 57: Disposición a la capacitación

SI	100.0%
NO	0.0%

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019
Elaboración: Propia

Figura N° 82: Disposición a la capacitación



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019
Elaboración: Propia

Según los datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018), en Arequipa el 4.6% de la población arequipeña es analfabeta y de acuerdo a la información obtenida en la página de la cámara de comercio e industria de Arequipa, en Arequipa (2018), un 41.9% de la región Arequipa tienen acabada la secundaria, debido a esta razón que las señoras pertenecientes a Hatun Warmi desean una capacitación constante para mejorar su tejido y de esta forma poder ofrecer una mejor calidad y por ende una mayor venta de sus productos finalizados para su sustentabilidad económica.

q. Consideración de mejora de calidad de producto

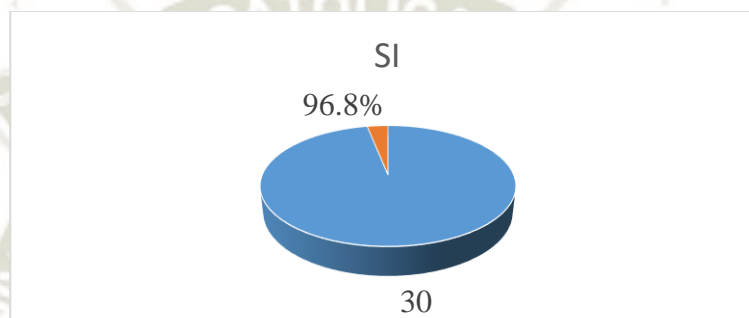
Tabla N° 58: Consideración de mejora de calidad de producto

	Suma	Total	31
NO	1	3.2%	100.0%
SI	30	96.8%	

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 83: Consideración de mejora de calidad de producto



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

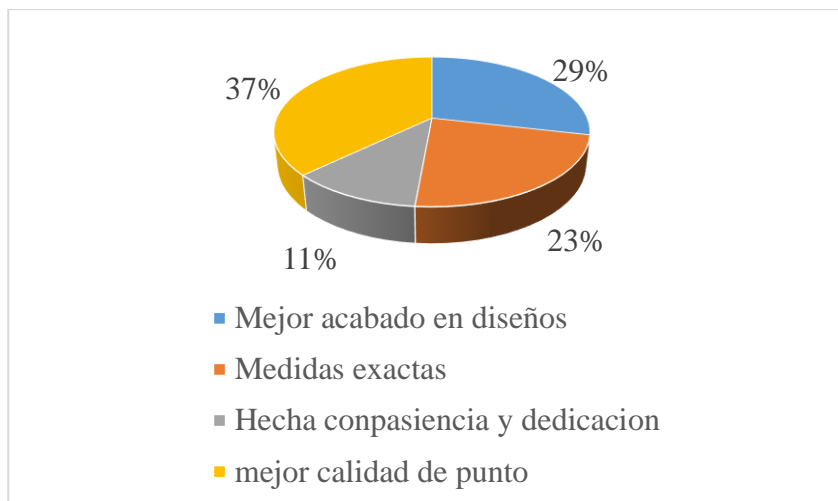
Tabla N° 59: Razones de la mejor calidad

SI		Porcentaje	30
	Mejor acabado en diseños	29%	10
	Medidas exactas	23%	8
	Hecha con paciencia y dedicación	11%	4
	mejor calidad de punto	37%	13
	total	100%	35

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 84: Razones de la mejor calidad



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información brindada por las páginas de Incalpaca (2019), Michell (2019), dichas empresas y las marcas derivadas de dichas compañías tienen diversos premios ganados en calidad y en genética de crianza de alpacas que generan en sus productos terminados una gran calidad, y de un prestigio ganado en el mercado nacional e internacional, debido a estas razones y por la experiencia de los años obtenidos por las señoras de Hatun Warmi observando los productos de estas compañías, dichas señoras tienen el gran optimismo de crear confecciones de alta calidad con un precio más accesible.

r. Disposición a competencia en mercado externo

Tabla N° 60: Disposición a competencia en mercado externo

Definitivamente SI	100.0%
definitivamente NO	0%

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 85: Disposición a competencia en mercado externo



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información brindada por PromPerú (2019), dicha página proporciona gran ayuda a nuevos empresarios con una amplia gama de profesionales y con una información constante para la revalorización de los productos textiles autóctonos peruanos, debido a esto y con dicha información proporcionada a las señoras de Hatun Warmi, son optimistas a una futura exportación de sus productos textiles, como se ve reflejado en este estudio con su totalidad el 100% , sin contar con su dedicación y calidad proporcionada a todos sus productos

s. Combinación de fibra artesanal e industrial

Tabla N° 61: Combinación de fibra artesanal e industrial

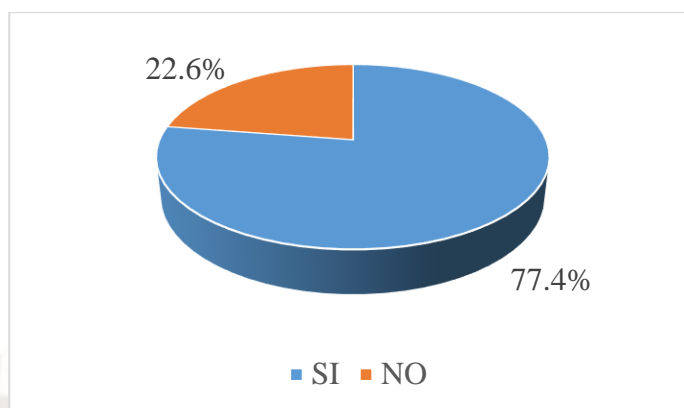
	Porcentaje	#
SI	77.4%	24
NO	22.6%	7
total	100.0%	31

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 86: Combinación de fibra artesanal e industrial



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

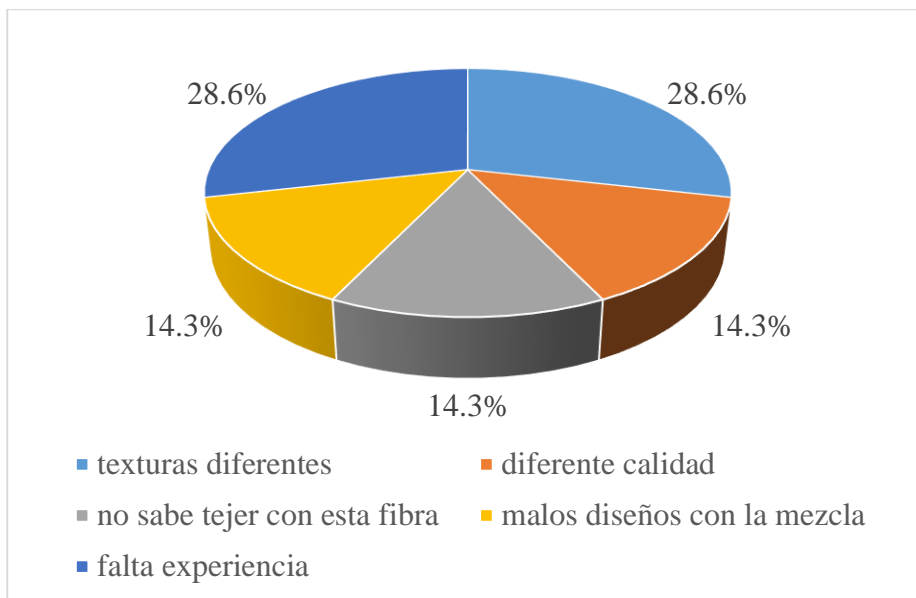
Tabla N° 62: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial

NO	Porcentaje	#
texturas diferentes	28.6%	2
diferente calidad	14.3%	1
no sabe tejer con esta fibra	14.3%	1
malos diseños con la mezcla	14.3%	1
falta experiencia	28.6%	2
total	100.0%	7

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 87: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información brindada por las señoras tejedoras de Hatun Warmi, y por la información obtenida por Michell (2019), la confección de productos textiles con la mezcla de fibras artesanales y fibras industriales, son difíciles de usarlas en una sola prenda por su complejidad, y por su acabados debido sus diferentes texturas, pero en el caso de las señoras con una amplia experiencia en el tejido de dichas calidades, y por las razones comprendidas en el cuadro presentado como la calidad en las medidas exactas y las texturas exclusivas para los detalles, es porque se conforma en este estudio un 77.4% de aprobación en la relación de la mezcla de estas fibras.

t. Disposición de viaje para la promoción del producto

Tabla N° 63: Disposición de viaje para la promoción del producto

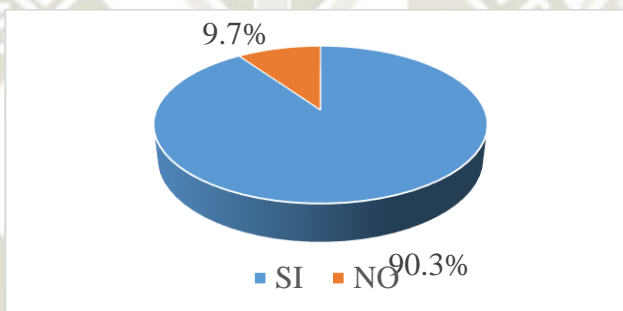
	Porcentaje	#
SI	90.3%	28
NO	9.7%	3
total	100.0%	31

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 88: Disposición de viaje para la promoción del producto



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

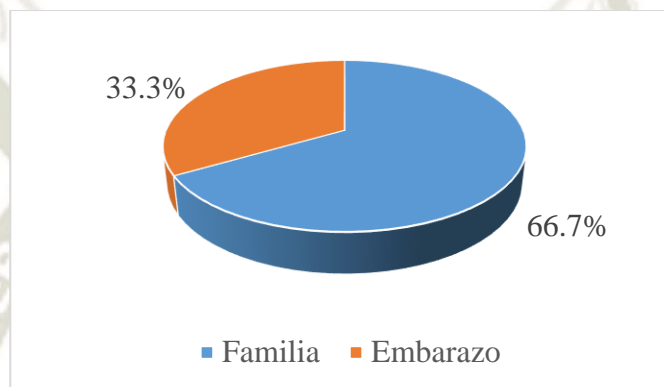
Tabla N° 64: Razones por que no viajarían para la promoción del producto

NO	Porcentaje	#
Familia	66.7%	2
Embarazo	33.3%	1
total	100.0%	3

Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 89: Razones por que no viajarían para la promoción del producto



Fuente: Cuestionario (Hatun Warmi). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información obtenida por la página de PromPerù (2019), en sus diversos boletines de promoción de productos peruanos sugiere que la expresión y representación de productos autóctonos peruanos fuera del país, agrega un valor positivo a dichos productos, es por una razón que las señoras de Hatun Warmi y por un crecimiento personal están dispuestas a viajar en un futuro para proporcionar una mejor venta de sus productos como se ve reflejado en los porcentajes de esta investigación con un 90.3%, con respecto al porcentaje faltante es por razones de familia o embarazo que imposibilitan su viaje para la promoción de estos productos.

3.4.2.2. Ñaña

a. Información Personal

Tabla N° 65: Información Persona

Edad Promedio	
40.1	
Sexo	Cantidad
M	0%
F	100.0%
Tiempo de experiencia	
13.7	

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información recaudada de dicha encuesta las mujeres pertenecientes a Ñaña tienen un promedio aproximado de edad de 40 años, un similar de edad a las mujeres de Hatum Warmi como también un tiempo de experiencia aproximado de 13.7 de Ñaña y un 13.2 años de experiencia en el tejido de Hatum Warmi. Siendo a su vez el total de encuestadas pertenecientes al sexo femenino.

b. Tipo de prenda y cantidad producida (mensual y anual)

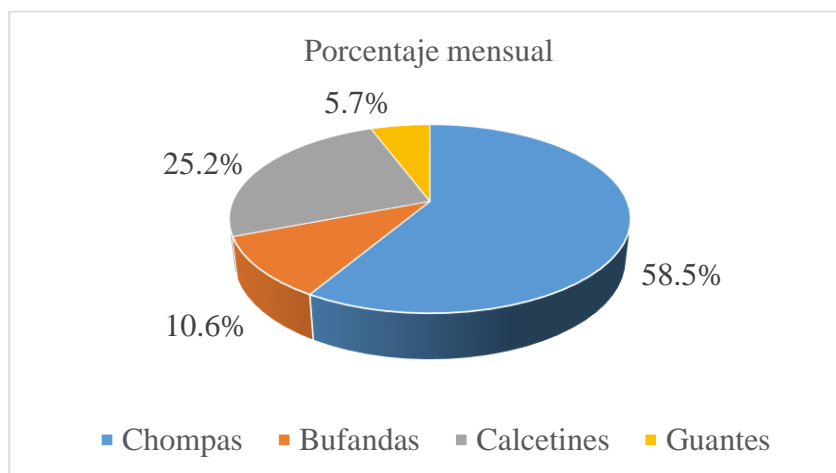
Tabla N° 66: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual y anual)

Producto	Cantidad		Porcentajes
	Mensual	Anual	Porcentaje mensual
Chompas	72	864	58.5%
Bufandas	13	156	10.6%
Calcetines	31	372	25.2%
Guantes	7	84	5.7%
Total	123	1476	100.0%

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 90: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual)



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

La experiencia de tejido obtenida de cada mujer que integra Ñaña y relacionada a los datos en la presente encuesta nos indican que las mujeres tejedoras tienden a tener una producción de chompas con un 58.5% del total de prendas mensuales con un alrededor de 72 unidades, y un 25.2% de producción en calcetines con una producción de 31 unidades mensuales.

c. Días y cantidad de horas de trabajo

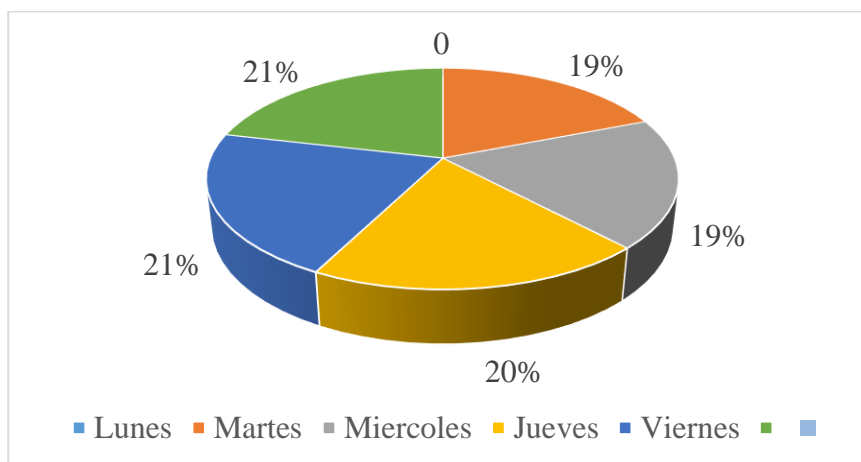
Tabla N° 67: Días y cantidad de horas de trabajo

Días y horas	Porcentaje semanal	PROMEDIO	CANTIDAD
Lunes	19%	5	77
Martes	19%	5	46
Miércoles	20%	5	79
Jueves	21%	6	57
Viernes	21%	6	23
Total	100%	27	0

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 91: Días y cantidad de horas de trabajo



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según dicha encuesta y con la información recaudada de las mujeres tejedoras de Ñaña, tienden a tener un aproximado de horas de trabajo los días jueves y viernes con un promedio de 6 horas. Y un total acumulado de horas de trabajo de las encuestadas de 77 horas los días lunes, y un mínimo de horas acumuladas de trabajo los días viernes con un total de 23 horas. Para poder cumplir con los objetivos requeridos por Ñaña.

d. Tipo de material en confecciones

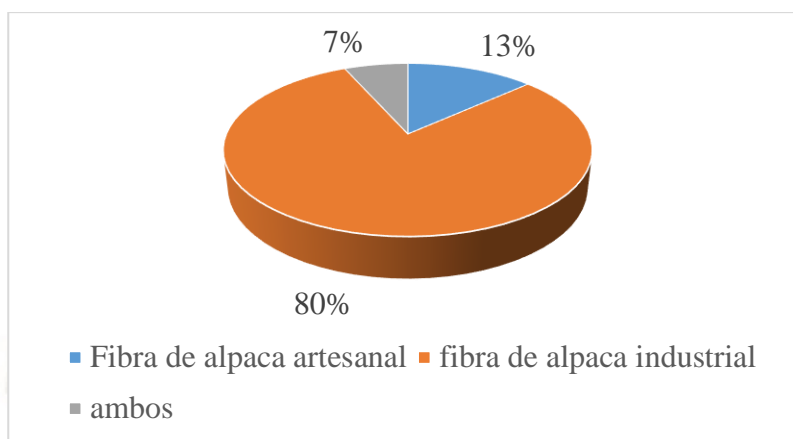
Tabla N° 68: Tipo de material en confecciones

Material	porcentaje	SUMA
Fibra de alpaca artesanal	13%	2
fibra de alpaca industrial	80%	12
ambos	7%	1
Total	100%	15

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 92: Tipo de material en confecciones



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información brindada por la página de infoalpacas (2018), ciertas familias en las zonas alto andinas producen fibra de alpaca para su confección textil, debido a esto algunas mujeres que pertenecen a Ñaña compran la fibra de alpaca mediante Ñaña para la confección textil, siendo un mínimo de mujeres que usan esta fibra con un total de 13%, y un máximo de ellas que usan fibra de alpaca industrial con un 80%.

e. Forma de producción textil

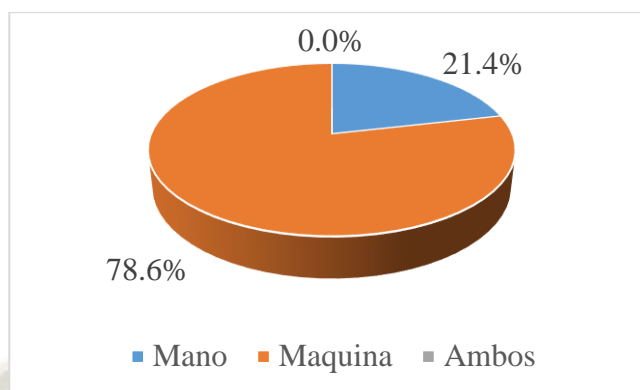
Tabla N° 69: Forma de producción textil

Forma	Porcentaje	suma
Mano	21.4%	3
Maquina	78.6%	11
Ambos	0.0%	0
Total	100.0%	14

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 93: Forma de producción textil



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la encuesta realizada en su forma de producción textil a las mujeres tejedoras de Ñaña, el 78,6% de ellas tienen una producción a máquina, y un mínimo porcentaje de confección netamente a mano con un total de 21.4%, indicando que la producción textil en Ñaña se orienta más a la producción hecha a máquina.

f. Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca

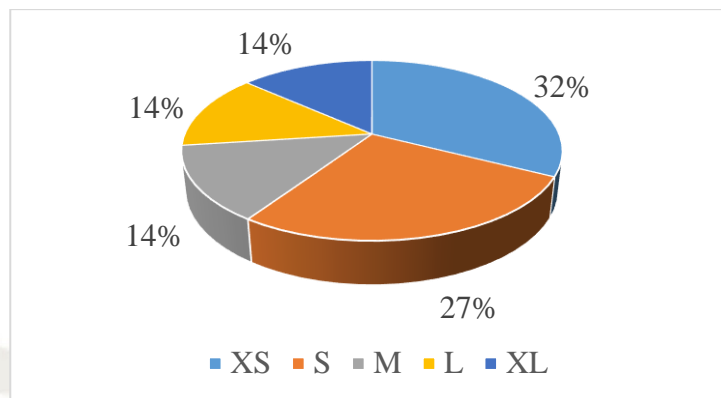
Tabla N° 70: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca

Talla	Porcentaje	Promedio
XS	32%	2
S	27%	2
M	14%	1
L	14%	1
XL	14%	1
Total	100%	7

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 94: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Con relación a la información brindada por el grupo Michell (2019), indica que existe un aproximado por cono de fibra de alpaca de 1 kilo, y debido a esto con los resultados en las encuestas a las mujeres de ñaña señalan que el 27% y 32% en las tallas xs y s son las tallas donde se produce más chompas con un aproximado de 2 por cono de alpaca. Debido a eso que por cono de alpaca las mujeres producen 2 chompas en las tallas xs y s, y en las demás tallas de chompas solo producen 1 chompa por cono de fibra de alpaca.

g. Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad

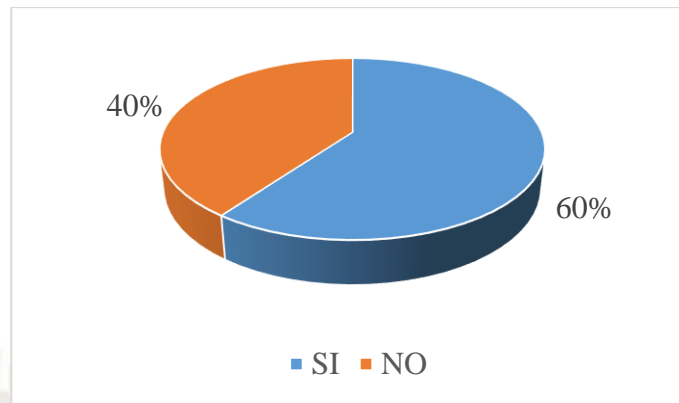
Tabla N° 71: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad

Horas	Porcentaje	Promedio	Total
SI	60%	2	9
NO	40%		6
Total	100%		15

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 95: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Las horas de aprendizaje y disponibilidad de tiempo de las mujeres tejedoras de Ñaña es relativamente alta debido a que el 60% de ellas estarían dispuestas a la enseñanza a otras mujeres para el tejido y un 40% no estarían dispuestas debido a que no disponen de tiempo para la enseñanza.

h. Tiempo de confección de una chompa a maquina

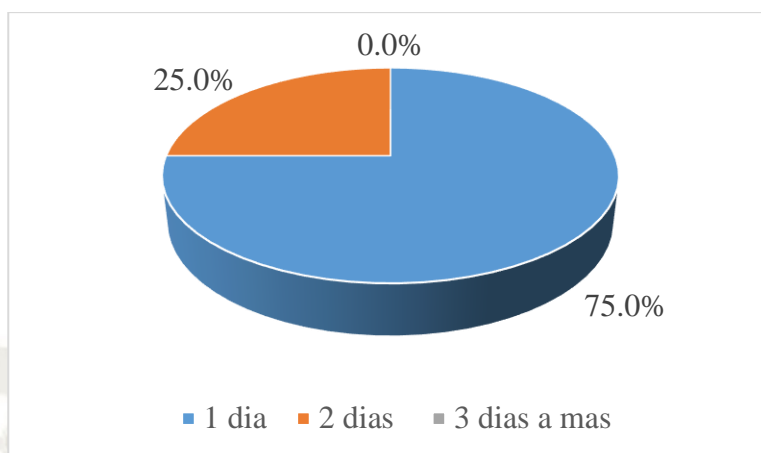
Tabla N° 72: Tiempo de confección de una chompa a máquina

Días	Porcentaje	Suma
1 día	75%	9
2 días	25%	3
3 días a mas	0%	0
total	100%	12

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 96: Tiempo de confección de una chompa a máquina



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información obtenida por dichas tejedoras de Ñaña, su confección textil en chompas a máquina es rápida con un resultado del 75% de dichas mujeres que tejen en un día y un 25% de ellas que demoran dos días en confeccionar una chompa, debido a que no tienen la experiencia necesaria para lograr confeccionarla en un mismo día.

i. Tiempo de confección de una chompa a mano

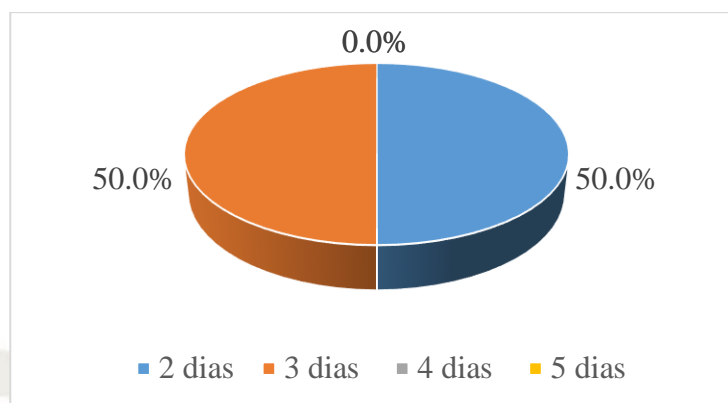
Tabla N° 73: Tiempo de confección de una chompa a mano

DIAS	Porcentaje	suma
2 días	50.0%	1
3 días	50.0%	1
4 días	0.0%	0
5 días	0.0%	0
Total	100.0%	2

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 97: Tiempo de confección de una chompa a mano



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Las mujeres tejedoras de Ñaña que confeccionan a mano sus productos textiles, la mitad de ellas 50% confeccionan una chompa en dos días y la otra mitad 50% en 3 días, debido a que son pocas las mujeres que tejen a mano a comparación de las mujeres de Hatum Warmi.

j. cumplimiento de las metas

Tabla N° 74: cumplimiento de las metas

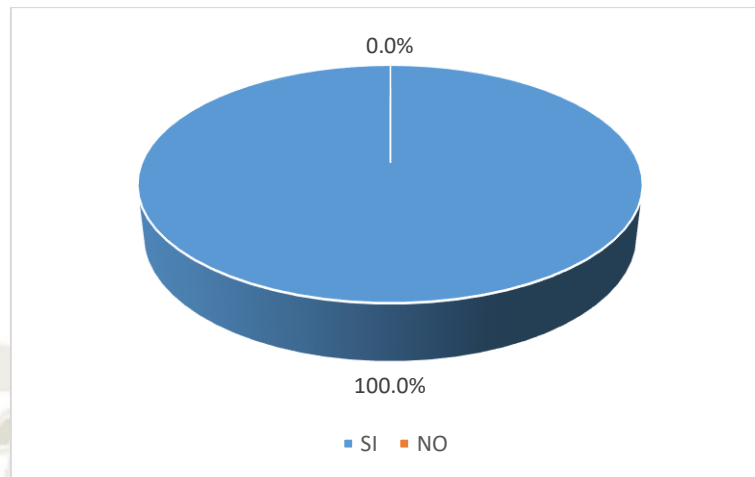
SI	100.0%
NO	0.0%

Fuente: Cuestionario (Ñaña).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 98: cumplimiento de las metas



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

El total del cumplimiento de las metas por pedidos en Ñaña para las mujeres tejedoras y metas trazadas, estarían dispuestas a cumplirlas.

k. Conocimiento de los precios en el mercado

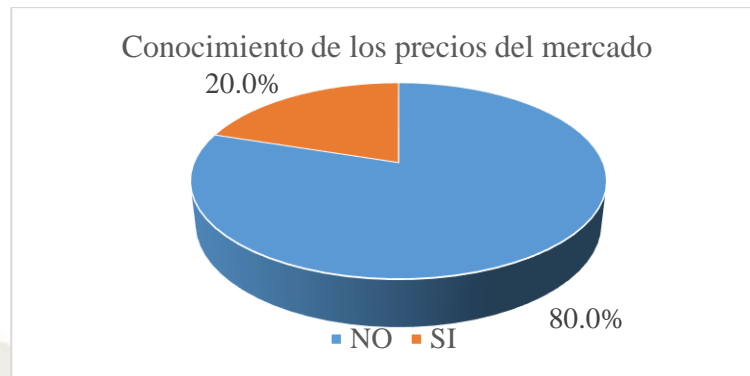
Tabla N° 75: Conocimiento de los precios en el mercado

		Total	Porcentaje	total
NO		12	80%	15
SI	CANTIDAD	3	20%	
	100-200	3	100%	
	201-300	0	0%	
	301-400	0	0%	
	total	3	100%	

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

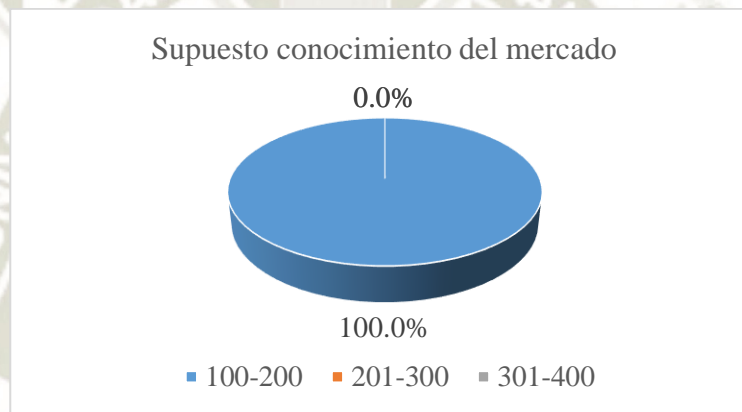
Figura N° 99: Conocimiento de los precios en el mercado



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 118: Conocimiento de los precios en el mercado



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo la información de las mujeres tejedoras de Ñaña ellas en su gran mayoría conocen los precios de mercado nacionales en las chompas, por ende el 100% de dichas mujeres tienen conocimiento del mercado textil en chompas.

I. Costos de producción y venta de una chompa

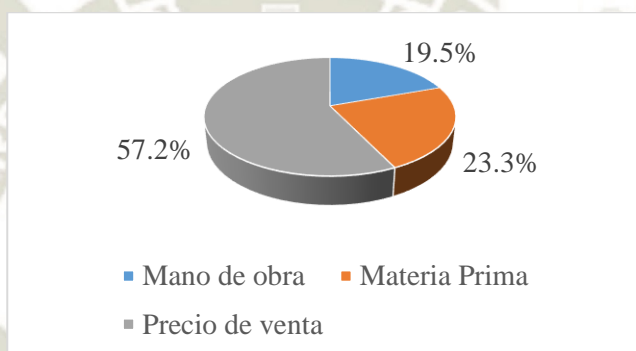
Tabla N° 76: Costos de producción y venta de una chompa

	Promedio	Porcentaje
Mano de obra	S/ 55.33	19.5%
Materia Prima	S/ 66.00	23.3%
Precio de venta	S/ 162.00	57.2%

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 100: Costos de producción y venta de una chompa



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

La información proporcionada por la encuesta realizada a las mujeres de Ñaña indica que el mayor porcentaje en precios entre la mano de obra y la materia prima radica en la materia prima, debido a que en su confección textil usan materia prima de empresas industrializadas, encareciendo el producto final. Con un total del 23%, y un precio de venta por chompa de alrededor de S./ 283.33.

m. Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada

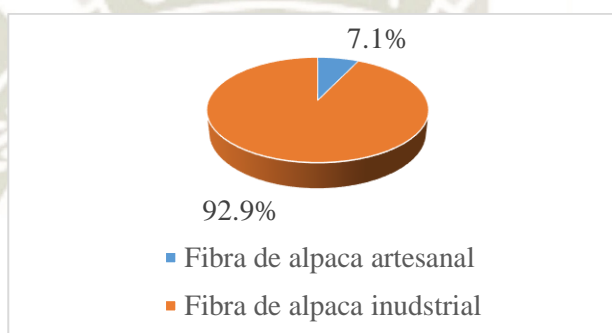
Tabla N° 77: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada

TIPOS DE FIBRA	Porcentaje	Promedio	Suma
Fibra de alpaca artesanal	7.1%	1	3
Fibra de alpaca industrial	92.9%	3	39
total	100%	3.6	42

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 101: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Debido a que en su mayoría las mujeres usan materia prima para su confección textil la fibra de alpaca de industrias, el 7.1% del total de las encuestadas usan fibra de alpaca artesanal.

n. Lugar de compra de la alpaca artesanal

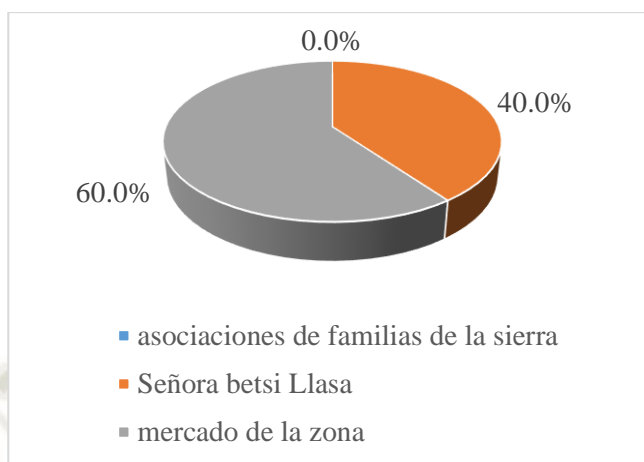
Tabla N° 78: Lugar de compra de la alpaca artesanal

ARTESANAL	Porcentaje	SUMA
asociaciones de familias de la sierra	0.0%	0
Señora Betsi Llasa	40.0%	2
mercado de la zona	60.0%	3
total	100.0%	5

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 102: Lugar de compra de la alpaca artesanal



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

A pesar de la mínima cantidad de mujeres tejedoras de Ñaña que confeccionan sus productos con fibra de alpaca artesanal 2 de ellas compran donde la señora Betsi Llasa siendo el 40%, y 3 de ellas en mercados zonales siendo el 60% del total de las encuestadas.

o. Lugar de compra de la alpaca industrial

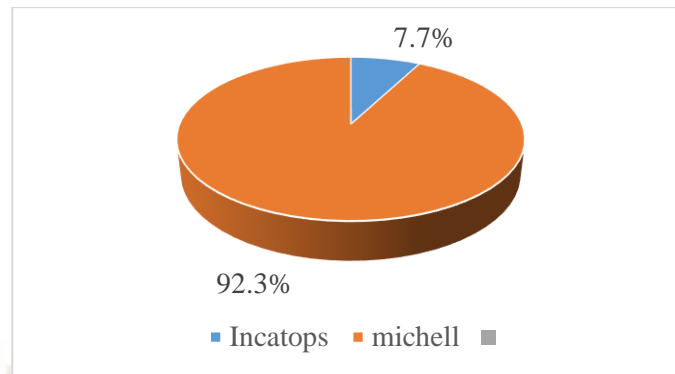
Tabla N° 79: Lugar de compra de la alpaca industrial

INDUSTRIAL	Porcentaje	SUMA
Incatops	7.7%	1
Michell	92.3%	12
total	100.0%	13

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 103: Lugar de compra de la alpaca industrial



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información brindada por las mujeres tejedoras de Ñaña, el 92.3% de dichas mujeres tienen una confección textil con materia prima del grupo Michell, y un grupo minoritario de 7.7% usa en sus confecciones textiles materia prima de origen de Incatops, indicando esta gran diferencia por la textura y el color del hilado.

p. Disposición a la capacitación

Tabla N°80: Disposición a la capacitación

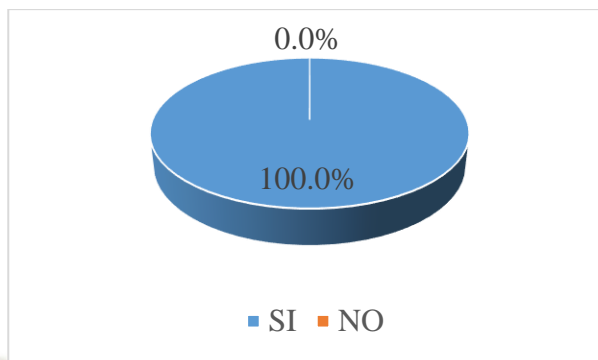
SI	100.0%
NO	0.0%

Fuente: Cuestionario (Ñaña).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 104: Disposición a la capacitación



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Debido a que las mujeres de Ñaña, tienen un trabajo como tejedoras, y con una motivación de mejorar la calidad en el tejido, están dispuestas a la capacitación constante en su totalidad con un resultado arrojado del 100% en las encuestas.

q. Consideración de mejora de calidad de producto

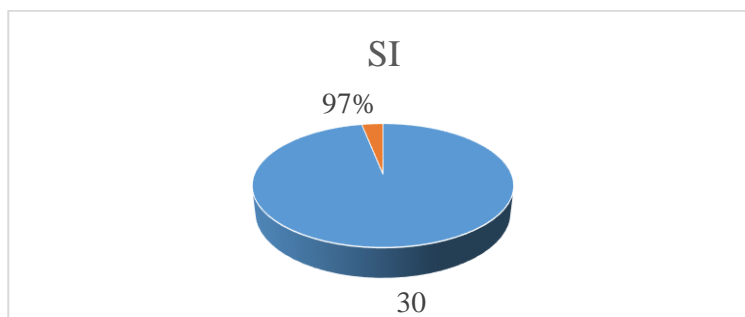
Tabla N° 81: Consideración de mejora de calidad de producto

