



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES



TESIS

“OFERTA EXPORTABLE EN ORO DE LA JOYERÍA ORO FINO EN CUSCO – 2023”

Línea de investigación: Gestión y Desarrollo en
Administración de Negocios Internacionales

Presentado Por: Bach. Rick Ralf Lopez Gamarra

Código ORCID: 0009-0004-3727-5240

Bach. Karen Fiorella Quispe Huallpa

Código ORCID: 0009-0007-6382-4014

**Para optar al título profesional de Licenciado en
Administración de Negocios Internacionales**

Asesora: Lic. María Del Carmen León Casafranca

Código ORCID: 0000-0001-7709-2124

**CUSCO - PERÚ
2023**



METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Rick Ralf Lopez Gamarra
Número de documento de identidad	71229367
URL de Orcid	https://orcid.org/0009-0004-3727-5240
Datos del autor	
Nombres y apellidos	Karen Fiorella Quispe Huallpa
Número de documento de identidad	76449532
URL de Orcid	https://orcid.org/0009-0007-6382-4014
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	María del Carmen León Casafranca
Número de documento de identidad	23848843
URL de Orcid	https://orcid.org/0000-0001-7709-2124
Datos del jurado	
Presidente del jurado (jurado 1)	
Nombres y apellidos	Edward Aníbal Morante Ríos
Número de documento de identidad	23930443
Jurado 2	
Nombres y apellidos	Waldo Alex Pando Díaz
Número de documento de identidad	23998983
Jurado 3	
Nombres y apellidos	Eddy Vizcarra Mejía
Número de documento de identidad	23942440
Jurado 4	
Nombres y apellidos	Mario Obando Cazorla
Número de documento de identidad	42334618
Datos de la investigación	
Línea de investigación de la Escuela Profesional	Gestión y Desarrollo en Administración de Negocios Internacionales.



"OFERTA EXPORTABLE EN ORO DE LA JOYERÍA ORO FINO EN CUSCO – 2023"

por Rick Ralf López Gamarra ; Karen Fiorella Quispe Huallpa

Fecha de entrega: 20-abr-2023 12:25p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2070493628

Nombre del archivo: TESIS_FINAL_OFERTA_EXPORTABLE_JOYERIA_ORO_FINO.pdf (2.05M)

Total de palabras: 23271

Total de caracteres: 133883

Maria del C. Quispe

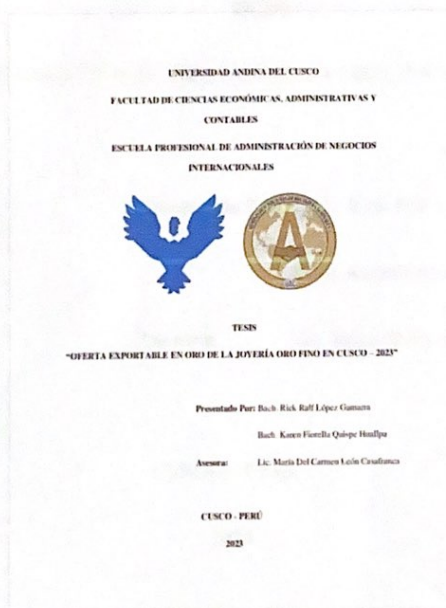


Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Rick Ralf López Gamarra ; Karen Fiorella Quispe Hualpa
Título del ejercicio: OFERTA EXPORTABLE EN ORO DE LA JOYERÍA ORO FINO EN C...
Título de la entrega: "OFERTA EXPORTABLE EN ORO DE LA JOYERÍA ORO FINO EN ...
Nombre del archivo: TESIS_FINAL_OFERTA_EXPORTABLE_JOYERIA_ORO_FINO.pdf
Tamaño del archivo: 2.05M
Total páginas: 109
Total de palabras: 23,271
Total de caracteres: 133,883
Fecha de entrega: 20-abr.-2023 12:25p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre... 2070493628



Derechos de autor 2023 Turnitin. Todos los derechos reservados.

María del C. León C



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES



TESIS

“OFERTA EXPORTABLE EN ORO DE LA JOYERÍA ORO FINO EN CUSCO – 2023”

Presentado Por: Bach. Rick Ralf López Gamarra

Bach. Karen Fiorella Quispe Huallpa

Asesora: Lic. María Del Carmen León Casafranca

CUSCO - PERÚ

2023

María del C. León



"OFERTA EXPORTABLE EN ORO DE LA JOYERÍA ORO FINO EN CUSCO - 2023"

INFORME DE ORIGINALIDAD

21%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

9%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uceva.edu.co:8080

Fuente de Internet

1%

2

documents.mx

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.uma.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

Abdías Amando Torre Padilla. "Aplicación del presupuesto de caja en las microempresas del Callao en el 2013", Quipukamayoc, 2016

Publicación

1%

5

Submitted to Universidad del Istmo de Panamá

Trabajo del estudiante

1%

6

informatica.upla.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

7

www.adexperu.org.pe

Fuente de Internet

<1%

Maná del Cusco



PRESENTACIÓN

Señor decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco, Dr. Rubén Tito Mariño Loaiza; de conformidad al Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales, se pone a su consideración la Tesis titulada “OFERTA EXPORTABLE EN ORO DE LA JOYERÍA ORO FINO EN CUSCO – 2023”; la cual se espera, sirva como fuente de investigación.



DEDICATORIA

Rick.

Le dedico el resultado del presente trabajo a toda mi familia. Principalmente a mi mamita Norma y a mi papito Daniel, que me apoyaron en todo momento. Me siento muy agradecido por su firmeza y por educarme para enfrentar cualquier obstáculo. Siempre han sido y serán mis mejores guías de vida. Hoy cuando concluyo mis estudios, les dedico a ustedes este logro amados padres, como una meta más conquistada. Orgulloso de tenerlos en este momento tan importante. Gracias por ser quienes son y por creer en mí". Me han enseñado a ser la persona que soy hoy, mis principios, mis valores, mi perseverancia y mi empeño. Todo esto con una enorme dosis de amor y sin pedir nada a cambio.

Del mismo modo a mi mamita grande Andrea, quien fue un engranaje fundamental por su constante motivación para la elaboración de dicho trabajo. Para mis hermanitos Vanessa, Jhefry y Jennifer por su aliento y constancia.

Fiorella

Dedico el resultado del presente trabajo de investigación primeramente agradeciendo a Dios por darme la fuerza y sabiduría en cada momento de mi vida. A mi papito Rubén y a mi mamita Teresa por su constante motivación de dar lo mejor de mí en cada momento, por su infinita paciencia y su amor incondicional. Ustedes son mi ejemplo de fortaleza, dedicación y perseverancia. A mis queridos hermanitos Alvaro, Josue y Anyeli, por estar allí para sacarme una sonrisa en los momentos difíciles. Han sido mis cómplices y compañeros de aventuras y estoy muy agradecida por su presencia en mi vida. A mis preciados amigos y profesores que me acompañaron en este camino académico que hoy concluye satisfactoriamente como un objetivo cumplido.

Por otra parte

También queremos dedicarle este trabajo a mi nuestra abuelita Teodora, que sin duda ella estuvo apoyándonos constantemente desde el cielo, por ello ella es lo mejor que pudimos tener.



AGRADECIMIENTO

“Le agradecemos muy profundamente a nuestra asesora por su dedicación y paciencia, sin sus palabras y correcciones precisas no hubiésemos podido lograr llegar a esta instancia tan anhelada. Gracias por su guía y todos sus consejos, los llevaremos grabados para siempre en la memoria en nuestro futuro profesional”.

Del mismo modo a la participación activa de los colaboradores de la joyería Oro Fino.



INDICE

PRESENTACIÓN	7
DEDICATORIA	8
AGRADECIMIENTO	9
ÍNDICE DE TABLAS	14
ÍNDICE DE FIGURAS	15
RESUMEN	16
ABSTRAC	17

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento Del Problema.....	18
1.2 Formulación Del Problema	22
1.2.1 Problema General.....	22
1.2.2 Problemas Específicos	22
1.3 Objetivos De La Investigación.....	22
1.3.1 Objetivo General.....	22
1.3.2 Objetivos Específicos.....	22
1.4 Justificación De La Investigación.....	23
1.4.2 Relevancia Social.....	23
1.4.3 Implicancias Prácticas.....	23
1.4.4 Valor Teórico	23
1.4.5 Utilidad Metodológica	23
1.4.6 Viabilidad o Factibilidad.....	23



1.5	Delimitación de la Investigación	23
1.5.2	Delimitación Temporal	23
1.5.3	Delimitación Espacial	24
1.5.4	Delimitación Conceptual	24

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes de la Investigación.....	25
2.1.1	Antecedentes Internacionales.....	25
2.1.2	Antecedentes Nacionales	27
2.1.3	Antecedentes Locales.....	31
2.2	Bases Teóricas	34
2.2.1	Oferta Exportable.....	34
2.2.2	Capacidad Física	36
2.2.3	Capacidad Económica.....	37
2.2.4	Capacidad Financiera.....	38
2.2.5	Capacidad de Gestión	39
2.3	Marco Conceptual.....	41
2.4	Caracterización de la empresa	43
2.4.1	Descripción de la empresa	43
2.4.2	Misión	43
2.4.3	Visión.....	43
2.4.4	Reseña histórica	43
2.4.5	Objetivos empresariales	44



2.4.6 Organigrama	44
2.5 Variable(s).....	45
2.5.1 Variable.....	45
2.5.2 Conceptualización de la Variable	46
2.5.3 Operacionalización de la Variable	48

CAPÍTULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque de investigación	49
3.2 Alcance de investigación	49
3.3 Diseño de investigación	50
3.4 Población y muestra.....	50
3.4.1 Población.....	50
3.5 Técnica e instrumento de recolección de datos.....	50
3.5.1 Técnica.....	50
3.5.2 Instrumento	50
3.6 Procesamiento de datos.....	50

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación y Fiabilidad del instrumento aplicado.....	51
4.1.1. Presentación del instrumento	51
4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado	53
4.2. Resultados respecto a los objetivos específicos	54
4.2.1. Resultados respecto a la dimensión capacidad física.....	54



4.2.2. Resultados respecto a la dimensión capacidad económica	59
4.2.3. Resultados respecto a la dimensión capacidad financiera.....	63
4.2.4. Resultados respecto a la dimensión capacidad de gestión	68
4.3. Resultados respecto al objetivo general	72
A. Comparación promedio de las dimensiones de la variable oferta exportable.....	73
CAPÍTULO V	
DISCUSIÓN	
5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos.....	75
5.2. Limitaciones del estudio	76
5.3. Comparación con la literatura existente.....	76
5.4. Implicancias del estudio.....	78
CONCLUSIONES	80
RECOMENDACIONES.....	82
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	83
ANEXOS	89
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	90
ANEXO 2: MATRIZ DE CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE.....	92
ANEXO 3: MATRIZ DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	96
ANEXO 4: INSTRUMENTO.....	104
ANEXO 5: BASE DATOS.....	108
ANEXO 6: FOTOS DE LA VISITA A LOS COLABORADORES	109



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conceptualización de la variable Oferta Exportable	46
Tabla 2: Operacionalización de la variable.....	48
Tabla 3: Distribución de los ítems del cuestionario.....	51
Tabla 4: Descripción de la baremación y escala de interpretación.....	52
Tabla 5: Estadísticas de fiabilidad	53
Tabla 6: Dimensión capacidad física	54
Tabla 7: Indicadores de la dimensión capacidad física.....	56
Tabla 8: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad física.....	57
Tabla 9: Dimensión capacidad económica	59
Tabla 10: Indicadores de la dimensión capacidad económica	60
Tabla 11: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad económica.....	62
Tabla 12: Dimensión capacidad financiera.....	63
Tabla 13: Indicadores de la dimensión capacidad financiera	65
Tabla 14: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad financiera	66
Tabla 15: Dimensión capacidad gestión	68
Tabla 16: Indicadores de la dimensión capacidad de gestión	69
Tabla 17: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de gestión	71
Tabla 18: Variable Oferta Exportable.....	72
Tabla 19: Comparación promedio de las dimensiones de la variable oferta exportable	73
Tabla 20: Matriz de consistencia	90
Tabla 21: Matriz de conceptualización de la variable	92
Tabla 22: Matriz del instrumento para la recolección de datos	96



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Demanda mundial de joyería en el primer trimestre en volumen y valor	19
Figura 2: Organigrama de la empresa Oro Fino	44
Figura 3: Dimensión capacidad física.....	55
Figura 4: Indicadores de la dimensión capacidad física	56
Figura 5: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad física	58
Figura 6: Dimensión capacidad económica	59
Figura 7: Indicadores de la dimensión capacidad económica.....	61
Figura 8: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad económica.....	62
Figura 9: Dimensión capacidad financiera	64
Figura 10: Indicadores de la dimensión capacidad financiera	65
Figura 11: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad financiera.....	67
Figura 12: Dimensión capacidad gestión	68
Figura 13: Indicadores de la dimensión capacidad de gestión.....	69
Figura 14: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de gestión.....	71
Figura 15: Variable Oferta Exportable	72
Figura 16: Comparación promedio de las dimensiones de la variable oferta exportable	74



RESUMEN

La presente investigación buscó conocer las características de la oferta exportable de la joyería Oro Fino, empresa local cusqueña. El objetivo es describir como es la oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023. La investigación es de alcance descriptivo, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental. La población investigada fue de 30 colaboradores a quienes se les aplicó un cuestionario de 46 preguntas, cuya fiabilidad fue demostrada con el alfa de Cronbach que alcanzó 0.87; los resultados de la investigación muestran que la oferta exportable es calificada como adecuada con un promedio de 3.76; la capacidad física fue calificada como adecuada con un promedio de 4.19 considerando que existen insumos, herramientas y tecnología necesaria para desarrollar su trabajo; la capacidad económica fue calificada como adecuada con un promedio de 4.11 ya que la condición económica que posee es buena para hacer frente a las inversiones; la capacidad financiera fue calificada como adecuada con un promedio de 3.61 por cumplir con regularidad sus obligaciones financieras. Sin embargo, en la capacidad de gestión esta fue considerada como poca adecuada con promedio de 3.15 debido al desconocimiento de los estándares en temas referidos a la oferta exportable por la falta de un asesor especializado.

PALABRAS CLAVE: Oferta exportable.



ABSTRAC

The present investigation sought to know the characteristics of the exportable offer of Oro Fino jewelry, a local company from Cusco. The objective is to describe what the exportable supply of gold from Oro Fino jewelry in Cusco is like - 2023. The research is descriptive in scope, with a quantitative approach and non-experimental design. The investigated population was 30 employees to whom a 46-question questionnaire was applied, whose reliability was demonstrated with Cronbach's alpha that reached 0.87; the results of the investigation show that the exportable offer is qualified as adequate with an average of 3.76; the physical capacity was qualified as adequate with an average of 4.19 considering that there are inputs, tools and technology necessary to carry out their work; the economic capacity was qualified as adequate with an average of 4.11 since the economic condition that it has is good to face the investments; the financial capacity was qualified as adequate with an average of 3.61 for complying with regular financial obligations. However, in terms of management capacity, this was considered inadequate with an average of 3.15 due to the lack of knowledge of the standards on issues related to the exportable supply due to the lack of a specialized advisor.

KEY WORDS: Exportable offer.



CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento Del Problema

La oferta exportable en un contexto internacional es el producto competitivo que cumple con los estándares de calidad, con la capacidad de abastecimiento continuo y sostenido en función de los volúmenes exigidos por el comprador en un determinado mercado y en el momento requerido. Por lo tanto, la oferta exportable se refiere a los productos en condiciones de ser enviados al mercado internacional y que además cuentan con potenciales mercados externos de una empresa.

Muchos países consideran que la minería es un motor clave del desarrollo económico. En este sentido, ofrecen un entorno propicio que pueden atraer la inversión del sector privado en actividades de exploración y operación minera. Esto, a su vez, contribuye a aumentar las recaudaciones tributarias, los ingresos por concepto de exportaciones, las oportunidades de empleo, el desarrollo de obras de infraestructura (en especial en zonas rurales) y la transferencia de tecnología a los países receptores. (Banco Mundial, 2013)

En ese contexto una de las actividades enmarcadas en el sector de industrias manufactureras es la joyería denominada también el arte de hacer joyas cuya materia prima principal son los metales preciosos como son el oro, plata, platino, paladio, y rodio; en especial con gran demanda, el oro por ser un metal de gran versatilidad.