	Suma	Total	
NO	0	0%	100%
SI	30	97%	

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 105: Consideración de mejora de calidad de producto



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

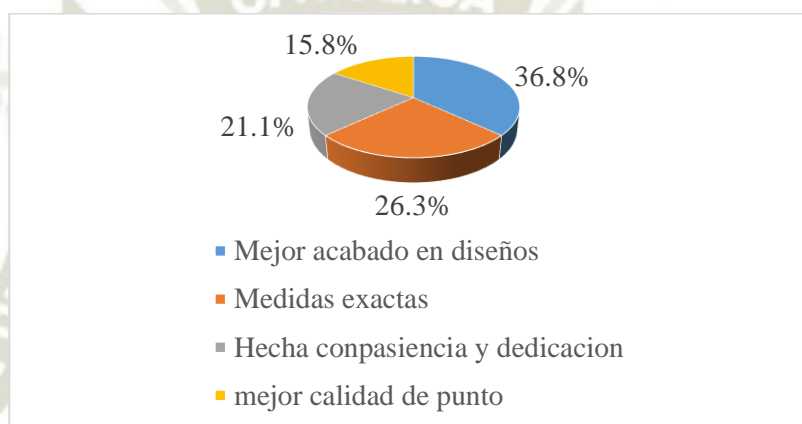
Tabla N° 82: Razones de la mejor calidad

SI		Porcentaje	30
	Mejor acabado en diseños	36.8%	7
	Medidas exactas	26.3%	5
	Hecha con paciencia y dedicación	21.1%	4
	mejor calidad de punto	15.8%	3
	total	100.0%	19

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 106: Razones de la mejor calidad



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información recabada de las mujeres de Ñaña, indican que el la razón de la mejor calidad en sus productos es del acabado en sus diseños con un 36% del total de las diferentes razones. En comparativo de Hatum Warmi que tienen como realce en su calidad del producto en el tejido. Con un 37%.

r. Disposición a competencia en mercado externo

Tabla N° 83: Disposición a competencia en mercado externo

Definitivamente SI	100.0%
definitivamente NO	0%

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 107: Disposición a competencia en mercado externo



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la data anterior sobre el realce de la calidad en sus productos textiles, tienen la confianza de poder competir en el mercado extranjero con diversas calidades y tipos de productos sustitos a la fibra de alpaca, debido a su alta consideración en el mejor acabado de sus prendas.

s. Combinación de fibra artesanal e industrial

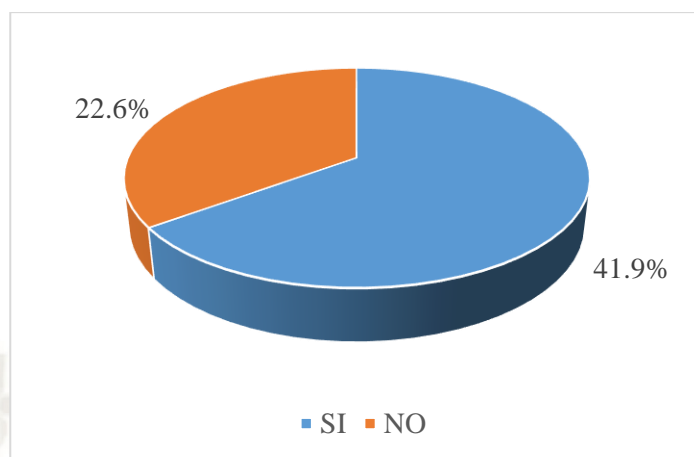
Tabla N°84: Combinación de fibra artesanal e industrial

	Porcentaje	#
SI	41.9%	13
NO	22.6%	7
total	100.0%	31

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 108: Combinación de fibra artesanal e industrial



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

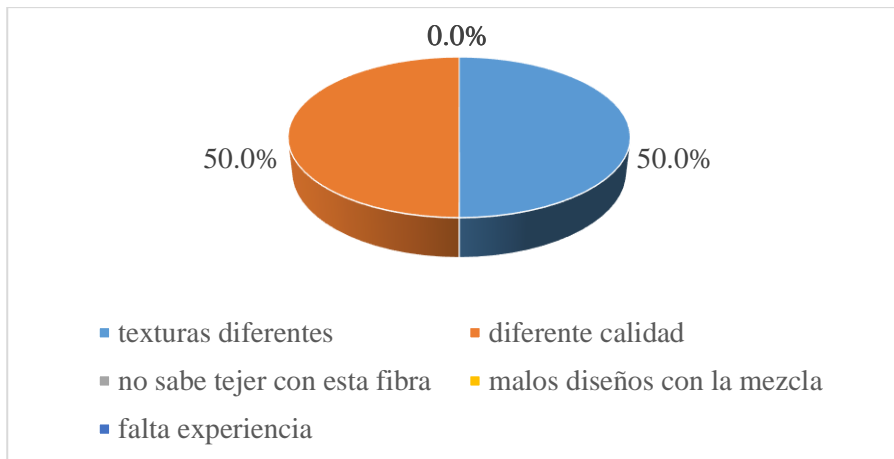
Tabla N° 85: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial

NO	Porcentaje	#
texturas diferentes	50.0%	1
diferente calidad	50.0%	1
no sabe tejer con esta fibra	0.0%	0
malos diseños con la mezcla	0.0%	0
falta experiencia	0.0%	0
total	100.0%	2

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 109: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

De acuerdo a la información de dicha encuesta y con relación a explicación de las tejedoras de Ñaña, el 50% de ellas, indican que no prefieren combinar las fibras de alpaca artesanal e industrial debido a la diferencia en texturas y calidad del hilado.

t. Disposición de viaje para la promoción del producto

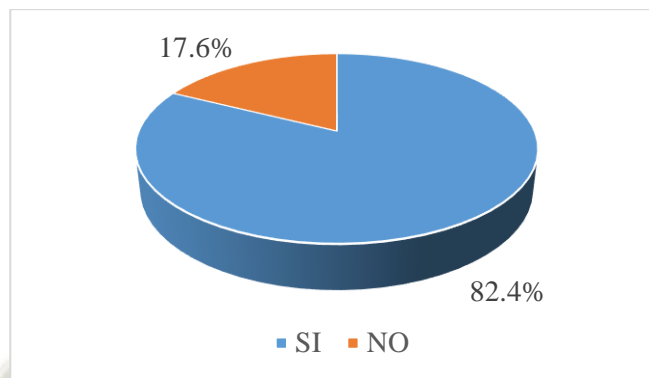
Tabla N° 86: Disposición de viaje para la promoción del producto

	Porcentaje	#
SI	82.4%	14
NO	17.6%	3
total	100.0%	17

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 110: Disposición de viaje para la promoción del producto



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

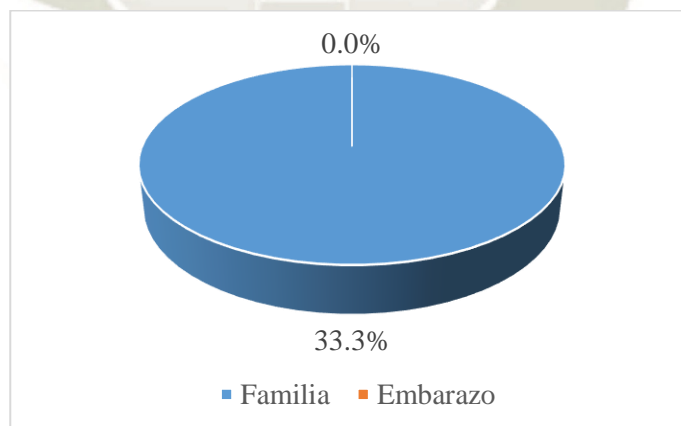
Tabla N° 87: Razones por que no viajarían para la promoción del producto

NO	Porcentaje	#
Familia	33.3%	1
Embarazo	0.0%	0
total	100.0%	3

Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 111: Razones por que no viajarían para la promoción del producto



Fuente: Cuestionario (Ñaña). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Las razones del porque dichas mujeres no viajarían para la promoción del producto en diferentes lugares, es debido a que muchas de estas mujeres tienen familias con hijos menores y no tienen la libertad de irse lejos de casa.

3.4.2.3. Cori

a. Información Personal

Tabla N° 88: Información Persona

Edad Promedio	
41.0	
Sexo	Cantidad
M	0%
F	100.0%
Tiempo de experiencia	
15.0	

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

La edad promedio de las tejedoras de Cori, tienen un promedio aproximado de 41 años, muy similar a las mujeres de Hatum Warmi, con un promedio de 41.6 años, pero con una diferencia en experiencia textil, debido a que las mujeres de Cori tienen un promedio aproximado de 15 y las mujeres pertenecientes Hatum Warmi tienen un promedio de experiencia de 13.2 años.

b. Tipo de prenda y cantidad producida (mensual y anual)

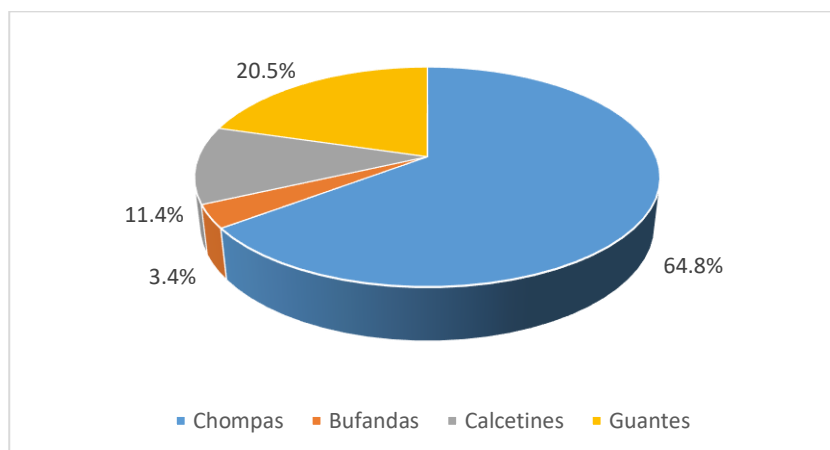
Tabla N° 89: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual y anual)

Producto	Cantidad		Porcentajes
	Mensual	Anual	Porcentaje mensual
Chompas	57	684	64.8%
Bufandas	3	36	3.4%
Calcetines	10	120	11.4%
Guantes	18	216	20.5%
Total	88	1056	100.0%

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 112: Tipo de prenda y cantidad producida (mensual)



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Cori tiene una producción total de las mujeres encuestadas en las prendas textiles de chompas con un 64.8% del total siendo la más alta con 57 unidades mensuales y 684 chompas anuales. Seguida del 20.5% de guantes con 18 unidades.

c. Días y cantidad de horas de trabajo

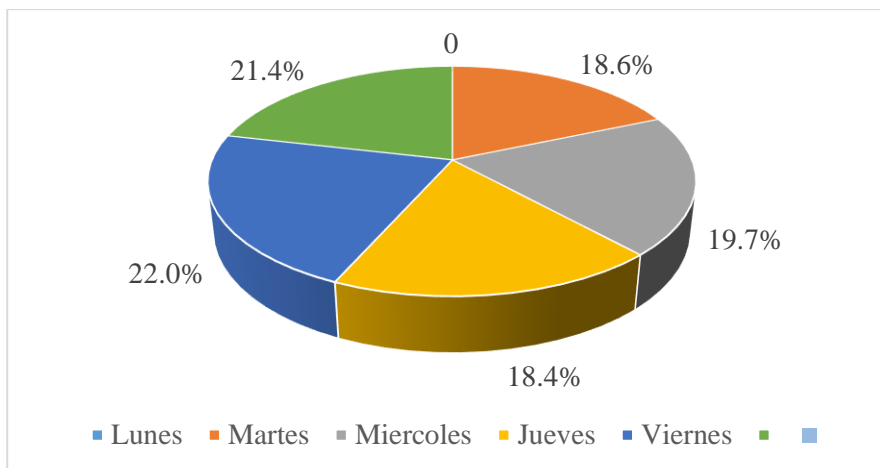
Tabla N° 90: Días y cantidad de horas de trabajo

Días y horas	Porcentaje semanal	PROMEDIO	CANTIDAD
Lunes	18.6%	4.5	49
Martes	19.7%	4.7	33
Miércoles	18.4%	4.4	53
Jueves	22.0%	5.3	58
Viernes	21.4%	5.1	41
Total	100.0%	24.0	234

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 113: Días y cantidad de horas de trabajo



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Debido a la información recaudada, los días de mayor trabajo para las tejedoras de Cori son los jueves con un total porcentual de 22% con un promedio aproximado 5.3 horas diarias, seguidas de los días viernes con un 21.4% y un promedio aproximado de 5.1 horas diarias.

d. Tipo de material en confecciones

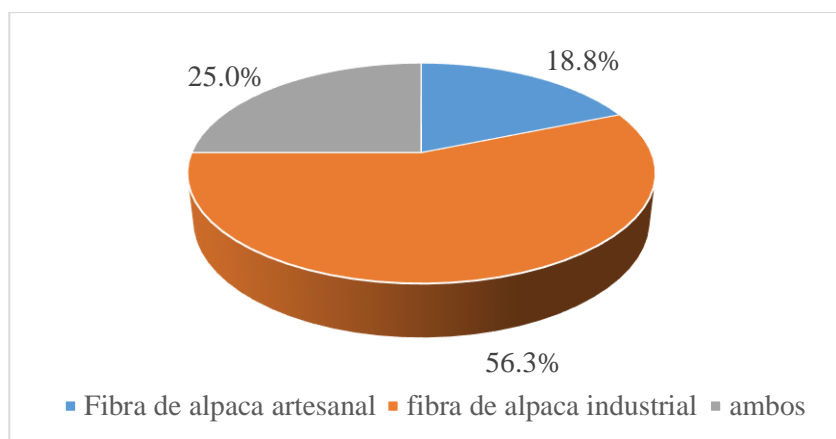
Tabla N° 91: Tipo de material en confecciones

Material	porcentaje	SUMA
Fibra de alpaca artesanal	18.8%	0
fibra de alpaca industrial	69.2%	9
ambos	30.8%	4
Total	100.0%	13

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 114: Tipo de material en confecciones



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la data proporcionada por las tejedoras de Cori, el 69.2% de dichas mujeres usan en su confección textil fibra de alpaca procedente de empresas que pertenecen al rubro de alpaca. Y un porcentaje mínimo del 18.8% usan fibra de alpaca artesanal. En comparación de Hatum Warmi con Cori ambas mujeres usan diferentes procedencias de fibra de alpaca pero Hatum Warmi con un índice mayor en el uso de ambas con un 67.7% y Cori 30.8%.

e. Forma de producción textil

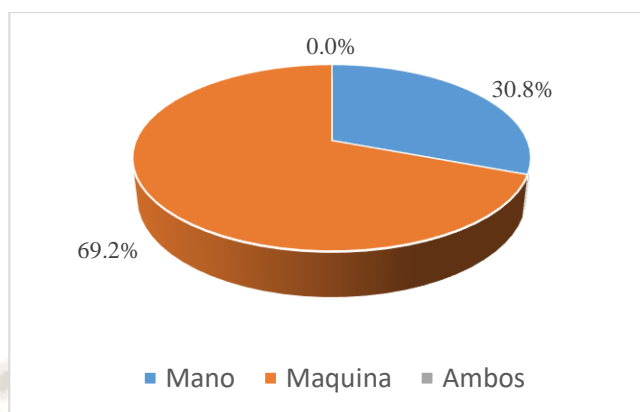
Tabla N° 92: Forma de producción textil

Forma	Porcentaje	suma
Mano	30.8%	4
Maquina	69.2%	9
Ambos	0.0%	0
Total	100.0%	13

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 115: Forma de producción textil



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

La experiencia en confección textil hecha a máquina en Cori es mayor que la de “Hatun Warmi”, debido a esto y reflejado en la información dada por las encuestas realizadas, el 69.2% de las mujeres realizan su confección textil a máquina, y 30.8% confección netamente a mano.

f. Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca

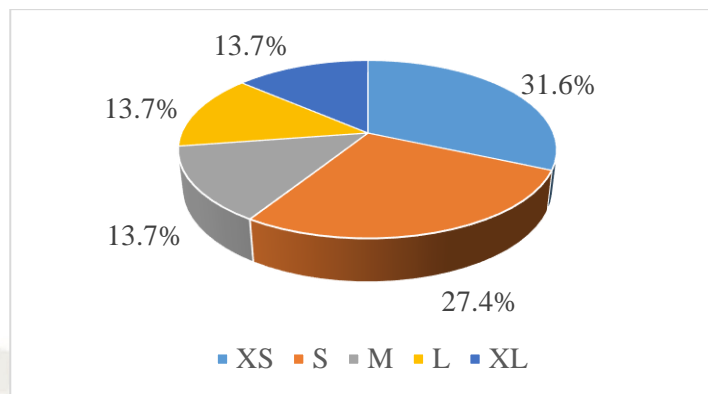
Tabla N° 93: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca

Talla	Porcentaje	Promedio
XS	31.6%	2.3
S	27.4%	2
M	13.7%	1
L	13.7%	1
XL	13.7%	1
Total	100.0%	7

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 116: Cantidad de tallas de chompa por cono de alpaca



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la información proporcionada por el Grupo Michell (2019), que indica el peso aproximado de un cono de fibra de alpaca es de alrededor de 1 kg. Y con el conocimiento de las tejedoras de Cori, su producción por cono es de 2 unidades aproximadas entre las tallas xs y s, y un aproximado de 1 unidad por cono en las demás tallas presentadas en el cuadro.

g. Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad

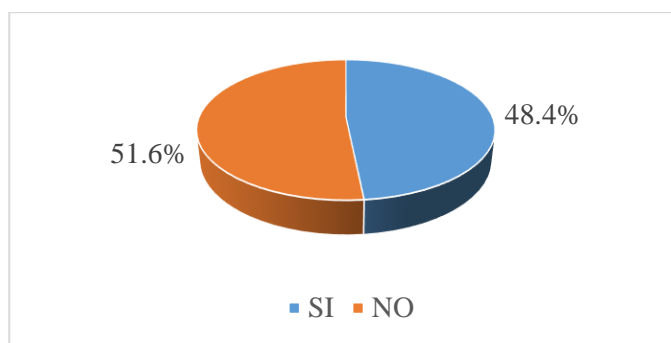
Tabla N° 94: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad

Horas	Porcentaje	Total
SI	48.4%	15
NO	51.6%	16
Total	100.0%	31

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 117: Horas de enseñanza al tejido y disponibilidad



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

El 48.4% de las tejedoras de Cori están dispuestas a la enseñanza del tejido a nuevas integrantes en sus horarios disponibles, según indicarnos las encuestadas, y el 51% de dichas tejedoras optan por no enseñar por razones de tiempo y trabajo en el tejido.

h. Tiempo de confección de una chompa a maquina

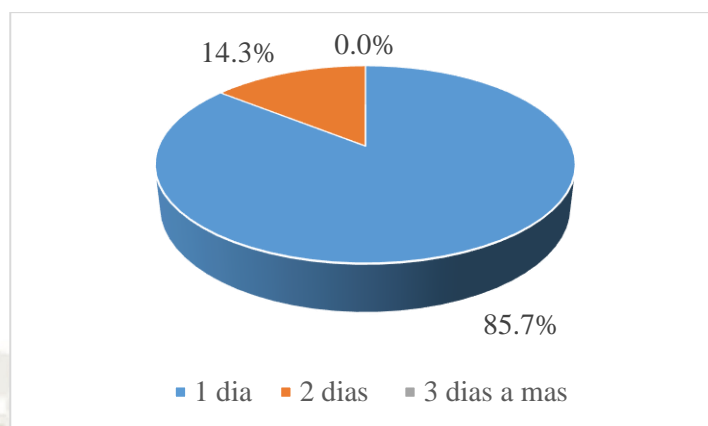
Tabla N° 95: Tiempo de confección de una chompa a máquina

Días	Porcentaje	Suma
1 día	85.7%	6
2 días	14.3%	1
3 días a mas	0.0%	0
total	100.0%	7

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 118: Tiempo de confección de una chompa a máquina



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según los datos recolectados de las tejedoras pertenecientes a Cori, el 85.7% de ellas demora en confeccionar una chompa completa, debido su experiencia, y el 14.3% terminan su procesos de tejido en dos días, debido a que este porcentaje pertenece que no tienen el tiempo de experiencia como las mujeres de mayor tiempo de tejido en Cori.

i. Tiempo de confección de una chompa a mano

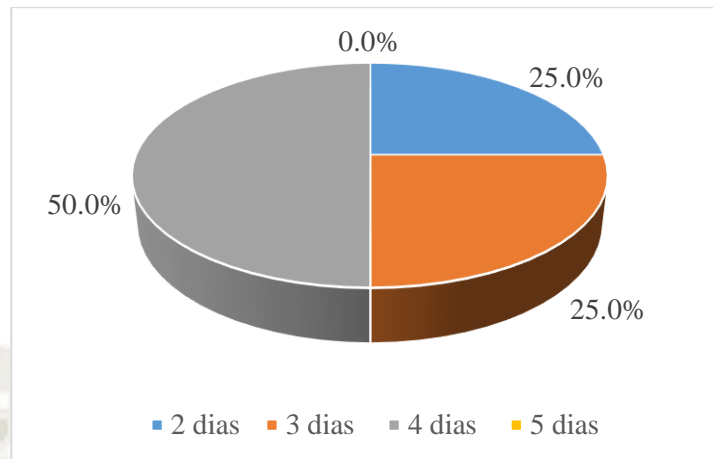
Tabla N° 96: Tiempo de confección de una chompa a mano

DIAS	Porcentaje	suma
2 días	25.0%	1
3 días	25.0%	1
4 días	50.0%	2
5 días	0.0%	0
Total	100.0%	4

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 119: Tiempo de confección de una chompa a mano



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Debido a que la confección a mano conlleva más tiempo, el 25% de las encuestadas termina su confección en los dos días, como el otro 25% que termina en tres días su confección final, y la mitad de las encuestadas, terminan sus procesos de confección textil en 4 días. Las tejedoras de “Hatum Warmi” realizan dicho procesos en 3 días, siendo el 61.5% del total de las mujeres tejedoras.

j. cumplimiento de las metas

Tabla N° 97: cumplimiento de las metas

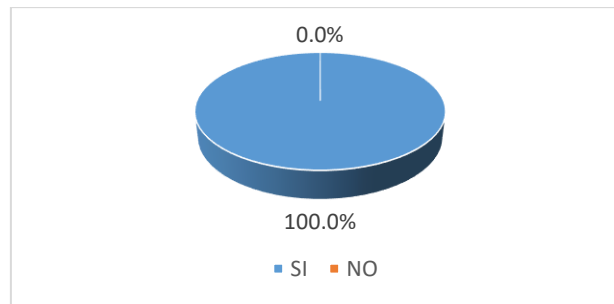
SI	100.0%
NO	0.0%

Fuente: Cuestionario (Cori).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 120: cumplimiento de las metas



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Como se observa en los resultados de las diferentes mujeres tejedoras, existe un 100% de cumplimiento de las metas, debido a que cada una de ellas toma el tejido como una fuente de ingreso viable para poder tener ingresos económicos.

k. Conocimiento de los precios en el mercado

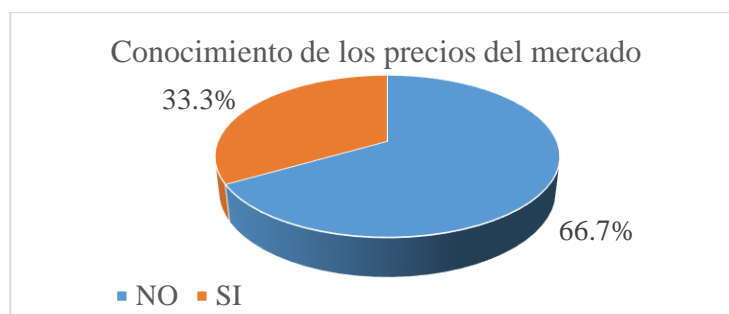
Tabla N° 98: Conocimiento de los precios en el mercado

		Total	Porcentaje	total
NO		10	66.7%	15
SI	CANTIDAD	5	33.3%	
	100-200	1	33.3%	
	201-300	1	33.3%	
	301-400	1	33.3%	
	total	3	100.0%	

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

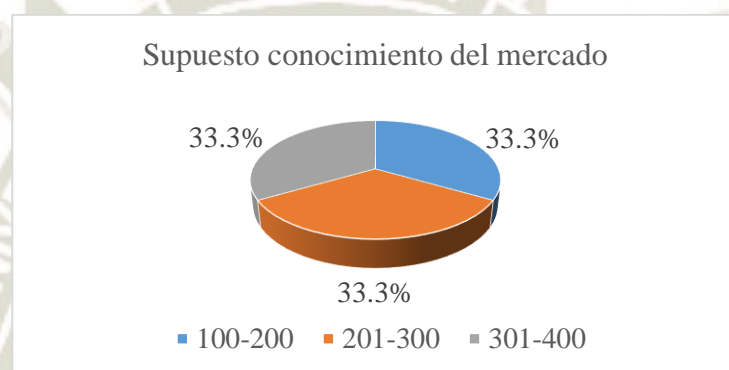
Figura N° 121: Conocimiento de los precios en el mercado



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 122: Conocimiento de los precios en el mercado



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

El conocimiento de los precios presentados, indica que el precio de conocimiento de cada mujer se encuentra entre los S/.100.00 – S/. 400.00. Representado cada uno de los diversos ítems el 33.3%.

I. Costos de producción y venta de una chompa

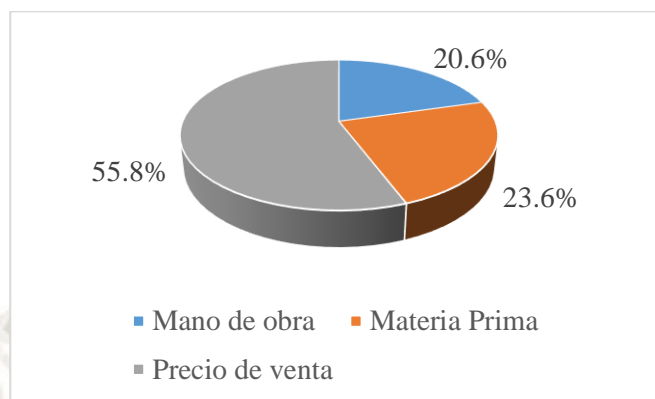
Tabla N° 99: Costos de producción y venta de una chompa

	Promedio	Porcentaje
Mano de obra	S/ 53.85	20.6%
Materia Prima	S/ 61.92	23.6%
Precio de venta	S/ 146.15	55.8%

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 123: Costos de producción y venta de una chompa



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

El precio de venta promedio de las chompas de las mujeres tejedoras de Cori se encuentra en los S/. 146.15, con un promedio aproximado de S/. 61.92, en la materia prima y S/. 53.85 en el precio de la mano de obra para la confección textil de una chompa.

m. Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada

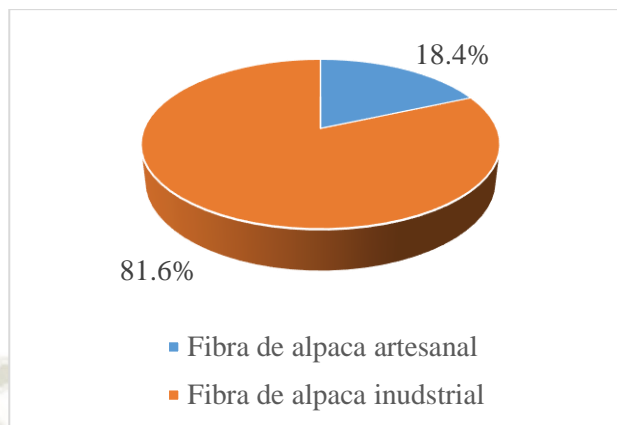
Tabla N° 100: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada

TIPOS DE FIBRA	Porcentaje	Promedio	Suma
Fibra de alpaca artesanal	18.4%	2	7
Fibra de alpaca industrial	81.6%	3	31
total	100.0%	4	38

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 124: Cantidad de fibra artesanal e industrial comprada



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

La cantidad de fibra de alpaca artesanal usada en el total de sus productos finales, es del 18.4% siendo la minoría del total de producción textil de las encuestadas, y la cantidad de fibra industrializada representa el 81.6% del total, indicando que en su gran mayoría de los productos textiles usan fibra de alpaca industrializada.

n. Lugar de compra de la alpaca artesanal

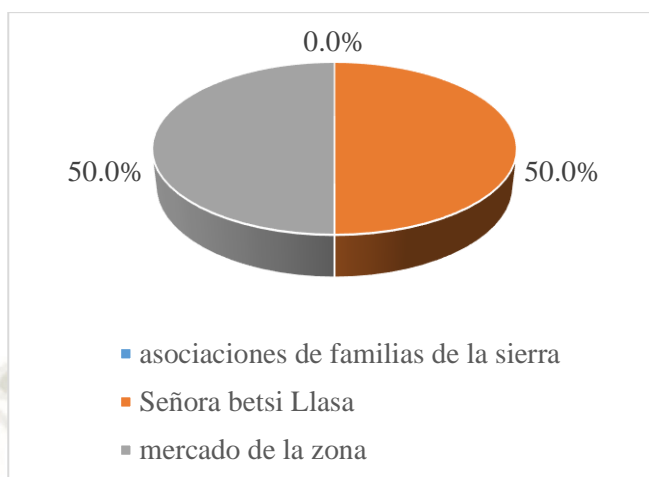
Tabla N° 101: Lugar de compra de la alpaca artesanal

ARTESANAL	Porcentaje	SUMA
asociaciones de familias de la sierra	0.0%	0
Señora Betsi Llasa	50.0%	2
mercado de la zona	50.0%	2
total	100.0%	4

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 125: Lugar de compra de la alpaca artesanal



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Las mujeres que optan por la compra de fibra de alpaca artesanal, y que representan el 50% adquieren dichos productos de la señora Betsi Llasa, y el otro 50% los adquiere de los mercados cercanos a sus viviendas. Siendo 4 mujeres del total de las encuestadas que usan la fibra artesanal.

o. Lugar de compra de la alpaca industrial

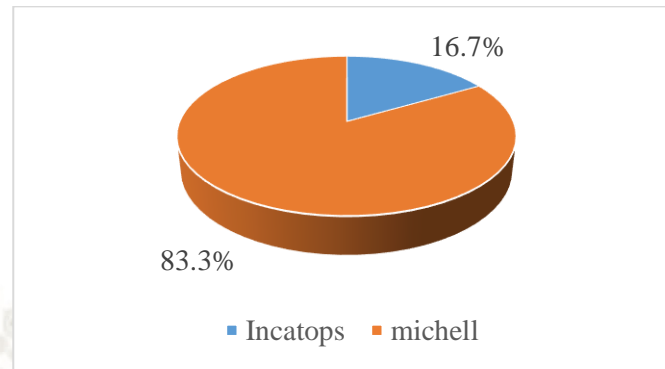
Tabla N° 102: Lugar de compra de la alpaca industrial

INDUSTRIAL	Porcentaje	SUMA
Incatops	16.7%	2
Michell	83.3%	10
total	100.0%	12

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 126: Lugar de compra de la alpaca industrial



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según los datos mencionados anteriormente, el gran porcentaje del total de sus productos son de fibra adquirida en industrias locales, y es por esto que el 16.7% del total de las tejedoras optan por el tejido de Incatops, y el 83.3% optan por usar el tejido de Michell.

p. Disposición a la capacitación

Tabla N° 103: Disposición a la capacitación

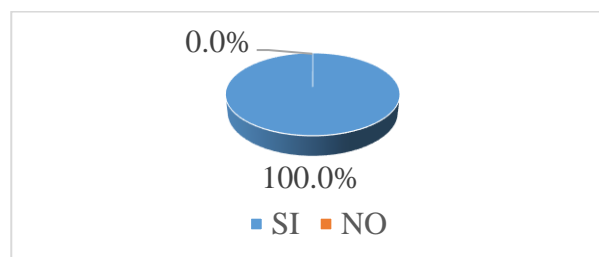
SI	100.0%
NO	0.0%

Fuente: Cuestionario (Cori).

Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 127: Disposición a la capacitación



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Debido a que cada mujer toma el tejido como una fuente de ingreso para su familia, ellas optan por siempre estar capacitadas para la mejora de sus productos y así poder generar más ventas a los clientes.

q. Consideración de mejora de calidad de producto

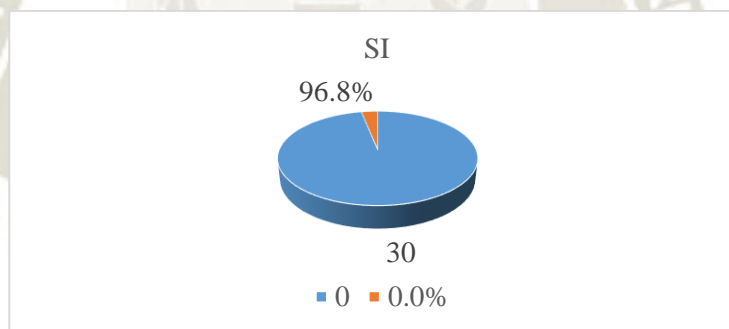
Tabla N° 104: Consideración de mejora de calidad de producto

	Suma	Total	31
NO	0	0.0%	100.0%
SI	30	96.8%	

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 128: Consideración de mejora de calidad de producto



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

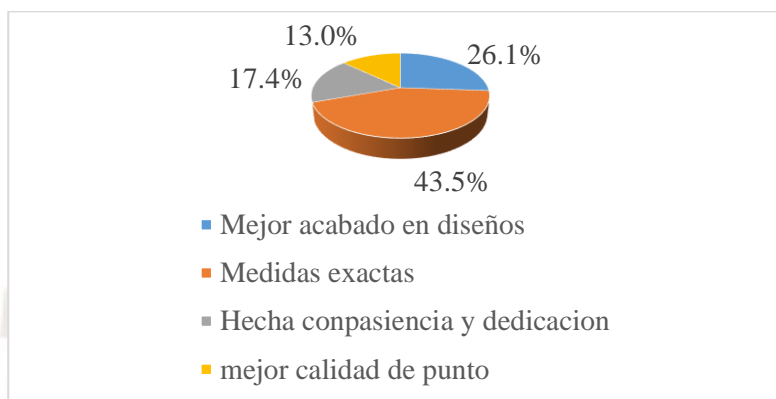
Tabla N°105: Razones de la mejor calidad

SI		Porcentaje	30
	Mejor acabado en diseños	26.1%	6
	Medidas exactas	43.5%	10
	Hecha con paciencia y dedicación	17.4%	4
	mejor calidad de punto	13.0%	3
	total	100.0%	23

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 129: Razones de la mejor calidad



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

El gran porcentaje indica que la calidad de sus prendas radica en las medidas exactas con un 43.5% del total, y un 26.1% que representa el mejor acabado en diseños para una buena razón de la calidad de sus producto.

r. Disposición a competencia en mercado externo

Tabla N° 106: Disposición a competencia en mercado externo

Definitivamente SI	100.0%
definitivamente NO	0%

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 130: Disposición a competencia en mercado externo



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Según la calidad en sus productos de Cori, radica en el mejor acabado de diseño y medidas exactas, las presentes encuestadas tienen la confianza de que sus productos textiles a base de fibra de alpaca pueden competir en el mercado extranjero.

s. Combinación de fibra artesanal e industrial

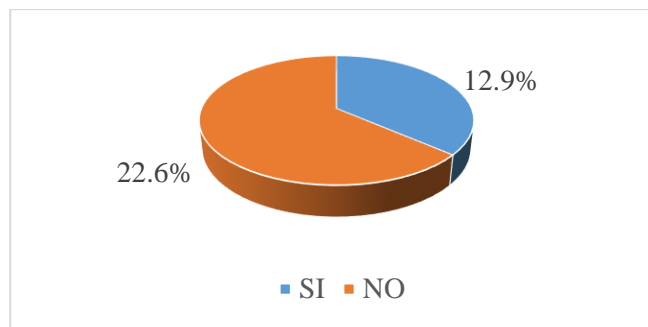
Tabla N° 107: Combinación de fibra artesanal e industrial

	Porcentaje	#
SI	12.9%	4
NO	22.6%	7
total	100.0%	31

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 131: Combinación de fibra artesanal e industrial



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

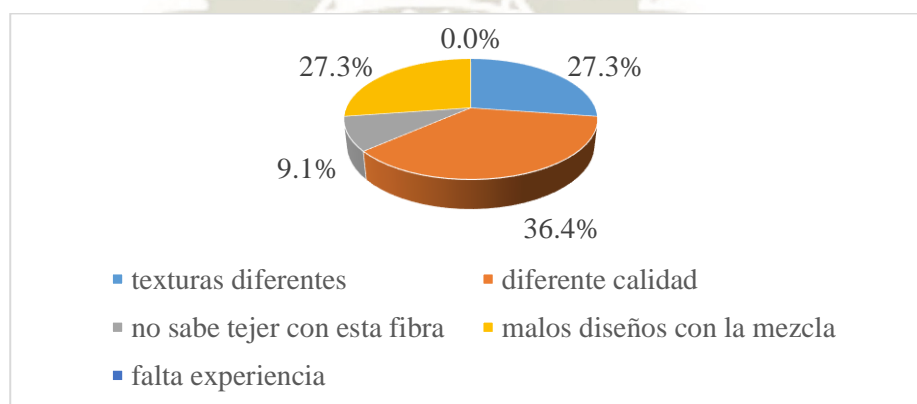
Tabla N° 108: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial

NO	Porcentaje	#
texturas diferentes	27.3%	3
diferente calidad	36.4%	4
no sabe tejer con esta fibra	9.1%	1
malos diseños con la mezcla	27.3%	3
falta experiencia	0.0%	0
total	100.0%	11

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 132: Razones de la no combinación de fibra artesanal e industrial



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

En los productos confeccionados por las encuestadas indican que el 36.4% de ellas no están de acuerdo a combinar las fibras

debido a que existe una diferente calidad en el hilado, seguido del 27.3% que indica sobre la diferencia en las texturas. Como en los malos resultados que obtuvieron en la mezcla de dichos productos en sus tejidos.

t. Disposición de viaje para la promoción del producto

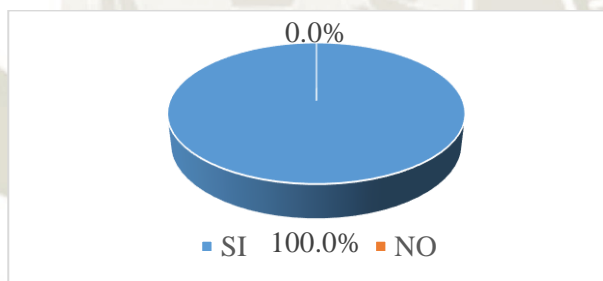
Tabla N° 109: Disposición de viaje para la promoción del producto

	Porcentaje	#
SI	100.0%	13
NO	0.0%	0
total	100.0%	13

Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Figura N° 133: Disposición de viaje para la promoción del producto



Fuente: Cuestionario (Cori). Mayo 2019

Elaboración: Propia

Las tejedoras pertenecientes a Cori, en su totalidad estarían dispuestas al viaje para poder promocionar sus productos, debido a que muchas de ellas desearían saber las opiniones de sus clientes para poder mejorar en sus tejidos o calidad de punto de tejido.