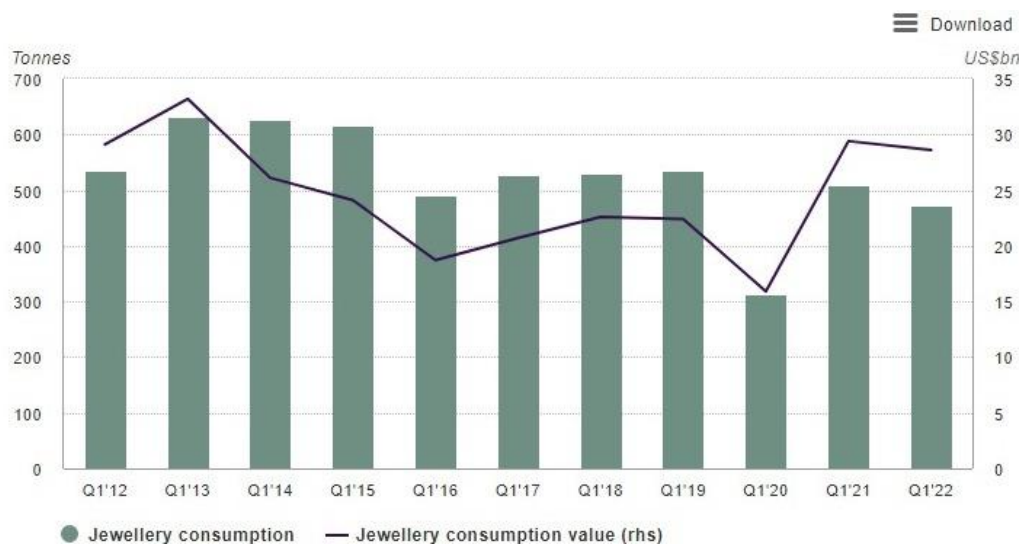
Los principales países exportadores de oro en materia bruta a nivel mundial en el año 2021 son, en primer lugar, Suiza con 78 mil millones de dólares. En segundo lugar, Emiratos Árabes Unidos con 33 mil millones de dólares. En tercer lugar, Hong Kong, China con 30 mil millones de dólares. En cuarto lugar, Estados Unidos de América con 27 mil millones de dólares y en quinto lugar Federación de Rusia con 17 mil millones de dólares, en exportaciones. Se debe tener en cuenta que Perú se encuentra en el octavo lugar en cuanto a la exportación de oro con un total de 7 mil millones de dólares (TradeMap, 2021) . Por otro lado, los principales países en exportar joyería fabricada en oro en el año 2021 fueron: en primer lugar, China con 12 mil millones de dólares, en segundo lugar, Suiza con 11 mil



millones de dólares, en tercer lugar, se encuentra Emiratos Árabes Unidos con 9 mil millones de dólares, en cuarto lugar, se encuentra Hong Kong, China con 8 mil millones de dólares y, en quinto lugar, India con 8 mil millones de dólares. El país de Perú se ubicó en el puesto 36 con 94 millones de dólares americanos, según la lista de exportadores de joyería en oro (Trademap, 2021). Como se puede apreciar en los datos anteriores, a nivel internacional, los países que lideran el mercado de exportación de oro como materia bruta, no siempre lideran también en el mercado de la joyería en oro, a pesar de tener una ventaja competitiva al tener la materia prima en sus propios países. Según los datos de (World Gold Council, 2022); la demanda de la joyería en oro a través de los años hasta el 2019, se mantuvo constante, siempre por encima de las 400 toneladas. Sin embargo, esta tendencia tuvo un pico bajo en el año 2020 debido al impacto que tuvo la pandemia del coronavirus en el comercio internacional. A partir del año 2021 se observa que lentamente la tendencia es alcista.

Figura 1

Demanda mundial de joyería en el primer trimestre en volumen y valor



Nota. Datos expresados en World Gold Council. / reproducida de Demanda mundial de joyería en el primer trimestre en volumen y valor, de World Gold Council, 2022 (www.gold.org)



El tener una oferta exportable no sólo significa, como muchos piensan, que se debe contar con los volúmenes solicitados por el importador o con un producto acorde con las exigencias del mercado de destino, sino que implica mucho más. Las empresas deben contar con cuatro componentes que se encuentran interrelacionados: Capacidad física, capacidad económica, capacidad financiera, capacidad de gestión. (MINCETUR, 2013, p. 16 -17)

En un contexto nacional, las exportaciones de joyería del Perú se vieron muy afectadas por la pandemia del coronavirus. La Gerencia de Manufacturas de la Asociación de Exportadores, señaló que la exportación total de joyería y orfebrería peruanas sumó US\$ 38 millones 735 mil entre enero y mayo del año 2022, registrando una caída de -8.9% respecto al mismo periodo del 2021 (más de US\$ 42 millones 562 mil). Los despachos de este rubro llegaron a 37 países, siendo EE.UU. (US\$ 34 millones 257 mil) el principal al concentrar el 88.4% del total, reduciendo su demanda en -6.6%. Le siguió Chile con US\$ 1 millón 466 mil, que disminuyó sus pedidos en -53.7% y concentró el 3.8% del total. Otros fueron Colombia, México, Canadá, Ecuador, Argentina, Bolivia, España y Francia. (Asociación de Exportadores, 2022)

En el contexto local, en la Ciudad del Cusco, existen empresas de joyería fina que realizan productos en oro orientado al turismo, muchos de ellos con temática incaica que es valorada por el público extranjero, principal cliente, y también consumidores locales, nacionales y los turistas que vienen a visitar Cusco.

La joyería Oro Fino ubicada en Cusco, produce joyas de oro y plata; sus productos cuentan con buena aceptación por parte de los consumidores nacionales y extranjeros; sus procesos y productos le han permitido consolidarse como una empresa exitosa en el mercado local y se encuentra en mejora continua con miras a participar en el comercio internacional a través de la exportación, sin embargo han surgido algunas dificultades en la capacidad física, económica, financiera y de gestión, que se detalla en adelante. Por lo que el presente trabajo tiene como objetivo identificar las características y procesos que deben adecuarse y mejorar para que la empresa cuente con los requisitos necesarios para considerar a sus productos como oferta exportable.



En cuanto a la capacidad física, se observa que la capacidad instalada con la que cuenta la empresa Oro Fino es reducida, se observa hacinamiento, espacios estrechos para el trabajo; al parecer la distribución del espacio con el que se cuenta no sería el adecuado, lo que genera desorden, pérdida de algunos objetos o herramientas y demoras en las actividades; así mismo se observa que la empresa cuenta con maquinaria básica como: laminadoras, serigrafiadoras, sopletes, sierras mecánicas, pulidoras y equipos tecnológicos, sin embargo carece de maquinaria especializada como grabadoras y cortadoras laser para trabajos complejos, horno eléctrico de fundir y sierras eléctricas, lo cual sería causa de que la empresa no pueda satisfacer la demanda en temporada alta, en meses de junio y julio especialmente.

En cuanto a la capacidad económica, se observa algunas dificultades por la constante fluctuación del precio del dólar y su influencia en el precio del oro, lo que estaría generando insuficiencia para la inversión en algunas temporadas; por otra parte, al parecer los accionistas no estarían realizando sus aportaciones de manera puntual generándose cierta desestabilidad y pérdida de oportunidades de venta.

En cuanto a la capacidad financiera, se observa la necesidad de recurrir a un financiamiento económico luego de la coyuntura ocasionada por la pandemia que generó una notable reducción en los ingresos de la empresa cuyo mercado más fuerte está en el turismo que actualmente se encuentra en proceso de reactivación, por ello la empresa debe recurrir a entidades financieras, las cuales no tendrían la suficiente garantía de retorno debido a que carece de historial crediticio, debiéndose recurrir a la intervención de los socios quienes estarían obteniendo créditos para la empresa a título personal.

En cuanto a la capacidad de gestión, se observan algunas irregularidades en cuanto a los acabados de los productos, a pesar de considerar que son artesanales; al parecer es resultado de la elaboración por parte de colaboradores sin especialización, a quienes se les estaría capacitando gradualmente por lo que el conocimiento de los estándares de calidad requeridos y temas referidos a la oferta exportable es aún insuficiente, a esto se suma la eventual rotación de trabajadores que se observa en la empresa, así mismo se observa una participación constante entre los colaboradores con el gerente; por otra parte se percibe que la información de los trámites para la internacionalización se manejarían parcialmente debido a que al parecer la empresa no cuenta con un especialista que asesore esta gestión.



De continuar con la situación descrita existe el riesgo de perder mercado y la dificultad de lograr oferta exportable por lo cual se realiza el estudio cuya información facilitará la toma de decisiones para revertir la situación y el crecimiento de la empresa, por lo tanto, se pretende cuenta con la información necesaria para cumplir con las exigencias que sus productos necesitan para ser considerados como oferta exportable. Se espera así mismo que la información presentada sirva como fuente útil, no solo a la empresa, en la cual se enfoca este trabajo, sino también al público enfocado al rubro de la joyería, planteándose la siguiente investigación:

1.2 Formulación Del Problema

1.2.1 Problema General

PG.- ¿Cómo es la oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023?

1.2.2 Problemas Específicos

PE1.- ¿Cómo es la capacidad física de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023?

PE2.- ¿Cómo es la capacidad económica de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023?

PE3.- ¿Cómo es la capacidad financiera de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023?

PE4.- ¿Cómo es la capacidad de gestión de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023?

1.3 Objetivos De La Investigación

1.3.1 Objetivo General

OG.- Describir cómo es la oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco - 2023

1.3.2 Objetivos Específicos

OE1.- Describir la capacidad física de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023.

OE2.- Describir la capacidad económica de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023.

OE3.- Describir la capacidad financiera de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023.

OE4.- Describir la capacidad de gestión de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023.



1.4 Justificación De La Investigación

1.4.2 Relevancia Social

La presente investigación pretende determinar si la joyería Oro Fino cuenta con oferta exportable, lo que conllevará a que pueda en un futuro próximo lograr la exportación de sus productos que beneficiaran no solo a los propietarios y colaboradores sino también a la sociedad en la medida en que generara puestos de trabajo. Por otro lado, ayudara en la contribución e incremento de recaudaciones tributarias y los ingresos por concepto de exportaciones.

1.4.3 Implicancias Prácticas

El presente trabajo tendrá implicancias prácticas debido a que la información a obtener servirá de insumo para resolver el problema suscitado en la empresa Oro fino en relación a su oferta exportable.

1.4.4 Valor Teórico

La presente investigación, sirve como referencia a futuro trabajos que busquen analizar los productos de las empresas de joyería que cuenten con potencial exportador, además de profundizar los conocimientos relacionados a la oferta exportable provenientes de teorías y publicaciones científicas.

1.4.5 Utilidad Metodológica

En la presente investigación, se trabajó en base a métodos y procedimientos de acuerdo al método científico, así como se desarrolló un instrumento fiable y que permitió medir la oferta exportable de la empresa Oro Fino, que podrá ser empleado en otras investigaciones similares.

1.4.6 Viabilidad o Factibilidad

El presente trabajo fue viable porque los investigadores contaron con acceso a la información de la empresa, tiempo y los recursos materiales suficientes para realizarlo.

1.5 Delimitación de la Investigación

1.5.2 Delimitación Temporal

La presente investigación se realizó en el primer semestre del año 2023.



1.5.3 Delimitación Espacial

La joyería Oro Fino, se encuentra ubicada en el Departamento del Cusco, Provincia de Cusco, Distrito de Cusco. Con dirección en Av. El sol N° 457, interior 101.

1.5.4 Delimitación Conceptual

La presente investigación corresponde a la especialidad de Gestión y Desarrollo en Administración de Negocios Internacionales; en línea de investigación de Proyectos de Exportación.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

2.1.1.1 Antecedente Internacional I

Aguirre Lituma (2017) en su investigación titulada “Análisis de la oferta exportable potencial en la provincia de Manabí”, realizada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Ecuador, para obtener el Título De Ingeniera En Comercio Y Finanzas Internacionales Bilingüe, cuyo objetivo fue: Analizar la oferta exportable potencial de productos no tradicionales e innovadores originarios de la provincia de Manabí y su potencial mercado internacional; con un enfoque mixto, llega a las siguientes conclusiones:

Primero: La problemática que atraviesan los productores de Manabí se refleja en la necesidad de diversificar su oferta exportable, tratando de dar cabida o mayor prioridad a aquellos no tradicionales, con la finalidad de que su diferenciación, lo convierta en un aspecto que pudiera otorgar valor agregado al momento de ser exportado. Actualmente, no sólo la provincia de Manabí, sino el Ecuador en general se fundamenta en una economía denominada extractivista, la cual consiste en un modelo primario exportador de bienes tradicionales; ante lo cual se considera conveniente identificar productos que tengan gran potencial de exportación.

Segundo: Al analizar los diferentes campos en los que la provincia de Manabí se destaca, es indiscutible que en la confección de artesanías autóctonas como el caso del sombrero de paja, tiene una ventaja competitiva sobre las demás provincias, ya que el sombrero de paja toquilla o mocora es un producto que se ha posicionado de manera importante a nivel internacional, puesto que son comercializados a un alto valor en distintos mercados, y siendo Manabí una provincia en la que se dan importantes cultivos, podría mejorar su productividad y volverse aún más importante en la economía ecuatoriana.



Tercero: Por este motivo, el mecanismo apropiado para aprovechar su potencial de exportación sería mediante la aplicación de un modelo asociativo enmarcado en la economía popular y solidaria, el mismo que busca que los artesanos se asocien para compartir tecnología, conocimiento, infraestructura; para que de esta manera se puedan incrementar sus niveles de producción, sean más competitivos y por ende tengan mejores réditos a través de la producción con valor agregado.

2.1.1.2 Antecedente Internacional II

Garzón Cordero y Lucero Jara en el (2018) en su investigación titulada “Diagnóstico de la oferta exportable de los cantones Paute y Guachapala”, realizada en la Universidad de Azuay - Ecuador; para obtener la Licenciatura en Estudios Internacionales mención bilingüe en Comercio Exterior, cuyo objetivo fue de saber si en un futuro existe la posibilidad de que sea factible o no la exportación de los productos que provengan de esta zona tomando en cuenta los diferentes actores y factores que participan en lo que es la producción y cuáles serían las medidas necesarias a tomar en esto; con un enfoque cualitativo, llega a las siguientes conclusiones:

Primero: En lo que respecta a Paute, se ha podido identificar que tanto los productores individuales, como las asociaciones no cuentan con una estructura definida y ordenada en la cual se pueda guiar y dirigir. Es necesario la creación de un plan estratégico dentro del cual se establezcan principalmente objetivos a corto y largo plazo, organigramas funcionales, presupuestos generales tanto anuales como mensuales, informes de resultados y de flujos de caja, y de igual manera presupuesto destinado para el área de marketing y ventas.

Segundo: En productores individuales como en asociaciones, la asistencia técnica y la ejecución de proyectos de mejoramiento es una de las principales fortalezas, por lo cual se debe seguir trabajando y realizar siempre mejoras constantes. El producto que ingresa desde el Perú y las plagas que este trae al momento de su ingreso han sido los principales problemas que han



afectado la producción tanto de las asociaciones como de los productores individuales de los cantones de Paute y Guachapala.

Tercero: Con respecto a los productores de tomate de invernadero de Paute, específicamente de la zona de Bulán, se observó que existe gran cantidad de producción, pero al trabajar cada productor por su cuenta no representan un mayor peso dentro del mercado, por lo cual resulta oportuno mencionar que sería de gran beneficio para todos los productores si se asociaran y formaran entre todos los socios un centro de acopio para el tomate, así se verían beneficiados porque existiría una mayor producción de tomate y pudieran realizar convenios ya sea con supermercados o empresas que se dediquen a la elaboración de productos derivados del tomate para su venta. De igual manera, como asociación podrían empezar a elaborar productos derivados del tomate, para así generar valor agregado en su producción y obtener mayores ganancias.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

2.1.2.1 Antecedente Nacional I

Solis Serazo en el (2019) en su investigación titulada “Factores de la oferta exportable en las empresas de joyería en plata y filigrana en el distrito de San Jerónimo de Tunán - Junin”, realizada en la Universidad Continental, para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, cuyo objetivo fue: Determinar los factores de la oferta exportable en las empresas de joyería en plata y filigrana en el distrito de San Jerónimo de Tunán, 2018; con enfoque cualitativo, llega a los siguientes conclusiones:

Primero: En base a la información recopilada y teoría manejada, las maquinarias y equipos que se utilizan representan la capacidad física y productiva, que las empresas carecen, por ello, la inversión es uno de los motivos para generar mayor producción y de esta manera, cubrir lo invertido, esta situación define el precio al cual será comercializado. La materia prima que se



hace uso viene a ser la materia extraída de la naturaleza para ser transformada, resaltando su importancia frente a las exigencias como los estándares del mercado internacional, como la pureza del metal garantizando la calidad; finalmente el envase, empaque y embalaje, vienen a ser los materiales destinados a contener mercancías, tomando en cuenta el destino del producto, desde simples a más elaborados. La demanda de joyas se incrementa debido a que el producto que se ofrece cubre las expectativas del cliente, además, indirectamente motiva la aparición de nuevos competidores. Diciembre es la temporada más alta, a diferencia de otro mes, pero las empresas cuentan con stock; el proceso productivo, es secuencial, a partir de la adquisición de materia prima, fundición, laminación, el tejido y blanqueado, aplicando las técnicas, implementando tecnología en maquinarias y equipos, además, del profesionalismo correspondiente, pero, se cuenta con un cuello de botella respecto al diseño, el rellenado en filigrana. La producción de joyas viene a ser la actividad que realiza una empresa para producir de forma secuencial, en base a un proceso desde la adquisición de la materia prima, fundición, laminación, el tejido y blanqueado, aplicando las técnicas, implementando tecnología en maquinarias y equipos, además, del profesionalismo correspondiente.

Segundo: En base a la información recopilada y la teoría utilizada, el financiamiento de una empresa facilita que el negocio sea sostenible, existen diversas formas de 147 financiamiento, como los bancos, las ventas de contratos, y el Sepymex dependiendo el tipo de tasa. El financiamiento permite contar con el capital de trabajo que representa la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades, para ello es necesario contar con una capital propio o financiado por terceros, generando gastos económicos que se incurre en la fabricación de productos, finalmente estableciendo el precio como la cantidad de dinero que permite la adquisición de un bien. Respecto a los costos vienen a ser los gastos económicos que se incurre en la fabricación de productos, estableciendo el precio, para la obtención posterior de ganancias en base a las características del producto como calidad, pureza. El precio es la cantidad de dinero que permite la



adquisición de un bien, en base al precio de mercado, siendo un factor determinante para la comercialización.

Tercero: En base a la información recopilada y la teoría utilizada, la capacidad de gestión, en base a la cultura de la empresa, permite que los colaboradores estén alineados con los objetivos y metas, para producir en base a la obtención de un producto de calidad, cumpliendo con las expectativas del cliente como un buen diseño (nuevos productos de joyería aseguran su compra, siempre que se ajusten a las preferencias de los clientes.), pureza, por lo que es importante que las empresas consignen las características técnicas de los productos de joyería. Además, los recursos humanos dentro de la capacidad de gestión representan el factor importante dentro de las empresas, aunque, dentro del rubro la rotación es alta debido a la pretensión económica y a otras oportunidades.

2.1.2.2 Antecedente Nacional II

Arce Calero y Condor Llanos (2019) en su investigación titulada “Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú” realizada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; para obtener el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, cuyo objetivo fue: Determinar en qué medida el desarrollo de los componentes de la oferta exportable les permiten exportar a la asociación de productores de maca en la provincia de Junín – Perú; con un enfoque cuantitativo, llega a las siguientes conclusiones:

Primero: Se comprueba que existe correlación alta de 0.839 entre la capacidad física y el proceso de exportación en los productores de maca de la provincia de Junín – Perú.



- El 20 % de los productores tienen alta capacidad de producción y generalmente son los que tienen más de 10 años cultivando. Los demás tienen poca producción.
- Sus procesos productivos son empíricos y no automatizados, por tanto, sus procesos son deficientes y su nivel de tecnología usado es bajo.
- Los estándares de calidad son altos ya que son cultivos orgánicos por naturaleza, esto se debe a las condiciones climáticas extremas que están exentas de plagas, sin embargo, solo 2 productores cuentan con certificación orgánica.

Segundo: Se comprueba que existe correlación alta de 0.858 entre la capacidad económica - financiera y el proceso de exportación en los productores de maca de la provincia de Junín – Perú.

- Según los datos obtenidos de la encuesta, se evidenció que los productores cuentan con un limitado capital de trabajo, esto les dificulta incursionar en la exportación.
- La mayoría no cuenta con acceso a créditos financieros porque no están bancarizados o de lo contrario el crédito agrícola es muy limitado por ser de alto riesgo.
- Los productores están acostumbrados a la venta local con pago en efectivo, por tanto, no cuentan tampoco con capacidad para otorgar créditos comerciales de exportación.

Tercero: Se comprueba que existe correlación alta de 0.735 entre la capacidad de gestión y el proceso de exportación en los productores de maca de la provincia de Junín – Perú.

- La mayoría de productores encuestados no conocen del proceso de exportación y menos tiene experiencia en ello.



- El 40% de los entrevistados no son formales. El 50% cuenta con persona natural con negocio y solo el 10% cuentan con una empresa constituida.
- La mayoría no cuenta con una motivación por la exportación ya que no conocen y prefieren la estabilidad de la venta local. Es decir, no existe una cultura exportadora, sin embargo, los hijos si muestran interés en incursionar en las exportaciones.

Cuarto: Se comprueba que existe correlación alta de 0.942 entre la oferta exportable y el proceso de exportación en los productores de maca de la provincia de Junín – Perú. El resultado final evidenció que los productores de maca en la provincia de Junín-Perú cuentan con:

- MODERADA capacidad física
- LIMITADA capacidad económica-financiera
- NULA capacidad de gestión

2.1.3 Antecedentes Locales

2.1.3.1 Antecedente Local I

Canal Baca & Mamani Suarez (2017) en su investigación titulada “Potencialidades y limitaciones para la exportación de joyas de plata en las micro y pequeñas empresas productoras del Cusco - 2016”, realizada en la Universidad Andina del Cusco, para optar el título profesional de licenciadas en administración , cuyo objetivo general fue: Conocer las potencialidades y limitaciones para la exportación de joyas de plata en las micro y pequeñas empresas productoras del Cusco -2016, con enfoque cuantitativo, llega a las siguientes conclusiones:

Primero: Las micro y pequeñas empresas productoras de joyas de plata para la exportación poseen alto nivel de potencialidades (92.6%), siendo las potencialidades más representativas de ser el Perú un país joyero por tradición, la experiencia laboral que tienen en joyería es muy buena, la producción con



diseños étnicos con raíces culturales tradicionales, para la producción de joyas existe una mano de obra calificada y barata, finalmente los empresarios son creativos y emprendedores. Sin embargo, también las micro y pequeñas empresas productoras de joyas de plata para la exportación tienen un alto nivel de limitaciones (77.8%), siendo las limitaciones que no ayudan a la exportación de joyas de plata en orden de prioridad: la experiencia en mercadeo y comercio internacional, la limitada capacidad financiera en la que trabajan y la escasa capacidad gerencial que tienen en la conducción de sus empresas.

Segundo: Las micro y pequeñas empresas productoras de joyas de plata para la exportación tienen muchas potencialidades, entre los que más destacan son: el Perú es conocido en el mercado internacional por ser un país joyero por tradición (96.3%); por otro lado, la experiencia laboral (88.9%) que poseen estos empresarios porque han aprendido desde muy jóvenes, muchos de ellos han heredado de sus familiares que fueron joyeros; otra potencialidad es la producción con diseños étnicos con raíces culturales tradicionales (85.2%) que son muy aceptados en el mercado internacional, también en el mercado laboral existe un alto potencial de mano de obra calificada y barata (77.8%); finalmente los empresarios que producen joyas de plata son creativos y emprendedores (59.3%) porque son empresarios tienen una gran confianza en sí mismo, así como tienen un espíritu emprendedor para desarrollar sus actividades empresariales.

Tercero: Las micro y pequeñas empresas productoras de joyas de plata para la exportación, tienen muchas limitaciones que no facilitan la exportación de joyas de plata, estos factores limitantes son: la escasa capacidad financiera (92.6%) porque no cuenta con recursos financieros suficientes y tienen dificultades para acceder al financiamiento bancario; otra limitante es el alto nivel de desconocimiento y experiencia en mercadeo (88.9%) en comercio internacional, ello conlleva a que manejan escasos niveles de información de los mercados internacionales, tienen poca presencia en los mercados extranjeros, tienen muchas dificultades para intensificar sus actividades de promoción para



exportar, tienen dificultades en el envío de sus productos; otra de las limitantes es la capacidad gerencial (77.8%) porque tienen poco conocimiento de los procesos de exportación, por lo que la mayoría exporta a través de intermediarios; por otro lado, los empresarios joyeros tienen estructuras organizativas débiles para la exportación, manejan precariamente el internet para sus negocios, desarrollan los costos de producción muy elementales, trabajan en forma aislada y no asociativamente.

2.1.3.2 Antecedente Local II

Botto Novoa y otros (2007) en su investigación titulada “El maíz blanco gigante Cusco, Una propuesta estratégica para su exportación a España”, realizada en la Universidad Católica del Perú - Lima, para optar el título de magister en administración estratégica de empresas, cuyo objetivo fue: Proponer las estrategias para mejorar la oferta exportable del maíz blanco gigante Cusco hacia el mercado español con productos de valor agregado, aprovechando la tendencia creciente del consumidor español hacia el consumo de alimentos saludables, nutritivos y con denominación de origen; con enfoque cualitativo, llega a las siguientes conclusiones:

Primero: El maíz blanco gigante Cusco con valor agregado se muestra como una alternativa para la diversificación de la oferta exportable peruana, debido principalmente, a los siguientes motivos: (a) presenta atributos diferenciados en comparación con la variedad comercial procedente de otros mercados, los mismos que con nuevas presentaciones podrían facilitar su ingreso al mercado internacional; (b) los principales mercados internacionales muestran una tendencia a preferir productos naturales, debido básicamente, a la alta conciencia del cuidado de la salud; (c) a la creciente demanda española del maíz blanco gigante Cusco en los últimos años; y (d) a la falta de propuestas del producto con valor agregado en las exportaciones que se han venido realizando, toda vez que principalmente se exporta como grano, lo cual no favorece la economía de exportadores ni de agricultores y refuerza la imagen del país como exportador de productos primarios.



Segundo: El maíz blanco gigante Cusco se produce en el valle sagrado de los incas, pero debido a las condiciones climáticas y geográficas de la zona, no ha sido posible el cultivo de este producto con el mismo nivel de calidad fuera de su hábitat natural. Esto ha contribuido fuertemente para la obtención de la denominación de origen y para potenciar su exportación.

Tercero: No es factible incrementar el área de cultivo del maíz blanco gigante Cusco. En tal sentido, la alternativa para mantener una oferta exportable sostenible se soporta en acciones que permitan elevar el nivel de rendimiento de producción en el valle sagrado de los incas.

2.2 Bases Teóricas

Las siguientes bases teóricas permiten sustentar la presente investigación, considerando conceptos relacionados al tema desarrollado, que tienen por objetivo, servir como sustento y fundamentar de mejor forma el significado de la variable y sus dimensiones.

2.2.1 Oferta Exportable

Según MINCETUR (2013), refiere:

El tener una oferta exportable no sólo significa, como muchos piensan, que se debe contar con los volúmenes solicitados por el importador o con un producto acorde con las exigencias del mercado de destino, sino que implica mucho más. Las empresas deben contar con cuatro componentes que se encuentran interrelacionados: Capacidad física, capacidad económica, capacidad financiera, capacidad de gestión. (p. 17-18)

Según MINCETUR (2014), una oferta exportable es un producto que cuenta con todas las características necesarias para que una empresa pueda exportarlo, dicha empresa tiene mercados externos potenciales. El concepto de oferta exportable involucra cuatro capacidades corporativas: capacidad de producción, de economía y finanzas, de comercio y, finalmente, de personal y gestión.

Según el MINCETUR, en el PENX Plan Estratégico Nacional Exportador 2025 (2015), refiere que el desarrollo de la oferta exportable está orientada a impulsar el



desarrollo productivo nacional de bienes y servicios competitivos y sostenibles a nivel internacional a través del desarrollo de instrumento, mecanismos e iniciativas.

2.2.1.1 Oferta

Según Astudillo (2012):

La oferta se define como el monto que los productores están dispuestos a vender en el mercado durante un periodo dado a un precio específico, está constituida por todas las mercancías producidas o que se encuentran en el mercado, que pueden ser bienes o servicios y son ofrecidas al consumidor por los productores y distribuidores en los diversos mercados y a distintos precios. (p. 62)

Según Mankiw (2020), define la oferta de la siguiente manera: “La cantidad ofrecida de cualquier bien o servicio es la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender” (p. 73)

Según Parkin (2018), la oferta se puede definir como la cantidad de bienes y/o servicios que diferentes organizaciones, empresas o personas desean vender en el mercado, en un tiempo y espacio determinados, y por un valor monetario específico.

2.2.1.2 Exportación

“Es la venta de productos y servicios de forma directa o indirecta hacia mercados extranjeros utilizando las facilidades de producción de una organización en su país de origen” (Leonidou, 2010, citado en Domínguez, 2012)

Escalón (2013, citado en Landín, 2018) define que la exportación es la comercialización, distribución y disposición de un producto hacia el mercado internacional, lo hace que se genere una inversión de recursos por parte de una organización en cualquier país.



A continuación se desarrollará cuatro capacidades que ayudarán a analizar la variable de estudio en base a la fuente de (MINCETUR, 2013) que se utilizó para dimensionar el presente trabajo.

2.2.2 Capacidad Física

“Está referida a la capacidad instalada con la que se cuenta, considerando insumos, tecnología y volúmenes de producción que permitan atender la demanda reduciendo cualquier contratiempo, buscando siempre cumplir con los requerimientos de los clientes” (MINCETUR, 2013, p. 17-18)

2.2.2.1 Materias Primas

Según García (2017) indica que: “Es el bien que tiene como finalidad la transformación, durante un proceso de producción hasta convertirse en un elemento de consumo.”

Pino (2020) indica que: Es un elemento básico que es indispensable en el proceso de elaboración, ya que de esta manera se puede obtener un producto reciente conforme por técnicas establecidas a especificaciones, incorporándose y conservando o no sus propiedades físicas y químicas auténticas.

2.2.2.2 Maquinarias

Según Méndez (2019): “Son dispositivos mecánicos que permiten transformación y poder realizar una acción determinada”.

Universidad de la Rioja (2021): Las maquinarias son una agrupación de piezas unidas entre sí, que les permiten ser móviles y están accionadas por un dinamismo o fuerza distinta de la humana.

2.2.2.3 Capacidad de Producción

Según Corvo (2019): “Volumen máximo de productos que puede generar una planta o empresa de manufactura en un período determinado, utilizando los recursos disponibles”.

Betancourt (2016): Es definido como la cantidad de producción obtenido, almacenado o fabricado en un determinado periodo, siendo de utilidad el bien que produce la empresa, ya sea intangible o no.



2.2.3 Capacidad Económica

Según, Torre Padilla (2015) define la capacidad económica de la siguiente manera: “La capacidad económica de la empresa está dada por la condición que tiene para hacer frente a las inversiones, empleando sus fondos de manera eficiente y efectiva para alcanzar sus objetivos” (p. 57)

Según MINCETUR (2013) es la capacidad de enfrentar las actividades de exportación y los costos que implica el proceso, utilizando recursos y capital propios de manera eficiente, adaptados a las condiciones del entorno competitivo para lograr sus objetivos.

2.2.3.1 Inversión

Según Masse (1974, citado en García Martínez y otros, 2007) Invertir significa renunciar a una satisfacción inmediata y segura a cambio de la expectativa de un beneficio futuro, asumiendo el riesgo de que las cosas no salgan como se espera. El dinero invertido se utiliza como soporte para esta expectativa.

Pérez y Merino (2022): En el sentido económico, la inversión es una disposición de capital para adquirir una utilidad a largo plazo. Esta aportación supone una ganancia que resigna un rendimiento inmediato por uno futuro y, por lo general, incierto.

2.2.3.2 Recursos Propios

De acuerdo a García, en (2017), se tiene el siguiente concepto:

El término recursos propios hace referencia a las aportaciones de los accionistas o socios que suscriben el capital de una compañía, los beneficios obtenidos que no hayan sido repartidos entre sus accionistas en forma de dividendos, así como las reservas que tienen para afrontar las situaciones extraordinarias.



Según Burguillo (2015): Los recursos propios son las contribuciones de los socios que suscriben el patrimonio de una empresa, y los fondos de reservas para situaciones de emergencias y las utilidades generadas no divididas entre los accionistas en forma de dividendos.