3.4.3. Análisis de tablas cruzadas

3.4.3.1. Posibles Clientes

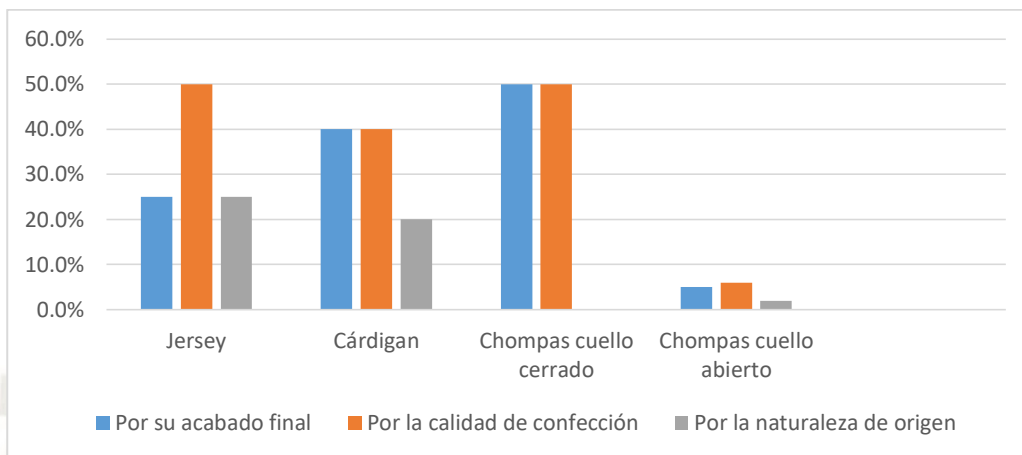
- 1) Análisis de la posible compra de los tipos de modelos de prendas de vestir en razón al atractivo de la fibra de alpaca

Tabla N° 110: Análisis de la posible compra de los tipos de modelos de prendas de vestir en razón al atractivo de la fibra de alpaca

10. ¿Cuál de estos tipos de modelos Usted estaría dispuesto a comprar?											
6. ¿Por cuál de estas razones usted cree que es atractivo la fibra de alpaca en prendas de vestir?	Jersey		Cárdigan		Chompas cuello cerrado		Chompas cuello abierto		Total		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Por su acabado final	1	25.0%	2	40.0%	1	50.0%	1	50.0%	5	38.5%	
Por la calidad de confección	2	50.0%	2	40.0%	1	50.0%	1	50.0%	6	46.2%	
Por la naturaleza de origen	1	25.0%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	15.4%	
total	4	100%	5	100%	2	100%	2	100%	13	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura N°134: Análisis de la posible compra de los tipos de modelos de prendas de vestir en razón al atractivo de la fibra de alpaca



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de los posibles clientes de Staphorst se infiere lo siguiente: el 50% del producto textil en modelo jersey es atractivo por su calidad en confección y 25% por su acabado final como su naturaleza de origen, 40% del producto textil en modelo cárdigan es atractivo por la calidad final y su calidad en confección., el 20% es atractivo por su naturaleza de origen, el modelo de chompas de cuello cerrado y abierto resulta atractivo en un 50% por su acabado final y por su calidad en confección.

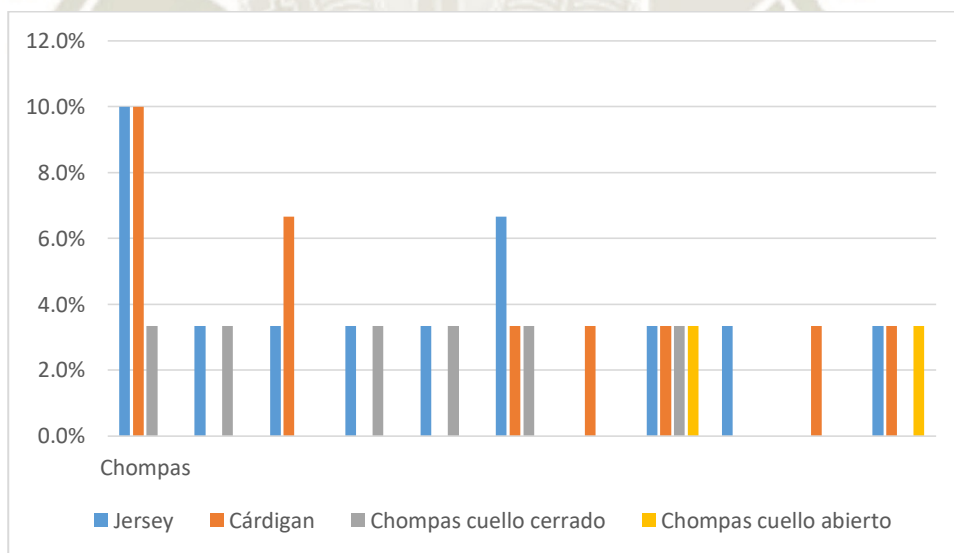
- 2) Análisis de la posible compra de los productos textiles basados en el conocimiento previo de productos textiles de fibra de alpaca

Tabla N° 111: Análisis de la posible compra de los productos textiles basados en el conocimiento previo de productos textiles de fibra de alpaca

5. ¿Usted conoce los productos de fibra de alpaca peruana?	10. ¿Cuál de estos tipos de modelos Usted estaría dispuesto a comprar?									
	Jersey		Cárdigan		Chompas cuello cerrado		Chompas cuello abierto		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Chompas	3	10.0	3	10.0	1	3.3	0	0.0	7	23.3
	1	3.3	0	0.0	1	3.3	0	0.0	2	6.7
	1	3.3	2	6.7	0	0.0	0	0.0	3	10.0
	1	3.3	0	0.0	1	3.3	0	0.0	2	6.7
	1	3.3	0	0.0	1	3.3	0	0.0	2	6.7
	2	6.7	1	3.3	1	3.3	0	0.0	4	13.3
	0	0.0	1	3.3	0	0.0	0	0.0	1	3.3
	1	3.3	1	3.3	1	3.3	1	3.3	4	13.3
	1	3.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.3
	0	0.0	1	3.3	0	0.0	0	0.0	1	3.3
1	3.3	1	3.3	0	0.0	1	3.3	3	10.0	
Total	12	40	10	33	6	20	2	7	30	100

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 135: Análisis de la posible compra de los productos textiles basados en el conocimiento previo de productos textiles de fibra de alpaca



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de los posibles clientes de Staphorst se infiere lo siguiente: el 40% basado en el conocimiento previo del producto textil y su posible compra es el modelo textil en Jersey, el 33% basado en el conocimiento previo

del producto textil y su posible compra es el modelo textil en cárdigan, el 20% basado en el conocimiento previo del producto textil y su posible compra es el modelo textil en cuello cerrado y el 7% basado en el conocimiento previo del producto textil y su posible compra es el modelo textil en cuello abierto.

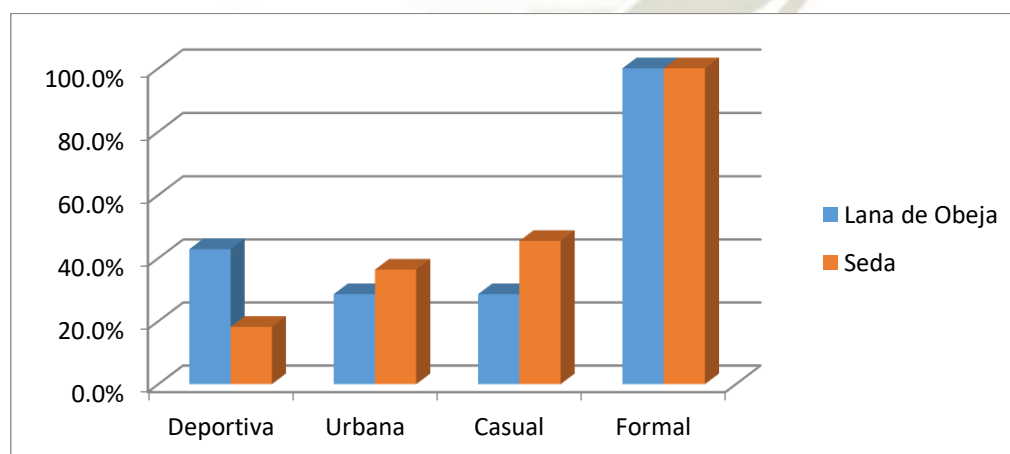
- 3) Análisis de la ropa en venta de los posibles clientes con productos similares a la fibra de alpaca

Tabla N° 112: Análisis de la ropa en venta de los posibles clientes con productos similares a la fibra de alpaca

1. ¿Qué tipo de ropa Usted vende en su tienda?					
3. ¿En su tienda actualmente, usted vende productos similares a la fibra de alpaca?		Lana de Oveja		Seda	
		f	%	f	%
	Deportiva	3	42.9%	2	18.2%
	Casual	2	28.6%	4	36.4%
	Formal	2	28.6%	5	45.5%
	Total	7	100%	11	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura N°136: Análisis de la ropa en venta de los posibles clientes con productos similares a la fibra de alpaca



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de los posibles clientes de Staphorst se infiere lo siguiente: el 42% usa lana de oveja en

prendas de vestir deportivas, esto es debido a las prendas de vestir para montañismo y deportes de aventura, el 28.6% en prendas de vestir casual y formal usa lana de oveja, el 18.2% usa material textil de seda en prendas de vestir deportiva debido a prendas textiles para el ciclismo, 36.4% en prendas de vestir casual y 45.5% en prendas de vestir formal.

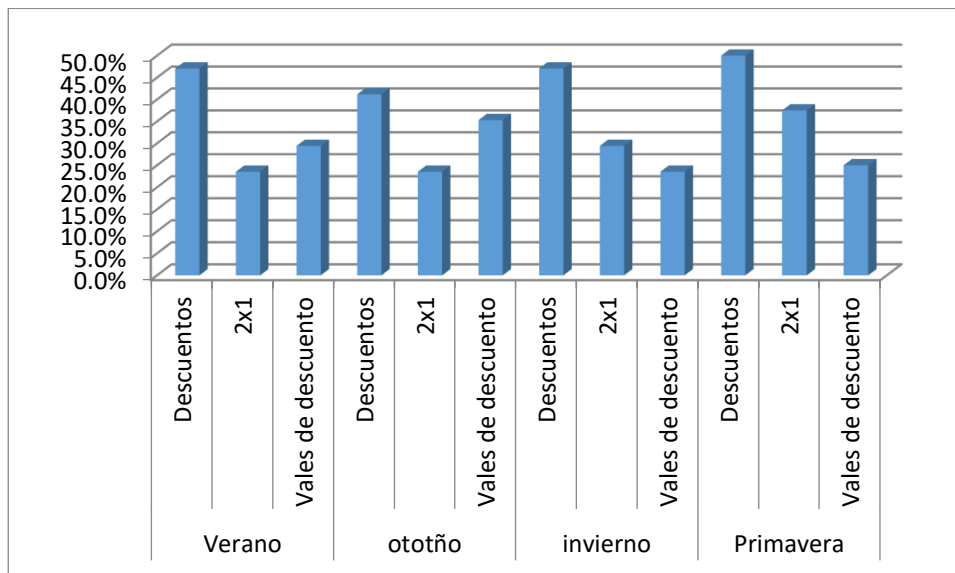
- 4) Análisis de las promociones por estación físicas y electrónicas de los posibles clientes para las prendas de vestir de fibra de alpaca

Tabla N° 113: Análisis de las promociones por estación físicas y electrónicas de los posibles clientes para las prendas de vestir de fibra de alpaca

14. ¿Usted vendería los productos a base de fibra de alpaca en plataformas electrónicas?			
4. ¿Qué tipo de promoción usted realiza de acuerdo a temporada?	Promociones	Portal web de su empresa	
		f	%
Verano	Descuentos	8	47.1%
	2x1	4	23.5%
	Vales de descuento	5	29.4%
otoño	Descuentos	7	41.2%
	2x1	4	23.5%
	Vales de descuento	6	35.3%
invierno	Descuentos	8	47.1%
	2x1	5	29.4%
	Vales de descuento	4	23.5%
Primavera	Descuentos	8	50.0%
	2x1	6	37.5%
	Vales de descuento	4	25.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 137: Análisis de las promociones por estación físicas y electrónicas de los posibles clientes para las prendas de vestir de fibra de alpaca



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de los posibles clientes de Staphorst se infiere lo siguiente: 47% de los posibles clientes optaron por promociones físicas y a su vez en su portal web descuentos para las prendas de vestir de fibra de alpaca, 41.2% en otoño, 47.1% en invierno y en primavera 50%, esto es debido a las preferencias de sus clientes al momento de usar un tipo de promoción en la compra de una prenda de vestir.

5) Análisis de la posible compra de los productos textiles en base a la cantidad.

Tabla N° 114: Análisis de la posible compra de los productos textiles en base a la cantidad

	Chompas																					
	20		22		25		26		27		30		35		40		45		50		55	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Jersey	3	10%	1	3.3%	1	3.3%	1	3.3%	1	3.3%	2	6.7%	0	0.0%	1	3.3%	1	3.3%	0	0.0%	1	3.3%
Cárdigan	3	10%	0	0.0%	2	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	1	3.3%	1	3.3%	0	0.0%	1	3.3%	1	3.3%
Chompas cuello cerrado	1	3%	1	3.3%	0	0.0%	1	3.3%	1	3.3%	1	3.3%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Chompas cuello abierto	0	0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%
Total	7	23%	2	7%	3	10%	2	7%	2	7%	4	13%	1	3%	4	13%	1	3%	1	3%	3	10%

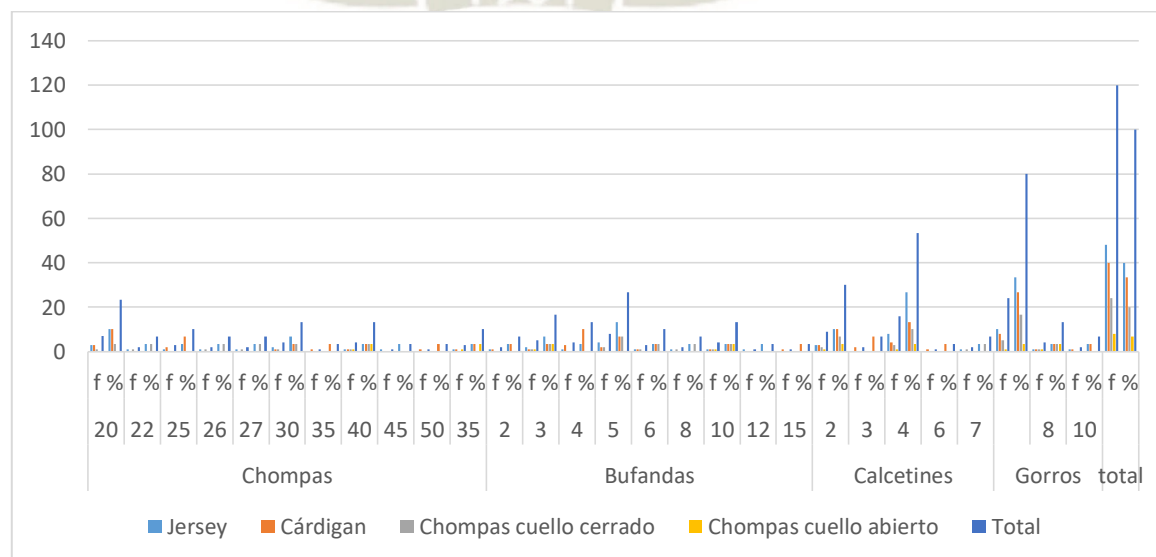
Bufandas																			
2		3		4		5		6		8		10		12		15			
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
1	3.3%	2	6.7%	1	3.3%	4	13.3%	1	3.3%	1	3.3%	1	3.3%	1	3.3%	1	3.3%	0	0.0%
1	3.3%	1	3.3%	3	10.0%	2	6.7%	1	3.3%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%
0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	2	6.7%	1	3.3%	1	3.3%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%
2	7%	5	17%	4	13%	8	27%	3	10%	2	7%	4	13%	1	3%	1	3%		

Calcetines									
2		3		4		6		7	
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
3	10.0%	0	0.0%	8	26.7%	0	0.0%	1	3.3%
3	10.0%	2	6.7%	4	13.3%	1	3.3%	0	0.0%
2	6.7%	0	0.0%	3	10.0%	0	0.0%	1	3.3%
1	3.3%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%
9	30%	2	7%	16	53%	1	3%	2	7%

Gorros						total	
1		8		10		f	%
f	%	f	%	f	%	f	%
10	33.3%	1	3.3%	1	3.3%	48	40.0%
8	26.7%	1	3.3%	1	3.3%	40	33.3%
5	16.7%	1	3.3%	0	0.0%	24	20.0%
1	3.3%	1	3.3%	0	0.0%	8	6.7%
24	80%	4	13%	2	7%	120	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 138: Análisis de la posible compra de los productos textiles en base a la cantidad



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de los posibles clientes de Staphorst se infiere lo siguiente: 10% pretende comprar 22 chompas en modelos jersey y cárdigan, 6.7% pretende la adquisición de 35 chompas en modelo cárdigan y 6.7% en la adquisición de 30 chompas de modelo Jersey, el resto de los encuestados tiene un aproximado de 3.3% en adquisición de entre 20 y 55 chompas. 10% en la adquisición de 4 bufandas, 26.7% de los encuestados pretenden la adquisición de 4 calcetines, y 33.7% pretende la adquisición de 1 gorro.

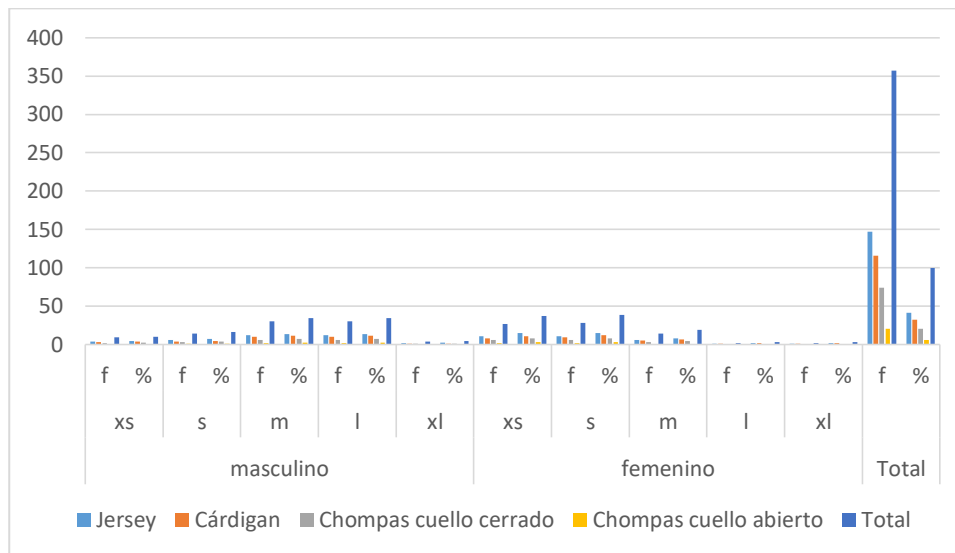
6) Análisis de la posible compra de chompas con sus respectivas tallas y genero

Tabla N° 115: Análisis de la posible compra de chompas con sus respectivas tallas y género

	masculino										femenino										Total	
	XS		S		M		L		XL		XS		S		M		L		XL			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Jersey	4	4.6	6	6.9	12	13.8	12	13.8	23	25.6	11	12.2	11	12.2	6	6.7	14	15.6	14	15.6	74	81.2
Cárdigan	3	3.4	4	4.6	10	11.1	10	11.1	11	12.2	8	8.9	9	10.0	5	5.6	14	15.6	14	15.6	116	127.6
Chompas cuello cerrado	2	2.3	3	3.4	6	6.7	6	6.7	11	12.2	6	6.7	6	6.7	3	3.3	0	0.0	0	0.0	74	81.2
Chompas cuello abierto	0	0.0	1	1.1	2	2.2	2	2.2	0	0.0	2	2.2	2	2.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	20	22.2
Total	9	10.3	14	16.1	30	34.5	30	34.5	44	49.6	27	30.3	28	31.1	14	15.6	22	24.4	22	24.4	357	396.0

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 139: Análisis de la posible compra de chompas con sus respectivas tallas y género



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de los posibles clientes de Staphorst se infiere lo siguiente: 13.8% en tallas M y L y en modelo Jersey serian adquiridos según los posibles clientes, 11.5% en tallas M y L y en modelo Cárdigan serian adquiridos según los posibles clientes, 6.9% en tallas M y L y en modelo de cuello cerrado serian adquiridos según los posibles clientes, 2.3% en tallas M y L y en modelo de cuello abierto serian adquiridos según los posibles clientes, dichos porcentajes para el género masculino.

15.1% en tallas XS y S y en modelo Jersey serian adquiridos según los posibles clientes, 11.0% y 12.3 % en tallas M y L y en modelo Cárdigan serian adquiridos según los posibles clientes, 8.2% y 4.1% en tallas XS y S y en modelo de cuello cerrado serian adquiridos según los posibles clientes, 2.7% en tallas XS y S y en modelo de cuello abierto serian adquiridos según los posibles clientes, dichos porcentajes para el género femenino.

3.4.3.2. “Hatun Warmi”

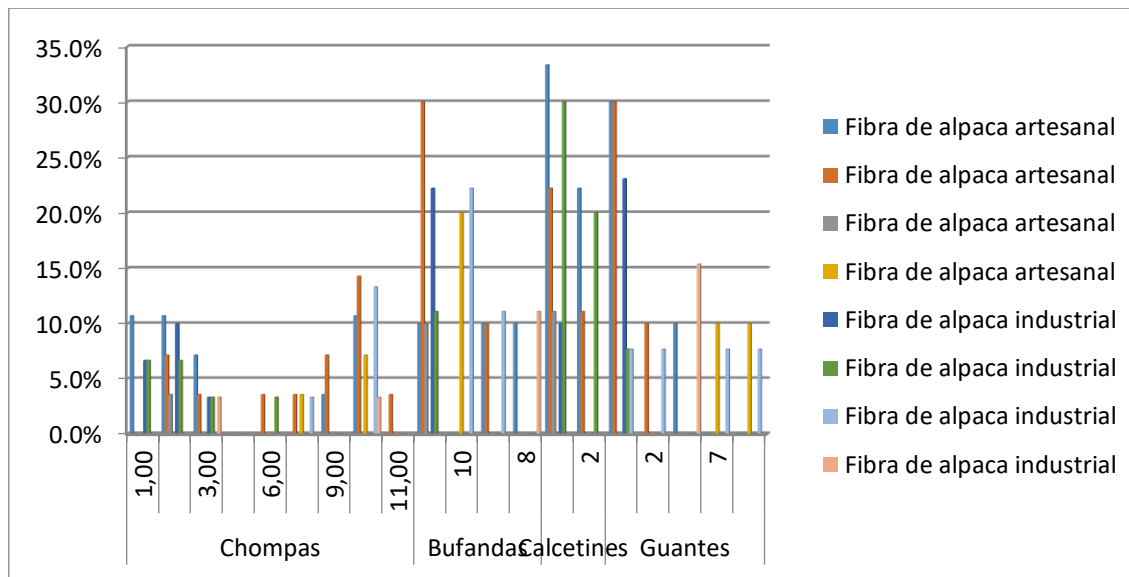
- 1) Análisis de la cantidad de producción textil

Tabla N° 116: Análisis de la cantidad de producción textil

13. Cuántos conos de fibra de alpaca artesanal e industrial usted compra al mes?		2. ¿Cuáles de estos productos textiles usted se especializa en confeccionar, y cuantas prendas confecciona mensualmente?																				
		Cantidad	Fibra de alpaca artesanal								Total	Fibra de alpaca industrial								Total		
			1,00		2,00		3,00		4,00			1,00		2,00		3,00		4,00			5,00	
			f	%	f	%	f	%	f	%		f	%	f	%	f	%	f	%		f	%
Chompas	1,00	3	10.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	10.7	2	6.7	2	6.7	0	0.0	0	0.0	4	13.3	
	2,00	3	10.7	2	7.1	1	3.6	0	0.0	6	21.4	3	10.0	2	6.7	0	0.0	0	0.0	5	16.7	
	3,00	2	7.1	1	3.6	0	0.0	0	0.0	3	10.7	1	3.3	1	3.3	1	3.3	0	0.0	1	3.3	
	5,00	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.3	0	0.0	0	0.0	
	6,00	0	0.0	1	3.6	0	0.0	0	0.0	1	3.6	0	0.0	1	3.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
	8,00	0	0.0	1	3.6	0	0.0	1	3.6	2	7.1	0	0.0	0	0.0	1	3.3	1	3.3	0	0.0	
	9,00	1	3.6	2	7.1	0	0.0	0	0.0	3	10.7	0	0.0	0	0.0	3	10.0	0	0.0	0	0.0	
	10,00	3	10.7	4	14.3	0	0.0	2	7.1	9	32.1	0	0.0	0	0.0	4	13.3	4	13.3	1	3.3	
	11,00	0	0.0	1	3.6	0	0.0	0	0.0	1	3.6	0	0.0	0	0.0	1	3.3	0	0.0	0	0.0	
	Bufandas	1	1	10.0	3	30.0	1	10.0	0	0.0	5	50.0	2	22.2	1	11.1	1	11.1	0	0.0	0	0.0
10		0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	20.0	2	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	22.2	0	0.0	
4		1	10.0	1	10.0	0	0.0	0	0.0	2	20.0	0	0.0	0	0.0	1	11.1	1	11.1	0	0.0	
8		1	10.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	10.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	11.1	
Calcesines	1	3	33.3	2	22.2	1	11.1	0	0.0	6	66.7	1	10.0	3	30.0	2	20.0	0	0.0	0	0.0	
	2	2	22.2	1	11.1	0	0.0	0	0.0	3	33.3	0	0.0	2	20.0	2	20.0	0	0.0	0	0.0	
Guantes	1	3	30.0	3	30.0	0	0.0	0	0.0	6	60.0	3	23.1	1	7.7	3	23.1	1	7.7	0	0.0	
	2	0	0.0	1	10.0	0	0.0	0	0.0	1	10.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	7.7	0	0.0	
	5	1	10.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	10.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	15.4	
	7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	10.0	1	10.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	7.7	0	0.0	
	8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	10.0	1	10.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	7.7	0	0.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 140: Análisis de la cantidad de producción textil



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de la asociación de mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” resulta: 10.7% y 14.3% de dichas mujeres compran entre 1 a 2 conos de fibra de alpaca artesanal y 13.3% entre 3 a 4 conos de fibra de alpaca industrial para la confección textil de alrededor de 10 chompas en un mes, 10.7% y 14.3% de dichas mujeres compran entre 1 a 2 conos de fibra de alpaca artesanal y 6.7% entre 1 a 2 conos de fibra de alpaca industrial para la confección textil de alrededor de 2 chompas en un mes, 30% de mujeres optan por la compra de 2 conos de alpaca para la confección de entre 4 a 8 bufandas, y un 33.3% y 23.1% de mujeres optan por la compra de 1 cono de fibra de alpaca artesanal e industrial para la confección de 1 a 2 pares de calcetines al mes, 30% de mujeres optan para la adquisición de 1 cono de fibra de alpaca artesanal para la confección de 1 gorro.

2) Análisis de la cantidad de horas de trabajo y días de confección a mano para la producción de una chompa

Tabla N° 117: Análisis de la cantidad de horas de trabajo y días de confección a mano para la producción de una chompa

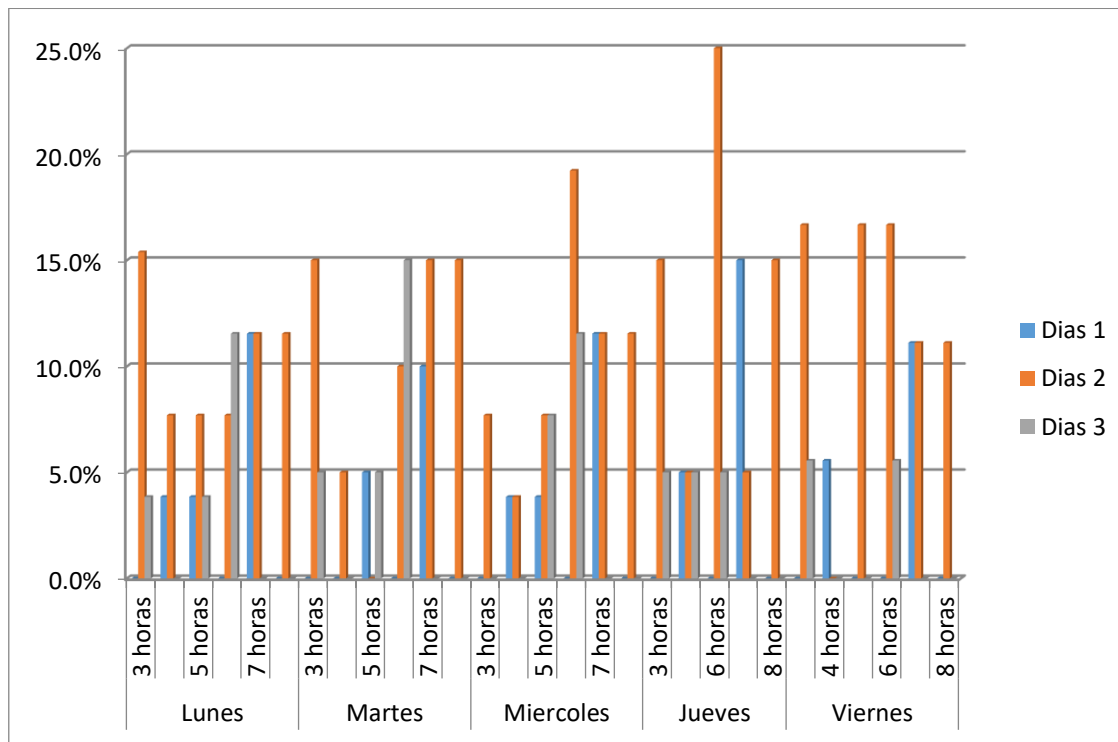
9. ¿Cuál es el tiempo de confección de una chompa a mano?

		Días						Total	
		1		2		3			
		f	%	f	%	f	%	f	%
Lunes	3 horas	0	0.0%	4	15.4%	1	3.8%	5	19.2%
	4 horas	1	3.8%	2	7.7%	0	0.0%	3	11.5%
	5 horas	1	3.8%	2	7.7%	1	3.8%	4	15.4%
	6 horas	0	0.0%	2	7.7%	3	11.5%	5	19.2%
	7 horas	3	11.5%	3	11.5%	0	0.0%	6	23.1%
	8 horas	0	0.0%	3	11.5%	0	0.0%	3	11.5%
Martes	3 horas	0	0.0%	3	15.0%	1	5.0%	4	20.0%
	4 horas	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%	1	5.0%
	5 horas	1	5.0%	0	0.0%	1	5.0%	2	10.0%
	6 horas	0	0.0%	2	10.0%	3	15.0%	5	25.0%
	7 horas	2	10.0%	3	15.0%	0	0.0%	5	25.0%
	8 horas	0	0.0%	3	15.0%	0	0.0%	3	15.0%
Miércoles	3 horas	0	0.0%	2	7.7%	0	0.0%	2	7.7%
	4 horas	1	3.8%	1	3.8%	0	0.0%	2	7.7%
	5 horas	1	3.8%	2	7.7%	2	7.7%	5	19.2%
	6 horas	0	0.0%	5	19.2%	3	11.5%	8	30.8%
	7 horas	3	11.5%	3	11.5%	0	0.0%	6	23.1%
	8 horas	0	0.0%	3	11.5%	0	0.0%	3	11.5%
Jueves	3 horas	0	0.0%	3	15.0%	1	5.0%	4	20.0%
	5 horas	1	5.0%	1	5.0%	1	5.0%	3	15.0%
	6 horas	0	0.0%	5	25.0%	1	5.0%	6	30.0%
	7 horas	3	15.0%	1	5.0%	0	0.0%	4	20.0%
	8 horas	0	0.0%	3	15.0%	0	0.0%	3	15.0%
	3 horas	0	0.0%	3	16.7%	1	5.6%	4	22.2%
Viernes	4 horas	1	5.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%
	5 horas	0	0.0%	3	16.7%	0	0.0%	3	16.7%
	6 horas	0	0.0%	3	16.7%	1	5.6%	4	22.2%
	7 horas	2	11.1%	2	11.1%	0	0.0%	4	22.2%
	8 horas	0	0.0%	2	11.1%	0	0.0%	2	11.1%

Fuente: Elaboración propia

3. ¿Cuáles días y cuántas horas diarias usted sería capaz de trabajar para poder cumplir con los objetivos requeridos?

Figura N° 141: Análisis de la cantidad de horas de trabajo y días de confección a mano para la producción de una chompa



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de la asociación de mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” resulta: 7.7% y 11.5% de mujeres demoran 2 días para la confección de una chompa y cada día con un trabajo de entre 6 y 7 horas, 3.8% y 11.5% de mujeres demoran 3 días para la confección de una chompa y cada día con un trabajo de entre 5 y 6 horas.