2.2.3.3 Financiamiento interno

“Es aquel que procede de los recursos proporcionados por los dueños de la empresa, y se ve reflejado en el activo” (Molina, 1996, citado por Longroño Chinche, 2020, p.50)

El financiamiento interno es aquella fuente de ingreso que la propia empresa u organización genera con sus propios recursos sin requerir de fuentes externas. Estas pueden ser beneficios, amortizaciones, provisiones y provisiones. (Suarez, 2008, citado en Castro Gamero, 2019)

2.2.4 Capacidad Financiera

“Se entiende por ésta a la alternativa de cubrir una necesidad de recursos a través de endeudamiento con terceros” (MINCETUR, 2013, p. 17-18)

La capacidad financiera de una empresa puede determinar si una empresa es competitiva o no en los mercados internacionales debido a que significa contar con los recursos financieros disponibles que sean necesarios para poder llevar a cabo un plan de exportación. Por ello, es importante tener flujos de efectivo y proyecciones financieras que muestren la rentabilidad del plan de negocios y en base a esta información decidir si realizar la exportación o no. (Nacional Financiera NAFINSA, 2006, citado en Ibarra Morales y otros, 2016)

2.2.4.1 Capacidad de endeudamiento

Galán (2019) define la capacidad de endeudamiento de la siguiente manera: “Cantidad máxima que una empresa puede asumir, sin tener que llegar a problemas de solvencia económica”.



Según Pinzón (2021) es la capacidad que se tiene para hacer frente a una deuda. Esta capacidad se define en base al historial crediticio, los ingresos, deudas vigentes y proyecciones de intereses a pagar.

2.2.4.2 Financiamiento externo

Abrahám (1998, citado por Longroño Chinche, 2020) refiere:

El financiamiento externo son aquellas cantidades de dinero que nacen para enfrentar la escasez de los recursos propios de las empresas y de alguna manera no se pueden solventar de manera apropiada sus actividades operacionales, por lo cual nace el afán de llegar a tener más recursos mediante el entorno de la empresa. (p. 52)

Son fuentes de financiamiento que se obtiene por fuentes externas a la empresa los cuales pueden ser aportaciones de capital de los socios o por medio de créditos bancarios. (Casanova y Beltrán 2013, citado por Castro Gamero, 2019)

2.2.4.3 Solvencia económica

La Contaduría General de la Nación de Colombia (2010) define la solvencia de la siguiente manera:

“Capacidad de pago de una persona o una entidad para responder por su pasivo. Ausencia de deudas o capacidad de cumplirlas en los montos y plazos establecidos” (p. 106)

Según Mejía (2012) la solvencia económica de una empresa se define como la capacidad que tiene para generar liquidez por medio de los activos que posee, y de esta forma cumplir con sus obligaciones financieras, operativas y comerciales.

2.2.5 Capacidad de Gestión

“Es el grado que se debe alcanzar para posicionar un producto de manera competitiva en el mercado internacional, siguiendo objetivos que se logran con el



respaldo de profesionales capacitados e idóneos para implementar una estrategia de internacionalización” (MINCETUR, 2013, p. 17-18)

La capacidad de gestión es una destreza que se desarrolla la habilidad de identificar problemas, recopilar información importante y tomar la mejor decisión para resolver el problema, como también manejar la disponibilidad de recursos. (Ayala, 2005, citado por Cevallos Vique y otros, 2020)

2.2.5.1 Capital Humano

Según Chiavenato (2011) Es la importancia del capital humano, que está compuesto por las habilidades, talentos y competencias de las personas. La competencia de una persona se refiere a su habilidad para desenvolverse efectivamente en múltiples situaciones y crear valor, ya sea tangible o intangible.

Según Navarro (2005) El capital humano es el valor con la que cuenta una empresa por las habilidades, capacidades y conocimientos y experiencias que poseen los trabajadores de dicha empresa, los cuales les ayuda a tomar decisiones y a relacionarse con los demás.

2.2.5.2 Objetivos de Gestión

Respecto a los objetivos de una empresa, Arce (2010) refiere que:

Toda organización económica tiene por lo menos tres objetivos generales: supervivencia, crecimiento y utilidades, es decir, tres “voluntades organizacionales” independiente de las voluntades de los ejecutivos. Además, tiene objetivos particulares que dependen de los deseos de los gerentes. Estos objetivos “contingentes” implican metas cifradas (p. 193)

Según Mochón en el (2015) los objetivos de gestión se enfocan en la toma de decisiones, que determinan cuanto producir y como realizarlo.

2.2.5.3 Internacionalización

Crespo & Leal (2012) consideran que:



Las empresas buscan la asignación óptima de recursos buscando las materias primas en los mercados más favorables, realizan la transformación en las localizaciones idóneas y deben enviar sus productos o servicios a mercados tan amplios como les permita su dimensión física y su estructura organizativa. (p. 56)

La internacionalización es una importante alternativa para las Mypes, por lo que Frohmann, Mulder, Olmos & Urmeneta (2016), refiere: Genera impactos positivos a nivel de productividad, en la incorporación de novedad, en la calidad del empleo y en el nivel de sus salarios. La internacionalización es decisiva para la diversificación productiva, la cual a su vez impulsa el desarrollo económico, por ello, desarrollar mejores políticas y herramientas de apoyo a la internacionalización de estas empresas es un aporte para un desarrollo más inclusivo.

2.3 Marco Conceptual

- **Administración:** “El proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional” (Hitt y otros, 2016, p. 18)
- **Asesoría:** “La asesoría se parece el enfoque de la tutoría, pero difiere en un aspecto: se presenta cuando surge algún problema de desempeño y el enfoque de la discusión se relaciona con un proceso de disciplina” (Chiavenato, 2009, p. 418)
- **Bienes:** “Bien es todo aquello que satisface, directa o indirectamente, los deseos o necesidades de los seres humanos” (Mochón y Beker, 2008 citado en Ledesma, 2010, p.8)
- **Calidad:** “Es la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades establecidas implícitas” (Alfaro Calderón, 2009, p. 6)
- **Capacidad:** “Es una habilidad general de carácter cognitivo que utiliza o puede utilizar el aprendizaje para aprender. El carácter fundamental de la capacidad es cognitivo” (Latorre Ariño, 2015, p. 1)
- **Consolidación:** “La Consolidación es la obtención de un balance de situación, una cuenta de resultados y una memoria que resuma las operaciones de un conjunto de empresas que



están tan relacionadas que económicamente funcionan como una unidad. Es decir, que existe una unidad de decisión” (Asturias Corporación Universitaria, 2018, p. 3)

- **Demanda:** “Son deseos de un producto específico respaldadas por la capacidad de pago” (Kotler & Keller, 2016, p. 9)
- **Eficiencia:** “Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado. Capacidad de lograr los resultados deseados con el mínimo posible de recursos” (Real Academia Española, 2022)
- **Exigencia:** “Acción y efecto de exigir. Pretensión caprichosa o desmedida” (Real Academia Española, 2022)
- **Finanzas:** “Se puede definir como el conjunto de actividades que, a través de la toma de decisiones, mueven, controlan, utilizan y administran dinero y otros recursos de valor” (García Padilla, 2014, p. 1)
- **Marketing:** “Marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procedimientos existentes para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general” (American Marketing Association, 2008, citado en Kotler & Keller, 2016, p. 5)
- **Mercado potencial:** El mercado potencial es el conjunto de consumidores que presenta un nivel de interés lo suficientemente elevado por la oferta del mercado. Sin embargo, el interés del consumidor no es suficiente para definir el mercado a menos que tenga también un ingreso suficiente y acceso al producto. (Kotler & Keller, 2016, p. 86)
- **Mercancía:** “Cosa mueble que se hace objeto de trato o venta. Trato de vender y comprar comerciando en géneros” (Real Academia Española, 2022)
- **Organización:** La organización es pues un sistema orgánico inmerso en un medio hostil con el que se intercambia energía, materia información y dinero, es decir, que la organización es un sistema socio-técnico abierto, el cuál posee, relaciones de entradas (insumos), salidas (productos) y retroalimentación o ciclos de retorno para modificar el propio sistema, en estructura, operación, función o propósito, permitiendo su permanencia en el tiempo, además de procesos internos de readaptación, construcción y auto reparación, que le permiten interrelacionarse adecuadamente con un entorno. (Velásquez Contreras, 2007, p. 132)



- **Producción:** Es el valor total de los trabajos tanto en obra nueva como en restauración o gran reparación, realizados en el período correspondiente con independencia del período en que se comenzaron o terminaron las obras. Se incluyen las ventas netas, la variación de existencias de obras en curso y de obras terminadas, y otros ingresos (trabajos realizados para el inmovilizado, subvenciones a la explotación y otros ingresos de gestión). (Instituto Vasco de Estadística, 2022)

2.4 Caracterización de la empresa

2.4.1 Descripción de la empresa

La joyería Oro Fino ubicada en Cusco, produce joyas de oro y plata; sus productos cuentan con altos estándares de calidad y tiene buena aceptación por parte de los consumidores nacionales y extranjeros; sus procesos le han permitido consolidarse como una empresa exitosa en el mercado local.

2.4.2 Misión

Somos una empresa que se dedica a la comercialización y producción de joyería, nuestro propósito y fin es el de brindar piezas finas de joyería con altos estándares de calidad que representen momentos especiales.

2.4.3 Visión

Incrementar y fortalecer a nuestra empresa como la mejor en la producción de productos de joyería de alta gama, con un calificado equipo de humano, para ser una joyería líder a nivel nacional e internacional.

2.4.4 Reseña histórica

Joyería oro fino, nace de una joven aguerrida y emprendedora y de un joyero con más de 20 años de experiencia en el sector, de realizar trabajos de joyería para otra empresa, a conformar la suya propia, enfocándose en fabricar orfebrería de alto nivel y garantía de calidad en joyas a un precio más accesible.

Para el año 1987 nace Joyería Oro Fino, una empresa basada en la riqueza cultural que posee nuestro país, dedicada a la producción de joyería en alta gama de oro 24 kl, plata 925, baños en rodio y oro.



Posee un valor agregado fundamental que se enfoca en la exclusividad del diseño basado en la riqueza cultural que posee nuestro país, así como sus acabados finos que son un sello de la joyería Oro Fino

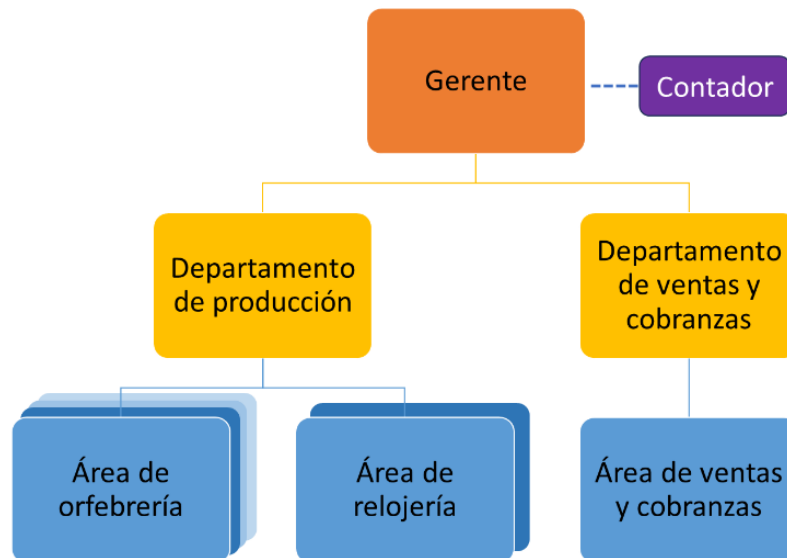
2.4.5 *Objetivos empresariales*

- **A corto plazo:** Lograr el reconocimiento en la ciudad del Cusco por ser una joyería que brinda productos de primera calidad, 100% de piezas artesanales, con diseños únicos y exclusivos y finos acabados.
- **A mediano plazo:** Contar con sucursales en las ciudades de masiva concurrencia turística dentro de Perú como Lima, Arequipa y Trujillo
- **A largo plazo:** Alcanzar un posicionamiento y reconocimiento de marca en Perú, logrando ubicarse dentro de las tres mejores joyerías artesanales del país.

2.4.6 *Organigrama*

Figura 2

Organigrama de la empresa Oro Fino



Nota: Elaboración propia



2.5 Variable(s)

2.5.1 *Variable*

Oferta Exportable

Según MINCETUR (2013), refiere:

El tener una oferta exportable no sólo significa, como muchos piensan, que se debe contar con los volúmenes solicitados por el importador o con un producto acorde con las exigencias del mercado de destino, sino que implica mucho más. Las empresas deben contar con cuatro componentes que se encuentran interrelacionados: Capacidad física, capacidad económica, capacidad financiera, capacidad de gestión. (p. 17-18)



2.5.2 Conceptualización de la Variable

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco - 2023

Tabla 1

Conceptualización de la variable Oferta Exportable

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable de estudio Oferta Exportable Según MINCETUR (2013), refiere: El tener una oferta exportable no sólo significa, como muchos piensan, que se debe contar con los volúmenes solicitados por el importador o con un producto acorde con las exigencias del mercado de destino, sino que implica mucho más. Las empresas deben contar con cuatro	Dimensión 1: Capacidad Física “Está referida a la capacidad instalada con la que se cuenta, considerando insumos, tecnología y volúmenes de producción que permitan atender la demanda reduciendo cualquier contratiempo, buscando siempre cumplir con los requerimientos de los clientes” (MINCETUR, 2013, p. 17-18)	<ul style="list-style-type: none"> • Materias Primas • Maquinarias • Capacidad de Producción
	Dimensión 2: Capacidad Económica Según Torre Padilla, (2015) define la capacidad económica de la siguiente manera: “La capacidad económica de la empresa está dada por la condición que tiene para hacer frente a las inversiones, empleando sus fondos de manera eficiente y efectiva para alcanzar sus objetivos” (p. 57)	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión • Recursos propios • Financiamiento interno
	Dimensión 3: Capacidad Financiera “Se entiende por ésta a la alternativa de cubrir una necesidad de recursos a través de endeudamiento con terceros” (MINCETUR, 2013, p. 17-18)	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de endeudamiento • Financiamiento externo • Solvencia económica



componentes que se encuentran interrelacionados: Capacidad física, capacidad económica, capacidad financiera, capacidad de gestión. (p. 17-18)	Dimensión 4: Capacidad de Gestión “Es el grado que se debe alcanzar para posicionar un producto de manera competitiva en el mercado internacional, siguiendo objetivos que se logran con el respaldo de profesionales capacitados e idóneos para implementar una estrategia de internacionalización” (MINCETUR, 2013, p. 17-18)	<ul style="list-style-type: none">• Capital humano• Objetivos de Gestión• Internacionalización
--	---	--

Nota: Elaboración propia



2.5.3 Operacionalización de la Variable

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco - 2023

Tabla 2

Operacionalización de la variable

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Oferta Exportable	Capacidad Física	<ul style="list-style-type: none">• Materias Primas• Maquinarias• Capacidad de Producción
	Capacidad Económica	<ul style="list-style-type: none">• Inversión• Recursos propios• Financiamiento interno
	Capacidad Financiera	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad de endeudamiento• Financiamiento externo• Solvencia económica
	Capacidad De Gestión	<ul style="list-style-type: none">• Capital humano• Objetivos de Gestión• Internacionalización

Nota: Elaboración propia



CAPÍTULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque de investigación

Según Hernández, Fernandez & Baptista (2014):

El enfoque cuantitativo, representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones. (p. 4)

Establecida esta definición la presente investigación corresponde al enfoque cuantitativo porque se analizará la variable oferta exportable en función a los resultados y análisis estadísticos obtenidos de la recolección de datos.

3.2 Alcance de investigación

Según Hernández, Fernandez & Baptista (2014) describe el alcance descriptivo como:

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas. (p. 92)

La presente investigación es de alcance descriptivo porque se busca describir las características de la oferta exportable de la empresa y los procesos que intervienen en su fabricación, para determinar si la misma cuenta con oferta exportable.



3.3 Diseño de investigación

Según Hernández, Fernandez & Baptista (2014) describe el diseño no experimental como:

Se define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios en los que no varía en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos. (p. 152)

La presente investigación corresponde a un diseño no experimental debido a que no se va a manipular la variable de estudio, solo se pretende estudiar dicha la variable y sus dimensiones.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población de objeto de estudio está conformada por treinta personas que laboran en la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco, por ser un numero manejable todas intervendrán en la investigación.

3.4.2 Muestra

Se utilizó el muestreo censal por ser la población un número no tan amplio y por ende manejable.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas

La técnica utilizada para llevar a cabo la investigación fue la encuesta

3.5.2 Instrumento

El instrumento utilizado para llevar a cabo la investigación fue el cuestionario

3.6 Procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos se utilizará el programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), y el Excel.



CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.1. Presentación y Fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1. Presentación del instrumento

Para describir la oferta exportable en oro de la Joyería Oro Fino en Cusco – 2023, se encuestó a 30 trabajadores, en el que se considera 46 ítems distribuidos de la siguiente manera.

Tabla 3

Distribución de los ítems del cuestionario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	
Oferta Exportable	Capacidad Física	Materias primas	1,2,3,4,5	
		Maquinarias	6,7,8,9,10	
		Capacidad de producción	11,12,13	
	Capacidad Económica	Inversión	14,15,16,17	
		Recursos propios	18,19,20	
			Financiamiento interno	21,22
	Capacidad Financiera	de	Capacidad endeudamiento	23,24
			Financiamiento externo	25,26,27
			Solvencia económica	28,29,30
		Capacidad Gestión	de	Capital humano
Objetivos de gestión	33,34,35,36,37,38,39,40			
Internacionalización	41,42,43,44,45,46			

Nota: Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación



Tabla 4

Descripción de la baremación y escala de interpretación

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy inadecuada
1,81 – 2,60	Inadecuada
2,61 – 3,40	Poco adecuada
3,41 – 4,20	Adecuada
4,21 – 5,00	Muy adecuada

Nota: *Elaboración propia*

Para la baremación, se realizó una proporción matemática en cuanto a los intervalos considerados para la interpretación de las tablas de acuerdo a los niveles de respuesta, detallados a continuación:

- La puntuación mínima del nivel de calificación es = 1
- La puntuación máxima del nivel de calificación es = 5
- Rango: Puntuación máxima – Puntuación mínima = $5 - 1 = 4$
- Amplitud o ancho del intervalo = $\text{Rango} / 5 = 4 / 5 = 0.8$

Por consiguiente, se empieza la calificación considerando la puntuación mínima y después añadiendo la amplitud para cada intervalo necesario en los niveles de interpretación:

- Muy inadecuada: 1,00 – 1,80 (sumando a 1 el puntaje de la amplitud que es 0.8)
- Inadecuada: 1,81 – 2,60 (continuamos con el valor que sigue al valor 1.80 y sumamos la amplitud 0.8)
- Poco adecuada: 2,61 – 3,40 (continuamos con el valor que sigue al valor 2.60 y sumamos la amplitud 0.8)
- Adecuada: 3,41 – 4,20 (continuamos con el valor que sigue al valor 3.40 y sumamos la amplitud 0.8)
- Muy adecuada: 4,21 – 5,00 (continuamos con el valor que sigue al valor 4.20 y sumamos la amplitud 0.8)



4.1.2. *Fiabilidad del instrumento aplicado*

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la descripción de oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS V.25, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.840	46

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Interpretación como criterio general, según (George & Mallery, 2003 citado en Canal Baca & Mamani Suarez, 2017) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los valores de los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa > 0.9 es excelente
- Coeficiente alfa > 0.8 es bueno
- Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa > 0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa > 0.5 es pobre
- Coeficiente alfa < 0.5 inaceptable



Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.840 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

4.2. Resultados respecto a los objetivos específicos

Para describir la oferta exportable en oro de la Joyería Oro fino Cusco -2023, se describe las dimensiones: Capacidad Física, Capacidad Económica, Capacidad Financiera y Capacidad De Gestión.

4.2.1. Resultados respecto a la dimensión capacidad física

El objetivo es describir la capacidad física de la Joyería Oro fino Cusco -2023.

A. Resultados de la dimensión capacidad física

Tabla 6

Dimensión capacidad física

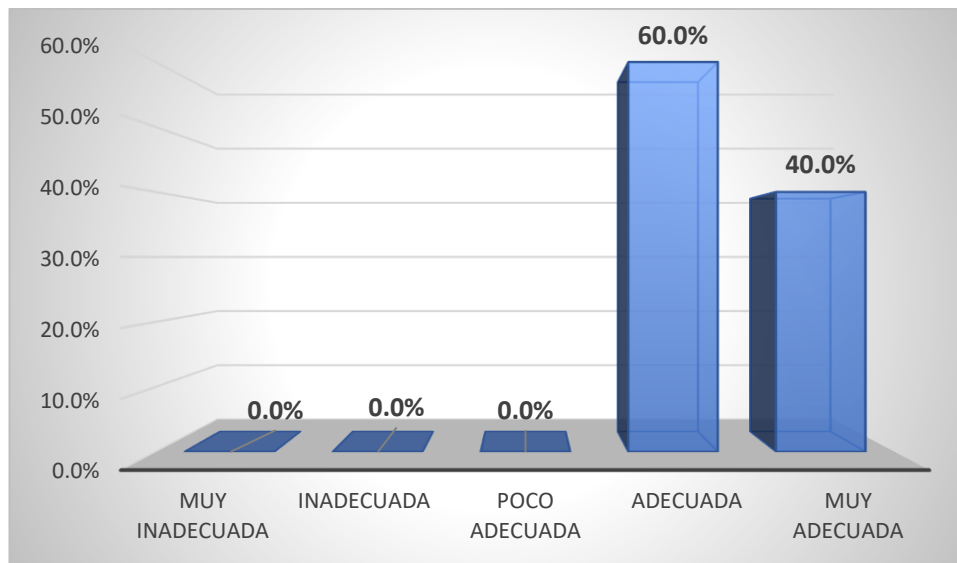
Categoría	f	%
Muy Inadecuada	0	0.0%
Inadecuada	0	0.0%
Poco Adecuada	0	0.0%
Adecuada	18	60.0%
Muy Adecuada	12	40.0%
Total	30	100.0%

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25



Figura 3:

Dimensión capacidad física



Nota: grafico de la tabla 6

Análisis e interpretación: En la presente tabla y figura muestra la capacidad física de la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco 2023, donde un 60% de los colaboradores indico que es adecuada, un 40% muy adecuada, un 0% poco adecuada, un 0% inadecuada y un 0% muy inadecuada. De lo cual se puede inferir que la gran mayoría de ellos indica que la capacidad física de la empresa es adecuada, por lo que hay insumos, herramientas y tecnología necesarias para desarrollar el trabajo y un buen ambiente, lo cual permitirá a la empresa satisfacer la demanda total que tiene, permitiéndoles producir joyas de oro de acuerdo a las exigencias de los clientes.



B. Resultados de los indicadores de la dimensión capacidad física

Tabla 7

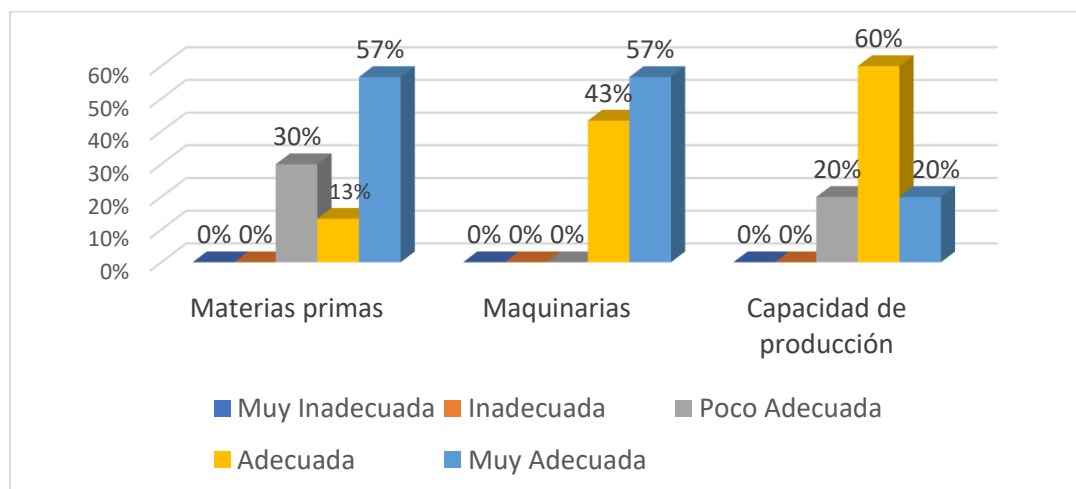
Indicadores de la dimensión capacidad física

Categoría	Materias primas		Maquinarias		Capacidad de producción	
	f	%	f	%	f	%
Muy Inadecuada	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Inadecuada	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Poco Adecuada	9	30.0%	0	0.0%	6	20.0%
Adecuada	4	13.3%	13	43.3%	18	60.0%
Muy Adecuada	17	56.7%	17	56.7%	6	20.0%
Total	30	100.0%	30	100.0%	30	100.0%

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Figura 4:

Indicadores de la dimensión capacidad física



Nota: Grafico de la tabla 7

Análisis e interpretación:

- En la presente tabla y figura muestra los indicadores de la capacidad física de la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco 2023, en donde el indicador materia prima un 57% indico



que es muy adecuada, un 13% adecuada, un 30% poco adecuada, debido a que los colaboradores de la Joyería Oro Fino consideran que es óptima la cantidad y calidad de materia prima en oro, así mismo pueden desempeñar su trabajo con efectividad, ya que cuentan con un stock de reserva de materia prima en oro.

- En el indicador maquinarias un 57% indico que es muy adecuada y un 43% indico que es adecuada, los colaboradores consideran que existe un adecuado desempeño en el uso de las maquinarias, ya que estas cuentan con un mantenimiento constante y eventualmente reciben una capacitación para el uso y manejo de estas, para lo cual la joyería estaría en la capacidad de procesar una mayor demanda.
- En el indicador capacidad de producción un 60% de los trabajadores indico que es adecuada, un 20% indico que es muy adecuada y un 20% indico que poco adecuada. De lo cual se puede inferir que la mayoría de los trabajadores indicó que la empresa Oro Fino cuenta con buena capacidad de producción, debido al uso de tecnología en las maquinarias, lo que permite atender la actual demanda del mercado con los requerimientos de los clientes.

C. Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad física

Tabla 8:

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad física

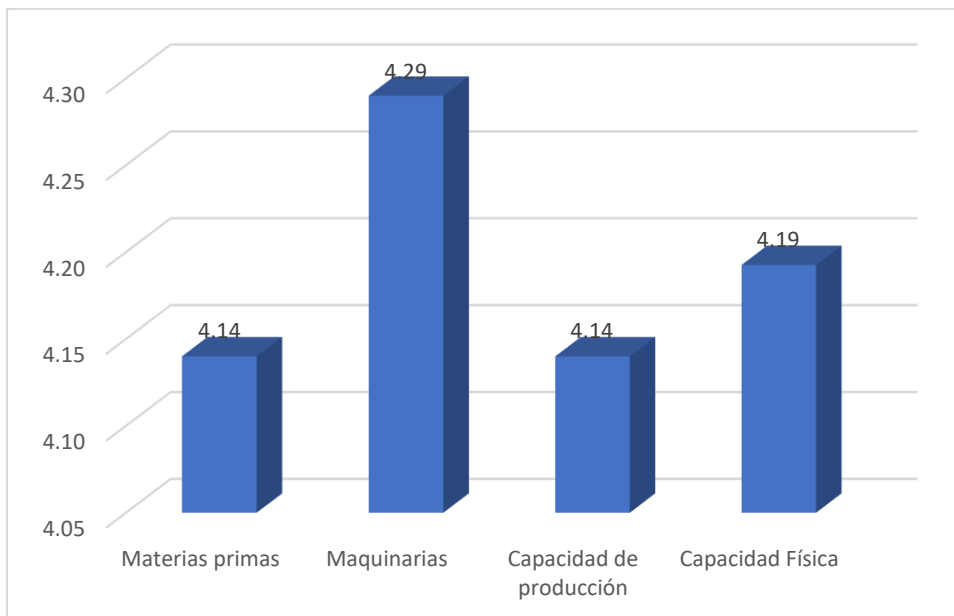
	Promedio	Interpretación
Materias primas	4.14	Adecuada
Maquinarias	4.29	Muy Adecuada
Capacidad de producción	4.14	Adecuada
Capacidad Física	4.19	Adecuada

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25



Figura 5

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad física



Nota: Grafico de la tabla 8

Análisis e interpretación:

En la comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad física, se observa en la figura 5 que materias primas tiene un promedio de 4.14 calificada como adecuada, maquinarias tiene un promedio de 4.29 calificada como muy adecuada, capacidad de producción tiene un promedio de 4.14 calificada como adecuada; y la dimensión capacidad física tiene un promedio de 4.19 calificada como adecuada.

El indicador maquinaria es la que presenta la mayor valoración con un promedio de 4.29, siendo calificada como muy adecuada; los colaboradores de la joyería Oro Fino consideran que existe un adecuado desempeño en el uso de las maquinarias, ya que estas cuentan con un mantenimiento constante y eventualmente reciben una capacitación para el uso y manejo de estas, para lo cual la joyería estaría en la capacidad de procesar una mayor demanda.



4.2.2. Resultados respecto a la dimensión capacidad económica

El objetivo es describir la capacidad económica de la Joyería Oro fino Cusco - 2023.

A. Resultados de la dimensión capacidad económica

Tabla 9

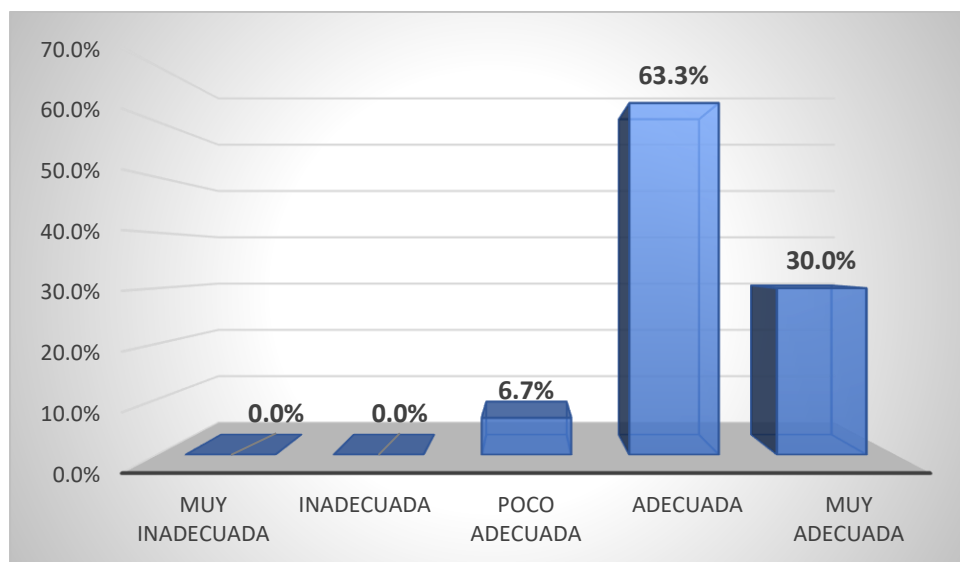
Dimensión capacidad económica

Categoría	f	%
Muy Inadecuada	0	0.0%
Inadecuada	0	0.0%
Poco Adecuada	2	6.7%
Adecuada	19	63.3%
Muy Adecuada	9	30.0%
Total	30	100.0%

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Figura 6

Dimensión capacidad económica



Nota: grafico de la tabla 9



Análisis e interpretación: En la presente tabla y figura muestra la capacidad económica de la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco 2023, donde un 63% de los colaboradores indico que es adecuada, un 30% muy adecuada, un 7% poco adecuada, un 0% inadecuada y un 0% muy inadecuada. De lo cual se puede inferir que la gran mayoría de los colaboradores indica que la capacidad económica de la empresa es adecuada, por lo cual la condición económica que posee para hacer frente a las inversiones es buena, tiene buenas aportaciones de sus accionistas y la empresa posee el financiamiento económico lo suficiente para adquirir nuevos activos.