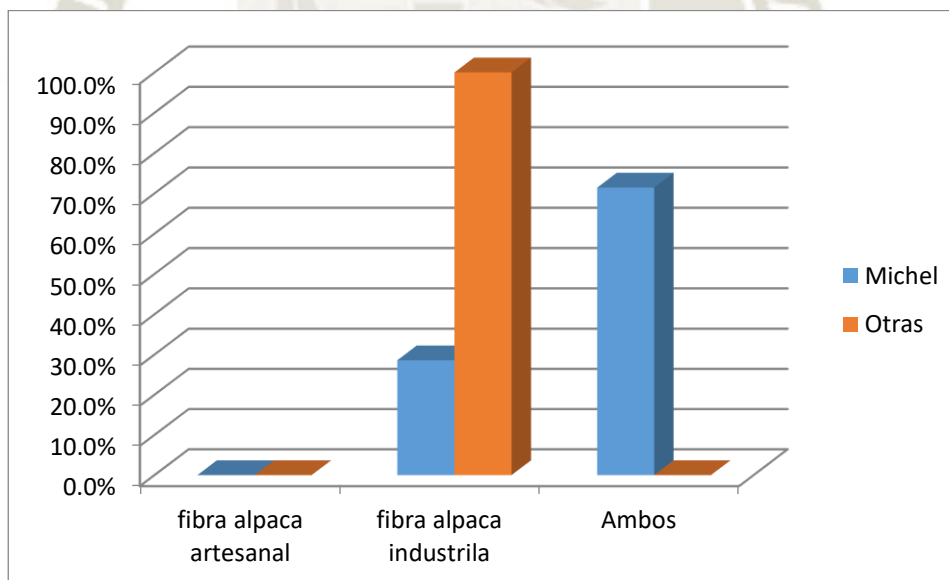
- 3) Análisis de la adquisición de la fibra de alpaca industrial y el origen de compra.

Tabla N° 118: Análisis de la adquisición de la fibra de alpaca industrial y el origen de compra

4. ¿Qué tipo de material usted usa en sus confecciones?									
15. ¿De dónde compra usted la fibra de alpaca industrial para sus confecciones?		Material							
		fibra alpaca artesanal		fibra alpaca industria		Ambos		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Michel		0	0.0%	8	100.0%	20	71.4%	28	100.0%
Total		0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	1	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 142: Análisis de la adquisición de la fibra de alpaca industrial y el origen de compra



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de la asociación de mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” resulta: 100% de mujeres optan por la compra de conos de fibra de alpaca de Michell, en ambas situaciones de la compra de fibra artesanal e industrial el 71.4% optan por la compra de Michell.

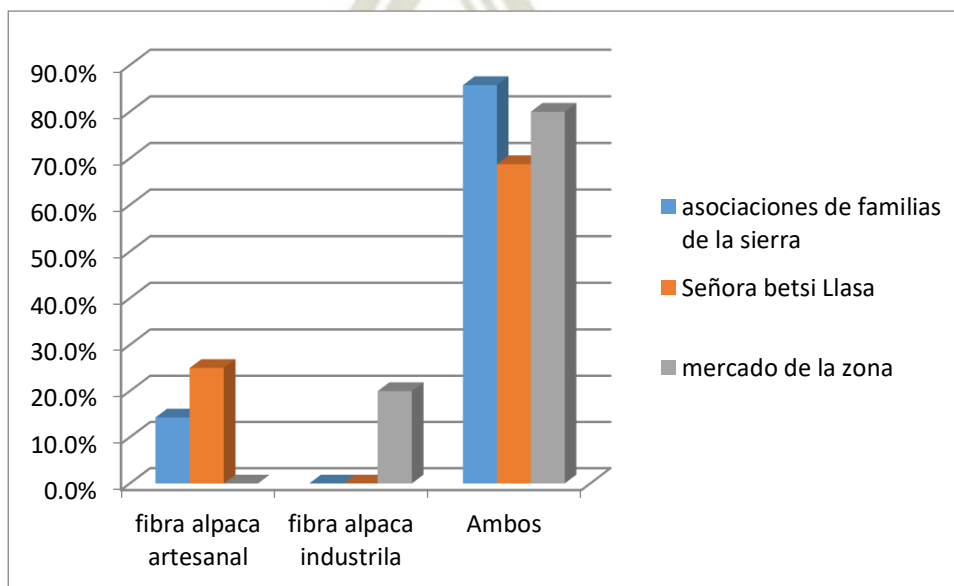
4) **Análisis de la adquisición de la fibra de alpaca industrial y el origen de compra.**

Tabla N° 119: Análisis de la adquisición de la fibra de alpaca industrial y el origen de compra.

4. ¿Qué tipo de material usted usa en sus confecciones?									
14. ¿De dónde compra usted la fibra de alpaca artesanal para sus confecciones?	Material								
	fibra alpaca artesanal		fibra alpaca industrial		Ambos		Total		
	f	%	f	%	f	%	f	%	
asociaciones de familias de la sierra	1	14.3%	0	0.0%	6	85.7%	7	100.0%	
Señora Betsi Llasa	4	25.0%	0	0.0%	11	68.8%	15	93.8%	
mercado de la zona	1	20.0%	0	0.0%	4	80.0%	5	100.0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 143: Análisis de la adquisición de la fibra de alpaca industrial y el origen de compra.



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de la asociación de mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” resulta: 14.3% de mujeres optan por la compra de conos de fibra de alpaca de las asaciones de familia de la cierra, 25.0% optan por la compra de conos de fibra de alpaca artesanal de la señora Betsi Llasa.



5) Análisis de los costos de producción con la cantidad y tallas de chompas

Tabla N° 120: Análisis de los costos de producción con la cantidad y tallas de chompas

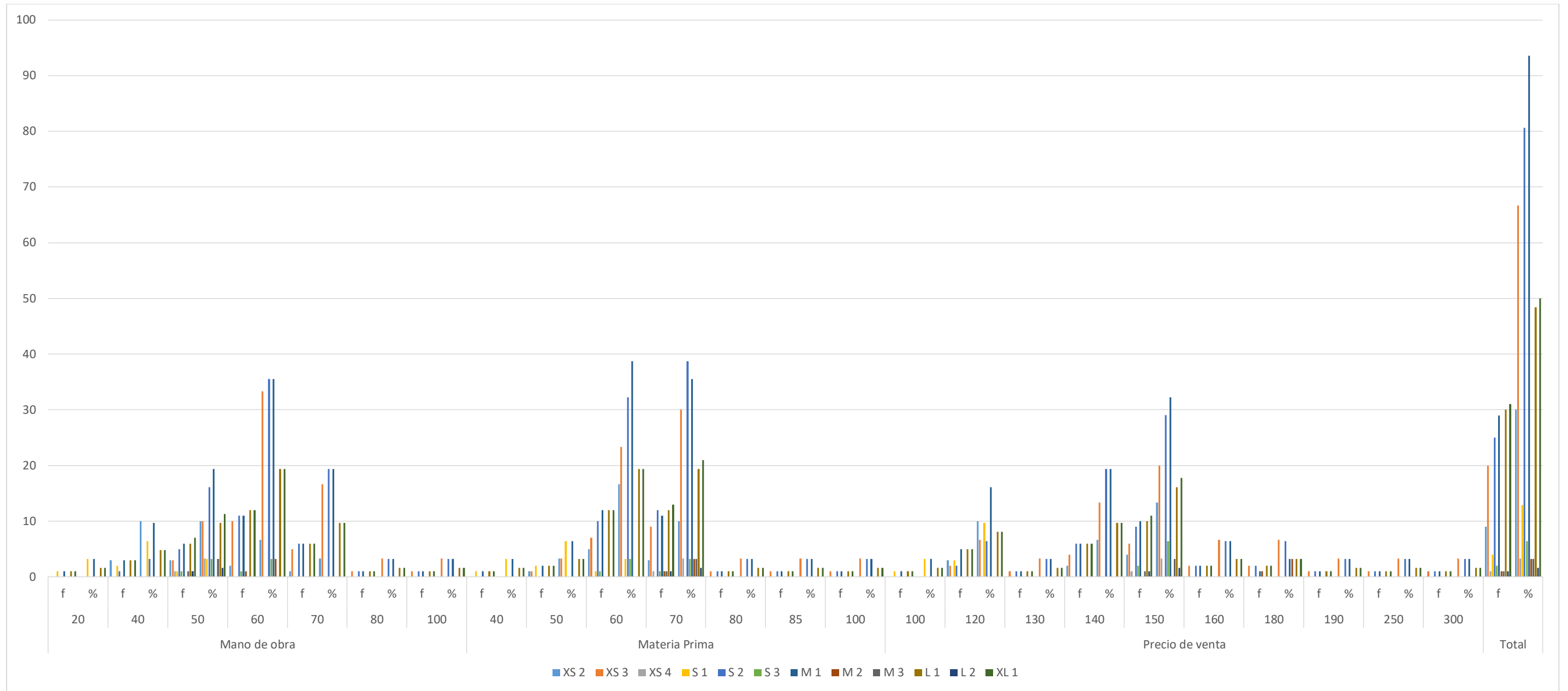
12. Costos de producción de una chompa

		Mano de obra														Materia Prima														
		20		40		50		60		70		80		100		40		50		60		70		80		85		100		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
6 . cuantas chompas con su respectiva talla puede confeccionar con un cono de alpaca	XS	2	0	0.0	3	10.0	3	10.0	2	6.7	1	3.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.3	5	16.7	3	10.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
		3	0	0.0	0	0.0	3	10.0	10	33.3	5	16.7	1	3.3	1	3.3	0	0.0	1	3.3	7	23.3	9	30.0	1	3.3	1	3.3	1	3.3
		4	0	0.0	0	0.0	1	3.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
S	1	1	3.2	2	6.5	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.2	2	6.5	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
	2	0	0.0	1	3.2	5	16.1	11	35.5	6	19.4	1	3.2	1	3.2	0	0.0	0	0.0	10	32.3	12	38.7	1	3.2	1	3.2	1	3.2	
	3	0	0.0	0	0.0	1	3.2	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.2	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
M	1	1	3.2	3	9.7	6	19.4	11	35.5	6	19.4	1	3.2	1	3.2	1	3.2	2	6.5	12	38.7	11	35.5	1	3.2	1	3.2	1	3.2	
	2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
	3	0	0.0	0	0.0	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
L	1	1	1.6	3	4.8	6	9.7	12	19.4	6	9.7	1	1.6	1	1.6	1	1.6	2	3.2	12	19.4	12	19.4	1	1.6	1	1.6	1	1.6	
	2	0	0.0	0	0.0	1	1.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
XL	1	1	1.6	3	4.8	7	11.3	12	19.4	6	9.7	1	1.6	1	1.6	1	1.6	2	3.2	12	19.4	13	21.0	1	1.6	1	1.6	1	1.6	

		Precio de venta																				Total	
		100		120		130		140		150		160		180		190		250		300			
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
	0	0	0.0	3	10.0	0	0.0	2	6.7	4	13.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	30.0
	0	0	0.0	2	6.7	1	3.3	4	13.3	6	20.0	2	6.7	2	6.7	1	3.3	1	3.3	1	3.3	20	66.7
	0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.3
	1	1	3.2	3	9.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	12.9
	0	0	0.0	2	6.5	1	3.2	6	19.4	9	29.0	2	6.5	2	6.5	1	3.2	1	3.2	1	3.2	25	80.6
	0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	6.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	6.5
	1	1	3.2	5	16.1	1	3.2	6	19.4	10	32.3	2	6.5	1	3.2	1	3.2	1	3.2	1	3.2	29	93.5
	0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.2
	0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.2
	1	1	1.6	5	8.1	1	1.6	6	9.7	10	16.1	2	3.2	2	3.2	1	1.6	1	1.6	1	1.6	30	48.4
	0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.6
	1	1	1.6	5	8.1	1	1.6	6	9.7	11	17.7	2	3.2	2	3.2	1	1.6	1	1.6	1	1.6	31	50.0

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 144: Análisis de los costos de producción con la cantidad y tallas de chompas



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos del 100% de la asociación de mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” resulta: 33.3%, 16.7%, 3.3% tienen una mano de obra de entre 50 y 100 nuevos soles para las tallas XS, 16.1%, 35.5%, 19.4%, 3.2% tienen una mano de obra de entre 50 y 100 nuevos soles para las tallas S, 19.4%, 35.5%, 19.4%, 3.2% tienen una mano de obra de entre 50 y 100 nuevos soles para las tallas M, 9.7%, 19.4%, 19.4%, 1.6% tienen una mano de obra de entre 50 y 100 nuevos soles para las tallas L.

11.3%, 19.4%, 9.7%, 1.6% tienen una mano de obra de entre 50 y 100 nuevos soles para las tallas S, una materia prima aproximada de entre 70 y 80 nuevos soles, y un precio de venta de alrededor 190 nuevos soles.



3.4.4. Identificación de estrategias del análisis de la demanda y oferta

3.4.4.1. Demanda

Tabla N° 121: Estrategias demanda

Tipo	N	Pregunta	Respuesta	Cantidad	Estrategia	Tipo
CUESTIONARIO	7	¿Por cuál de estas propiedades de la fibra de alpaca es más atractivo en las prendas de vestir?	Por la suavidad	15	Habilitar un lote de muestras textiles para los posibles clientes, (Promoción) ED1. Explotar las propiedades de la fibra de alpaca mediante boletos en cada muestras del lote, (Promoción) ED2. Desarrollar adecuados sistemas de información de las propiedades de la alpaca a cada posible cliente, (Promoción) ED3. Generar en cada producto un sistema de información de sus propiedades, (Producto) ED4.	promoción, producto
			Por su propiedad térmica	6		
			Tiendas	15		
	8	¿Cuál de estas opciones usted consideraría que sería un competidor directo de la fibra de alpaca?	Algodón	13	Desarrollar un sistema de descuentos por temporada en compras masivas, (Promoción) ED5. Habilitar en cada descuento por temporada boletines informativos de las cualidades de la fibra de alpaca en relación a sus competidores, (Promoción) ED6.	promoción
			Lana	8		
			Seda	2		
			Tiendas	15		
	10	¿Cuál de estos tipos de modelos Usted estaría dispuesto a comprar?	Jersey	12	Desarrollar prendas textiles exclusivas por cada estación del año (Producto) ED7. Generar vales de descuento por la compra de diferentes tipos de chompas (Producto) ED8. Elaborar diseños basados en marcas exclusivas (Producto) ED9	producto
			Cárdigan	10		
			Chompas cuello cerrado	6		
			Chompas cuello abierto	2		
	12	¿Existiría un tipo de rechazo con la introducción de productos de alpaca por los gustos de sus clientes?	Tiendas	15	Desarrollar un sistema de información sobre la cultura milenaria del tejido andino a cada posible cliente (Promoción) ED10. Desarrollar un sistema de información sobre los colores comunes andinos de las vestimentas del Perú. (Promoción) ED11.	promoción
SI			1			
NO			14			
Tiendas			15			
TABLAS CRUZADAS	10, 5	¿Cuál de estos tipos de modelos Usted estaría dispuesto a comprar? ¿Usted conoce los productos de fibra de alpaca peruana?	Jersey	12	Generar una participación en las ferias especiales de Staphorst ofertando cada modelo de chompas brindando información sobre la fibra de alpaca (Plaza/Promoción) ED12. Generar un sistema de información respecto a cada mujer tejedora que confecciona cada producto a los posibles clientes (Producto) ED13.	Promoción, producto.
			Cárdigan	10		
			Chompas cuello cerrado	6		
			Chompas cuello abierto	2		
	1,3	¿Qué tipo de ropa Usted vende en su tienda? ¿En su tienda actualmente, usted vende productos similares a la fibra de alpaca?	Deportiva	3	Habilitar descuentos para modelos designados a montañismo o deportes similares (Promoción). ED14. Generar promociones en cada estilo de vestir.(Promoción). ED15. Crear líneas de diseños para cada estilo de vestir. (Producto) ED16.	Plaza, Producto, Producto.
			Casual	2		
			Formal	2		
			Lana de Oveja	7		
			Deportiva	2		
			Casual	4		
Formal	5					
Seda	11					

Fuente: Elaboración propia

3.4.4.2. Oferta

Tabla N° 122: Estrategias oferta

Tipo	N	Pregunta	Respuesta	Cantidad	Estrategia	Tipo
CUESTIONARIO	2	¿Cuáles de estos productos textiles usted se especializa en confeccionar, y cuantas prendas confecciona mensualmente?	Chompas	183	Generar reducciones a los posibles clientes en compras masivas por adelantado de temporada (Promoción) EO1 . Habilitar un sistema de producción de cada tipo de producto textil (Producto) EO2 . Desarrollar en cada producto textil una serie pequeña de colores artesanales (Producto) EO3 .	Precio, Producto
			Bufandas	41		
			Calcetines	15		
			Guantes	35		
			Total encuestadas	31		
	4	¿Qué tipo de material usted usa en sus confecciones?	Fibra de alpaca artesanal	3.23%	Incrementar a cada producto una etiqueta con la información del material textil usado, ya sea industrial o artesanal, (Promoción) EO4 . Desarrollar un valor agregado a cada producto basándose en netamente el empaque con atribuciones de fibra de alpaca artesanal. (Promoción/Producto) EO5 .	Producto, Promoción.
			fibra de alpaca industrial	29.03%		
			ambos	67.74%		
	5	¿Cómo es su forma de producción textil?	Mano	13.33%	Habilitar un lote de muestras textiles de la confección hecha a mano y a máquina, (Promoción) EO6 . Generar un valor agregado de cada producto hecho a mano, basándose en la mujer tejedora y la materia prima (Promoción). EO7 . Desarrollar una línea de edición limitada para productos textiles hechos a mano y de fibra artesanal por año. (Producto) EO8 .	Promoción, Producto.
			Maquina	23.33%		
Ambos			63.33%			
TABLAS CRUZADAS	4, 14	. ¿Qué tipo de material usted usa en sus confecciones? De dónde compra Usted la fibra de alpaca artesanal para sus confecciones?	Fibra de alpaca artesanal	59.39%	Desarrollar en cada información del origen de la materia prima en cada confección textil. (Promoción). EO9 . Generar en cada producto información de las diferencias de la fibra de alpaca artesanal e industrial (Promoción) EO10 .	Producto
			Asociaciones de familias de la sierra	14.30%		
			Sra. Betsi Llasa	25%		
			Mercado de la zona	20.00%		
	9, 3	¿Cuál es el tiempo de confección de una chompa a mano? ¿Cuáles días y cuántas horas diarias usted sería capaz de trabajar para poder cumplir con los objetivos requeridos?	Lunes	6 horas	Desarrollar un sistema de distribución eficiente de los productos para la entrega a cada cliente (Plaza) EO11 . Generar en cada producto información del origen de confección, ya sea hecha a mano o maquina (Producto) EO12 .	Producto, Plaza.
			Martes	5 horas		
			Miércoles	6 horas		
			Jueves	6 horas		
			Viernes	3-5 horas		
			Confección a mano	2 -3 días		

Fuente: Elaboración propia

3.4.5. Priorización de estrategias mediante criterio de valorización

La priorización de estrategias será basada por puntajes en relación al cuadro de puntaje si es débil, fuerte o regular, las estrategias obtenidas con mayor puntaje serán desarrolladas, debido a que resaltan con un puntaje fuerte relativamente a las demás estrategias.

Tabla N° 123: Valor de estrategias de planeación

Criterios	ED1	ED2	ED3	ED4	ED5	ED6	ED7	ED8	ED9	ED10	ED11	ED12	ED13	ED14	ED15	ED16	EO1	EO2	EO3	EO4	EO5	EO6	EO7	EO8	EO9	EO10	EO11	EO12
Calidad	1	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3
Precio	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	3	3	2	2	2	2	1	1
Factibilidad	2	1	1	3	3	2	2	1	1	3	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	2	1	1	1
Condición	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1
TOTAL	6	7	7	9	9	6	9	7	7	9	5	7	9	7	6	7	7	6	6	7	11	7	9	6	7	9	5	6

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 124: Valor de estrategias de planeación

Fuerte	3
Regular	2
Débil	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 125: Selección de estrategias por máximo puntaje

Criterios	ED4	ED5	ED7	ED10	ED13	EO5	EO7
Calidad	3	3	3	2	3	3	2
Precio	2	2	2	2	2	3	2
Factibilidad	3	3	2	3	2	3	3
Condición	1	1	2	2	2	2	2
TOTAL	9	9	9	9	9	11	9

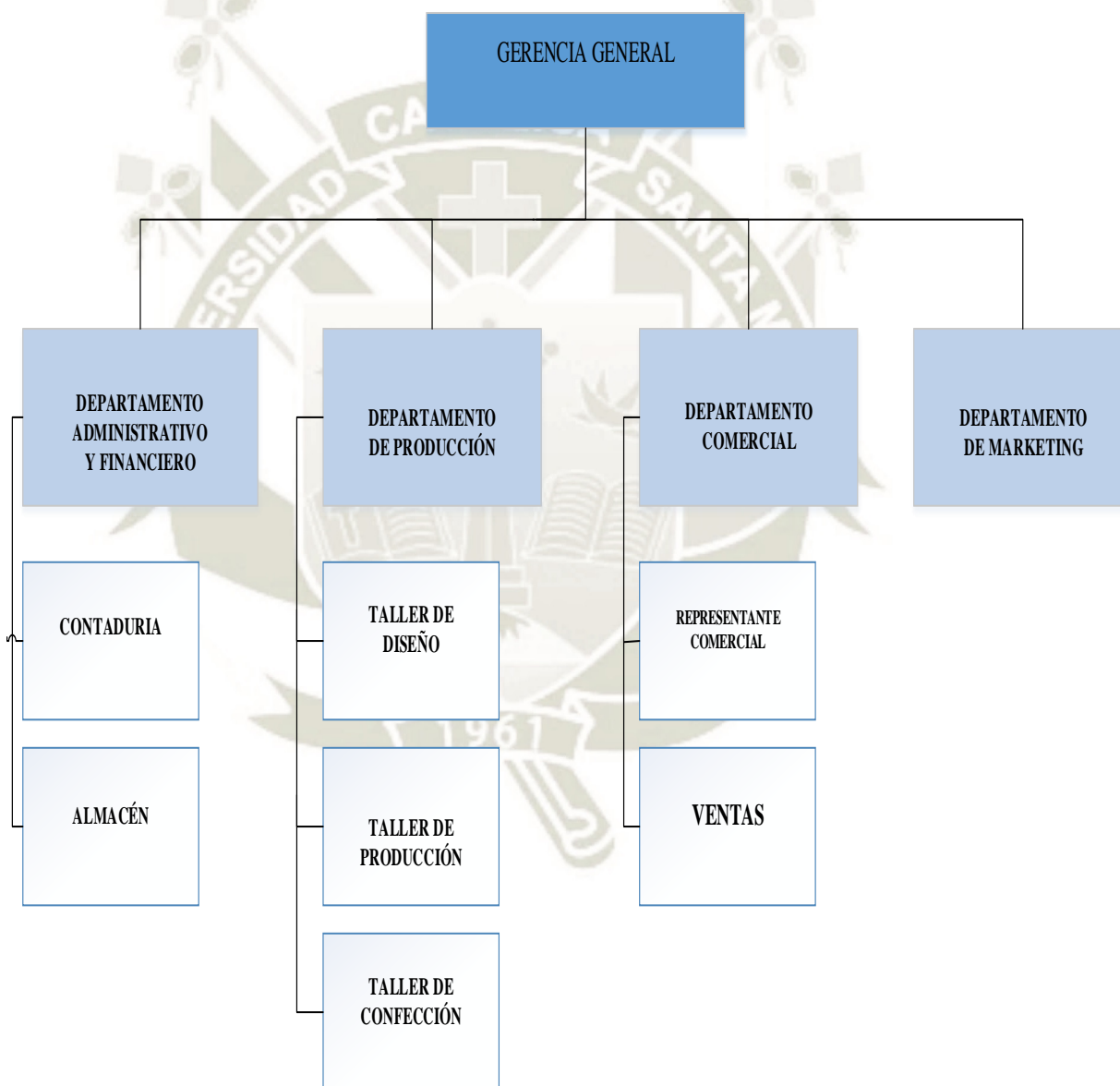
Fuente: Elaboración propia

3.5. Plan Organizacional

3.5.1. Organización

3.5.1.1. Organigrama propuesto

Figura N° 145: Organigrama Hatum Warmi



Fuente: Elaboración propia

3.5.1.2. Descripción de áreas funcionales

- Gerencia general, departamento encargado de definir y establecer planes de trabajo para cada departamento en “Hatun Warmi”, coordinando y estableciendo las acciones para cada departamento, analiza y desarrolla los resultados administrativos y financiero de toda la organización, analiza los informes de ventas para tomar decisiones, y llevar una óptima gerencia en “Hatun Warmi”.
- Departamento administrativo y financiero, departamento encargado de analizar y desarrollar presupuestos financieros, en la intervención de negociaciones de contratos, manejar los gastos de caja chica, elaborar un balance diario de los productos en almacén, mantener una eficacia y ordenamiento en la información de todos los ingresos y egresos de “Hatun Warmi”.
- Departamento de producción, departamento encargado de la organización, entrega y diseño de cada producto textil a cada mujer tejedora perteneciente a “Hatun Warmi” para la eficiencia y eficacia en el producto terminado.
- Departamento comercial, departamento encargado de las conexiones comerciales y estrategias de ventas a potenciales clientes, como a su vez la captación de nuevos clientes para la adquisición de los productos de “Hatun Warmi”.
- Departamento de marketing, departamento encargado de investigar, desarrollar e implementar estrategias especiales para que puedan alcanzar sus objetivos ya sea de ventas o de posicionamiento de marca en el mercado nacional e internacional.

3.5.1.3. Distribución y asignación de personal

- Gerencia general

Tabla N° 126: Gerencia general

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Gerencia general	Gerente general	1	Planilla	S/1,100.00

Fuente: Elaboración propia

- Departamento administrativo y financiero

Tabla N° 127: Departamento administrativo y financiero

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Departamento administrativo y financiero	Administrador	1	Planilla	S/1,100.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 128: Área de contaduría

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Área de contaduría	Contador	1	Planilla	S/ 1,100.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 129: Área de almacén

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Área de almacén	Almacenero	2	Planilla	S/ 300.00

Fuente: Elaboración propia

- Departamento de producción

Tabla N° 130: Departamento de producción

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Departamento de producción	Administrador	1	Planilla	S/1,100.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 131: Taller de diseño

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Taller de diseño	Diseñadora	1	Planilla	S/ 1,000.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 132: Taller de producción

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Taller de producción	Capataz	1	Planilla	S/ 300.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 133: Taller de tejido

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Taller de confección	Tejedoras	31	Planilla	S/ 800.00

Fuente: Elaboración propia

- Departamento comercial

Tabla N° 134: Departamento comercial

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Departamento comercial	Administrador	1	Planilla	S/1,100.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 135: Representante comercial

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Representante comercial	Representante comercial	1	Planilla	S/ 1,000.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 136: Ventas

Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Ventas	Agente de ventas	1	Planilla	S/1,000.00

Fuente: Elaboración propia

- Departamento de marketing

Tabla N° 137: Departamento de marketing

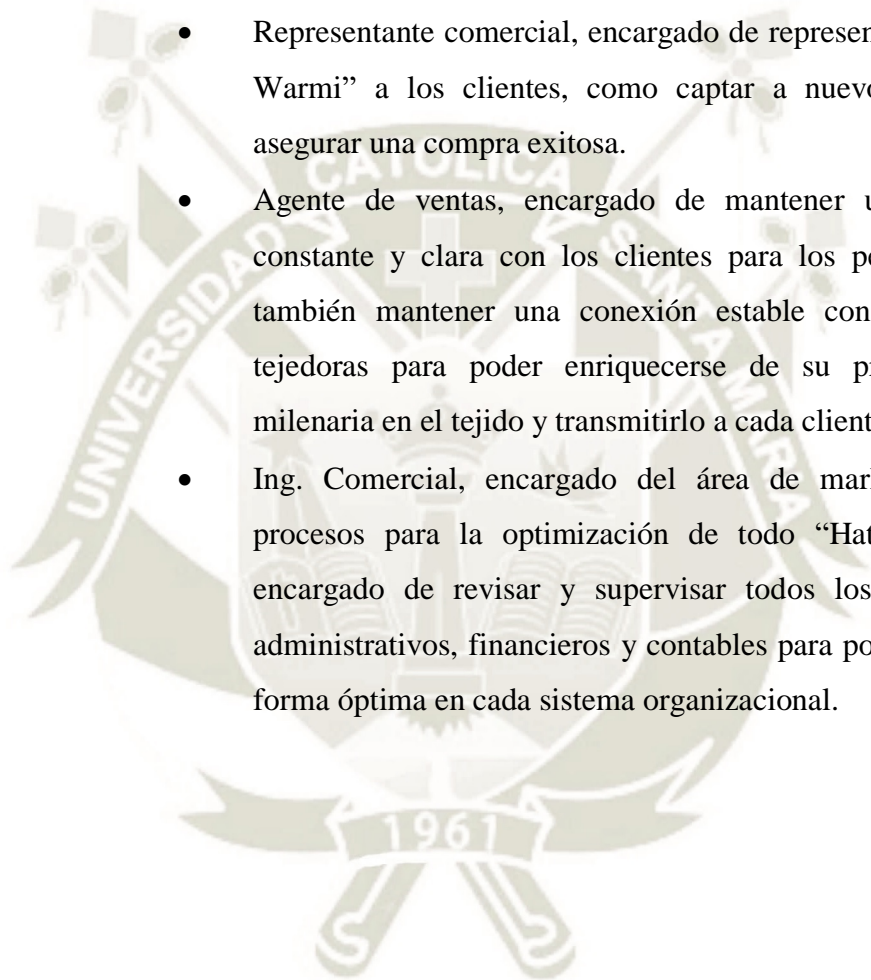
Área	Cargo	Cantidad	Condición	Salario
Departamento de marketing	Ing. Comercial	1	Planilla	S/1,100.00

Fuente: Elaboración propia

3.5.2. Manual de organización y funciones

- Gerente general, es responsable de conseguir la máxima optimización en la administración de los sistemas de entrega de productos a clientes como los recursos humanos y materiales dentro de la organización “Hatun Warmi”.
- Administrador, encargado de los departamentos de finanzas, comercial y producción, con la finalidad de optimizar todos los procesos dentro de estos departamento de una forma ordenada y óptima para alcanzar los objetivos de “Hatun Warmi” como el manejo apropiado de los recursos económicos y financieros, la optimización de los procesos en la confección y producción de los productos textiles, y su venta a los posibles clientes.
- Contador, encargado de ordenar, analizar y registrar las operaciones económicas y financieras de “Hatun Warmi”.
- Almacenero, encargado de ordenar todos los productos textiles de una forma óptima para que los productos textiles estén de acuerdo a cada tejedora y el tipo de fibra de alpaca usada en cada chompa en el almacén.
- Diseñadora, encargada de elaborar, diseñar y crear constantemente modelos para las prendas textiles a confeccionar por las mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” y de esta forma tener un atractivo en el mercado.

- Capataz, encargado de direccionar y controlar de una forma eficiente a las mujeres tejedoras, como a su vez informas de los procesos de producción al administrador para poder tomar optimas decisiones.
- Tejedoras, siendo el corazón principal de “Hatun Warmi” son las encargadas de confeccionar las chompas con el punto de tejido milenario transmitido de generación en generación.
- Representante comercial, encargado de representar a “Hatun Warmi” a los clientes, como captar a nuevos clientes y asegurar una compra exitosa.
- Agente de ventas, encargado de mantener una conexión constante y clara con los clientes para los pedidos, como también mantener una conexión estable con las mujeres tejedoras para poder enriquecerse de su propia cultura milenaria en el tejido y transmitirlo a cada cliente.
- Ing. Comercial, encargado del área de marketing y sus procesos para la optimización de todo “Hatun Warmi”, encargado de revisar y supervisar todos los documentos administrativos, financieros y contables para poder idear una forma óptima en cada sistema organizacional.



3.5.3. Gestión de capacitación

“Hatun Warmi” al tener como núcleo a las mujeres tejedoras provenientes de las zonas altas andinas, requieren de ciertos conocimientos para poder lograr una eficiencia en la confección de materiales textiles, por ende, la realización de cursos y actividades de capacitación. Como cursos y talleres de liderazgo, gestión de emociones para que de esta forma dichas mujeres tengan un crecimiento personal, comunicación eficiente y solución de conflictos para poder encontrar soluciones viables a posibles conflictos futuros dentro de “Hatun Warmi”, talleres de modas para que la creatividad de cada mujer sea renovada periódicamente, curso del idioma inglés, para que puedan tener más oportunidades en caso de una viaje para la presentación de sus prendas de vestir en un mercado extranjero, cursos de exportación para que cada mujer se sienta preparada e informada en cada de como es el proceso de exportación de sus productos. Y por último, un curso de inteligencia financiera personal, para que cada mujer tenga los conocimientos necesarios financieros para que puedan organizar y gestionar bien sus recursos económicos ganados de sus prendas textiles.

Dichos cursos, talleres y actividades mencionadas tienen un periodo y costos señalado en el siguiente cuadro.

Tabla N° 138: Cursos de capacitación Hatum Warmi

Actividades a desarrollar	Meses												Precio
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Curso de auto liderazgo y gestión de emociones	■												S/ 400.00
Curso de comunicación eficiente		■											S/ 500.00
Curso de solución de conflictos			■										S/ 400.00
Taller de modas				■	■	■				■	■		S/ 1,200.00
Curso de Idiomas	■		■		■		■		■		■		S/ 1,500.00
Curso de exportación de prendas textiles										■	■		S/ 900.00
Curso de inteligencia financiera personal	■				■	■				■	■		S/ 500.00
Total													S/ 5,400.00

Fuente: Elaboración propia

3.6. Plan operativo y de exportación

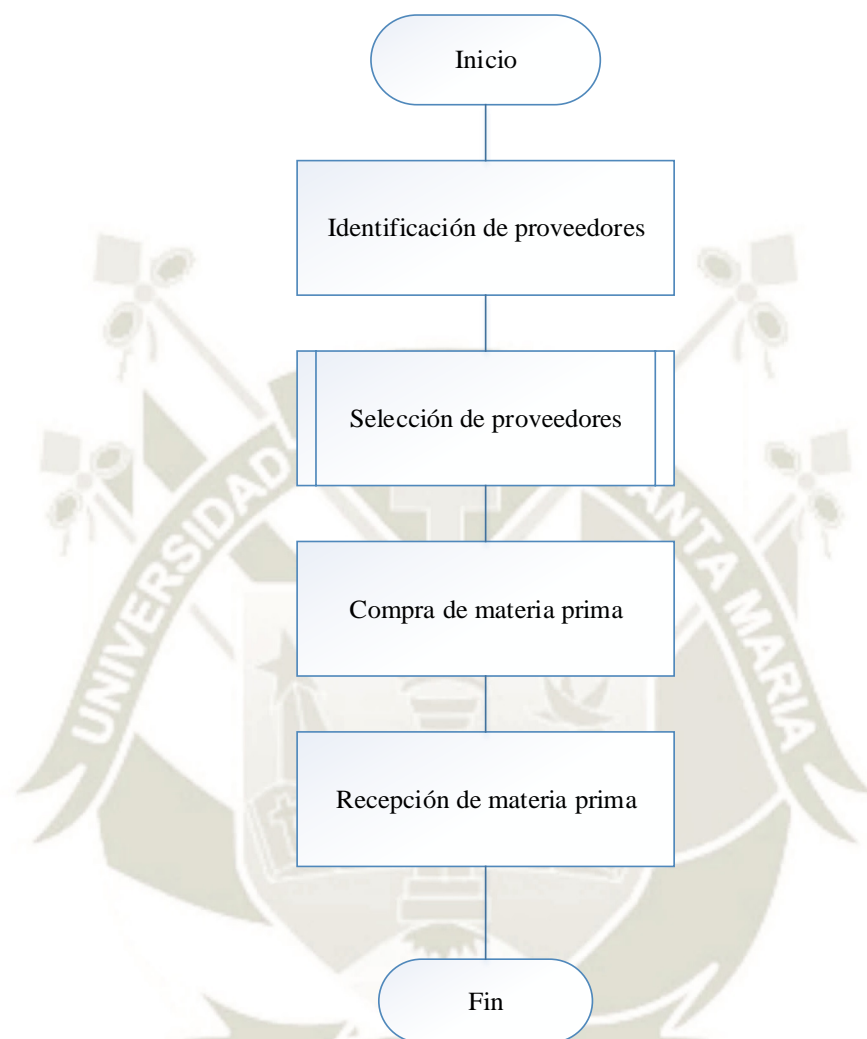
El proceso operativo conllevará los ítems de producción y confección de las chompas artesanales a base de fibra de alpaca de “Hatun Warmi”, como el abastecimiento de materia prima, elección de diseños por temporada, confección de las chompas y empaquetado final y almacenamiento. Los procesos de exportación se desarrollarán los pasos de una exportación junto a los documentos necesarios para llevarlos a cabo.

3.6.1. Procesos operativos

3.6.1.1. Abastecimiento de materia prima

a. Diagrama de Flujo

Figura N° 146: Abastecimiento de materia prima



Fuente: Elaboración propia

b. Descripción del proceso

- Identificación de proveedores, dicha identificación de proveedores y para mantener la autenticidad de productos textiles a base de fibra de alpaca artesanal y así mismo basándose en los resultados de dichas encuestas realizadas a las mujeres de “Hatun Warmi”, se tomara en cuenta a las familias de las zonas alto andinas y proveedores de la zona como la señora Betsi Llasa, debido a los buenos resultados

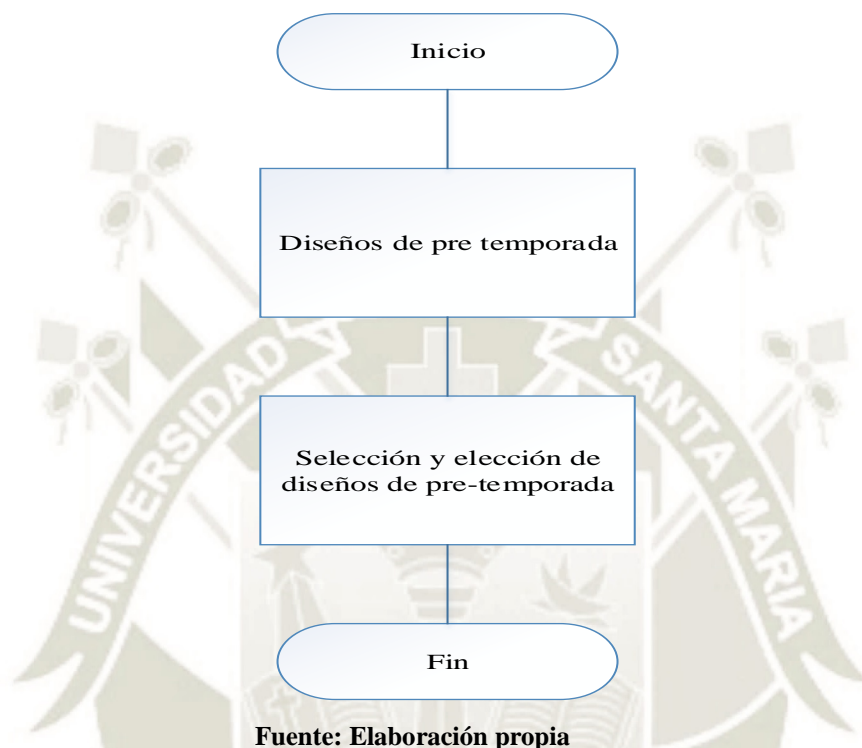
que dichas mujeres tejedoras obtienen en la calidad de sus prendas textiles.

- Selección de proveedores, de acuerdo a la calidad obtenida y el vínculo establecido durante los años la selección de proveedores se optara por las familias de las zonas alto andinas que producen fibra de alpaca artesanal y a la señora Betsi Llasa como proveedores principales de fibra de alpaca artesanal y como proveedores de fibra de alpaca industrial se optará por Michell.
- Compra de materia prima, la compra se llevará a acabo previamente a una negociación de precios y cantidad requerida para los proveedores de fibra de alpaca artesanal. Para la compra de fibra de alpaca industrial se optara por la calidad y las promociones u ofertas ofrecidas en el momento de la compra, en caso no existiera una oferta o promoción se compra la fibra de alpaca requerida para una excelente calidad en los productos textiles.
- Recepción de materia prima, Después de la compra de la materia prima para la confección de productos textiles se llevara al taller de “Hatun Warmi” mediante la contratación de transporte de carga, y se organizara mediante calidad y origen de dicha fibra de alpaca.

3.6.1.2. Elección de diseños por temporada

a. Diagrama de Flujo

Figura N° 147: Elección de diseños por temporada



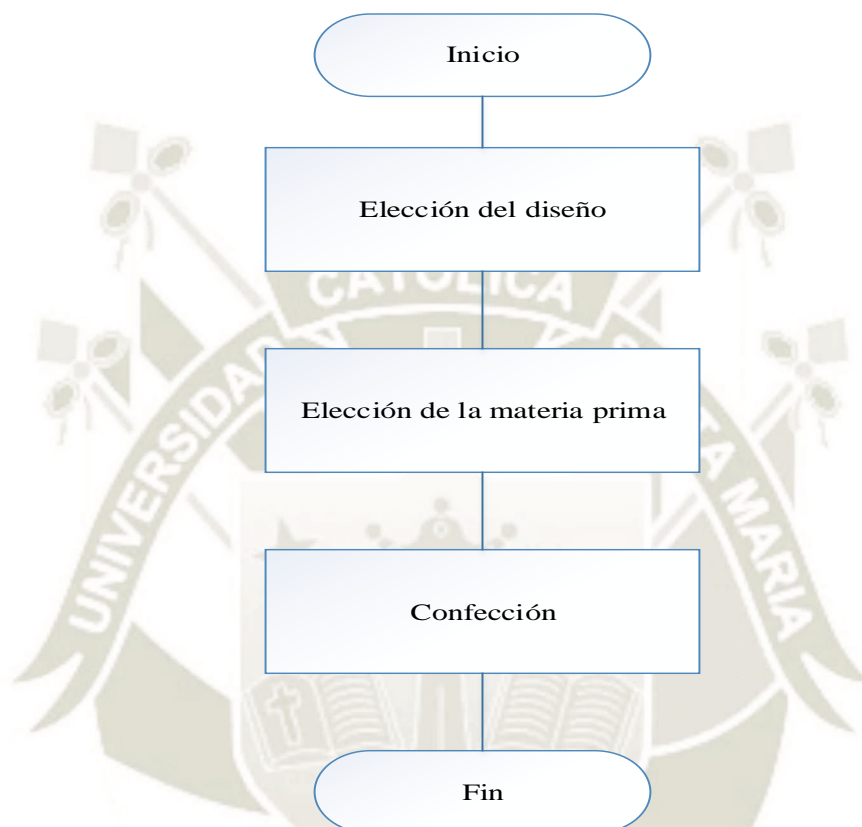
b. Descripción del proceso

- Diseños de pre temporada, De acuerdo a la lluvia de ideas por diseños establecidos en los procesos de los planes vistos anteriormente y los diseños establecidos, se seleccionara todos los diseños por la temporada seleccionada.
- Selección y elección de diseños de pre-temporada, Dicha selección se llevara a cabo con la diseñadora de Hatum Warmi y las mujeres tejedoras para ver los tiempos de confección por dichos diseños y realizar una comunicación eficiente entre la diseñadora y las mujeres tejedoras.

3.6.1.3. Confección de chompas

a. Diagrama de Flujo

Figura N° 148: Confección de chompas



Fuente: Elaboración propia

b. Descripción del proceso

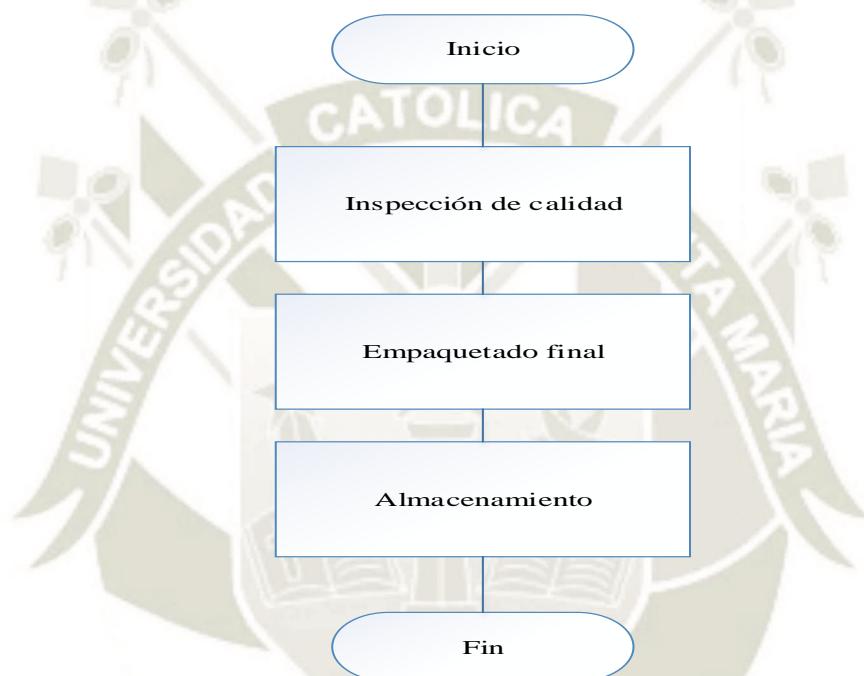
- Elección del diseño, visto en el proceso anterior la elección del diseño entre la diseñadora y las mujeres tejedoras será de suma importancia para el proceso de confección.
- Elección de la materia prima, la elección de la materia prima será basada en la elección del diseño, debido a que se podrá usar fibra de alpaca artesanal, industrial o mixta para los detalles de las chompas.
- Confección, Luego del proceso de la elección del diseño y el tipo de fibra de alpaca se llevara a cabo la confección con las

mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” ya sea en el proceso artesanal o mixto.

3.6.1.4. Empaquetado final y almacenamiento

a. Diagrama de Flujo

Figura N° 149: Empaquetado final y almacenamiento



Fuente: Elaboración propia

b. Descripción del proceso

- Inspección de calidad, término a finalizar el proceso de confección de las chompas se llevará a cabo una inspección minuciosa para comprobar que todo el tejido este en óptimas condiciones sin ningún tipo de deshilachado o error en la unión de partes.
- Empaquetado final, luego de la inspección y su aprobación las chompas se empaquetaran en un su caja con las etiquetas correspondientes a la visto previamente en la planificación.

3.6.2. Procesos de exportación

La exportación realizada de las chompas artesanales de “Hatun Warmi” será usando el Incoterm FOB, o en español franco a bordo, en el cual “Hatun Warmi” tendrá la obligación de los gastos hasta que el producto este a bordo del buque, realizar el despacho de exportación mediante un agente aduanero.

Para que se lleve a cabo la exportación de dichas chompas existirá una correlación de pasos a seguir, como se indica a continuación.

3.6.2.1. Pasos para la exportación

a. Diagrama de Flujo

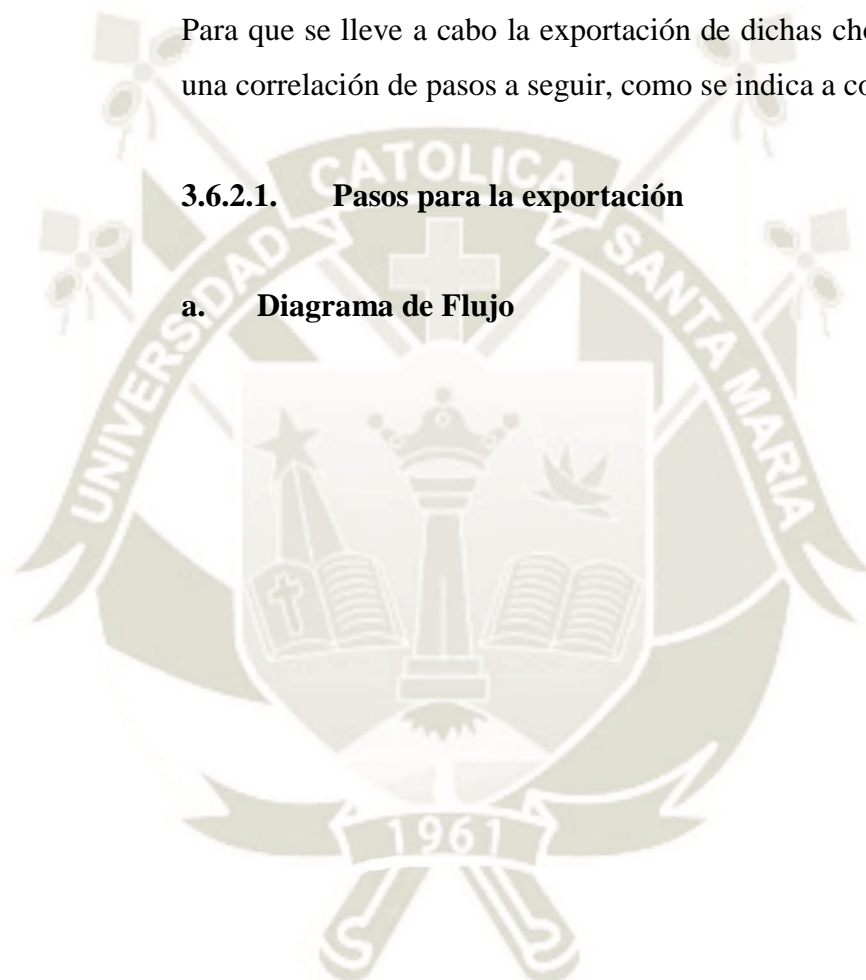
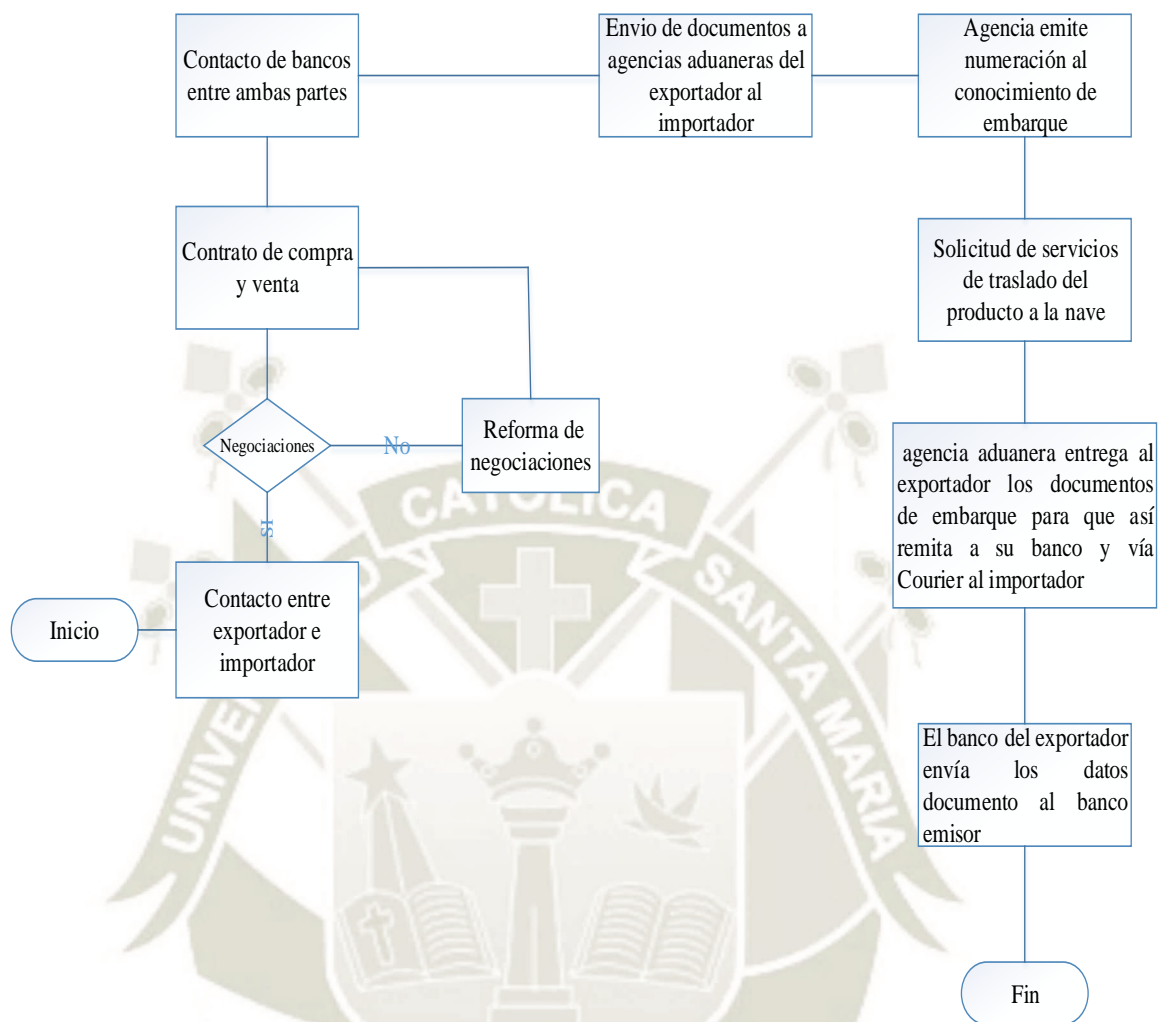


Figura N° 150: Pasos para la exportación

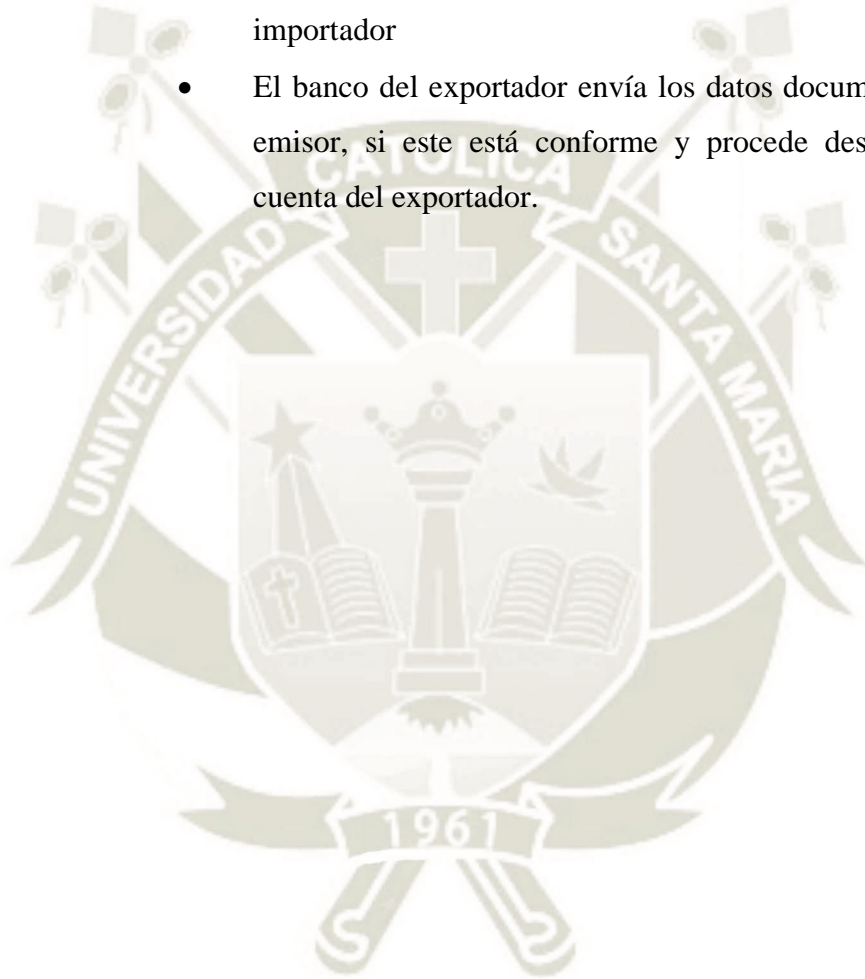


Fuente: Elaboración propia

b. Descripción del proceso

- Contacto entre comprador y vendedor para las muestras y listas de precios
- El importador acepta las condiciones si es óptimo para el exportador y formaliza un contrato de compra y venta internacional
- El importador solicita a su banco la apertura del crédito documentario que de preferencia debe ser una carta de crédito irrevocable, confirmado y a la vista.
- El banco del importador se contacta con el banco del exportador para que notifique el crédito beneficiario.

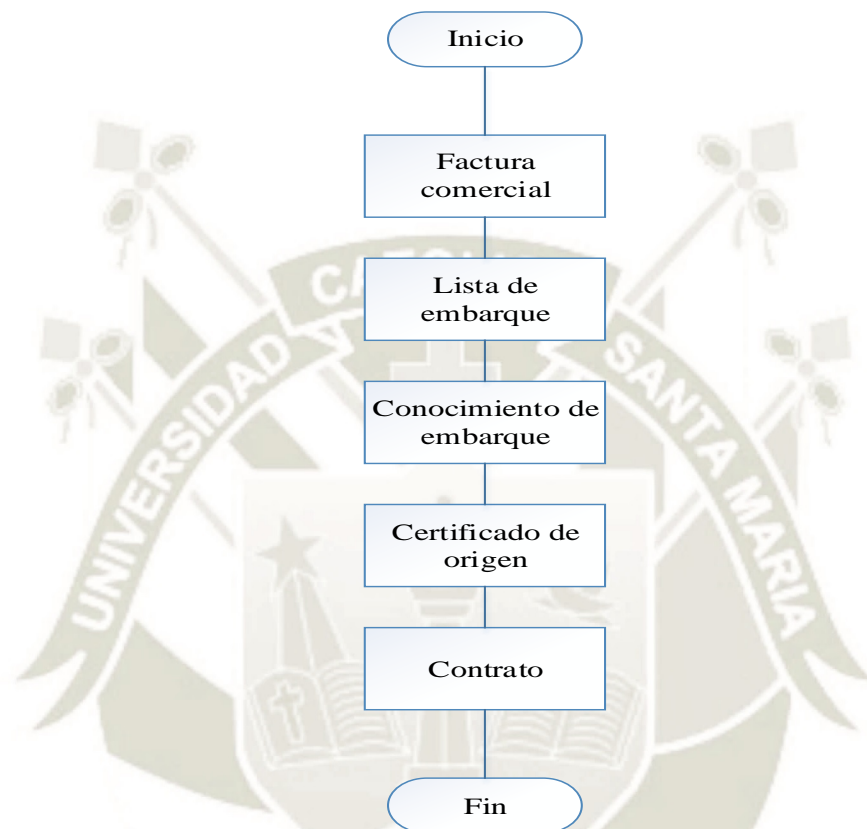
- El exportador envía a la agencia aduanera los documentos comerciales de embarque requeridos por el importador.
- La agencia de carga emite la numeración al conocimiento de embarque, y solicita los servicios de traslado del producto a la nave.
- La agencia aduanera entrega al exportador los documentos de embarque para que así remita a su banco y vía Courier al importador
- El banco del exportador envía los datos documento al banco emisor, si este está conforme y procede desembolso a la cuenta del exportador.



3.6.2.2. Documentación necesaria para la exportación

a. Diagrama de Flujo

Figura N° 151: Documentación necesaria



Fuente: Elaboración propia

b. Descripción del proceso

- **Factura comercial**, debe contener datos importantes como el nombre del importador, descripción de la mercadería a exportar, el precio de la transacción, lugar y las condiciones necesarias y definitivas de la venta

Figura N° 152: Factura comercial

COMMERCIAL INVOICE						
Date			Invoice No			
Exporter Address City/State/ZIP Code Country Phone/Fax Contact Person			Consignee Address City/State/ZIP Code Country Phone/Fax Contact Person			
Tax ID No (EIN)	Total Gross Weight	Transportation	Tax ID No (EIN)	Terms of Sale:		
Other	Total # of Pieces	AWS/BL #	Currency			
Commodity Description	HS	Country of Manufacture	Qty	UOM	Unit Price	Total Amount
These commodities, technologies, or softwares were exported from the United States in accordance with export administration regulations. Diversion contrary to United States law prohibited. We certify that this commercial invoice is true and correct.			Subtotal			
			Freight Cost			
			Insurance Cost			
			Total Invoice Value			
I/we hereby certify that the information on this invoice is true and correct and that the contents of this shipment are as stated above.						
Name		Signature		Date		

Fuente: Portal Tibiagroup España (2019). Imágenes de tipos de ejemplos de factura comercial. Extraído el 4 de agosto del 2019 de: <https://www.tibigroup.com/es/como-exportar>

- **Lista de Empaque**, o también llamada “packing list” la cual detalla de forma específica los productos a exportar y la mercadería que se embarca.

Figura N° 153: Packing list

PACKING LIST ORDER

DATE: _____

TO	FROM	SHIP DATE:
		SHIP VIA:
		F.O.B. SHIPPING POINT:
		ACCOUNT NO.:
		ORDER NO.:
		DEPARTMENT:

TERMS

QTY ORDERED	QTY SHIPPED	PROD. NUMBER	DESCRIPTION	UNIT WEIGHT	TOTAL WEIGHT	TOTAL CUBIC FT.
TOTAL						

NOTES

Fuente: Portal Tibiagroup España (2019). Imágenes de tipos de ejemplos de packing list. Extraído el 4 de agosto del 2019 de: <https://www.tibagroup.com/es/como-exportar>

- **Conocimiento de embarque**, recibo que prueba el embarque de la mercancía en el lugar de destino y así mismo con el conocimiento de embarque se retira la mercancía del lugar de destino. Dicho conocimiento de embarque tiene dos tipos de acuerdo a su forma de embarque, “Bill of lading”, embarque marítimo y “Airway bill” , embarque aéreo.

Figura N° 154: Conocimiento de embarque

CONOCIMIENTO DE EMBARQUE N°

Cargador _____

Nombre: _____

D.O.I.: _____

Domicilio: _____

A la Orden de _____ **Crowley American Transport Perú S.A**

Notificar a la dirección: _____

Barco Transportista _____ Puerto de Embarque _____

Puerto de Desembarque _____	Flete _____	Número de C.E. originales _____
-----------------------------	-------------	---------------------------------

Marcas y Números	Descripción de los bienes	Peso bruto	
"CARGA RECIBIDA O BORDO"			

MONTO DEL FLETE Y CARGOS

Lugar y Fecha de Emisión: _____

Plazo de Entrega: _____

Firma y sello: _____

Si el transportista lo requiere, un conocimiento de embarque firmado, debidamente endosado, deberá ser sometido al agente del barco en el puerto de desembarque a cambio de la orden de entrega.
Todos los conocimientos o consignaciones de flete por el embarque de los bienes son anulados por este Conocimiento de Embarque, y todos sus tenedores, sean estos escritos, mecanografiados, sellados o impresos son aceptados y contenidos por parte del embarcador, consignatario y/o endosado, sometiéndose obligatoriamente al estatuto localmente firmado por ellos, independientemente de las costumbres y privilegios locales en contrario. En PE CE LO CUAL, se han firmado al margen de conocimientos de embarque originales mantenidos al principio, todos del mismo tenor y fecha, uno de los cuales tendrá vital permanencia: nulos los restantes.

Fuente: Portal American Transport (2019). Imágenes de tipos de ejemplos de conocimiento de embarque. Extraído el 4 de agosto del 2019 de: <https://www.Americansport.com.pe>

- **Certificación de origen**, documento que garantiza e identifica la procedencia u origen la mercancía al exportador, dando las facilidades del uso de las preferencias arancelarias que otorga el país de destino, dicho documento lo proporciona la cámara de comercio

Figura N° 155: Certificación de origen

1. Nombre y dirección del exportador: Teléfono: Fax: Correo electrónico:		2. Periodo de cobertura : Año / Mes / Día Año / Mes / Día Desde: _____/_____/_____/ Hasta: _____/_____/_____/				
3. Nombre y dirección del productor: Teléfono (opcional): Correo electrónico (opcional):		4. Nombre y dirección del importador: Teléfono: Fax: Correo electrónico:				
5. Descripción de la mercancía(s)	6. Clasificación arancelaria SA	7. Criterio de Origen	8. Productor	9. Prueba de valor	10. País de origen	
11. Observaciones: Certifico que: - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y asumo la responsabilidad de lo aquí declarado. Entiendo que soy responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en, o relacionada con, este documento. - Me comprometo a conservar y presentar, cuando me sea solicitado, documentación necesaria para sustentar este Certificado, y a informar por escrito de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez de éste a todas las personas a las que se le entregó este Certificado. - Las mercancías son originarias del territorio de una o ambas Partes y cumplen con los requisitos de origen especificados para dichas mercancías en el Acuerdo de Libre Comercio Corea - Perú. Este Certificado consta de _____ páginas, incluyendo todos sus anexos.						
12. Firma autorizada:		Empresa:				
Nombre:		Título:				
Año / Mes / Día		Teléfono:		Fax:		
Fecha: _____/_____/_____						

Fuente: Portal Tibiagroup España (2019). Imágenes de tipos de ejemplos de conocimiento de embarque. Extraído el 4 de agosto del 2019 de: <https://www.tibagroup.com/es/como-exportar>

- **Contrato**, el contrato es el documento jurídico por el cual se estipulan todos los derechos y obligaciones de las partes como el importador y el exportador con respecto a la mercancía, y la transacción de dicho contrato es un acuerdo totalmente legal, dicho contrato debe contener:
 1. Información del exportador e importador
 2. Descripción de la mercancía
 3. Condición de entrega (INCOTERMS - FOB)
 4. Requisitos y normas del país exportador e importador
 5. Ley aplicable al contrato del país importador y exportador
 6. Precio unitario total
 7. Condiciones de plazo y entrega

8. Bancos requeridos para la transacción
9. Documentos solicitados para el importador
10. Plazos de entrega y disponibilidad
11. Operadores logísticos para la intervención de dicha operación
12. Modalidad de seguro, transporte y pago de flete
13. Lugar de embarque y desembarque
14. Inclusión de costos en el precio de la mercancía, para la obtención de documentos de exportación.



3.7. Plan Estratégico

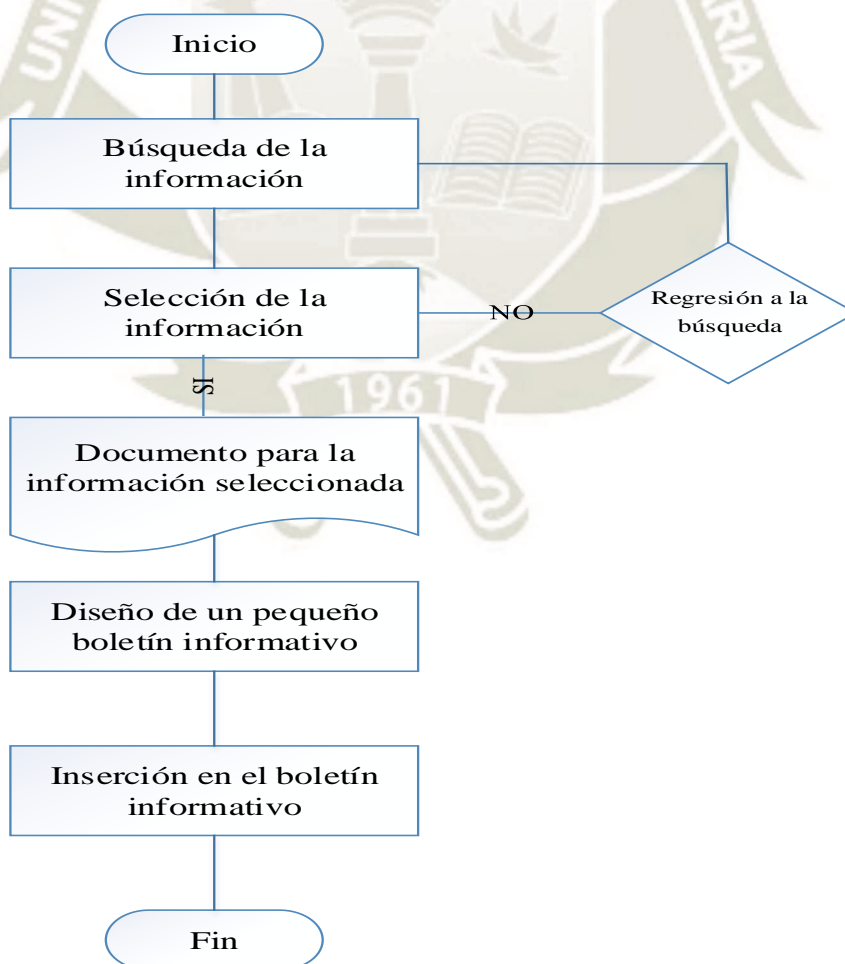
En este punto se desarrollarán los procesos de planes estratégicos para la demanda y oferta, teniendo en cuenta la identificación del análisis realizado previamente en el estudio de mercado y eligiendo las estrategias de mayor puntaje para su priorización por criterio de valorización.

3.7.1. Demanda

3.7.1.1. Generar en cada producto un sistema de información de sus propiedades (ED4)

a. Diagrama de Flujo

Figura N° 156: Diagrama de flujo ED4



Fuente: Elaboración propia

b. Descripción de actividades**• Búsqueda de información**

La búsqueda de información deberá tener en cuenta, en el tipo de raza de alpaca ya sea Huacaya o Suri, las características más importantes de dicha fibra de alpaca.

• Documento para la información seleccionada

La selección de información para la inserción en el diseño del boletín informativo será: el tipo de raza de alpaca, propiedades térmicas, suavidad y finura, resistencia e hipoalergénica.

• Diseño de un pequeño boletín informativo

El diseño de dicho boletín informativo será de un tamaño aproximado de 9 cm de largo y 7cm de ancho, de una tonalidad crema, muy parecida al color del hichu que crece en los andes peruanos.

Figura N° 157: Diseño del boletín informativo



Fuente: Elaboración propia

- **Insertar la información recolectada en el boletín y Colocar en el producto terminado**

La información seleccionada de dichas propiedades de la fibra de alpaca y tipo de fibra de alpaca usada en la prenda textil, será en el idioma holandés debido a que la exportación será en la ciudad de Staphorst.

- **Colocar en el producto terminado**

El boletín informativo terminado será agregado a dichas prendas de vestir mediante los hilados pequeños que no serán utilizados en confecciones futuras. Como se puede observar en la siguiente foto.

c. Cronograma de actividades

Para el cronograma de actividades de la estrategia ED4 se generara el cronograma de Gantt.