B. Resultados de los indicadores de la dimensión capacidad económica

Tabla 10

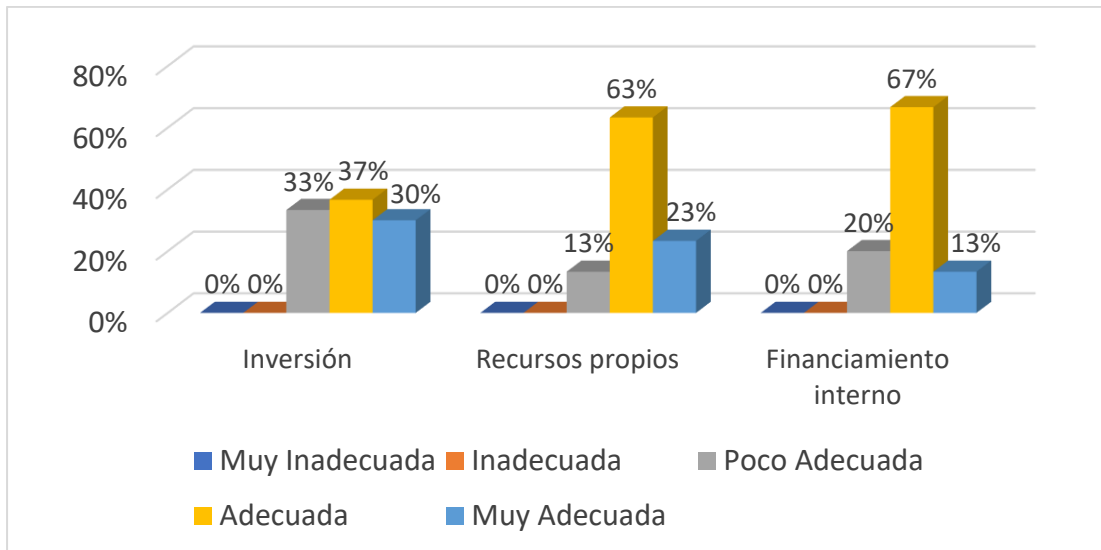
Indicadores de la dimensión capacidad económica

Categoría	Inversión		Recursos propios		Financiamiento interno	
	f	%	f	%	f	%
Muy Inadecuada	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Inadecuada	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Poco Adecuada	10	33.3%	4	13.3%	6	20.0%
Muy Adecuada	11	36.7%	19	63.3%	20	66.7%
Adecuada	9	30.0%	7	23.3%	4	13.3%
Total	30	100.0%	30	100.0%	30	100.0%

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Figura 7

Indicadores de la dimensión capacidad económica



Nota: Grafico de la tabla 10

Análisis e interpretación:

- En la presente tabla y figura muestra los indicadores de la capacidad económica de la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco 2023, en donde el indicador inversión un 37% indico que es adecuada, un 33% poco adecuada, un 30% muy adecuada, los colaboradores de la Joyería Oro Fino indican que las utilidades son reinvertidas periódicamente en la adquisición de materia prima, nuevas maquinarias y capacitaciones, esto a su vez genera un buen uso y manejo de estas.
- En el indicador recursos propios un 63% de los trabajadores indico que es adecuada, un 23% indico que es muy adecuada y un 13% poco adecuada, los colaboradores de la Joyería Oro Fino señalan que la empresa utiliza sus recursos propios para adquirir y reservar materia prima en oro.
- En el indicador financiamiento interno un 67% indico que es adecuada, un 20% poco adecuada y un 13% muy adecuada. Los colaboradores de la Joyería Oro Fino infieren que los dueños cuentan con capital de trabajo para el funcionamiento de la empresa.



C. Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad económica

Tabla 11

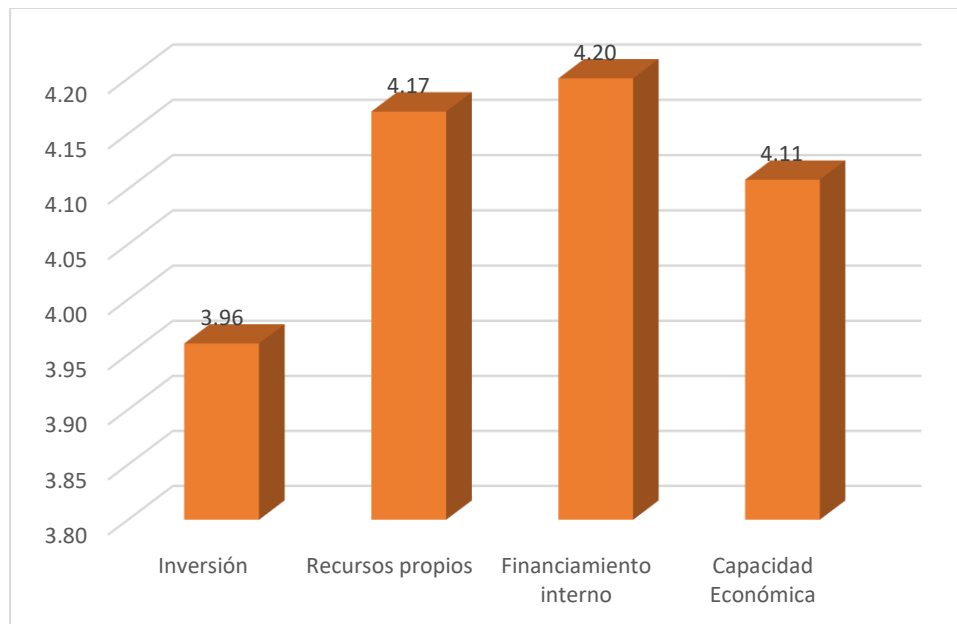
Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad económica

	Promedio	Interpretación
Inversión	3.96	Adecuada
Recursos propios	4.17	Adecuada
Financiamiento interno	4.20	Adecuada
Capacidad Económica	4.11	Adecuada

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Figura 8:

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad económica



Nota: Grafico de la tabla 11

Análisis e interpretación:

En la comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad económica, se observa en la figura 8 que inversión tiene un promedio de 3.96 calificada como adecuada, recursos propios tiene un promedio de 4.17 calificada como adecuada, financiamiento interno



tiene un promedio de 4.20 calificada como adecuada; y la dimensión capacidad económica tiene un promedio de 4.11 calificada como adecuada.

El indicador financiamiento interno es el que presenta la mayor valoración con un promedio de 4.20, siendo calificada como adecuada; Los colaboradores de la Joyería Oro Fino infieren que los dueños cuentan con capital de trabajo para el funcionamiento de la empresa.

4.2.3. Resultados respecto a la dimensión capacidad financiera

El objetivo es describir la capacidad financiera de la Joyería Oro fino Cusco - 2023.

A. Resultados de la dimensión capacidad financiera

Tabla 12

Dimensión capacidad financiera

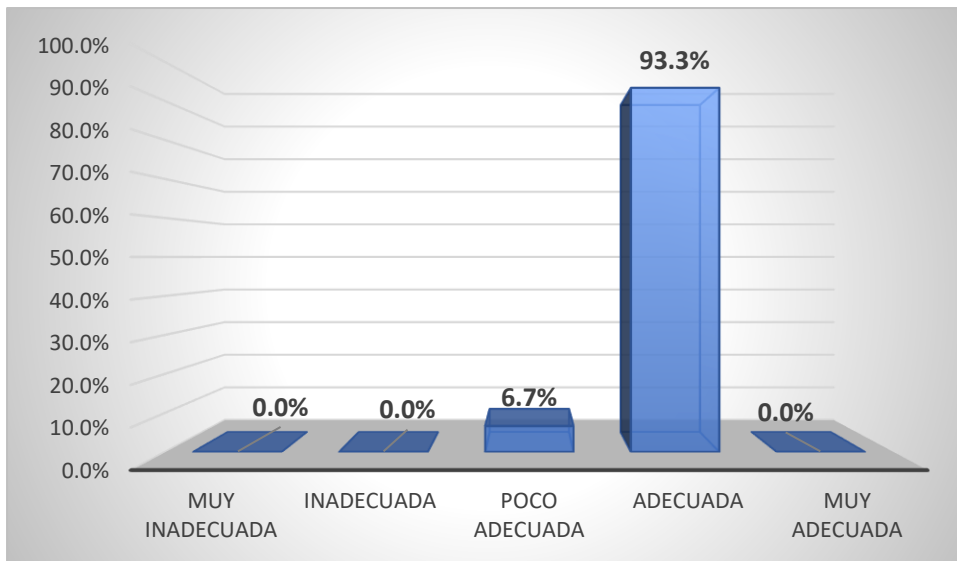
Categoría	f	%
Muy Inadecuada	0	0.0%
Inadecuada	0	0.0%
Poco Adecuada	2	6.7%
Adecuada	28	93.3%
Muy Adecuada	0	0.0%
Total	30	100.0%

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25



Figura 9

Dimensión capacidad financiera



Nota: Grafico de la tabla 12

Análisis e interpretación: En la presente tabla y figura se muestra la capacidad financiera de la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco 2023, donde un 93% de los colaboradores indico que es adecuada, un 7% poco adecuada, un 0% muy adecuada, un 0% inadecuada y un 0% muy inadecuada. De lo cual se puede inferir que la gran mayoría de los colaboradores indica que la capacidad financiera de la empresa es adecuada, por lo que cumple con regularidad sus obligaciones financieras, la empresa en ocasiones cuenta con el capital de trabajo preciso, y que debido a ello recurre por temporadas al financiamiento externo.

B. Resultados de los indicadores de la dimensión capacidad financiera

Tabla 13

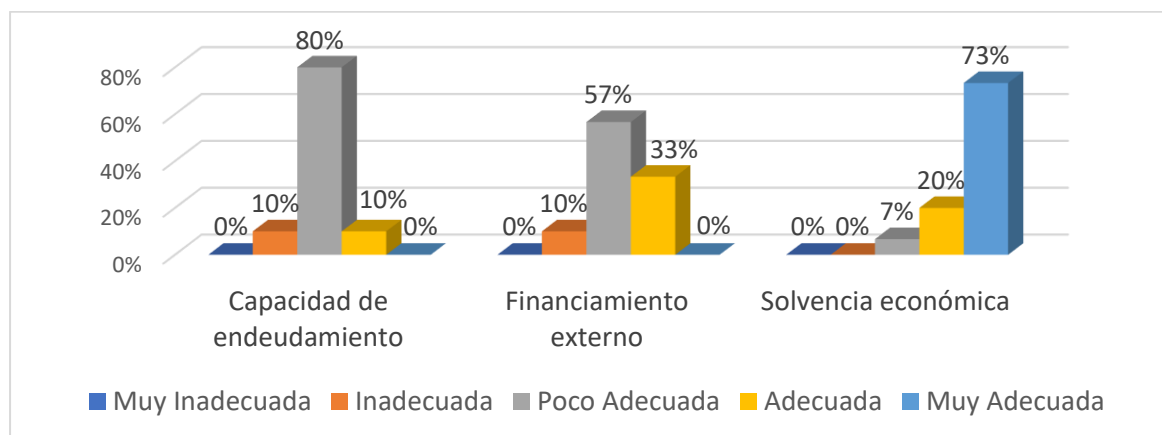
Indicadores de la dimensión capacidad financiera

Categoría	Capacidad de endeudamiento		de Financiamiento externo		Solvencia económica	
	f	%	f	%	f	%
Muy Inadecuada	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Inadecuada	3	10.0%	3	10.0%	0	0.0%
Poco Adecuada	24	80.0%	17	56.7%	2	6.7%
Adecuada	3	10.0%	10	33.3%	6	20.0%
Muy Adecuada	0	0.0%	0	0.0%	22	73.3%
Total	30	100.0%	30	100.0%	30	100.0%

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Figura 10

Indicadores de la dimensión capacidad financiera



Nota: Grafico de la tabla 13

Análisis e interpretación:

- En la presente tabla y figura muestra los indicadores de la capacidad financiera de la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco 2023, en donde el indicador capacidad de



endeudamiento un 80% indico que es poco adecuada, un 10% inadecuada, y un 10% adecuada, los colaboradores indican que la joyería cuenta regularmente con la capacidad de cumplir sus obligaciones financieras.

- En el indicador financiamiento externo un 57% indico que es poco adecuada, un 33% adecuada y un 10% indico que es inadecuada, debido a que gran parte de los colaboradores de la Joyería Oro Fino señalan que deben recurrir a préstamos externos para solventar la actividad productiva frecuentemente.
- El indicador solvencia económica un 73% de los colaboradores indico que es muy adecuada, un 20% indico que es adecuada y un 7% poco adecuada. De lo cual se puede inferir que la mayor parte de los colaboradores indicó que la Joyería Oro Fino cumple oportunamente con el abono de sus deudas financieras y el pago correspondiente de sus colaboradores y proveedores.

C. Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad financiera

Tabla 14

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad financiera

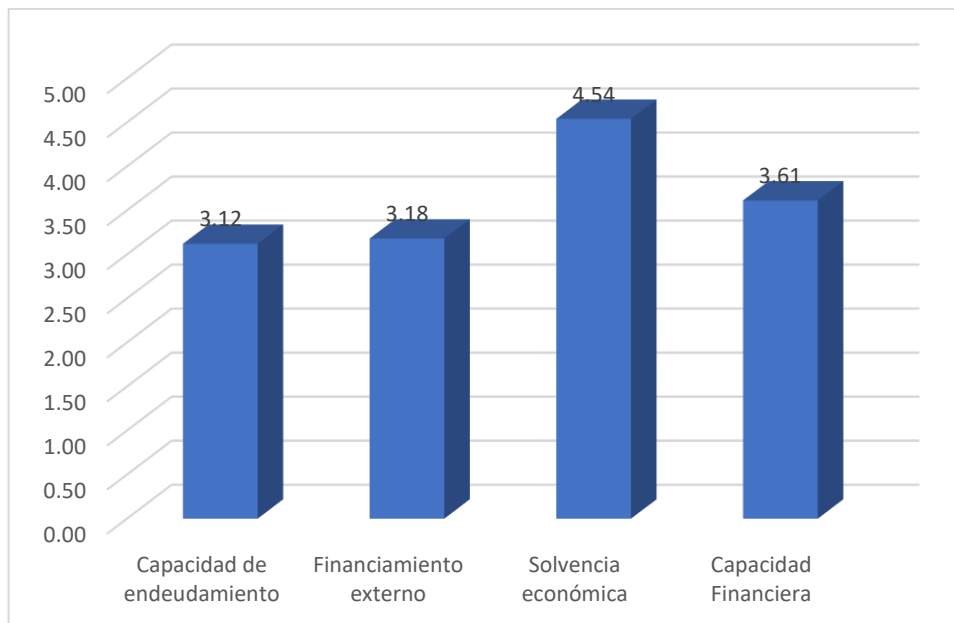
	Promedio	Interpretación
Capacidad de endeudamiento	3.12	Poco Adecuada
Financiamiento externo	3.18	Poco Adecuada
Solvencia económica	4.54	Muy Adecuada
Capacidad Financiera	3.61	Adecuada

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25



Figura 11

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad financiera



Nota: Grafico de la tabla 14

Análisis e interpretación:

En la comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad financiera, se observa en la figura 11, que la capacidad de endeudamiento tiene un promedio de 3.12 calificada como poco adecuada, financiamiento externo tiene un promedio de 3.18 calificada como poco adecuada, solvencia económica tiene un promedio de 4.54 calificada como muy adecuada; y la dimensión capacidad financiera tiene un promedio de 3.61 calificada como adecuada.

El indicador solvencia económica es la que presenta la mayor valoración con un promedio de 4.54, siendo calificada como muy adecuada; la mayor parte de los colaboradores indicó que la Joyería Oro Fino cumple oportunamente con el abono de sus deudas financieras y el pago correspondiente de sus colaboradores y proveedores.



4.2.4. Resultados respecto a la dimensión capacidad de gestión

A. Resultados de la dimensión capacidad de gestión

Tabla 15

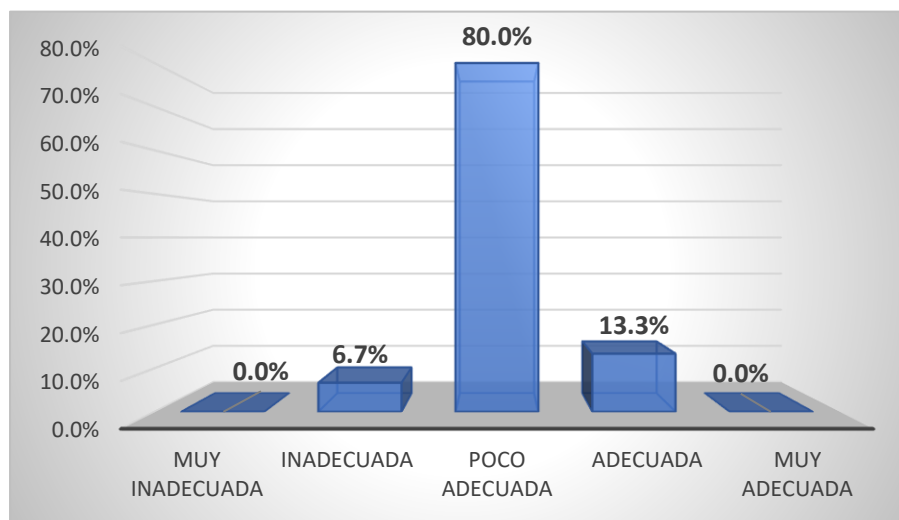
Dimensión capacidad gestión

Categoría	f	%
Muy Inadecuada	0	0.0%
Inadecuada	2	6.7%
Poco Adecuada	24	80.0%
Adecuada	4	13.3%
Muy Adecuada	0	0.0%
Total	30	100.0%

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Figura 12

Dimensión capacidad gestión



Nota: Grafico de la tabla 15

Análisis e interpretación: En la presente tabla y figura se muestra la capacidad de gestión de la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco 2023, donde un 80% de los colaboradores indico que es poco adecuada, un 13% es adecuada, un 7% inadecuada, un 0% muy inadecuada y un 0% muy adecuada. De lo cual se puede inferir que la gran mayoría de los colaboradores indica que es poco adecuada por lo que en cuanto respecta al número de colaboradores podría influir su



productividad de acuerdo a la temporada y a la demanda, la capacitación a los colaboradores por tipo de orfebrería es regular en especial a los nuevos, el conocimiento de los estándares en temas referidos a la oferta exportable es aún insuficiente, ya que para posicionarse como un producto de manera competitiva en el mercado internacional necesitan a un especialista que asesore sobre el proceso de internacionalización.