Tabla N° 139: Cronograma de Gantt ED4

Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Búsqueda de información	■	■										
Selección de la información			■	■								
Diseño de un pequeño boletín informativo			■	■	■	■						
Insertar la información recolectada en el boletín					■	■	■					
Colocar en el producto terminado								■	■			

Fuente: Elaboración propia

d. Presupuesto de implementación

- **Búsqueda de información**

Tabla N° 140: Presupuesto de búsqueda de información ED4

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Internet	1	2 semanas	S/38.00	S/38.00
Luz	1	2 semanas	S/100.00	S/20.00
Laptop	1			
Total			S/138.00	S/58.00

Fuente: Elaboración propia

- **Selección de información**

Tabla N° 141: Selección de información ED4

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Luz	1	2 semanas	S/50.00	S/50.00
Laptop	1			
Total			S/50.00	S/50.00

Fuente: Elaboración propia

- **Diseño de un pequeño boletín informativo**

Tabla N° 142: Diseño de un pequeño boletín informativo ED4

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Internet	1		4 Semanas	S/150.00	S/100.00
Programas de Diseño	1	1	4 semanas	S/100.00	S/100.00
Total				S/250.00	S/200.00

Fuente: Elaboración propia

- **Insertar la información recolectada en el boletín**

Tabla N° 143: Insertar la información recolectada en el boletín ED4

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Papel	1	1 paquete	3 semanas	S/0.07	S/70.00
Impresora	1	1	3 semanas		
Tinta recargable	1 cartucho	5 cartuchos	3 semanas	S/7.00	S/35.00
luz	1	1	3 semanas	S/75.00	S/75.00
Total				S/82.07	S/180.00

Fuente: Elaboración propia

- **Colocar en el producto terminado**

Tabla N° 144: Colocar en el producto terminado ED4

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Trabajo a mano	1	4 semanas	S/0.10	S/0.10
Total			S/0.10	S/0.10

Fuente: Elaboración propia

- **Presupuesto Integrado**

Tabla N° 145: Presupuesto Integrado ED4

Actividades	Costo Unitario	Costo Total
Búsqueda de información	S/138.00	S/58.00
Selección de la información	S/50.00	S/50.00
Diseño de un pequeño boletín informativo	S/250.00	S/200.00
Insertar la información recolectada en el boletín	S/82.07	S/180.00
Colocar en el producto terminado	S/0.10	S/0.10
Total	S/520.17	S/488.10

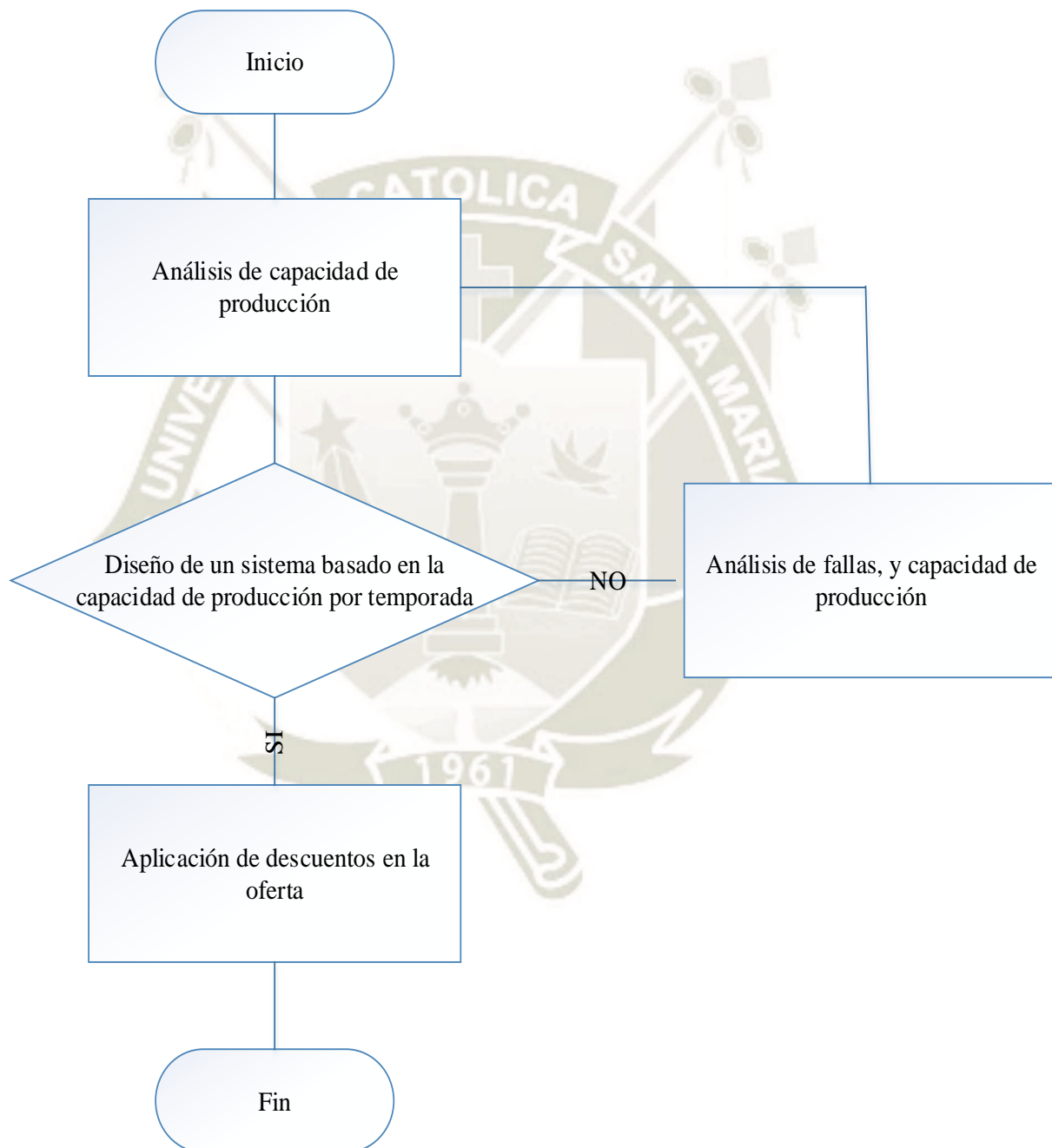
Fuente: Elaboración propia



3.7.1.2. Desarrollar un sistema de descuentos por temporada en compras masivas

a. Diagrama de flujo ED5

Figura N° 158: Diagrama de flujo ED5



Fuente: Elaboración propia

b. Descripción de actividades

- **Análisis de la capacidad de producción**

Mediante las encuestas realizadas a la asociación “Hatun Warmi”, se realizara un aproximado de capacidad de producción de chompas a base de fibra de alpaca, durante periodos mensualmente.

- **Diseño de un sistema de descuento basado en la capacidad de producción por temporada**

La generación de un diseño de descuentos será basado netamente en la producción mensual de la mujeres tejedoras de “Hatun Warmi”, para poder a su vez estimar un límite de producción para pedidos.

- **Aplicación de descuentos en la oferta**

Con un diseño de un sistema de descuentos establecidos, se procederá a ofertar a cada cliente antes de cada temporada para la adquisición del cliente mediante un folleto de compra.

c. Cronograma de Gantt

Tabla N° 148: Cronograma de Gantt ED5

Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis de la capacidad de producción												
Diseño de un sistema de descuento basado en la capacidad de producción por temporada												
Aplicación de descuentos en la oferta												

Fuente: Elaboración propia

d. Presupuestos de implementación

- **Análisis de la capacidad de producción ED5**

Tabla N° 149: Análisis de la capacidad de producción ED5

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Encuestas	1	31	1 vez al mes	S/ 0.20	S/ 6.00
lapicero	1	1	1 vez al mes	S/ 2.00	S/ 2.00
Transporte	1	4	1 vez cada semana	S/ 2.00	S/ 16.00
Total				S/ 4.20	S/ 24.00

Fuente: Elaboración propia

- **Diseño de un sistema de descuento basado en la capacidad de producción por temporada ED5**

Tabla N° 150: Diseño de un sistema de descuento basado en la capacidad de producción por temporada ED5

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Laptop	1	1	3 Semanas		
Luz	1	1	3 semanas	S/ 75.00	S/ 75.00
Total				S/ 75.00	S/ 75.00

Fuente: Elaboración propia

- **Aplicación de descuentos en la oferta ED5**

Tabla N° 151: Aplicación de descuentos en la oferta ED5

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Papel	1	20	2 semanas	S/ 0.10	S/ 2.00
Tinta	1	5	2 semanas	S/ 7.00	S/ 35.00
Impresora	1	1	2 semanas		
Luz	1		2 Semanas	S/ 50.00	S/ 50.00
Total				S/ 57.10	S/ 87.00

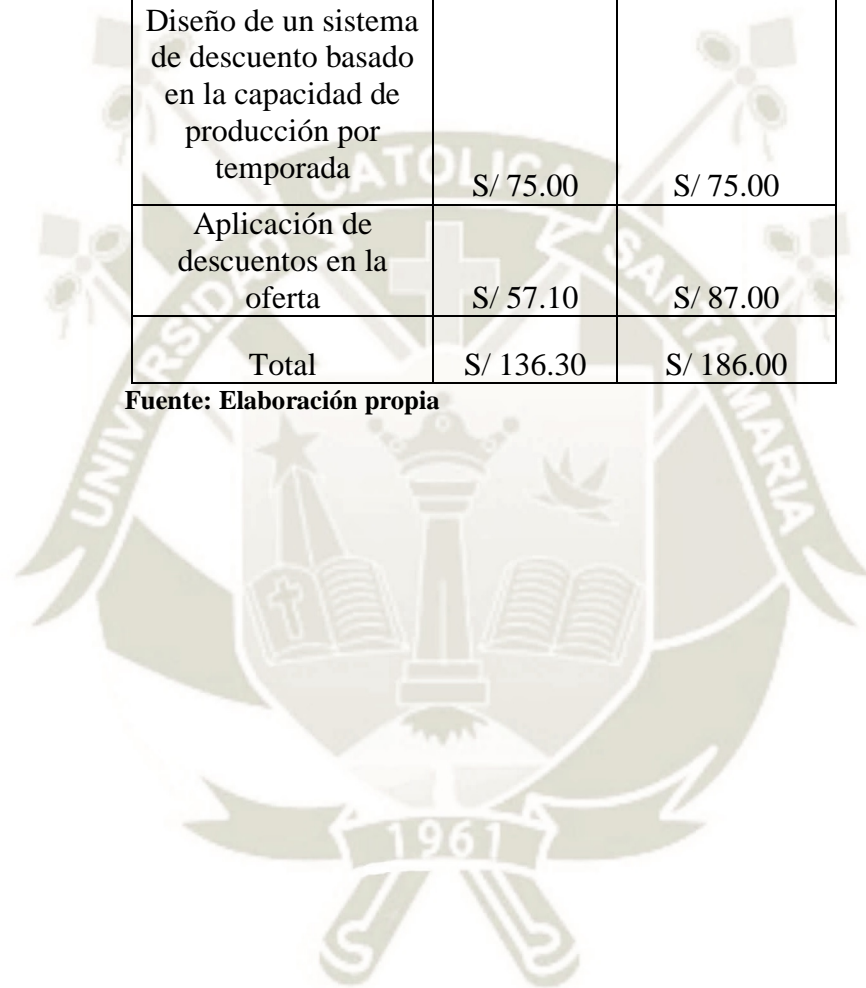
Fuente: Elaboración propia

- **Presupuesto Integrado ED5**

Tabla N° 152: Presupuesto Integrado ED5

Actividades	Costo Unitario	Costo Total
Análisis de la capacidad de producción	S/ 4.20	S/ 24.00
Diseño de un sistema de descuento basado en la capacidad de producción por temporada	S/ 75.00	S/ 75.00
Aplicación de descuentos en la oferta	S/ 57.10	S/ 87.00
Total	S/ 136.30	S/ 186.00

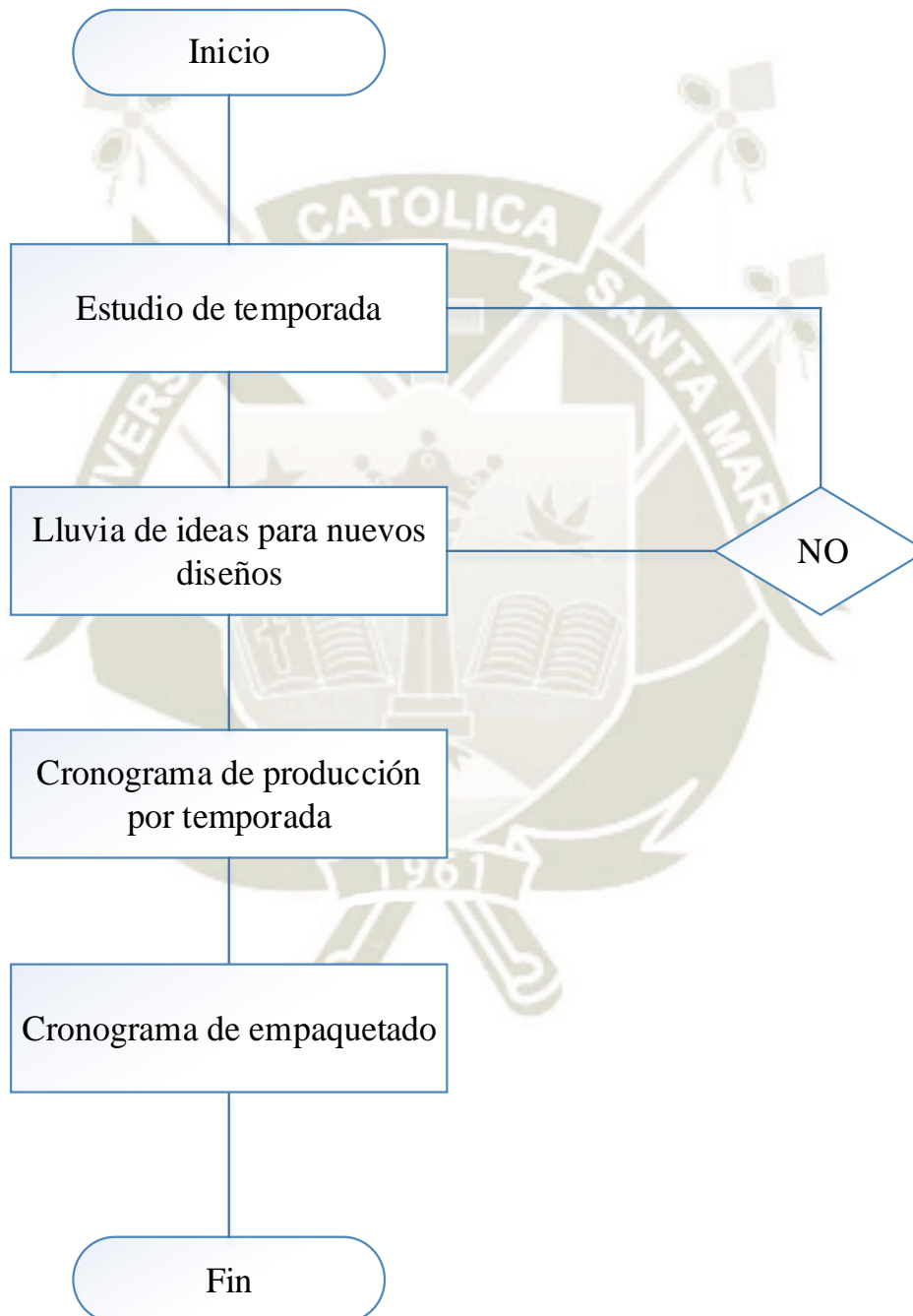
Fuente: Elaboración propia



3.7.1.3. **Desarrollar prendas textiles exclusivas para cada temporada del año ED7**

a. **Diagrama de flujo ED7**

Figura N° 159: Diagrama de flujo ED7



Fuente: Elaboración propia

b. Descripción de actividades

- **Estudio de cronograma de tiempo de temporadas en Europa**

Presente estudio de investigación se realizara con el fin de investigar el cronograma de inicio y término de cada estación del año, para su exportación a la ciudad de Staphorst.

- **Reuniones para el desarrollo de ideas para las prendas textiles por temporada**

La asociación “Hatum Warmi” de mujeres tejedoras, deberán tener reuniones anticipadas a cada reunión europea para obtener lluvia de ideas para las futuras prendas textiles exclusivas.

- **Desarrollo de cronograma de producción textil por temporada adelantada**

Se generará un sistema de producción anticipada a cada estación del año europeo con la consolidación de las ideas previamente establecidas y definidas en la lluvia de ideas.

- **Desarrollo de cronograma de empaquetado final**

Se generara un sistema de empaquetado con un pequeño porcentaje de mujeres, que debidamente serán instruidas para el proceso de empaquetado al término de cada prenda textil.

c. Cronograma de Gantt

Tabla N° 153: Cronograma de Gantt ED7

Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio de cronograma de tiempo de temporadas en Europa												
Reuniones para el desarrollo de ideas para las prendas textiles por temporada												
Desarrollo de cronograma de producción textil por temporada adelantada												
Desarrollo de cronograma de empaquetado final												

Fuente: Elaboración propia

d. Presupuestos de Implementación

- **Estudio de cronograma de tiempo de temporadas en Europa**

Tabla N° 154: Estudio de cronograma de tiempo de temporadas en Europa ED7

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Internet	1	1 semana	S/38.00	S/38.00
Luz	1	1 semana	S/20.00	S/20.00
Total			S/58.00	S/58.00

Fuente: Elaboración propia

- **Reuniones para el desarrollo de ideas para las prendas textiles por temporada**

Tabla N° 155: Reuniones para el desarrollo de ideas para las prendas textiles por temporada ED7

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Café	1	1	1 ves al mes	S/20.00	S/20.00
Té	1	50	1 ves al mes	S/0.10	S/5.00
Caramelos	1	50	1 ves al mes	S/0.10	S/5.00
Luz	1		4 semanas	S/75.00	S/75.00
Papel	1	1 paquete	4 semanas	S/0.70	S/70.00
Total				S/95.90	S/175.00

Fuente: Elaboración propia

- **Desarrollo de cronograma de producción textil por temporada adelantada**

Tabla N° 156: Desarrollo de cronograma de producción textil por temporada adelantada ED7

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Café	1	1	1 ves al mes	S/20.00	S/20.00
Té	1	50	1 ves al mes	S/0.10	S/5.00
Caramelos	1	50	1 ves al mes	S/0.10	S/5.00
Total				S/20.20	S/30.00

Fuente: Elaboración propia

- **Desarrollo de cronograma de empaquetado final**

Tabla N° 157: Desarrollo de cronograma de empaquetado final ED7

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Café	1	1	1 ves al mes	S/20.00	S/20.00
Té	1	50	1 ves al mes	S/0.10	S/5.00
Caramelos	1	50	1 ves al mes	S/0.10	S/5.00
Total				S/20.20	S/30.00

Fuente: Elaboración propia

- **Presupuesto integrado**

Tabla N° 158: Presupuesto Integrado ED7

Actividades	Costo Unitario	Costo Total
Estudio de cronograma de tiempo de temporadas en Europa	S/58.00	S/58.00
Reuniones para el desarrollo de ideas para las prendas textiles por temporada	S/95.90	S/175.00
Desarrollo de cronograma de producción textil por temporada adelantada	S/20.20	S/30.00
Desarrollo de cronograma de empaquetado final	S/20.20	S/30.00
Total	S/194.30	S/293.00

Fuente: Elaboración propia

3.7.1.4. Desarrollar un sistema de información sobre la cultura milenaria del tejido andino a cada posible cliente (ED10)

a. Descripción de actividades

- **Recolección de la información**

Dicha recolección de la información se tendrá en cuenta, en el tipo de raza de alpaca las características más importantes de dicha fibra de alpaca, y una breve historia del punto de tejido.

- **Documento para la información seleccionada**

La selección de información para la inserción en el diseño del boletín informativo será: el tipo de raza de alpaca, tipo de punto de tejido.

- **Diseño del boletín informativo**

El diseño de dicho boletín informativo será de un tamaño aproximado de 9 cm de largo y 7cm de ancho, de una tonalidad crema, muy parecida al color del hichu que crece en los andes peruanos.

- **Insertar la información recolectada en el boletín y Colocar en el producto terminado**

La información seleccionada de dichas propiedades de la fibra de alpaca y tipo de fibra de alpaca usada en la prenda textil, será en el idioma holandés debido a que la exportación será en la ciudad de Staphorst.

- **Colocar en el producto terminado**

El boletín informativo terminado será agregado a dichas prendas de vestir mediante los hilados pequeños que no serán utilizados en confecciones futuras. Como se puede observar en la siguiente foto.

b. Cronograma de actividades

Tabla N° 159: Cronograma de Gantt ED10

Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Búsqueda de información	■	■										
Selección de la información			■	■								
Diseño de un pequeño boletín informativo			■	■	■	■						
Insertar la información recolectada en el boletín					■	■	■					
Colocar en el producto terminado								■	■			

Fuente: Elaboración propia

c. Presupuesto de implementación

- **Recolección de la información de información**

Tabla N° 160: Presupuesto de búsqueda de información ED10

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Internet	1	2 semanas	S/38.00	S/38.00
Luz	1	2 semanas	S/100.00	S/20.00
Laptop	1			
Total			S/138.00	S/58.00

Fuente: Elaboración propia

- **Selección de información**

Tabla N° 161: Selección de información ED10

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Luz	1	2 semanas	S/50.00	S/50.00
Laptop	1			
Total			S/50.00	S/50.00

Fuente: Elaboración propia

- **Diseño de un pequeño boletín informativo**

Tabla N° 161: Diseño de un pequeño boletín informativo ED10

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Internet	1		4 Semanas	S/150.00	S/100.00
Programas de Diseño	1	1	4 semanas	S/100.00	S/100.00
Total				S/250.00	S/200.00

Fuente: Elaboración propia

- **Insertar la información recolectada en el boletín**

Tabla N° 162: Insertar la información recolectada en el boletín ED10

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Papel	1	1 paquete	3 semanas	S/0.07	S/70.00
Impresora	1	1	3 semanas		
Tinta recargable	1 cartucho	5 cartuchos	3 semanas	S/7.00	S/35.00
luz	1	1	3 semanas	S/75.00	S/75.00
Total				S/82.07	S/180.00

Fuente: Elaboración propia

- **Colocar en el producto terminado**

Tabla N° 163: Colocar en el producto terminado ED10

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Trabajo a mano	1	4 semanas	S/0.10	S/0.10
Total			S/0.10	S/0.10

Fuente: Elaboración propia

- **Presupuesto Integrado**

Tabla N° 164: Presupuesto Integrado ED10

Actividades	Costo Unitario	Costo Total
Búsqueda de información	S/138.00	S/58.00
Selección de la información	S/50.00	S/50.00
Diseño de un pequeño boletín informativo	S/250.00	S/200.00
Insertar la información recolectada en el boletín	S/82.07	S/180.00
Colocar en el producto terminado	S/0.10	S/0.10
Total	S/520.17	S/488.10

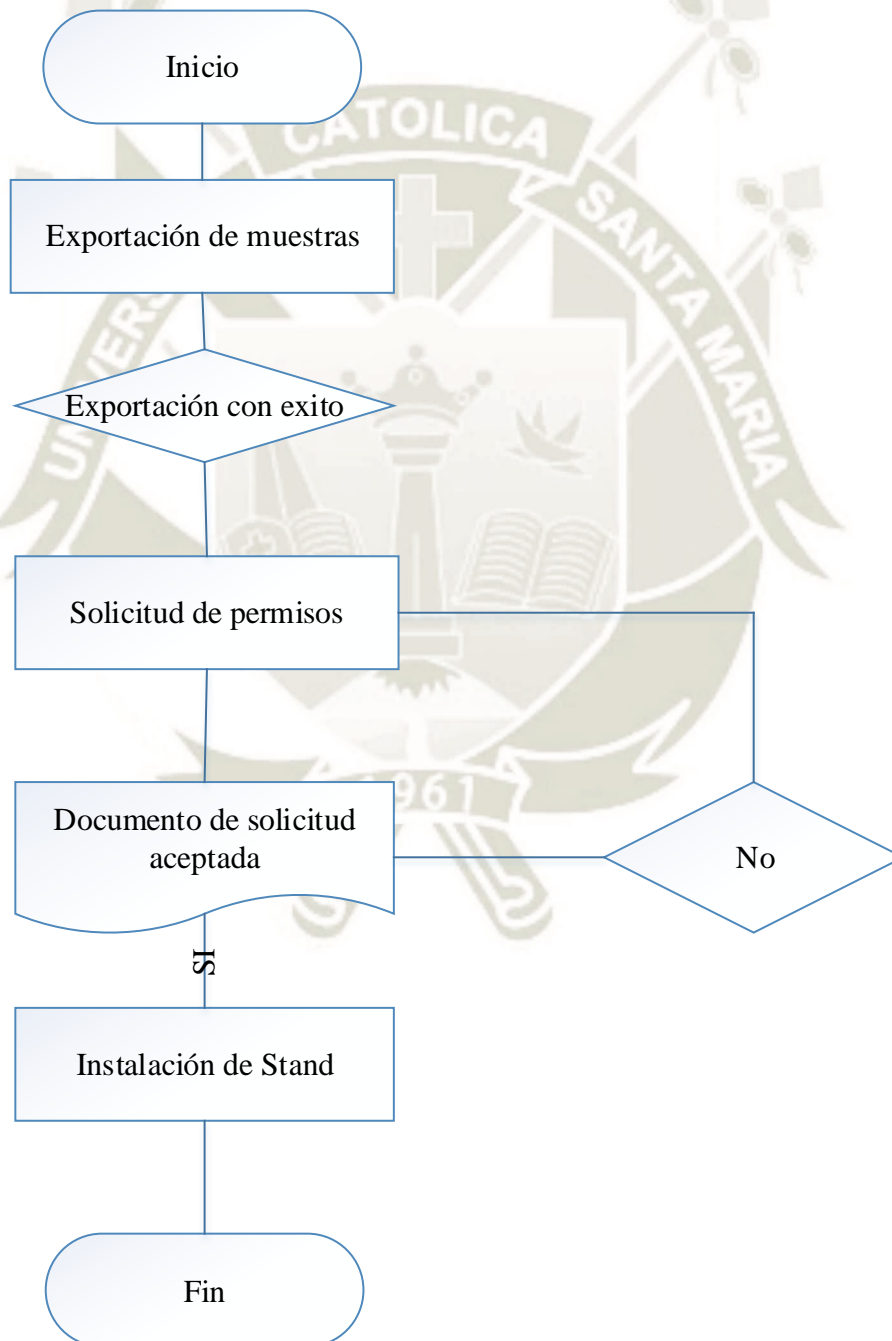
Fuente: Elaboración propia



3.7.1.5. Generar una participación en las ferias especiales de Staphorst ofertando cada modelo de chompas brindando información sobre la fibra de alpaca(ED13)

a. Diagrama de flujo

Figura N° 160: Diagrama de Flujo ED13



Fuente: Elaboración propia

b. Descripción de actividades**• Exportación de un tipo de modelo producido**

Cada tipo de modelo producido se exportara la presentación y atracción de posibles clientes en las ferias especiales de Staphorst, debido a la concurrencia de grandes pobladores y dueños de tiendas.

• Solicitud de aceptación de la municipalidad de Staphorst para la venta en las ferias especiales

De acuerdo a la información proporcionada por el portal de la cámara de comercio holandesa (2019), Indica que previo a la instalación del Stand en la feria de Staphorst, se debe solicitar en la municipalidad un permiso especial para la venta y exhibición de productos, y para este paso primero se requiere un permiso de la cámara de comercio holandesa que requiere

1. Plan de negocio
2. Corta descripción del negocio
3. Un pago único de 50 euros

Luego de realizar estos pasos, en la cámara de comercio holandesa, proporciona un código llamado Kamer van Koophandel (KVK).

Con dicho código KVK se solicita media única forma electrónica en la municipalidad de Staphorst el permiso requerido, con los datos básicos de la empresa y el representante.

• Instalación de Stand

Después de la aceptación de los permisos requeridos por la municipalidad de Staphorst se procede a la instalación del Stand para la exhibición con una temática alto andina.

c. Cronograma de actividades

Tabla N° 165: Cronograma de Gantt ED13

Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Exportación de un tipo de modelo producido												
Solicitud de aceptación de la municipalidad de Staphorst para la venta en las ferias especiales												
Instalación de Stand												

Fuente: Elaboración propia

d. Presupuesto de implementación

- **Exportación de un tipo de modelo producido**

Tabla N° 166: Exportación de un tipo de modelo producido ED13

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Transporte	1	1 vez al mes	S/ 150.00	S/ 150.00
Costos de Exportación		1 vez al mes	S/ 60.00	S/ 1,200.00
Total			S/ 210.00	S/ 1,350.00

Fuente: Elaboración propia

- **Solicitud de aceptación de la municipalidad de Staphorst para la venta en las ferias especiales**

Tabla N° 167: Solicitud de aceptación de la municipalidad de Staphorst para la venta en las ferias especiales ED13

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Costos de Tramite	1	1 vez al mes	S/ 170.00	S/ 170.00
Total			S/ 170.00	S/ 170.00

Fuente: Elaboración propia

- **Instalación de Stand**

Tabla N° 168: Instalación de Stand ED13

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Transporte	1	1 vez al mes	S/ 170.00	S/ 170.00
Total			S/ 170.00	S/ 170.00

Fuente: Elaboración propia

- **Presupuesto Integrado**

Tabla N° 169: Presupuesto Integrado ED13

Actividades	Costo Unitario	Costo Total
Exportación de un tipo de modelo producido	S/ 210.00	S/ 1,350.00
Solicitud de aceptación de la municipalidad de Staphorst para la venta en las ferias especiales	S/ 170.00	S/ 170.00
Instalación de Stand	S/ 170.00	S/ 170.00
Total	S/ 550.00	S/ 1,690.00

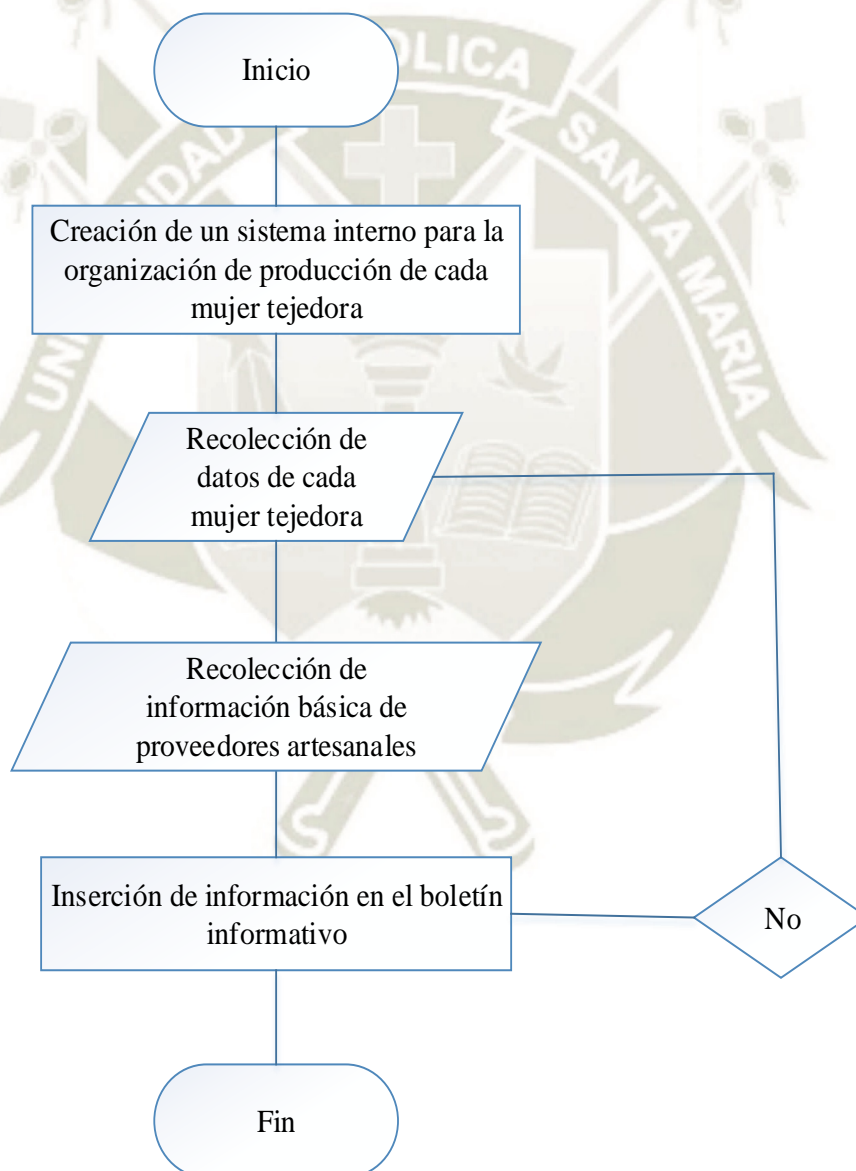
Fuente: Elaboración propia

3.7.2. Oferta

3.7.2.1. Generar un valor agregado de cada producto hecho a mano, basándose en la mujer tejedora y la materia prima EO7

a. Diagrama de flujo

Figura N° 161: Diagrama de flujo EO7



Fuente: Elaboración propia

b. Descripción de actividades

- **Creación de un sistema interno para la organización de producción de cada tejedora**

Dicha creación del sistema para la organización será mediante stands para que cada mujer perteneciente a “Hatun Warmi” tenga un espacio donde colocar sus productos terminados y de este modo distinguir la confección de cada mujer y de este modo se facilite la inserción de información en cada boletín.

- **Recolección de datos de cada tejedora**

La presente información recolectada se obtendrá de las encuestas realizadas a cada mujer perteneciente a la asociación “Hatun Warmi”, para insertar en el boletín informativo, colocando el nombre de dicha mujer y el lugar de nacimiento como su edad.

- **Recolección de información básica de proveedores artesanales**

La presente información recolectada se obtendrá de las encuestas realizadas a cada mujer perteneciente a la asociación “Hatun Warmi” para la obtención de donde compran cada mujer la fibra de alpaca artesanal para insertar en el boletín informativo.

- **Inserción de información en el boletín informativo**

El boletín informativo terminado será agregado a dichas prendas de vestir mediante los hilados pequeños que no serán

utilizados en confecciones futuras. Como se puede observar en la siguiente foto.

c. Cronograma de actividades

Tabla N° 170: Cronograma de Gantt EO7

Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Creación de un sistema interno para la organización de producción de cada tejedora	■	■			■	■						
Recolección de datos de cada tejedora	■				■				■			
Recolección de información básica de proveedores artesanales	■				■				■			
Inserción de información en el boletín informativo			■	■			■	■			■	■

Fuente: Elaboración propia

d. Presupuesto de implementación

- **Recolección de datos de cada tejedora**

Tabla N° 171: Recolección de datos de cada mujer EO7

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Compra de Stand	1	15	1 vez	S/ 300.00	S/ 4,500.00
Movilidad	1		1 vez	S/ 100.00	S/ 100.00
Total				S/ 400.00	S/ 4,600.00

Fuente: Elaboración propia

- **Creación de un sistema interno para la organización de producción de cada tejedora**

Tabla N° 172: Creación de un sistema interno para la organización de producción de cada tejedora EO7

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Papel	1	31	3 semanas	S/ 0.10	S/ 3.10
Lapicero	1	1	3 semanas	S/ 2.00	S/ 2.00
Gaseosa	2	2	3 semanas	S/ 6.00	S/ 36.00
Total				S/ 8.10	S/ 41.10

Fuente: Elaboración propia

- **Recolección de información básica de proveedores artesanales**

Tabla N° 173: Recolección de información básica de proveedores artesanales EO7

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Papel	1	31	3 semanas	S/ 0.10	S/ 3.10
Lapicero	1	1	3 semanas	S/ 2.00	S/ 2.00
Total				S/ 2.10	S/ 5.10

Fuente: Elaboración propia

- **Inserción de información en el boletín informativo**

Tabla N° 174: Inserción de información en el boletín informativo EO7

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Trabajo a mano	1	4 semanas	S/ 0.10	S/ 0.10
Total			S/ 0.10	S/ 0.10

Fuente: Elaboración propia

- **Presupuesto Integrado**

Tabla N° 175: Presupuesto Integrado EO7

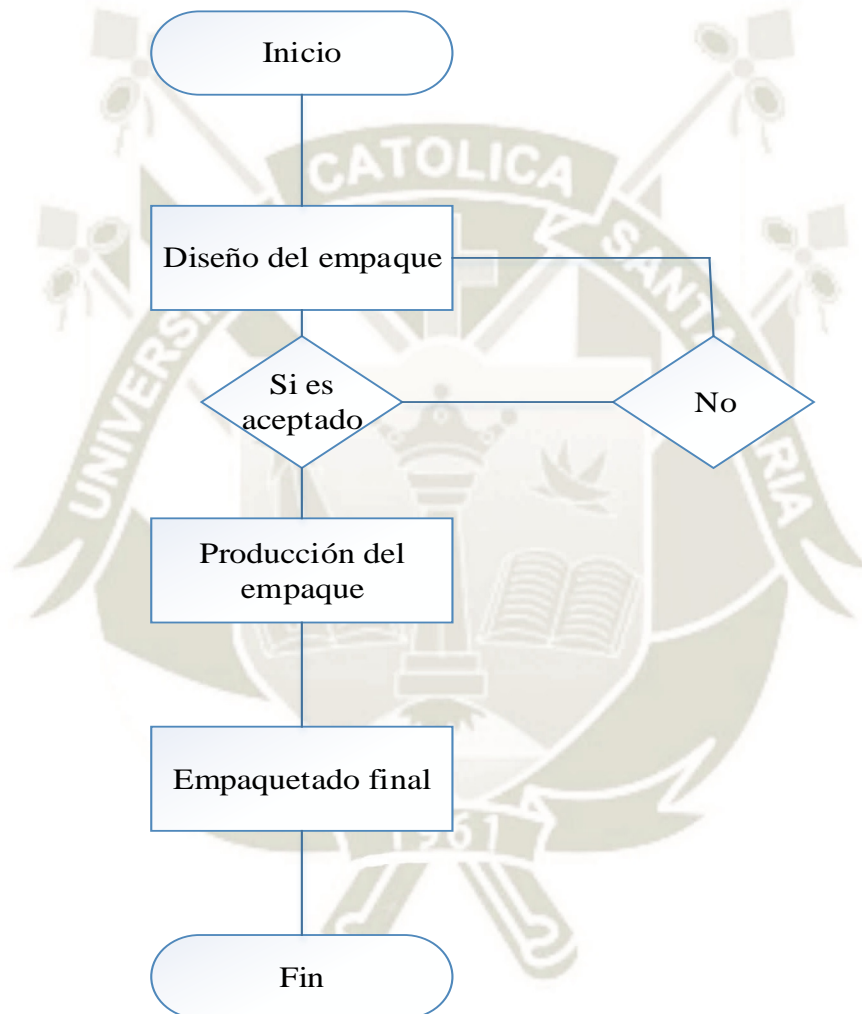
Actividades	Costo Unitario	Costo total
Creación de un sistema interno para la organización de producción de cada tejedora	S/ 400.00	S/ 4,600.00
Recolección de datos de cada tejedora	S/ 8.10	S/ 41.10
Recolección de información básica de proveedores artesanales	S/ 2.10	S/ 5.10
Inserción de información en el boletín informativo	S/ 0.10	S/ 0.10
Total	S/ 410.30	S/ 4,646.30

Fuente: Elaboración propia

3.7.2.2. Desarrollar un valor agregado a cada producto basándose en netamente el empaque con atribuciones de fibra de alpaca artesanal EO5.

a. Diagrama de Flujo

Figura N°162: Diagrama de flujo EO5



Fuente: Elaboración propia

b. Descripción de actividades

- **Diseño del empaque**

El producto terminado será empaquetado en un caja, con diseños alusivos a los camélidos peruanos y la fibra de

alpaca, transmitiendo a su vez un clima pacífico y con carácter como proporciona los paisajes alto andinos

- **Producción del empaque**

La producción de los empaques será llevado producido en una imprenta industrial arequipeña.

- **Empaquetado Final**

El empaquetado final de los productos será constituido por las mismas señoras pertenecientes a Hatum Warmi.

c. Cronograma de actividades

Tabla N° 176: Cronograma de Gantt EO5

Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseño del empaque												
Producción del empaque												
Empaquetado Final												

Fuente: Elaboración propia

d. Presupuesto de implementación

- **Diseño del empaque**

Tabla N° 177: Diseño del empaque EO5

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Laptop	1	1	2 semanas		
Luz	1	1	2 semanas	S/50.00	S/20.00
Total				S/50.00	S/20.00

Fuente: Elaboración propia

- **Producción del empaque**

Tabla N° 178: Producción del empaque EO5

Partida	Unidad	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Costo de empaque	1	100	2 semanas	S/5.00	S/500.00
Transporte	1	2	2 semanas	S/4.00	S/16.00
Total				S/9.00	S/516.00

Fuente: Elaboración propia

- **Empaquetado final**

Tabla N° 179: Empaquetado final EO5

Partida	Unidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Trabajo a mano	1	4 semanas	S/0.10	S/0.10
Total			S/0.10	S/0.10

Fuente: Elaboración propia

- **Presupuesto integrado**

Tabla N° 180: Presupuesto integrado EO5

Actividades	Costo Unitario	Costo Total
Diseño del empaque	S/50.00	S/20.00
Producción del empaque	S/9.00	S/516.00
Empaquetado Final	S/0.10	S/0.10
Total	S/59.10	S/536.10

Fuente: Elaboración propia



3.8. Plan económico

3.8.1. Personal administrativo

Tabla N° 181: Personal administrativo

Área	Cargo	Cantidad	Pago Mensual (S/.)	Veces / Año	Pago Anual (S/.)
Gerencia General	Gerente General	1	1,100.00	13	14,300.00
Departamentos Ad. Y Financiero	Administrador y Contador	2	2,100.00	13	54,600.00
Departamentos Comercial y Marketing	Representante Comercial e Ing. Comercial	2	2,100.00	13	54,600.00
TOTAL		5	5,300.00		123,500.00

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al organigrama organizacional, mostrado anteriormente se muestra como personal administrativo en su totalidad a 5 encargados con un sueldo promedio de S/. 1100.00 por mes antes de los beneficios sociales requeridos y establecidos por la ley peruana, con un gasto total anual de S/. 126100.00.

3.8.2. Bienes sociales del personal administrativo

Tabla N° 182: Personal administrativo

Área	Cargo	Cantidad	Pago Mensual (S/.)	Veces / Año	44.24% BS	Pago Anual (S/.)
Gerencia General	Gerente General	1	1,100.00	13	44.24%	6,326.80
Departamentos Ad. Y Financiero	Administrador y Contador	2	2,100.00	13	44.24%	24,156.86
Departamentos Comercial y Marketing	Representante Comercial e Ing. Comercial	2	2,100.00	13	44.24%	24,156.86
TOTAL		5	5,300.00			54,640.52

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la administradora de fondo de pensiones AFP integra y con los sueldos presentados en el cuadro se calcula un 11.35% de aporte agregado el seguro social con la información recabada de la plataforma digital única del Estado peruano (2019), se estima que para trabajadores de nivel dos de riesgo será de 7.56%. El tiempo por compensación de servicios CTS, es del 17% y las vacaciones truncas un porcentaje de 8.33%. Todos estos beneficios sociales anuales sumados generan un total de 44.24% agregado al sueldo de los trabajadores del área administrativa de “Hatun Warmi”, con un sueldo promedio de S/. 1586.68 después de los beneficios sociales.

3.8.3. Mano de obra directa

Tabla N° 183: Mano de obra directa

Área	Cargo	Cantidad	Pago Mensual (S/.)	Veces al Año	Pago Anual (S/.)
Producción	Tejedoras	31	1,000.00	13	403,000.00
TOTAL		31	1,000.00		403,000.00

Fuente: Elaboración propia

Las mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” siendo 31 integrantes, son las generadoras de la confección textil y de esta forma pertenecer a la mano de obra directa, con un sueldo antes de los benéficos sociales de S/. 800.00 siendo mayor que el sueldo mínimo vital en el Perú después de los beneficios sociales, para que cada mujer tejedora pueda optar por una mejor calidad y con un trabajo que representa la cultura milenaria peruana.

3.8.4. Beneficios sociales de mano de obra directa

Tabla N° 184: Beneficios sociales de mano de obra indirecta

Área	Cargo	Cantidad	Pago Mensual (S/.)	Veces / Año	44.24% BS	Pago Anual (S/.)
Producción	Tejedoras	31	1,000.00	13	44.24%	178,300.63
TOTAL		31	8.00			178,300.63

Fuente: Elaboración propia

Cada mujer representante de la confección de productos textiles de “Hatun Warmi” y de acuerdo a la calculación de los porcentajes de los beneficios sociales como el aporte a la administradora de fondo de pensiones, compensación por tiempo de servicios y vacaciones truncas y el seguro social por categoría, suma un total anual de 44.24% agregado al sueldo de S/. 800.00 Teniendo un sueldo total de S/. 1153.95 mensuales.

3.8.5. Mano de obra indirecta

Tabla N° 185: Mano de obra indirecta

Área	Cargo	Cantidad	Pago Mensual (S/.)	Veces / Año	Pago Anual (S/.)
Producción	Jefe de calidad	1	800.00	13	10,400.00
TOTAL		1	1,400.00		10,400.00

Fuente: Elaboración propia

El encargado de revisar la calidad en las confecciones de las 31 mujeres pertenecientes de “Hatun Warmi” será el jefe de calidad el cual cumplirá con la minuciosa labor de observar cada producto para cumplir con las expectativas del consumidor final, teniendo un sueldo mensual antes de beneficios de S/. 800.00 por dicho trabajo requerido en la asociación “Hatun Warmi” debido a que la calidad

de cada producto determina la satisfacción perdurable de cada cliente en el mercado objetivo.

3.8.6. Beneficios sociales de mano de obra indirecta

Tabla N° 186: Beneficios sociales de mano de obra indirecta

Área	Cargo	Cantidad	Pago Mensual (S/.)	Veces / Año	44.24% BS	Pago Anual (S/.)
Producción	Jefe de calidad	1	800.00	13	44.24%	4,601.31
TOTAL		1	800.00			4,601.31

Fuente: Elaboración propia

Debido al cargo importante del control de calidad de cada producto textil elaborado por las mujeres de “Hatun Warmi”, el sueldo del jefe de calidad después de los beneficios sociales anuales dichos anteriormente de un total de 44.24% anual. Se obtiene un sueldo de S/. 1153.95 superior al sueldo mínimo de S/. 950.00 en el estado peruano.

3.8.7. Externos

Tabla N° 187: Externos

Concepto	Cantidad Anual	Costo Mensual (S/.)	Costo Anual (S/.)
Diseñador de chompas	12	400	4,800.00
Responsable de Compras	12	200	2,400.00
Contador	12	50.00	600.00
TOTAL		650.00	7,800.00

Fuente: Elaboración propia

“Hatun Warmi” además presenta como trabajadores externos a un diseñador de chompas, debido a que se necesitara diseños especiales para las pre-temporadas en el mercado objetivo, un

responsable de compras debido a que las chompas producidas son de fibra de alpaca artesanal en los mercados de la zona y algunas regiones alto andinas donde familias dedicadas a este rubro venden fibra de alpaca artesanal y fibra de alpaca industrial encontrada en la ciudad de Arequipa. Un contador para llevar una contaduría eficiente y responsable. Cada cargo con sueldos diferentes presenciados en la tabla mostrada.

3.8.8. Transporte

Tabla N° 188: Transporte

Concepto	Cantidad Anual	Costo Mensual (S/.)	Costo Anual (S/.)
Costos de exportación	4	1,650.00	6,600.00
	4	1,800.00	7,200.00
TOTAL		3,450.00	13,800.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 189: Transporte

Concepto	Cantidad Anual	Costo Mensual (S/.)	Costo Anual (S/.)
Transporte: Arequipa			
Costo de Pasajes ida y vuelta	12	60.00	720.00
Carga de materia prima	12	100.00	1,200.00
Viáticos	12	50.00	600.00
TOTAL		210.00	2,520.00

Fuente: Elaboración propia

El transporte se dividirá en dos instancias de acuerdo a los requerimientos por “Hatun Warmi”, debido a que la confección de los productos textiles serán a base de fibra de alpaca artesanal ubicada en las zonas alto andinas de la región Arequipa y la fibra de alpaca industrial en la misma ciudad, también se anexa los costos de transporte del lugar de donde se generara la compra hasta

el local de “Hatun Warmi”, como también se anexa la cotización de dichas fibras para poder encontrar una relación de calidad precio.

3.8.9. Mantenimiento de maquinaria y equipo

Tabla N° 190: Mantenimiento de maquinaria y equipo

Concepto	Cantidad Anual	Costo Mensual (S/.)	Costo Anual (S/.)
Mantenimiento Área Administrativa	12	10.00	120.00
Mantenimiento Área de Producción	6	50.00	300.00
TOTAL		60.00	420.00

Fuente: Elaboración propia

Debido a las instalaciones proporcionadas por la iglesia perteneciente a la congregación misionera de San Pablo, y sin ningún tipo de costo a las mujeres tejedoras de “Hatun Warmi”, los mantenimientos requeridos de limpieza del local son ejecutadas por las mismas señoras tejedoras, el mantenimiento del área administrativa es netamente para la compra de utensilios de limpieza para los artefactos y requerimientos de mantenimiento de las computadoras, debido a la información recolectada por las mujeres tejedoras el mantenimiento de la maquinaria es simple porque según dichas mujeres solo se necesita limpiar y cambiar el aceite en las agujas de las maquinas cada 3 meses aproximadamente.

3.8.10. Servicios

Tabla N° 191: Servicios

Concepto	Cantidad Anual	Costo Mensual (S/.)	Costo Anual (S/.)
Consumo de Energía Eléctrica	12	160.68	1,928.11

Consumo de Agua	12	50.00	600.00
TOTAL		210.68	2,528.11

Fuente: Elaboración propia

Debido a que la iglesia perteneciente a la congregación misionera de San Pablo proporciona el local donde las mujeres tejedoras confeccionan las chompas sin algún costo, las mujeres tejedoras si deben realizar el pago de los servicios básicos como el pago del agua y la luz, especificados en el cuadro anterior. Los precios son estimados a su consumo mensual real, observado en el siguiente cuadro:

Tabla N° 192: Referencia del consumo eléctrico

EL COSTO DE kW.h ES: S/.	0.5362	
Consumo de la máquina de coser	250	W
	1500	W
	40500	W
Costo energía máquina de coser:	21.7161	Soles
Demás consumo de energía:	100	Soles
Alumbrado público:	9	Soles
Cargo Fijo:	3.12	Soles
Mantenimiento y reposición de la conexión:	1.05	Soles
Total consumo de energía:	134.8861	Soles
IGV 18%:	24.279498	Soles
Ley 28749 Electrificación rural:	1.51	Soles
Total consumo de energía:	160.675598	Soles

Fuente: Elaboración propia

3.8.11. Inversión de equipo

Tabla N° 193: Inversión de equipo

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Inversión (S/.)
Maquinaria Área Administrativa			
Computadoras	3	1,150.00	3,450.00
Impresora	1	199.00	199.00
Maquinaria Área de Producción			
Máquina de coser	2	3,500.00	7,000.00

TOTAL	6	4,849.00	10,649.00
--------------	----------	-----------------	------------------

Fuente: Elaboración propia

Dichas inversiones serán para la área administrativa y área de producción. En el área administrativa se ha optado por la compra de computadoras para las respectivas áreas debido a que en la actualidad ya cuentan con una computadora. El área de producción tendrá la adquisición de dos máquinas de coser, debido a que las mujeres de “Hatun Warmi” ya cuentan con máquinas para la confección de sus productos textiles. De esta forma agilizarían su producción de chompas para la exportación.

3.8.12. Gestión

Tabla N° 194: Gestión

Descripción		Cantidad	Frecuencia Anual	Costo Unitario (S/.)	C. Total Anual (S/.)
Promoción y publicidad	Estantes personalizados	2	1	S/ 500.00	S/ 1,000.00
	Banners impresos	2	2	S/ 300.00	S/ 1,200.00
	Diseñador de banners	1	1	S/ 40.00	S/ 40.00
Producto	Papelería de empaques	1300	12	S/ 0.60	S/ 9,360.00
	Diseñador de empaques	1	1	S/ 50.00	S/ 50.00
Implementación de estrategias	Estrategias de demanda y oferta	1	1	S/ 2,430.17	S/ 9,539.50
TOTAL				S/ 3,320.77	S/ 21,189.50

Fuente: Elaboración propia

Gestiones a realizar para “Hatun Warmi” tendrán un costo total anual de S. / 21189.50, por la razón de promoción y publicidad en el mercado objetivo siendo Staphorst perteneciente al país de Holanda, agregado con estantes personalizados, banners impresos de “Hatun Warmi” conjuntos a los costos del diseñador de los banners. De acuerdo al producto, los materiales usados para su empaquetado final, y como gestión de gran importancia la implementación de las demás estrategias tratadas anteriormente. Desde la elaboración de diseños de chompas por pre temporadas hasta las estrategias de muestras para captar a nuevos clientes.

3.8.13. Tramites

Tabla N° 195: Tramites

	Concepto	Cantidad	Costo Unitario (S/.)	Costo Total (S/.)
Internacional	Pago único para el permiso de comercialización en la cámara de comercio Holandesa	1	184.8	184.8
	Solicitud de KVK de Staphorst	1	0	0
Nacional	Licencia Funcionamiento	1	300.00	300.00
	Certificado de Seguridad	1	170.00	170.00
	Minuta y Escritura	1	300.00	300.00
	Registros Públicos	1	300.00	300.00
	Indecopi - Registro de Marca	1	550.00	550.00
	TOTAL		1,804.80	1,804.80

Fuente: Elaboración propia

“Hatun Warmi” realizara dos tipos de trámites, uno para la formalización como empresa en el estado peruano y el segundo

para la comercialización de sus productos en el mercado europeo. Siendo el primero para el territorio peruano la licencia de funcionamiento, certificado de seguridad, minuta y escritura, registrar “Hatun Warmi” en registros públicos y en Indecopi para la registración de la marca. Los tramites que deberá realizar para la venta correcta en Holanda, se deberá realizar un pago único en la cámara de comercio Holandesa, y debidamente realizado y aprobado se generará una solicitud para la generación de un código el cual servirá para la autorización de venta en la municipalidad de Staphorst en la ferias.

3.8.14. Mobiliario

Tabla N° 196: Mobiliario

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Área Administrativa			
Combo: Escritorio + Silla	2	199.00	398.00
Área de Producción			
Sillas Dura plast	10	19.90	199.00
Mesas de Trabajo	6	129.90	779.40
Estantería de Almacén	6	159.90	959.40
TOTAL	2	508.70	2,335.80

Fuente: Elaboración propia

“Hatun Warmi” realizará la adquisición de mobiliario necesario para la implementación de las áreas administrativas y la implementación del área de producción. El área administrativa requerirá de escritorios y sillas ya que en la actualidad no cuenta con ninguna área administrativa, en el área de producción se requerirá una cantidad de 10 sillas para la señoras debido a que “Hatun Warmi” cuenta con un alrededor de 25 sillas de plástico, una mesa de trabajo para la confección de chompas, y estantes para el almacenamiento de sus productos textiles en una forma ordenada por tallas y géneros, para que al momento del empaquetado sea más eficaz y eficiente.

3.8.15. Materiales

Tabla N° 197: Materiales

Materiales	Cantidad	Costo Unitario (S/.)	Frecuencia Anual	Costo Total (S/.)
Tijeras pequeñas	15	10.00	1	150.00
plancha vaporizadora	10	90.00	1	900.00
Duranas grosor 3	31	3.00	1	93.00
Duranas grosor 4	31	3.00	1	93.00
Duranas grosor 5	31	3.00	1	93.00
Croché número 0	31	2.00	1	62.00
Croché número 2	31	2.00	1	62.00
Agujas punta roma	31	0.50	1	15.50
Escobilla para maquina	4	5.00	1	20.00
Aceite Industrial	6	5.00	4	120.00
Combo: Escoba y recogedor	1	13.90	2	27.80
Basurero	10	24.90	1	249.00
Combo: Clorox + Pinesol	1	15.50	6	93.00
Papel higiénico	1	42.90	6	257.40
útiles de escritorio	1	30.00	4	120.00
Hojas Bond (Medio millar)	1	10.90	6	65.40
	4	14.50	2	116.00
TOTAL	240	276.10		2,537.10

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la información recolectada por las mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” y su vasta experiencia en la confección, dichas mujeres requieren de materiales como las duras de diferentes grosores, crochés de números específicos como el 0 y 2, agujas de un tipo de punta especial llamada roma, debido a que los materiales que ya poseen son rotativos en “Hatun Warmi” y estos materiales que se adquirirán serán para proporcionar a cada una de estas mujeres sin las necesidad de rotar los materiales de confección, se requerirá una escobilla y aceite de maquinaria para su mantenimiento y limpieza en el tiempo. Como también utensilios básicos de limpieza como escobas, cloro, y demás utensilios para

los servicios Higiénicos y áreas administrativas como el papel bond.

3.8.16. Materia prima

Tabla N° 198: Materia Prima

Materia Prima	Unidades requeridas por chompa	Precio de chompa de fibra artesanal Materia prima	Precio de chompa de fibra industrial Materia prima	92	92	AL MES
				chompas	chompas	Costo Total por 184 chompas (S/.)
				Cantidad de chompas de fibra artesanal	Cantidad de chompas de fibra industrial	
Cono de fobra de alpaca industrial	300 gr. -600 gr.	65.00	80.00	102	82	12,510
Cono de fibra de alpaca artesanal	300 gr. -600 gr.	65.00	80.00	102	82	9,105
Tela	1: 20cm x 20cm	2.00	2.00	102	82	368
Napa	20gr. a 50gr.	0.10	0.10	102	82	18
Cierres	1	5.00	5.00	102	82	920
Botones	3 a 6	4.00	4.00	102	0	408
Etiqueta	Unidad	0.20	0.20	102	82	37
Caja	Unidad	5.00	5.00	102	82	920
Bolsa transparente	Unidad	0.06	0.06	102	82	11
TOTAL		146.36	176.36			24,297.24

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 199: Materia Prima

Costo Total por 184 chompas al mes (S/.)	Frecuencia	Costo Total de pares de chompas al año (S/.)
24,297.24	12	291,566.88

Fuente: Elaboración propia

La materia prima primordial y con la información recabada por las mujeres tejedoras de “Hatun Warmi” se obtiene la fibra de alpaca artesanal y fibra de alpaca industrial para la confección de las chompas, para los adornos de los diversos diseños que se realizaran

se optara por la compra de napa tela, en las diversas formas de chompas tanto para hombres como para mujeres se requerirá de botones y cierres. Es importante mencionar que cada prenda llevara una etiqueta indicando los porcentajes de la fibra utilizada y la talla en la misma prenda, como los indicadores de limpieza, y para su empaquetado final se comprara cajas para una excelente presentación al consumidor final.

3.8.17. Ingresos

Tabla N° 200: Ingresos

Producto Exportación	Cantidad Mensual	Precio Unitario (S./)	Ingreso Total (S./)	Precio Unitario (Euros)
Chompas de fibra de alpaca artesanal	92	555.00	51,060.00	147.00
Chompas de fibra de alpaca Industrial	92	500.00	46,000.00	133.00
TOTAL	184	1,055.00	97,060.00	

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 201: Ingresos

Ingreso por 184chompas al mes (S./)	Frecuencia	Ingreso Total por pares de chompas al año (S./)
97,060.00	12	1,164,720.00

Fuente: Elaboración propia

La producción de “Hatun Warmi” mensual de chompas, según la información recolectada por dichas mujeres es de un máximo de 184 chompas siendo la mitad para hombres y la mitad para mujeres con un total de 92 chompas para ambos. Partiendo de estos datos la producción anual de chompas seria de un 1104, con un precio por unidad de S/. 479.50 para las chompas a base de fibra artesanal y S/. 439.50 para las chompas a base de fibra industrial, con ingreso

mensual de ambas fibras de S/. 84,548.00 y un total de ingresos anuales de S/. 1, 014,576.00 para ambas fibras de alpaca en las chompas a exportación.

3.8.18. Impuestos

Tabla N° 202: Impuestos

Detalle	Cantidad	Valor
Impuesto Renta	1	30.00%
TOTAL	1	30.00%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la información proporcionada por el gobierno del Perú para la cuarta y quinta categoría donde pertenecería “Hatun Warmi” se obtendría un 30% de impuestos a la renta.

3.8.19. Flujo de caja económico

Tabla N° 203: Flujo de caja económico

DESCRIPCION	SI.					
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS	0.00	1,164,720.00	1,211,308.80	1,259,761.15	1,310,151.60	1,362,557.66
Ventas Anuales de Chompas	0.00	1,164,720.00	1,211,308.80	1,259,761.15	1,310,151.60	1,362,557.66
EGRESOS	14,789.60	1,153,585.64	1,199,564.46	1,247,382.44	1,297,113.14	1,348,833.06
INVERSIÓN	14,789.60					
COSTO DE PRODUCCION	0.00	920,836.11	957,669.55	995,976.33	1,035,815.39	1,077,248.00
COSTOS DIRECTOS	0.00	902,886.69	939,002.16	976,562.25	1,015,624.74	1,056,249.73
MATERIA PRIMA y MATERIALES	0.00	294,103.98	305,868.14	318,102.86	330,826.98	344,060.06
Materia Prima	0.00	291,566.88	303,229.56	315,358.74	327,973.09	341,092.01
Materiales	0.00	2,537.10	2,638.58	2,744.13	2,853.89	2,968.05
MANO DE OBRA DIRECTA	0.00	581,300.63	604,552.66	628,734.77	653,884.16	680,039.52
Personal de Planta	0.00	403,000.00	419,120.00	435,884.80	453,320.19	471,453.00
BS MOD	0.00	178,300.63	185,432.66	192,849.97	200,563.96	208,586.52
OTROS		21,600.00	22,464.00	23,362.56	24,297.06	25,268.94
Servicios Externos		7,800.00	8,112.00	8,436.48	8,773.94	9,124.90
Mantenimiento de Transporte		13,800.00	14,352.00	14,926.08	15,523.12	16,144.05
IMPREVISTOS (2%)	0.00	5,882.08	6,117.36	6,362.06	6,616.54	6,881.20
COSTOS INDIRECTOS	0.00	17,949.41	18,667.39	19,414.09	20,190.65	20,998.28
Mano de Obra Indirecta	0.00	10,400.00	10,816.00	11,248.64	11,698.59	12,166.53
BS MOI	0.00	4,601.31	4,785.36	4,976.77	5,175.84	5,382.88
Mantenimiento Maquinas - Equipos		420.00	436.80	454.27	472.44	491.34
Energía Eléctrica - Agua		2,528.11	2,629.23	2,734.40	2,843.78	2,957.53
Gastos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GASTOS DE OPERACIÓN	14,789.60	194,670.52	202,457.34	210,555.63	218,977.86	227,736.97
Personal de Administración	0.00	123,500.00	128,440.00	133,577.60	138,920.70	144,477.53
BS PA	0.00	54,640.52	56,826.14	59,099.18	61,463.15	63,921.68
Gestión	0.00	16,530.00	17,191.20	17,878.85	18,594.00	19,337.76
Trámites Varios - Autorizaciones	1,804.80					
Mobiliario	2,335.80					
Alquileres	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00
Equipo	10,649.00					
COSTO EXPORTACIÓN	0.00	23,315.00	24,083.00	24,881.72	25,712.39	26,576.28
TRANSPORTE		16,320.00	16,972.80	17,651.71	18,357.78	19,092.09
Costo de transporte		16,320.00	16,972.80	17,651.71	18,357.78	19,092.09
ADUANAS		3,240.00	3,240.00	3,240.00	3,240.00	3,240.00
DOCUMENTACION		875.00	875.00	875.00	875.00	875.00
EMBALAJE		2,880.00	2,995.20	3,115.01	3,239.61	3,369.19
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (UAI)	-14,789.60	49,213.38	51,181.91	53,229.19	55,358.36	57,572.69
IMPUESTO A LA RENTA (IR)	0.00	14,764.01	15,354.57	15,968.76	16,607.51	17,271.81
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (FCE)	-14,789.60	11,134.36	11,744.34	12,378.71	13,038.46	13,724.60

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 204: Flujo de caja económico

VAN	S/. 30,475.55		
B/C	1.01		
TIR	75%	Meses	Días
PRI	1.199	14	438

Fuente: Elaboración propia

Los egresos del año cero de la asociación de mujeres de “Hatun Warmi” ascienden a S/. 9,744.54, por la inversión a realizar de los trámites nacionales e internacionales, compra de mobiliario, equipos, etc. Generando de esta forma un ingreso del primero año por la venta de sus productos a base de fibra de alpaca peruana de S/. 1, 014, 576.00 con un egreso del mismo año de S/. 1, 008, 165.58, hasta el 5to año habiendo obtenido un ingreso de S/. 1, 186, 910.42.

El valor actual neto VAN del flujo de caja económico es positivo, siendo de S/. 16,795.6, con una tasa interna de retorno TIR de un 65%, conjunto a un periodo de retorno de inversión de 16 meses. Lo que indica estas cifras que el proyecto de “Hatun Warmi” para la exportación de chompas a base de fibra de alpaca es atractivo y favorable para el crecimiento de las mujeres tejedoras de Alto Cayma como así mismo llevar la cultura del tejido milenario peruano transmitido de generación en generación por las mujeres a la cultura Holandesa.

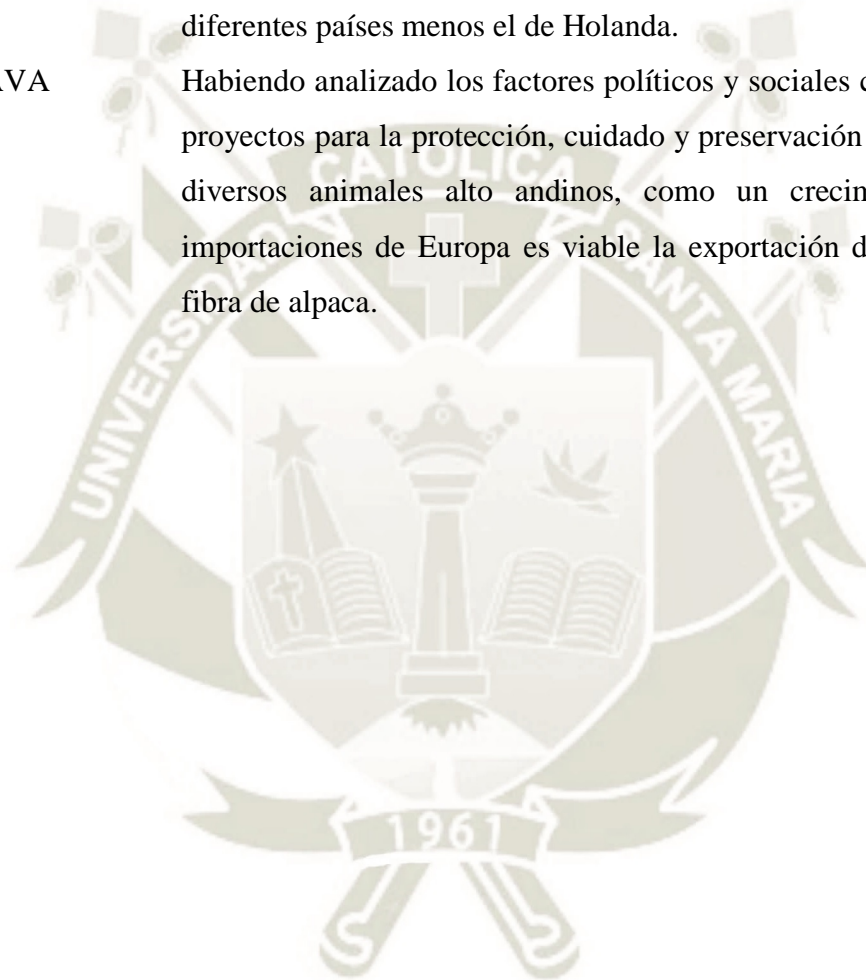
CONCLUSIONES

- PRIMERA:** Habiendo determinado y analizado los tipos de ropa que venden los clientes en sus tiendas tales como ropa deportiva con un 17.4%, Urbana 13.0%, Casual 30.4%, formal 30.4%, montañismo 8.7%, asimismo con un bajo porcentaje de escepticismo a la fibra de alpaca en productos textiles con un 6.7%, y con predisposición a la adquisición de chompas artesanales a base de fibra de alpaca producidas por las mujeres tejedoras de “Hatum Warmi” con un total actual de 183 chompas mensuales. Se concluye que es viable y aceptable la venta de chompas de fibra de alpaca a los posibles clientes de Staphorst.
- SEGUNDA:** Habiendo determinado el valor actual Neto económico (S/. 22,921.98) y siendo positivo, se concluye que el plan de negocio para la exportación de chompas de fibra de alpaca artesanal es rentable, por esta razón es conveniente el desarrollo del plan de negocio.
- TERCERA:** Definida la tasa interna de retorno económica (82%), del plan de negocio para la exportación de chompas de fibra de alpaca artesanal, se infiere que “Hatum Warmi”, tiene la capacidad de recuperar su inversión inicial.
- CUARTA:** Previamente elaborado el análisis de costo beneficio económico (1.095), y resultado mayor a 1, se infiere que el beneficio es mayor al costo demandado y por ende es viable el plan de negocio para la exportación de chompas de fibra de alpaca artesanal de la asociación “Hatum Warmi”.
- QUINTA:** Luego de haber desarrollado los cálculos del periodo de recuperación de capital del flujo de caja económico (1 año y un mes). Se concluyó que el plazo para recuperar el capital inicial de “Hatum Warmi” es positivo.
- SEXTA:** Habiendo determinado la forma de exportación, se realizara los pasos requeridos como son, la factura comercial, lista de embarque,

conocimiento de embarque, certificado de origen, y previamente el contrato.

SEPTIMA: Habiendo determinado y encontrado la competitividad de “Hatum Warmi” en el sector como Michell e Inca alpaca como productores industriales de prendas textiles de fibra de alpaca y Ñaña, Cori como productores de prendas textiles de alpaca de confección artesanal, para el mercado nacional e internacional derivados a diferentes países menos el de Holanda.

OCTAVA Habiendo analizado los factores políticos y sociales con las leyes y proyectos para la protección, cuidado y preservación de la alpaca y diversos animales alto andinos, como un crecimiento en las importaciones de Europa es viable la exportación de chompas de fibra de alpaca.



RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** Se sugiere que con periodos de 5 años se renueve información sobre posibles competidores de materia prima de fibra de alpaca para poder afrontar y realizar estudios de viabilidad comercial para la exportación de chompas como a su vez plantear programas de capacitación y planeamiento estratégico para preservar su calidad y textil y visión empresarial año tras año.
- SEGUNDA:** Implementar negociaciones con cada posible cliente para la forma de exportación de las chompas para los acuerdos comerciales como también constantes capacitaciones para aumentar la mano de obra de “Hatun Warmi”, y así poder cubrir la demanda futura en las exportaciones de chompas artesanales de fibra de alpaca.
- TERCERA:** Se sugiere generar alianzas con los proveedores de fibra de alpaca artesanal de las familias alto andina como de los pequeños negocios de los mercados esporádicos de la zona. Como también se recomienda recolectar datos de cada mujer asociada a “Hatun Warmi” anualmente, para poder implementar en el futuro programas de ayuda y capacitación al maltrato a la mujer para que no exista un problema en la producción mensual de chompas y se fortifique un lazo de familia en “Hatun Warmi”.
- CUARTA:** Se recomienda generar planes de contingencia para cada distorsión o cambio en los factores externos para que “Hatun Warmi” elabore no obtenga dificultades respecto a posibles competidores del mercado.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1.1 Libros

- Aroquipa, O. (2013). *Antología Universitaria: Formulación y Evaluación de proyectos de inversión privada, tamaño óptimo, localización y organización del proyecto*. Primera Edición. Universidad Católica Santa María. Arequipa, Perú.
- Castellanos, A. (2005). *Logística Comercial Internacional*. Primera Edición. Editorial Universidad del norte, Colombia.
- Castellanos, A. (2005). *Logística Comercial Internacional*. Primera Edición. Editorial Universidad del norte, Colombia.

1.2 Websites

- Portal del ministerio de agricultura y riego. (2018). Base de datos del censo nacional. Extraído el 20 de diciembre del 2018 de <http://www.minagri.gob.pe/portal/especial-iv-cenagro/339-iv-cenagro>
- Salas, M. Guerra, M. Polvarini, A. (1995). *Panorama histórico de la actividad textil en el Perú*. Única edición. Portal comité textil Perú. Lima, Perú. p. 13-23. http://www.comitetextilperu.com/docs/Libros_Comite.pdf
- Portal Holanda. (2018). Estatus económico y situacional de los países bajos. Extraído el 20 de marzo del 2019 de <https://www.holanda.es/es/negocios-con-holanda/sobre-holanda/la-econom%C3%ADa-neerlandesa/>
- Portal Holanda. (2018). Estatus económico y situacional de los países bajos. Extraído el 20 de marzo del 2019 de <https://www.holanda.es/es/negocios-con-holanda/sobre-holanda/la-econom%C3%ADa-neerlandesa/>
- Portal Holanda. (2018). Estatus económico y situacional de los países bajos. Extraído el 20 de marzo del 2019 de <https://www.holanda.es/es/negocios-con-holanda/sobre-holanda/la-econom%C3%ADa-neerlandesa/>
- De los Rios, E. (2016). *El futuro de los productos andinos en la región alta y los valles centrales de los andes/textiles – camélidos*. Portal infoalpcas. Lima, Perú. p. 7, 8 ,9.