B. Resultados de los indicadores de la dimensión capacidad de gestión

Tabla 16

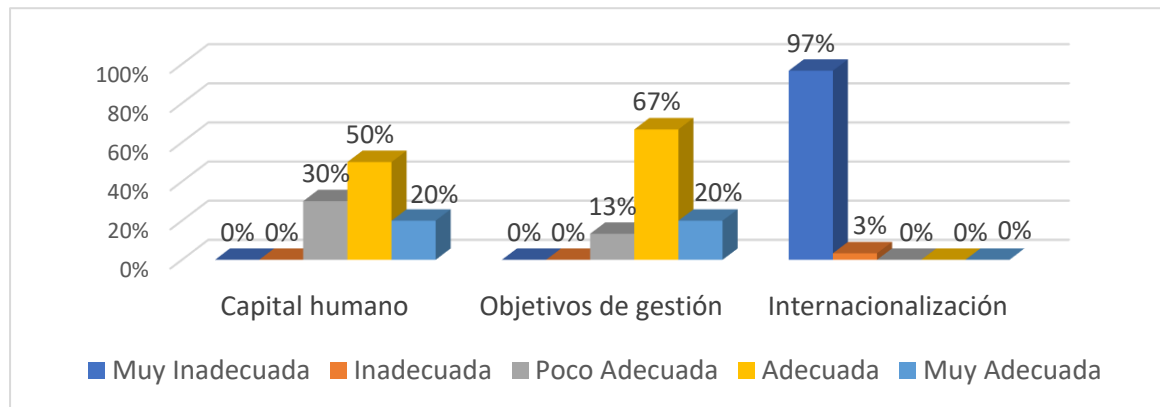
Indicadores de la dimensión capacidad de gestión

Categoría	Capital humano		Objetivos de gestión		Internacionalización	
	f	%	f	%	f	%
Muy Inadecuada	0	0.0%	0	0.0%	29	96.7%
Inadecuada	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%
Poco Adecuada			4	13.3%	0	0.0%
Adecuada	9	30.0%	20	66.7%	0	0.0%
Muy Adecuada	15	50.0%	6	20.0%	0	0.0%
Total	30	100.0%	30	100.0%	30	100.0%

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Figura 13

Indicadores de la dimensión capacidad de gestión



Nota: Grafico de la tabla 16



Análisis e interpretación:

- En la presente tabla y figura se muestra los indicadores de la capacidad de gestión de la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco 2023, en donde el indicador capital humano un 50% de los colaboradores indico que es adecuada, un 30% indico que es poco adecuada y un 20% muy adecuada, los colaboradores de la Joyería Oro Fino señalan en su mayoría que el numero de colaboradores es competente para la actual demanda de producción, debido a que cuentan con especialistas determinados para cada tipo de orfebrería.
- El indicador objetivo de gestión un 67% de los trabajadores indico que es adecuada, un 20% indico que es muy adecuada y un 13% poco adecuada, los colaboradores de la Joyería Oro Fino, manifiestan en su mayoría que la empresa mantiene una situación estable en el mercado, esto se debe a su vez al adecuado trato del gerente que toma en cuenta la participación de los colaboradores, asimismo la empresa cumple con sus objetivos y metas establecidas, lo que conllevaría a encontrarse en una etapa de crecimiento en un periodo próximo.
- El indicador internacionalización un 97%, de los colaboradores indico que es muy inadecuada y un 3% inadecuada. De lo cual se puede inferir que la mayoría de los colaboradores indicó que la Joyería Oro Fino maneja muy inadecuadamente dicha capacidad debido a que no se acoge a los beneficios que brindan las instituciones del estado para lograr la internacionalización, así mismo no participa en eventos comerciales, ni cuenta con el personal capacitado u asesor para apoyar el proceso de internacionalización.



C. Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de gestión

Tabla 17

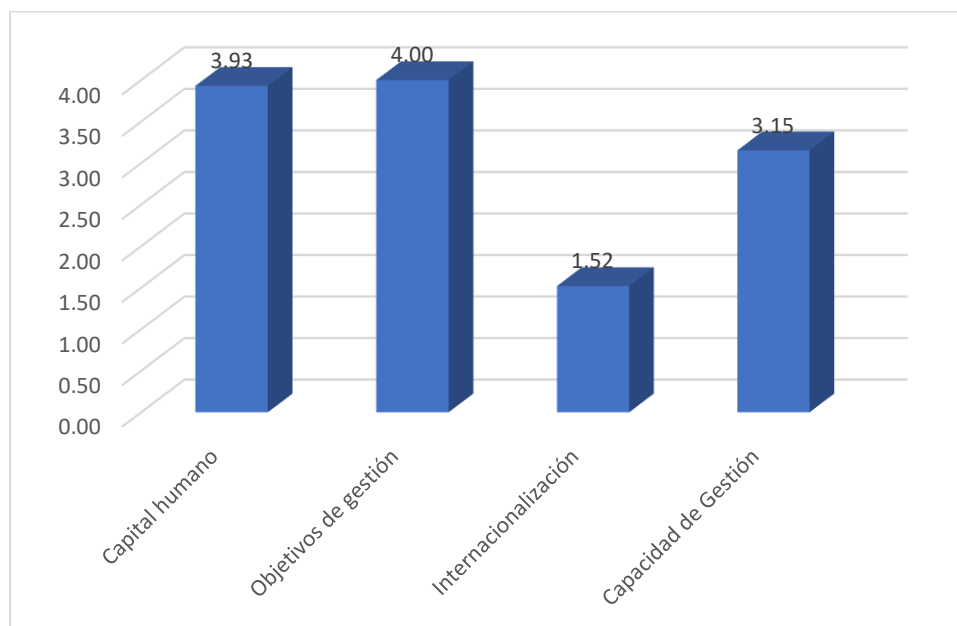
Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de gestión

	Promedio	Interpretación
Capital humano	3.93	Adecuada
Objetivos de gestión	4.00	Adecuada
Internacionalización	1.52	Muy Inadecuada
Capacidad de Gestión	3.15	Poco Adecuada

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Figura 14

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de gestión



Nota: Grafico de la tabla 17

Análisis e interpretación:

En la comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de gestión, se observa en la figura 14, que el capital humano tiene un promedio de 3.93 calificada como adecuada, objetivos de gestión tiene un promedio de 4.00 calificada como adecuada,



internacionalización tiene un promedio de 1.52 calificada como muy inadecuada; y la dimensión capacidad de gestión tiene un promedio de 3.15 calificada como poco adecuada.

El indicador internacionalización es la que presenta la menor valoración con un promedio de 1.52, siendo calificada como muy inadecuada; la mayor parte de los colaboradores indicó que la Joyería Oro Fino maneja muy inadecuadamente dicha capacidad debido a que no se acoge a los beneficios que brindan las instituciones del estado para lograr la internacionalización, así mismo no participa en eventos comerciales, ni cuenta con el personal capacitado u asesor para apoyar el proceso de internacionalización.

4.3. Resultados respecto al objetivo general

Tabla 18

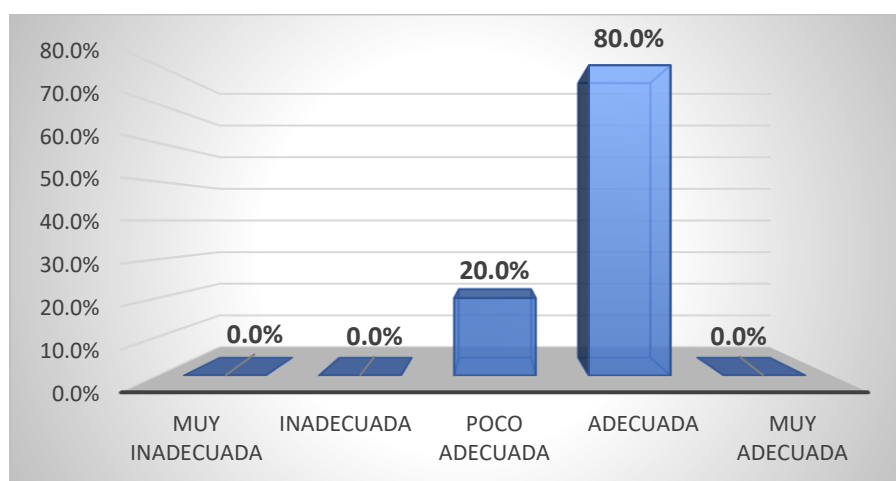
Variable Oferta Exportable

Categoría	f	%
Muy Inadecuada	0	0.0%
Inadecuada	0	0.0%
Poco Adecuada	6	20.0%
Adecuada	24	80.0%
Muy Adecuada	0	0.0%
Total	30	100.0%

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Figura 15

Variable Oferta Exportable



Nota: Grafico de la tabla 18



Análisis e interpretación:

En la presente tabla y figura se muestra la oferta exportable de la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco 2023, donde un 80% de los colaboradores indico que es adecuada, un 20% poco adecuada, un 0% inadecuada, un 0% muy inadecuada y un 0% muy adecuada. De lo cual se puede inferir que la gran mayoría de los colaboradores indica que la oferta exportable que posee la Joyería Oro Fino es adecuada por lo que las tres dimensiones capacidad física, capacidad económica y capacidad financiera se realizan adecuadamente en la empresa, siendo este un indicador favorable para la oferta exportable ya que la empresa alcanza todas las demandas del mercado. Sin embargo, otros aspectos no siempre son los más favorables como la capacidad de gestión que fue calificada como poco adecuada, ya que no cuenta con la participación en eventos comerciales, así mismo no disponen del especialista capacitado para apoyar el proceso de internacionalización.

A. Comparación promedio de las dimensiones de la variable oferta exportable

Tabla 19

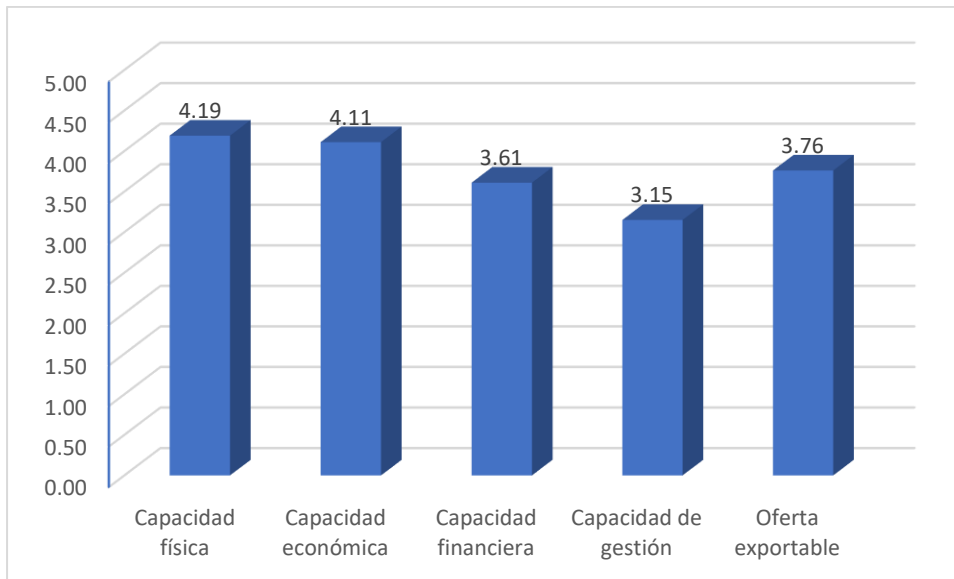
Comparación promedio de las dimensiones de la variable oferta exportable

	Promedio	Interpretación
Capacidad física	4.19	Adecuada
Capacidad económica	4.11	Adecuada
Capacidad financiera	3.61	Adecuada
Capacidad de gestión	3.15	Poco Adecuada
Oferta exportable	3.76	Adecuada

Nota: Elaboración propia con el sistema estadístico SPSS v.25

Figura 16

Comparación promedio de las dimensiones de la variable oferta exportable



Nota: Grafico de la tabla 19

Análisis e interpretación:

En la presente tabla y figura se muestra las dimensiones de la variable oferta exportable de la Joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco 2023, en donde la dimensión capacidad física tiene promedio de 4.19 considerada como adecuada, la dimensión capacidad económica tiene promedio de 4.11 considerada como adecuada, la dimensión capacidad financiera tiene un promedio de 3.61 considerada como adecuada y la dimensión capacidad de gestión tiene promedio de 3.15 considerada como poco adecuada.

La dimensión capacidad de gestión, es la que presenta la menor valoración dentro de la escala de medición como poco adecuada, obteniendo un promedio de 3.15; los colaboradores de la Joyería oro fino consideran que la empresa casi nunca se enfoca en temas referidos a los beneficios que brindan las instituciones del estado para lograr la internacionalización, así mismo no participa en eventos comerciales, ni cuenta con el personal capacitado u asesor para apoyar el proceso de internacionalización.



CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos.

La investigación realizada tuvo como objetivo general describir cómo es la oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023, el resultado al que se llegó fue que la oferta exportable es adecuada con un promedio de 3.76, siendo el hallazgo más significativo para identificar las características y procesos que deben adecuarse y mejorar para que la empresa cuente con los requisitos necesarios para considerar a sus productos como oferta exportable.

La dimensión capacidad de gestión obtuvo un promedio de 3.15 considerándose como :poco adecuada; los colaboradores manifiestan que la Joyería Oro Fino especialmente en lo que se refiere al capital humano organiza capacitaciones especializadas en forma ocasional ; no se planifican ; respecto a la internacionalización aún la empresa no cuenta con personal dedicado íntegramente a ese objetivo ; eventualmente se recibe asesoría en temas sobre la internacionalización por cual el conocimiento de los estándares de calidad requeridos y temas referidos a la oferta exportable es aún insuficiente; la participación en eventos comerciales organizados por instancias como la Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía del Cusco ; Asociación de Artesanos u otras privadas, es mínima

Contradictoriamente a lo que se percibía en el planteamiento del problema, tres dimensiones han sido calificadas como “adecuadas”, capacidad física, capacidad económica y capacidad financiera, de acuerdo a la percepción de los investigadores en el planteamiento del problema existían muchas situaciones poco apropiadas en relación a esas dimensiones, por ejemplo se percibió espacios estrechos para el desempeño del trabajo y carecimiento de maquinarias especializadas lo que sería causal de que la empresa no pueda satisfacer la demanda en temporada alta; y en lo que respecta la capacidad económica se percibía dificultades por la constante fluctuación del precio del dólar y su influencia en el precio del oro , lo que estaría generando insuficiencia para la inversión en algunas temporadas y en lo que respecta a la capacidad financiera se percibía que la empresa precisaba recurrir a un financiamiento económico luego de la coyuntura ocasionada por la pandemia, por ello la empresa acudió a entidades financieras, sin embargo los resultados fueron completamente diferentes.



5.2. Limitaciones del estudio

El presente estudio fue llevado con la limitante de los colaboradores al momento de llevar a cabo la encuesta, ya que algunos se mostraban temerosos, sin embargo se pudo superar dicha limitante al explicarles en qué consistía la aplicación del instrumento que se llevó a cabo; Escasez de antecedentes internacionales y locales como tesis, artículos entre otros que mantengan una sola variable o dimensiones similares, para la comparación en la crítica de la literatura, acto que fue superado habiendo realizado una exhaustiva búsqueda; lo que conllevó a que la investigación se logre culminar con éxito.

5.3. Comparación con la literatura existente

La literatura existente sobre la variable Oferta Exportable, es amplia, existen diversos autores que permiten poder estudiarla y analizarla, en el trabajo de investigación se toma la decisión de utilizar el libro ABC del comercio exterior, básicamente por ser un libro que permite analizarla desde cuatro enfoques. Tomando en cuenta la literatura existente de acuerdo a (MINCETUR, 2013) la oferta exportable abarca la capacidad tanto física, económica, financiera y de gestión, que pueden ser relevantes para poder llevar a cabo la internacionalización. Según a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación sobre la oferta exportable de la joyería oro fino, fue calificada como adecuada con un promedio de 3.76, considerando que los colaboradores manifiestan que la empresa cuenta con las condiciones para que pueda ofrecer su producto en el mercado internacional; sin embargo, también indican que requieren de un asesor de comercio exterior, ya que la falta de este especialista afectaría su competitividad en el mercado internacional.