<http://infoalpacas.com.pe/wpcontent/uploads/2016/09/Diagnostico-Nacional-Estado-de-Situaci%C3%B3n-del-Sector-TextilCam%C3%A9lidos-en-el-Per%C3%BA-2.pdf>

- Portal Munay. (2018). Análisis de las características de la alpaca. Extraído el 27 de diciembre del 2018 de <https://www.munaybrand.com/caracteristicas-de-la-lana-de-alpaca-y-de-munay/>
- Portal Alpacas del Perú. (2018). Descripción de la fibra de la alpaca. Extraído el 29 de diciembre del 2018 de http://alpacasdelperu050785.blogspot.com/2015/12/razas-de-alpaca_8.html
- Portal Ministerio de comercio exterior y turismo. (2019). Información institucional. Extraído el 2 de enero del 2019 de <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/>
- Portal del ministerio de producción. (2019). Información institucional. Extraído el 2 de enero del 2019 de <https://www.gob.pe/667-ministerio-de-la-produccion-que-hacemos>
- Portal PromPerú. (2019). Programa Institucional. Extraído el 2 de enero del 2019 de <https://www.promperu.gob.pe/ppinstitucional.aspx>
- Portal del ministerio de agricultura y riego. (2019). Funciones institucionales. Extraído el 2 de enero del 2019 de <http://www.minagri.gob.pe/>
- Portal del Instituto nacional de innovación agraria. (2019). Información institucional. Extraído el 2 de enero del 2019 de <http://www.inia.gob.pe/quienes-somos/>
- Portal del ministerio de agricultura y riego. (2019). Información institucional. Extraído el 2 de enero del 2019 de <http://www.minagri.gob.pe/>
- Portal del Instituto peruano de alpaca y camélidos. (2019). Información Institucional. Extraído el 2 de enero del 2019 de <http://www.ipac.org.pe>
- Portal SIICEX. (2019). Información institucional. Extraído el 2 de enero del 2019 de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=254.00000

- Portal Congreso de la Republica. (2019). Leyes del Congreso. Extraído el viernes 22 de marzo del 2019 de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/>
- Portal fondecyt (2019). Capacitaciones a criadores peruanos de alpacas. Extraído el domingo 31 de enero del 2019 de <http://fondecyt.gob.pe/ciencia-al-dia/peru-con-transferencia-tecnologica-capacitan-a-criadores-de-alpacas-contr-el-friaje-cienciaactiva>
- Portal getm (2019). Proyectos sociales peruanos. Extraído el domingo 31 de enero del 2019 de <http://www.getm.ch/es/actions/apoyo-criadores-llamas-alpacas/>
- Portal comunidad textil (2019). Noticias informativas. Extraído el lunes 22 de marzo del 2019 de <http://comunidadtextil.com/wpnews/2018/05/el-consumo-de-algodon-en-el-mundo-seria-record-en-la-temporada-del-20182019/>
- Ho, R. (2015). Agricultura familiar y desarrollo alpaquero en el sur del Perú. Portal de soluciones prácticas. Lima, Perú. p. 46-55.
<https://soluciones.practicass.org.pe>
- Moya, E. (2019). Familias alpaqueras enfrentando el cambio climático. Portal mimp. Extraído el 31 de marzo del 2019 de <https://www.mimp.gob.pe/webs/mimp/sispod/pdf/186.pdf>
- Portal incalpaca (2019). Información institucional. Extraído el 7 de abril del 2019 de <https://www.incalpaca.com/>
- Portal de Michell (2019), Información institucional. Extraído el 7 de abril del 2019 de <http://www.michell.com.pe>
- Portal Mincetur (2019), Reporte semanal. Extraído el 7 de abril del 2019 de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/exportaciones/2018/RMC_Setiembre_2018.pdf
- Portal de ministerio de agricultura y riego (2019), Estudio de calidad de lana de oveja. Extraído el 22 de abril del 2019 de http://minagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/organizaciones/dgpa/documentos/Car_lana.pdf

- Portal Sunat. (2019). Tablas estadísticas. Extraído el 23 de abril del 2019 de <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/FrmListadoImpoExpo.jsp>
- Portal de la cámara de comercio holandesa (2019). Requerimientos básicos de permisos extraído el 20 de septiembre del 2019.





ANEXOS

ANEXO N° 1: Plan de tesis**1. Planteamiento teórico****1.1. Problema**

De qué manera va a contribuir un plan de negocios para la exportación de chompas artesanales de fibra de alpaca de la asociación “Hatun Warmi” hacia Holanda, Arequipa 2019-2021

1.2. Descripción del problema

El grupo de tejedoras de “Hatun Warmi”, impulsado por caridad de la iglesia proporciona ayuda a cada mujer pero no obstante dicho grupo carece de conocimientos empresariales y de organización para la confección actual textil, debido a sus estudios y recursos limitados debido a la pobreza extrema de la zona, pero con un gran conocimiento de punto de tejido y calidad en sus confecciones, es porque el grupo de tejedoras puede emprender en el mercado extranjero.

Según el Instituto Nacional de Investigación Agraria, alrededor del 80% de la población de alpacas está situada en el Perú, la producción de prendas de fibra de alpaca del Perú y la región Arequipa tienen una imagen bien ganada en el exterior suficiente para justificar su presencia en el mercado internacional. Los problemas y dificultades tienen que ver más con el carácter del producto, la capacidad de respuesta a los procesos de comercialización del mercado externo, las condiciones que impone la competencia de productos sustitutos, la falta de cultura exportadora en el sector artesanal entre los pequeños productores, por el poco apoyo técnico y económico que ofrece el estado a los pequeños artesanos y la corta visión que posee el sector para comercializar en nuevos entornos.

Los pequeños productores de prendas fijan su estrategia comercial para el mercado externo en función de las características del producto y de factores relacionados al valor agregado como el valor cultural y la funcionalidad, aspectos que también toma en cuenta la competencia; sin enfocarse en el

desarrollo de competencias que permitan aumentar la calidad del proceso que tiene sus productos. Esta falta de sistemas que permitan incrementar la competitividad en la calidad de los procesos de producción ha hecho que la aspiración de exportar las prendas se desvanezca haciendo que el artesano afronte diversas dificultades, especialmente las relacionadas con el proceso mismo de exportación. Es ese aspecto del trabajo el que se busca solucionar, con el presente proyecto de exportación de chompas de fibra de alpaca desde la región Arequipa y determinar alternativas posibles intervinientes el proceso que hagan posible su viabilidad.

1.2.1. **Campo, Área y Línea**

Campo: Ciencias Económicas administrativas

Área: Ingeniería Comercial

Línea: Negocios internacionales

1.2.2. **Tipo de problema**

- **Tipo:** Por la fuente, se trata de una investigación documental ya que se recopilara solamente información y datos de fuentes primarias (entrevistas encuesta) y secundarias (Documentos).
- **Nivel:** El presente trabajo de investigación tiene las características de un Plan de Negocios por lo que el problema es DESCRIPTIVO – EXPLICATIVO, descriptivo porque se debe analizar y evaluar el problema; explicativo porque pretende conducir a un sentido de comprensión de una oportunidad de negocio y posteriormente proponer la consolidación del mismo.

1.2.3. **Variables**

- Variable independiente: Plan de negocio
- Variable dependiente: Exportación de chompas

Tabla N°206: Desarrollo de variables

Variables	Sub- variables	Indicadores	Medio
Variable independiente: Plan de negocio	Estudio de mercado	Análisis de demanda	Fuentes primarias y secundarias
		Análisis de oferta	
	Estudio económico	Valor actual neto	
		Tasa interna de retorno	
		Periodo de retorno de inversión	
Variable dependiente: Exportación	Procesos de exportación y operativos	Procesos operativos	Fuentes primarias y secundarias
		Procesos de exportación	
	Análisis de la competitividad	Competidores	
		Competencia del sector	
		Productos sustitos	
		Proveedores	
	Factores externos	Factor político	
		Factor económico	
		Factor Social	
		Factor tecnológico	
	Factor ecológico		

Fuente: **Elaboración propia**

1.2.4. Interrogante general

¿Existe oportunidad de negocios para la Exportación de Chompas Artesanales de Fibra de Alpaca de la Asociación “Hatun Warmi” Hacia Holanda, Arequipa 2019-2021?

1.2.5. Interrogantes específicas

- ¿Cómo es el entorno de la demanda de Holanda y la oferta de “Hatun Warmi” respecto a las chompas de fibra de alpaca?
- ¿Cuál sería la viabilidad óptima para realizar un estudio económico para el plan de negocio?
- ¿Cuáles serían los procesos operativos y de exportación de las chompas de fibra de alpaca?

- ¿Cómo generaríamos un análisis de la competitividad del sector, como un análisis de productos sustitutos en el mercado Holandés?
- ¿Cómo identificar y analizar los factores externos para la viabilidad del plan de negocio?

1.3. **Justificación**

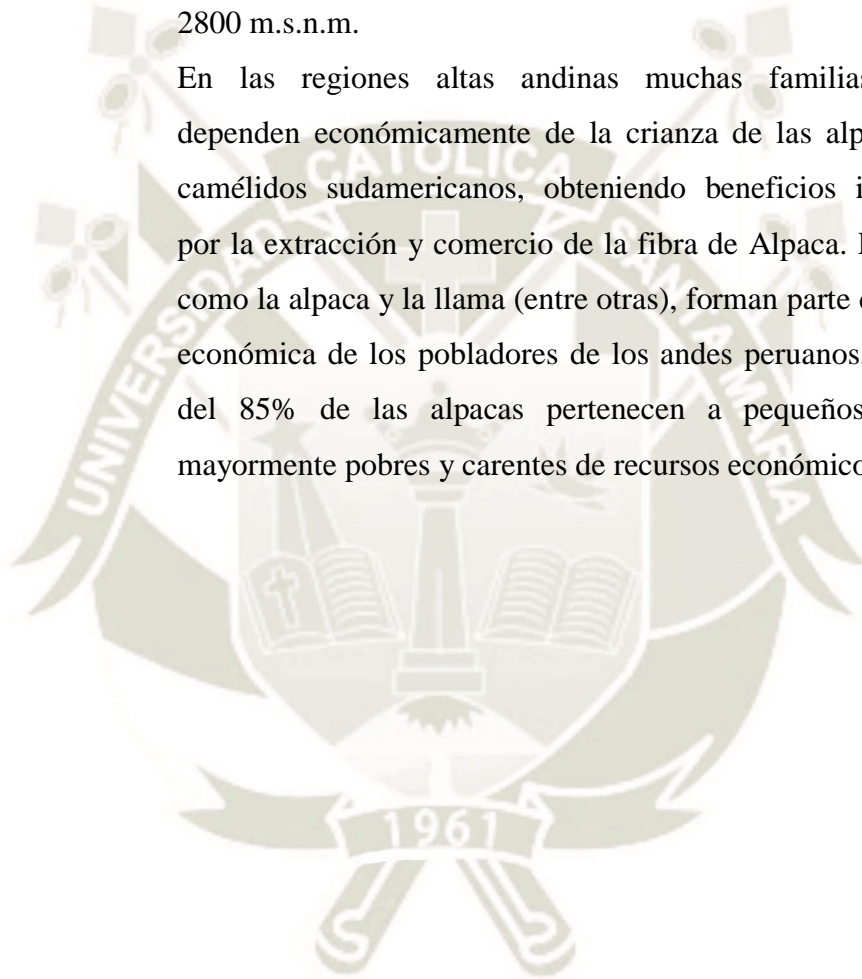
1.3.1. **Justificación social**

El presente proyecto de investigación justifica una razón social debido a que dicho apoyo es para poder mejorar la calidad de vida de cada mujer perteneciente a “Hatun Warmi” proporcionando una rentabilidad económica como también beneficiará a los pequeños productores de prendas de fibra de alpaca de la Región Arequipa para la exportación de sus productos hacia la Unión Europea debido a que la información proporcionada por Promperú las importaciones de dicho continente han crecido en el año 2017 en de 8028 a 8273 importaciones y más específicamente al mercado holandés con el fin de lograr un mayor beneficio para ellos, siendo sumamente importante que cada artesano pueda familiarizarse con diferentes mercados, considerando que ya existen exportaciones de dichos productos, sin embargo son esporádicas y muy poco organizadas, además en dichas exportaciones intervienen empresas internacionales que no reconocen beneficios a los pequeños productores, iguales a los que obtendrían de realizar directamente la comercialización con los clientes del exterior. De igual forma el presente proyecto servirá para crear nuevos puestos de trabajo, ya sea directa o indirectamente, disminuyendo la pobreza y aumentando las exportaciones con valor agregado desde Perú, y también podrá servir de para aquellos que se encuentran ejerciendo la actividad alpaquera.

1.3.2. **Justificación económica**

La ejecución de este proyecto generará ingresos para la Asociación de productores artesanos “Hatun Warmi” del distrito de Cayma, sus similares a nivel regional y el estado peruano, ya que la crianza de alpacas es la actividad más importante y casi exclusiva de un gran sector de zonas alto andinas del Perú, que viven sobre los 2800 m.s.n.m.

En las regiones altas andinas muchas familias campesinas dependen económicamente de la crianza de las alpacas y demás camélidos sudamericanos, obteniendo beneficios indirectamente por la extracción y comercio de la fibra de Alpaca. Los camélidos como la alpaca y la llama (entre otras), forman parte de la actividad económica de los pobladores de los andes peruanos, ya que cerca del 85% de las alpacas pertenecen a pequeños productores, mayormente pobres y carentes de recursos económicos.



1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Proponer un Plan de negocios para la Exportación de Chompas Artesanales de Fibra de Alpaca de la Asociación “Hatun Warmi” Hacia Holanda, Arequipa 2019-2021.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar la demanda de Holanda y la oferta de “Hatun Warmi” y competidores.
- Realizar un estudio económico para la viabilidad del plan de negocio.
- Desarrollar procesos operativos y de exportación de las chompas de fibra de alpaca.
- Analizar la competitividad del sector, como un análisis de productos sustitutos en el mercado Holandés.
- Identificar y analizar los factores externos para la viabilidad del plan de negocio.

1.5. Marco teórico

1.5.1. Esquema estructural

- **Capítulo I:** Fundamentos teóricos
- **Capítulo II:** Aspectos metodológicos
- **Capítulo III:** Resultados

1.5.2. Bibliografía básica

- Definición: De acuerdo a lo referido por la P. Huerta (2010).
El plan de negocio: El plan de negocios reúne en un

documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa Según la página web del Ministerio de trabajo y promoción del Perú, (2015). Un plan de negocios es un instrumento que ayudará a organizar las ideas y detallar que deseas hacer y que se necesita para desarrollar e implementar una idea de negocio o para realizar mejoras en la empresa que ya se tenga. Se considera como plan de negocio un documento fundamental para el empresario, tanto para una pequeña, mediana o gran empresa, ya que ayuda a analizar el mercado y planificar la estrategia de un negocio. En este documento se muestra todos los aspectos de un proyecto para convencer a un inversionista, para respaldar un pedido de crédito, para presentar una oferta de compraventa, para conseguir una licencia o franquicia de una compañía local o extranjera, o para interesar a un potencial socio.

- Pasos para la realización de un plan de negocio: La elaboración de un plan de negocio consiste en la combinación de diversos tipos de planes dentro de un esquema organizado y coherente, todo empieza por la idea de negocio. Definida ésta, se realiza la investigación o sondeo de mercado para obtener una estimación tentativa de la demanda por el proyecto y un conjunto de datos relevantes para la elaboración del mismo. Con parte de la información recopilada se realiza el análisis del entorno, lo que permite entender y evaluar las oportunidades y riesgos de mercado inherentes al proyecto. Dicho análisis permite, además, descubrir las interrelaciones existentes entre el entorno, y el negocio, lo cual es muy valioso desde el punto de vista de las precisiones que deben hacerse al elaborar las estrategias de

negocio. El planeamiento estratégico implica elaborar una estrategia de largo plazo y plantear, los objetivos de corto, mediano y largo plazo que se quieren alcanzar. En cierto modo, el planeamiento estratégico es el esqueleto sobre el cual se elaboran; los planes operativos (Marketing, Operaciones, Administración, Recursos Humanos, Finanzas y Contabilidad). Posteriormente, los planes optativos definen la forma de implementar la estrategia; son planes tácticos (Concha, 2009). Se cree que esta estructura es una de las más apropiadas ya que considera el desarrollo de planes estratégicos, marketing y operaciones, los cuales son puntos claves que permitirán una buena planificación del negocio. Se explica a fondo en cada uno de los puntos, lo cual permitirá una mayor investigación y la obtención de un Plan de Negocios bien definido.

1.5.3. **Antecedentes**

“PLAN DE NEGOCIOS DE UNA MYPE LOCAL PARA LA EXPORTACIÓN DE ABRIGOS DE ALPACA AL MERCADO FRANCÉS, 2011”

Autor:

Chávez Basurto, Mariela Cecilia

Su trabajo de investigación tuvo el objetivo de formular un plan de negocios para la exportación de abrigos de alpaca al mercado francés, que de acuerdo a la hipótesis planteada, según el potencial de productos en la región, se espera contribuya a la exportación de abrigos de alpaca.

Se ha realizado un análisis referido al plan de negocios y a las exportaciones de abrigos de alpaca. En ambos casos se han identificado las sub variables e indicadores por medio de fuentes primarias y secundarias. La información secundaria se ha conseguido mediante encuestas y entrevistas dirigidas al personal de la MYPE en mención. En tanto, en el plan de negocios se ha

estudiado cuatro diferentes sub variables como la demanda, por medio del nivel de consumo y la población objetivo del mercado; la oferta, que involucra el precio y producción; la distribución que implica los medios de transporte y costos y por último, la organización que considera el tipo de agente exportador y sus características.

Para la exportación de abrigos de alpaca, ha sido necesario analizar sub variables como proceso productivo por medio de las actividades y operaciones que se realizan en la empresa; las limitaciones existentes considerando las debilidades y amenazas y por último las estrategias. EL análisis ha permitido determinar que el nivel de consumo de abrigos de alpaca es creciente; la oferta exportable se encuentra diversificada en empresas exportadoras grandes, medianas y pequeñas.

Los indicadores económicos pronostican una eficiente factibilidad, como resultado de valores positivos tales como el Valor Actual Neto que asciende a US\$ 2,581. 68 lo que demuestra que las utilidades serán de gran beneficio para motivar la implementación del negocio. El caso de la relación del Beneficio Costo se puede observar que el factor es mayor a la unidad (1.01) lo que implica que frente a cada Dólar de inversión habrán 1 céntimos de Dólar para recuperarse. En lo referente a la Tasa Interna de Retorno (TIR) el valor del 76% de rentabilidad es más que suficiente como para pretender iniciar el presente negocio.

“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE CALZADO CON MATERIAL TEXTIL ARTESANAL Y SU POTENCIALIDAD DE EXPORTACIÓN, AREQUIPA, 2017 - 2021”

Autor:

Lazo Carrión, Allison Andrea

Velarde Rodríguez, Daniela Tathiana

El trabajo de investigación se realizó con la finalidad de demostrar la viabilidad del proyecto, analizando el beneficio y rendimiento

del mismo a través de diferentes indicadores económicos, además de seleccionar el país óptimo para realizar las exportaciones y detallar la relación económica y comercial entre Perú y dicho país. Esta investigación describió el mejor canal de comercialización, el volumen óptimo de producción para la empresa y los requerimientos exigidos para ingresar el calzado con material textil al mercado objetivo.

Cabe mencionar que el estudio de mercado se encuentra dividido en demanda y oferta. En el análisis de demanda se identificaron tres posibles países de destino: Chile, Estados Unidos y México. Para elegir el país óptimo se utilizaron herramientas que permitieron seleccionar a Chile como el mejor destino de exportación entre las opciones propuestas, debido a su crecimiento en exportaciones, estabilidad económica, la fase de consumismo que atraviesa y la cercanía que tiene con Perú. En el análisis de oferta se detallaron los principales competidores del producto, entre los que se encuentran las empresas productoras y exportadoras de calzado con material textil procedentes de Perú, Bolivia y México, elegidas debido a la similitud cultural y artística que presentan sus diseños textiles artesanales.

Habiendo encontrado el Valor Actual Neto (S/.43,300.55) del proyecto siendo este positivo, Definida la Tasa Interna de Retorno (70%), el análisis de costo beneficio obtuvo que el ratio B/C es de 1.02, se concluye que el negocio de producción y exportación de valerianas a Chile es rentable, por lo tanto, sí es conveniente invertir en el presente proyecto generando beneficios económicos.

“ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE FIBRA E HILADO DE ALPACA AL MERCADO DE REINO UNIDO Y CHINA”

Autor:

Verónica Esther Ballón Menacho, Verónica Esther

Laureano Misari, Marcelo Jerzy

El estudio contempla el análisis de pre-factibilidad para la implementación de una empresa dedicada al procesamiento y exportación de la fibra de alpaca con destino a los mercados de China y Reino Unido, buscando demostrar su viabilidad técnica, económica y financiera. La empresa es una Sociedad Anónima Cerrada y estará ubicada en el departamento de Pasco, región que contará con mejoras a nivel social, debido a que toda la materia prima y el personal será de la localidad. Se proyecta obtener una línea de producción capaz de procesar 50 kilogramos de fibra de alpaca por hora para convertirlos en tops y 20 kilogramos de hilo de alpaca por hora.

La demanda del proyecto se calculó mediante un análisis cuantitativo de las importaciones de China y Reino Unido en el mundo respecto a la creciente oferta del Perú a los mismos mercados. El proyecto presenta un alto grado de rentabilidad y crecimiento anual que se ve reflejado en su proyección, aumentado su rendimiento hasta alcanzar una exportación de 89 TM aproximadamente entre fibra e hilo de alpaca en el año 2022 entre ambos países.

El costo de oportunidad del capital fijado para el proyecto es de 15.25% anual, utilizando la Metodología de CAPM, utilizando el COK se pudo hallar el Costo Ponderado de Capital (WACC), el cual tuvo un valor de 11.20% anual. La estructura de financiamiento será 51% de aporte de tercero y 49% de aporte propio con lo cual se obtendrá un Valor Presente Neto económico y financiero de S/. 601,277y S/. 688,297 respectivamente, una TIR E de 33.17% y una TIR F de 48.18%. lo que significa que el proyecto es altamente rentable.

1. **Hipótesis**

Dado que: en la actualidad a pesar de contar con productos textiles de trascendente trayectoria internacional, con especial demanda de prendas de origen andino, producidas en nuestra región; los productores de chompas de alpaca no conocen bien la concordancia entre oferta y demanda, los requisitos exigidos, las preferencias del mercado, no poseen los conocimientos de comercio exterior y les resulta difícil medir sus costos

Es probable que: la formulación de un plan de negocio para la exportación de chompas artesanales de fibra de alpaca al mercado Holandés, en el periodo 2019- 2021.

2. **Planteamiento operacional**

2.1. **Técnicas e instrumentos**

- Variable independiente

Para el plan de negocio en la presente investigación para la variable Plan de negocios se empleara la técnica de la revisión documental, basándonos en documentación publicada, reportes que publican las empresas, revisión exhaustiva de informes, reportes y publicaciones relacionadas a la variable de investigación.

- Variable dependiente

Para la exportación de chompas, se utilizara la técnica de las entrevistas, haciendo entrevistas y encuestas (información primaria), esta información será colectada a los productores de la asociación “Hatun Warmi” así como a agentes comprometidos con el sector exportador textil en la región Arequipa.

2.2. **Estructura de instrumentos**

Tabla N°207: Estructura de instrumentos

Técnica	Instrumentos
Trabajo de campo (Entrevistas, Encuestas a los productores Hatun Warmi)	Balotario de preguntas
	Cuestionarios
	Grabador de audio
	Laptop
	Cámara fotográfica
	Bolígrafos
Observación Documental (informes, reportes, publicaciones)	Cámaras de comercio ministerio de comercio exterior y turismo
	Paginas oficial de PromPerú
	Paginas oficiales SIICEX
	In formes anuales publicados
	Cuadros estadísticos publicados
	Libreta de apuntes
	Fichas bibliográficas
	Textos
	Ficha de observación

Fuente: Elaboración propia

2.3. **Campo de verificación**

- **Ámbito**

El presente proyecto se realizara en el distrito, provincia y departamento de Arequipa, considerando la asociación “Hatun Warmi” mujeres productoras de Chompas fibra de alpaca en la región, junto al sector exportador textil.

- **Temporalidad**

La presente investigación se realizara en al año 2018. La información referencial y data histórica a considerar dentro del presente proyecto será actualizada consignando una antigüedad no mayor a 5 años y será acuerdo a las variables de estudio, asimismo para la estimación de las proyecciones de oferta y demanda se harán desde el año 2019 al 2023.

- **Población**

El nicho de mercado al cual está dirigido el presente plan de negocio para la exportación de Chompas Artesanales de Fibra de Alpaca es la población de la ciudad holandesa de Staphorst, que cuenta con 16 788 habitantes.

- **Determinación de la muestra**

Conociendo la población o universo se empleó el muestreo probabilístico, aplicando la siguiente fórmula para hallar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{z^2 pqN}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

N= 16 788

P= 0.5

Q= 1-P = 0.5

E= margen de error=0.05

Z= grado de confianza=1.96

n= Cantidad de encuestas

Reemplazando en la formula se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(16788)}{(0.05)^2(16788 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.5)(0.5)(16788)}{(0.0025)(16787) + (3.8416)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{16123.1952}{41.9675 + 0.9604} = \frac{16123.1952}{42.9279}$$

$$n = \frac{16123.1952}{42.9279}$$

$$n = 375.58 = 376$$

- **Unidades de estudio**

Considerando a la población de estudio, estará conformada por cada uno de las personas encuestadas que formaran parte de la muestra según lo establecido en el punto anterior.

2.4. Estrategia de recolección de datos

- **Fase observacional**

En esta fase se podrá observar la problemática dentro del sector industrial textil, los aspectos involucrados, la oferta, las condiciones y convenios de con otros países, se identificara posibilidades y oportunidades de la demanda internacional; se emplearan técnicas de investigación como la guía de observación. Estas técnicas de observación permitirán considerar información y hechos, sin pasar por alto aspectos relevantes del sector.

- **Fase de investigación bibliográfica**

En esta fase se hará una revisión y análisis de publicaciones, e investigaciones relacionados junto a la metodología abordada sobre el

tema, se identificarán bibliografía referente a la exportación de chompas de fibra de alpaca al mercado europeo, especialmente Holanda, En base a esto, se definirá el contenido teórico y también la variable plan de negocio que son las variables de este estudio.

- **Fases de entrevistas**

A continuación se realizarán coordinaciones con actores relacionados al rubro de exportación textil, pueden ser microempresarios dedicados a la elaboración de prendas de fibra de alpaca, como a los posibles clientes en Holanda.

- **Fase de aplicación de encuestas**

En esta fase se podrá realizar el recojo de información primaria, formulando preguntas abiertas en los cuestionarios, estas pueden aplicarse a funcionarios del aparato estatal y también directamente a los productores que se encargan de la elaboración de Chompas fibra de alpaca en la región Arequipa, como son las integrantes de la asociación artesanal “Hatun Warmi”. Una vez obtenida la información se procederá a su análisis y presentación estadística.

2.5. **Comprobación y/o contraste de hipótesis**

H₀: Dado que en la actualidad no se cuenta con productos textiles de trascendente trayectoria internacional, ni se ha registrado especial demanda de prendas de origen andino, producidas en nuestra región.

H_a: Es probable que no sea viable el plan de negocio para la exportación de Chompas de fibra de alpaca al mercado Holandés, desde la región Arequipa por la baja calidad en la producción sin rentabilidad creciente en los próximos años.

H₀: Dado que en la actualidad se cuenta con productos textiles de demasiado protagonismo y trascendente trayectoria internacional, con especial demanda de prendas de origen andino, producidas en nuestra región.

H_a: Es probable que sea viable de forma segura el plan de negocio para la exportación de chompas de fibra de alpaca al mercado Holandés, desde la Región Arequipa según las normas de calidad en la producción y con rentabilidad creciente en los próximos años.

H₀: Dado que en la actualidad se cuenta con productos textiles de baja trascendencia y trayectoria internacional, con escasa demanda de prendas de origen andino, producidas en nuestra región.

H_a: Es probable que sea poco viable el plan de negocio para la exportación de Chompas de fibra de alpaca al mercado Holandés, desde la Región Arequipa por la baja calidad en la producción sin rentabilidad creciente en los próximos años.

2.6. Criterio para el manejo de resultados

Los resultados se harán en un análisis estadístico de los datos por medio de paquete llamado SPSS versión 24.0 para poder realizar su análisis e interpretar en tablas y gráficas, como el uso de Excel.

2.7. Recursos necesarios

- Humanos: Investigador, asesores, microempresarios, integrantes de la asociación “Hatun Warmi”.
- Materiales:

Tabla N°208: Materiales

MATERIALES
Papeles bond
Bolígrafos
Guía de observación
Libretas apuntes
- Formularios y Fichas
- Escritorio
EQUIPO
Laptop
Computadora
Software SPSS
Impresora
Grabador de audio
Cámara digital

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 2: CUESTIONARIO: ASOCIACIONES TEXTILES

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL



CUESTIONARIO: ASOCIACIONES TEXTILES

Dirigido a pequeñas empresas y la asociación “Hatun Warmi” del sector textil de confecciones en alpaca de Arequipa.

Objetivo: El cuestionario tiene como finalidad proporcionar información acerca de los procesos de producción, costos de sus productos, valoración y tiempo estimado para poder desarrollar un plan de negocio de exportación.

Nombre de la pequeña empresa o asociación:

Indicaciones: Agradecemos leer minuciosamente las preguntas formuladas a continuación y marcar con una (X), en el caso de que sea necesario puede realizar un breve comentario.

1. Sexo _____ Edad _____ Tiempo de experiencia _____

2. ¿Cuáles de estos productos textiles usted se especializa en confeccionar, y cuantas prendas confecciona mensualmente? Usted puede marcar más de una opción.

	Producto	Cantidad
	Chompas	
	Bufandas	
	Calcetines	
	Guantes	

Si usted confecciona otro tipo de producto puede mencionarlo aquí, con su respectiva cantidad y frecuencia de confección:

3. ¿Cuáles días y cuántas horas diarias usted sería capaz de trabajar para poder cumplir con los objetivos requeridos?

- a) Lunes: _____
- b) Martes: _____
- c) Miércoles: _____
- d) Jueves: _____
- e) Viernes: _____

4. ¿Qué tipo de material usted usa en sus confecciones?

- a) Fibra de alpaca artesanal
- b) Fibra de alpaca industrial
- c) Ambos

5. ¿Cómo es su forma de producción textil?

- a) Mano
- b) Maquinas
- c) Ambos

6. En el siguiente cuadro, responda Usted cuantas chompas con su respectiva talla puede confeccionar con un cono de alpaca

Talla	Cantidad
XS	
S	
M	
L	
XL	

7. ¿Estaría dispuesta a enseñar las técnicas de tejido a nuevas señoras para incrementar el número de mano de obra en la tienda?

SI () NO ()

Si usted respondió SI, cuantas horas estaría dispuesta a la enseñanza de tejido:

8. ¿Cuál es su tiempo de confección de una chompa a máquina?

9. ¿Cuál es el tiempo de confección de una chompa a mano?

10. ¿Considera usted que la asociación podría alcanzar un nivel de cumplimiento en las metas del mercado objetivo?

SI () NO ()

Si Usted marco NO; ¿Por qué? _____

11. ¿Usted conoce los precios de las chompas de la competencia industrializada?

SI () NO ()

Si Usted marco SI, responda cual es el precio: _____

12. En el siguiente cuadro responda Usted los costos de producción de una chompa:

Producto	Mano de Obra	Materia Prima	Precio de venta

13. ¿Cuántos conos de fibra de alpaca artesanal e industrial usted compra al mes?

a) Fibra de alpaca artesanal : _____

b) Fibra de alpaca industrial: _____

14. ¿De dónde compra Usted la fibra de alpaca artesanal para sus confecciones?

15. ¿De dónde compra Usted la fibra de alpaca industrial para sus confecciones?

16. ¿Usted estaría dispuesta a una capacitación constante para la mejora de su tejido?

SI () NO ()

Si la respuesta es No, ¿Por qué?

17. ¿Consideraría que sus productos son de mejor calidad que la competencia industrializada?

SI () NO ()

Si Usted respondió SI, explique la razón

18. ¿Usted estaría dispuesta a competir en un mercado extranjero con competidores industrializados?

- a) Definitivamente Si
- b) Definitivamente No

19. ¿Usaría en sus confecciones combinaciones de fibra de alpaca artesanal e industrial?

SI () NO ()

Si usted respondió NO, explique la razón

20. ¿Usted estaría dispuesta a viajar a otros países para poder promocionar las chompas de fibra de alpaca?

- a) Si

b) No

Si usted respondió NO, explique la razón



ANEXO N° 3: CUESTIONARIO: POSIBLES CLIENTES

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL



CUESTIONARIO: POSIBLES CLIENTES

Dirigido a clientes potenciales del sector textil en las regiones de Meppel, Zwolle y Staphorst situadas en el país de Holanda.

Objetivo: El cuestionario tiene como finalidad proporcionar información acerca su conocimiento, aceptación, valoración y consumo de chompas a base de fibra de alpaca para poder desarrollar un plan de negocio de exportación.

Nombre de la tienda o cliente:

Indicaciones: Agradecemos leer minuciosamente las preguntas formuladas a continuación y marcar con una (X), en el caso de que sea necesario puede realizar un breve comentario.

1. ¿Qué tipo de ropa Usted vende en su tienda?

- a) Deportiva
- b) Urbana
- c) Casual
- d) Formal
- e) Montañismo

Si Usted vende otro tipo de ropa en su tienda a parte de las presentadas anteriormente puede indicarlo aquí:

2. ¿Cuáles son las tallas más vendidas de chompas en su tienda?

Genero	Talla
Masculino	
Femenino	

3. ¿En su tienda actualmente, usted vende productos similares a la fibra de alpaca?

SI () NO ()

Si respondió SI; cuál de estos productos:

- a) Lana de oveja
- b) Seda
- c) Otros:

4. ¿Qué tipo de promoción usted realiza de acuerdo a temporada?

Temporada	Tipo de promoción

5. ¿Usted conoce los productos de fibra de alpaca peruana?

SI () NO ()

Si Usted marco SI; Cuál de estos productos conoce, puede marcar más de una opción

- a) Chompas
- b) Bufandas
- c) Calcetines
- d) Guantes

6. ¿Por cuál de estas razones usted cree que es atractivo la fibra de alpaca en prendas de vestir?

- a) Por su acabado final
- b) Por los colores autóctonos andinos

- c) Por la calidad de confección
- d) Por la naturaleza de origen

Si usted tiene otras razones, especifique:

7. ¿Por cuál de estas propiedades de la fibra de alpaca es más atractivo en las prendas de vestir?
- a) Por la suavidad
 - b) Por la resistencia
 - c) Por su propiedad térmica
 - d) Por su propiedad hipo alérgica
8. ¿Cuál de estas opciones usted consideraría que sería un competidor directo de la fibra de alpaca? Puede marcar más de una opción.
- a) Algodón
 - b) Lana
 - c) Seda
 - d) Ramio
 - e) Lino
9. ¿Qué productos Usted estaría dispuesto a comprar en su tienda y cuanta cantidad? Puede marcar más de una opción
- a) Chompas: _____
 - b) Bufandas: _____
 - c) Calcetines: _____
 - d) Guantes: _____
10. ¿Cuál de estos tipos de modelos Usted estaría dispuesto a comprar?, puede marcar más de una opción
- a) Jersey
 - b) Cárdigan
 - c) Chompas cuello cerrado
 - d) Chompas cuello abierto

Si Usted consideraría comprar otros modelos, puede indicarlo aquí:

11. ¿Según la tabla presentada a continuación, escriba según su numeración cuáles de estos colores son atractivos para sus clientes habituales?



12. ¿Existiría un tipo de rechazo con la introducción de productos de alpaca por los gustos de sus clientes?

SI () NO ()

Si Usted marco Si, comente la razón:

13. ¿Usted pondría en venta los productos de fibra de alpaca en las ferias especiales de verano?

SI () NO ()

Si Usted marco NO; especifique sus razones:

14. ¿Usted vendería los productos a base de fibra de alpaca en plataformas electrónicas?

SI () NO ()

Si usted marco SI; en cuál de estas opciones usted vendería dichos productos, puede marcar más de una opción.

- a) Aplicaciones
- b) Portal web de su empresa
- c) Plataformas On-line