En la tesis de Solis Serazo (2019) “Factores de la oferta exportable en las empresas de joyería en plata y filigrana en el distrito de San Jerónimo de Tunán”, concluye que existe una percepción favorable de la oferta exportable, ya que alegan que la demanda de joyas en el ámbito nacional e internacional se ha incrementado, además concuerdan que para iniciarse en la joyería se puede contar con capital propio o financiado por terceros, así mismo indican que la rotación de personal es muy alta, los que están constantemente son los artesanos, quienes muy aparte de ser los dueños del negocio, son los que se encargan de casi toda la parte productiva, por consiguiente la cultura empresarial en el sector de la joyería viene a ser un tema que necesita ser tratado para capacitar y educar mejor a los productores, mediante la especialización; coincidentemente la presente investigación



realizada en la Joyería Oro Fino, la oferta exportable fue calificada como adecuada con un promedio de 3.76, debido a que se puede inferir que la gran mayoría de los colaboradores indican que poseen de insumos, herramientas y tecnología necesarias lo cual permitirá a la empresa satisfacer la demanda, de ahí la condición económica que posee para hacer frente a las inversiones es buena, tiene buenas aportaciones de sus accionistas y la empresa posee el financiamiento económico capaz para adquirir nuevos activos, por lo que respecta al número de colaboradores podría influir su productividad de acuerdo a la temporada y a la demanda, la capacitación a los colaboradores por tipo de orfebrería es regular en especial a los nuevos, el conocimiento de los estándares en temas referidos a la oferta exportable es aún insuficiente, ya que requieren de un especialista que asesore sobre el proceso de internacionalización.

Canal Baca & Mamani Suarez (2017) en su investigación titulada “Potencialidades y limitaciones para la exportación de joyas de plata en las micro y pequeñas empresas productoras del Cusco - 2016”, concluye que existe un alto nivel de potencialidades (92.6%), las más representativas son: la experiencia laboral que tienen en joyería es muy buena, la producción con diseños étnicos con raíces culturales tradicionales para la producción de joyas, existe una mano de obra calificada y barata, finalmente los empresarios son creativos y emprendedores. Sin embargo, también las micro y pequeñas empresas productoras de joyas de plata para la exportación tienen un alto nivel de limitaciones (77.8%), siendo estas: la carencia de experiencia en mercadeo y comercio internacional, la limitada capacidad financiera en la que trabajan permite que no cuenten con recursos financieros suficientes y tengan dificultades para acceder al financiamiento bancario y la escasa capacidad gerencial que tienen en la conducción de sus empresas, debido a que escasean de conocimiento de los procesos de exportación, por lo que la mayoría exporta a través de intermediarios; por otro lado, los empresarios joyeros tienen estructuras organizativas débiles para la exportación, manejan precariamente el internet para sus negocios, desarrollan los costos de producción muy elementales, trabajan en forma aislada y no asociativamente. Por este motivo en la presente investigación realizada en la Joyería Oro Fino, la oferta exportable fue calificada como adecuada con un promedio de 3.76, dado que dentro de la capacidad física los colaboradores consideran que cuenta con buena capacidad de producción, debido al uso de tecnología en las maquinarias, lo que permite atender la actual demanda del mercado con los requerimientos de los clientes, así



mismo dentro de la capacidad económica los colaboradores indican que las utilidades reinvertidas periódicamente son apropiadas, ya que generan un buen uso y manejo de estas, también señalan que la empresa utiliza además sus recursos propios para adquirir y reservar materia prima en oro, debido a que los dueños cuentan con el capital de trabajo para el funcionamiento de la empresa. Sin embargo, dentro de la capacidad de gestión, en el indicador de internacionalización, esta fue calificada como muy inadecuada, siendo las principales limitantes que no ayudan a la oferta exportable, el poco interés en buscar información o asesorarse en temas referidos al comercio internacional, para lograr el proceso de internacionalización, la insuficiencia en la participación de eventos debido a que no se acoge a los beneficios que brindan las instituciones del estado para lograr la internacionalización, así mismo no participa en eventos comerciales, no cuenta con el personal capacitado u asesor para apoyar el proceso de internacionalización y el conocimiento de los estándares en temas referidos a la oferta exportable es aún insuficiente.

Según Arce Calero y Condor Llanos (2019) en su investigación titulada “Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú” determino que existe una correlación alta de 0.942 entre la oferta exportable y el proceso de exportación, en el caso de la presente investigación de la oferta exportable de la Joyería Oro Fino en Cusco, esta fue calificada como adecuada con un promedio de 3.76. Las dimensiones consideradas en la primera investigación fueron: capacidad física con correlación alta de 0.839, capacidad económica – financiera con correlación alta de 0.858, todas estas en relación al proceso de exportación. Existiendo similitud con la segunda investigación en lo que respecta a las dimensiones: capacidad física con un promedio de 4.19, económica con un promedio de 4.11 y financiera con un promedio de 3.61 consideradas como adecuadas; sin embargo, no existe similitud en lo que respecta a la capacidad de gestión con correlación alta de 0.735, y la capacidad de gestión con un promedio de 3.15 considerada como poco adecuada en la segunda investigación.

5.4. Implicancias del estudio.

La presente investigación constituye un aporte al conocimiento acerca de la oferta exportable en la joyería Oro Fino, empresa local que pretende iniciar el proceso de



exportación lo que conllevaría a que pueda en un futuro próximo lograrlo; así mismo constituye un antecedente para otros estudios similares.



CONCLUSIONES

PRIMERA: La oferta exportable de la Joyería Oro Fino, es calificada como adecuada, con un promedio de 3.76, analizada desde las dimensiones capacidad física con un promedio de 4.19 considerada como adecuada, la dimensión capacidad económica con un promedio de 4.11 considerada como adecuada, la dimensión capacidad financiera con un promedio de 3.61 considerada como adecuada y la dimensión capacidad de gestión con un promedio de 3.15 considerada como poco adecuada. De la cual se puede inferir que las dimensiones capacidad física, capacidad económica y capacidad financiera se realizan adecuadamente, siendo este un indicador favorable para la oferta exportable, sin embargo, otros aspectos no siempre son los más favorables como la capacidad de gestión.

SEGUNDA: La capacidad física de la joyería, es calificada como adecuada, con un promedio de 4.19, en el indicador materia prima obtuvo un promedio de 4.14 calificado como adecuado, en el indicador de maquinarias obtuvo un promedio de 4.29 calificado como muy adecuado y en el indicador capacidad de producción obtuvo un promedio de 4.14 calificado como adecuado, por lo tanto la joyería en opinión de los colaboradores cuenta con la maquinaria, herramientas, insumos y tecnología necesarias para desarrollar el trabajo con perspectivas de exportación.

TERCERA: La capacidad económica de la joyería, es calificada como adecuada con un promedio de 4.11; el indicador inversión obtuvo un promedio de 3.96 calificado como adecuado; el indicador recursos propios obtuvo un promedio de 4.17 calificado como adecuado y en el indicador financiamiento interno obtuvo un promedio de 4.20 calificado como adecuado; por lo tanto en opinión de los colaboradores, la joyería posee la capacidad económica necesaria para adquirir nuevos activos con miras a la exportación.

CUARTA: La capacidad financiera de la joyería, es calificado como adecuada; con un promedio de 3.61, donde en el indicador capacidad de endeudamiento obtuvo un promedio de 3.12 calificado como poco adecuado, en el indicador financiamiento externo obtuvo un promedio de 3.18 calificado como poco adecuado y por último en el indicador solvencia económica obtuvo un promedio de 4.54 calificado como muy adecuado; por lo tanto en opinión de los colaboradores, la joyería tiene capacidad financiera debido a que cumple oportunamente con el abono de sus deudas financieras y el pago correspondiente de sus colaboradores y proveedores.



QUINTA: La capacidad de gestión de la joyería es calificada como poco adecuada, con un promedio de 3.15, donde el indicador capital humano obtuvo un promedio de 3.93 calificado como adecuado, en el indicador objetivo de gestión obtuvo un promedio de 4.00 calificado como adecuado y por último en el indicador de internacionalización obtuvo un promedio de 1.52 calificado como muy inadecuada, por lo tanto la capacidad de gestión de la joyería en opinión de los colaboradores no ha logrado una óptima capacidad de gestión para la exportación debido a no cuentan con la asesoría especializada para el proceso de exportación; no se cuenta con un programa de capacitación a los colaboradores para alcanzar los estándares de calidad exigidos en los mercados internacionales; la participación en eventos comerciales es mínima.



RECOMENDACIONES

Habiéndose obtenido las conclusiones del presente trabajo de investigación se recomienda, a los directivos de la empresa lo siguiente:

PRIMERA: Para impulsar la oferta exportable en la Joyería Oro Fino se recomienda al gerente recurrir a un especialista que pueda desarrollar un plan de exportación que abarque principalmente las dimensiones que son: capacidad física, económica, financiera y de gestión. Y que su vez se acompañe con un plan estratégico empresarial, con el objetivo de ayudar a definir hacia donde se dirige la empresa; los mercados internacionales a los que quiere llegar, sus objetivos a mediano y largo plazo y un plan de acción para alcanzar sus metas trazadas.

SEGUNDA: Para potenciar la capacidad física se recomienda al gerente optimizar el uso de espacios físicos; destinar espacios exclusivos para las áreas de producción y ventas; garantizar la provisión de materia prima mediante la optimización de inventario que garantice la atención a la demanda; continuar con el cuidado de uso y mantenimiento constante de las maquinarias, así como considerar una periódica renovación de estas, para mantener y mejorar la productividad.

TERCERA: Para fomentar la capacidad económica se recomienda al gerente que por una parte, se debe destinar un porcentaje para la mejora de sus activos, por otra parte, se debe destinar otro porcentaje que sea invertido dinámicamente en la adquisición de maquinaria nueva y centros de producción en lugares estratégicos para incrementar sus ventas y generar mayores beneficios.

CUARTA: Para promover la capacidad financiera, se recomienda que la empresa potencialice y amplie su historial financiero, así como incorpore el uso de métricas que contribuyan al control de sus finanzas

QUINTA: Para dinamizar la capacidad de gestión se sugiere al gerente la contratación de un especialista en negocios internacionales que permita llevar a cabo el proyecto de internacionalización, del mismo modo fortalecer internamente las competencias de los colaboradores mediante un programa de capacitación especializada; formar alianzas estratégicas con entidades como la Cámara de Comercio, Promperú y otras empresas afines.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguirre Lituma, D. E. (2017). *Análisis de la oferta exportable potencial en la provincia de Manabí*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9026/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-341.pdf>
- Alfaro Calderon, G. G. (2009). *Administración para la calidad total*. <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-14-administracion-de-la-calidad-ALFARO-CALDERON.pdf>
- Arce Calero, K. F., & Condor Llanos, T. L. (2019). *Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.
- Arce, L. (2010). Como lograr definir objetivos y estrategias empresariales. *Perspectivas*.
- Asociación de Exportadores. (2022). *ADEX*. <https://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/adex-insiste-al-gobierno-retomar-mecanismo-swap/#:~:text=La%20Gerencia%20de%20Manufacturas%20de,%24%2042%20millones%20562%20mil>.
- Astudillo Mora, M. (2012). *Fundamentos de economía*. México D.F.: Universidad nacional autónoma de México.
- Asturias Corporación Universitaria. (2018). *Consolidación*. Asturias Corporación Universitaria. https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/analisis_financiero/unidad3_pdf2.pdf
- Banco Mundial. (14 de ABRIL de 2013). *BANCO MUNDIAL BIRF- AIF*. <https://www.bancomundial.org/es/results/2013/04/14/mining-results-profile>
- Betancourt, D. (2016). *Ingenio Empresa*. <https://www.ingenioempresa.com/capacidad-produccion-empresa/>
- Botto Novoa, E. V., Calderón Fernández-Prada, C. R., Roa Ojeda, R. E., Ugarte Cornejo, P., & Zárate Baquerizo, M. M. (2007). *El maíz blanco gigante Cusco, una propuesta estratégica para su exportación a España*. Universidad Católica del Perú, Lima.



- Burguillo, R. V. (2015). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/recursos-proprios.html>
- Canal Baca, P., & Mamani Suarez, R. N. (2017). *Potencialidades y limitaciones para la exportacion de joyas de plata en las micro y pequeñas empresas productoras del Cusco - 2016*. Universidad Andina del Cusco, Cusco.
- Castro Gamero, D. L. (2019). *Las fuentes de financiamiento y su repercusión en el crecimiento empresarial de las Mypes en Lima Norte*. Universidad de Piura, Lima. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4188/TSP_AEL_021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cevallos Vique, V. O., Valverde Aguirre, P. E., Orna Hidalgo, L. A., & Cargua Pilco, E. (Junio de 2020). *Visionario digital*. <https://www.cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/VisionarioDigital/article/view/1201/2913>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano* (Tercera ed.). México D.F.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Huamnos, El capital humano de las organizaciones* (Novena ed.). México D.F.: The McGraw-Hill.
- Contaduría General de la Nación de Colombia. (2010). *Diccionario de términos de Contaduría Pública*. Contaduría General de la Nación. <https://drive.google.com/file/d/0B9RzpGyimVHhalRTTVAzdkpNZIU/view?resourcekey=0-46JOEjh-c8GSeP-OPrj6iA>
- Corvo, H. S. (2019). *Lifeder*. <https://www.lifeder.com/capacidad-de-produccion/>
- Crespo, B., & Leal, A. (2012). *Manual de comercio internacional*. Sevilla: Extenda – Agencia Andaluza de Promoción Exterior, S.A.
- Dominguez, S. (2012). *Definición De Exportación Según Varios Autores*. <https://stelladominguezcom.wordpress.com/2012/02/15/x003/>
- Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., & Urmeneta, R. (2016). *Internacionalización de las pymes*. Santiago: Naciones Unidas - CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40737/S1600442_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y



- Galán, J. S. (2 de Mayo de 2019). *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/capacidad-de-endeudamiento.html>
- García Martínez, A., Cruz, A. d., Raquel, & Perea Muñoz, J. M. (2007). *LIBRO VIRTUAL DE ECONOMÍA Y GESTIÓN CAPÍTULO V, ANÁLISIS DE INVERSIONES GANADERAS Y VETERINARIAS*. Universidad de Córdoba.
http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/12_13_32_capitulov.pdf
- García Padilla, V. M. (2014). *Introducción a las finanzas*. Grupo Editorial Patria.
<https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074387230.pdf>
- García, I. (7 de noviembre de 2017). *Economía Simple*.
<https://www.economiasimple.net/glosario/materia-prima>
- García, I. (20 de Julio de 2017). *Economía Simple*.
<https://www.economiasimple.net/glosario/recursos-proprios>
- Garzón Cordero, N. P., & Lucero Jara, C. A. (2018). *Diagnóstico de la oferta exportable de los cantones Paute y Guachapala*. Universidad Azuay, Cuenca, Ecuador.
https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/7926/1/13664_esp.pdf
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D. F.: McGraw - Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hitt, M. A., Black, J. S., & Porter, L. W. (2016). *Administración* (Novena ed.). España: Pearson Educación.
- Ibarra Morales, L. E., Blanco Jiménez, M., & Alarcón Martínez, G. (2016). *La calidad y la capacidad financiera de la empresa industrial Sonorense y su efecto en el desempeño exportador*. Universidad Autónoma de Nuevo León, México.
<http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/18-40%20-%20La%20calidad%20del%20producto%20y%20la%20capacidad%20financiera%20de%20la%20empresa%20industrial%20sonorense%20y%20su%20efecto%20en%20el%20desempeno%20exportador.pdf>
- Instituto Vasco de Estadística. (11 de Diciembre de 2022). *Instituto Vasco de Estadística*.
https://www.eustat.eus/documentos/opt_1/tema_186/elem_2978/definicion.html



- Julián Pérez Porto, M. M. (2022). *Análisis sobre inversión: aspectos teóricos*.
<https://definicion.de/inversion/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (Decimoquinta ed.). México: Pearson Educación.
- Landin, S. (2018). *Marketing, Comercio internacional y las TIC's*. Machala, Ecuador: UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14266/1/Cap.4-Comercio%20internacional.pdf>
- Latorre Ariño, M. (2015). *Capacidades, destrezas y procesos mentales*. Universidad Marcelino Champagnat, Lima. <https://marinolatorre.umch.edu.pe/wp-content/uploads/2015/09/25.-Capacidades-destrezas-procesos.pdf>
- Ledesma, J. R. (2010). *Economía Política, necesidades, bienes y ciencia política*. Argentina.
- Longroño Chinche, E. R. (Febrero de 2020). Fuentes de financiación para la estructura financiera de la empresa cooperativa. *IAC - Investigación Académica*, 1. <http://investigacionacademica.com/index.php/revista/article/view/11/15>
- Mankiw, N. G. (2020). *Principios de economía* (Octava ed.). Ciudad de México, México: Cengage Learning Editores.
- Mejía Cañas, C. A. (Julio de 2012). *Planning.com*. https://www.planning.com.co/bd/gerencia_general/Julio2012.pdf
- Méndez, D. (4 de Octubre de 2019). *Economía Simple*. <https://www.economiasimple.net/glosario/maquinaria>
- MINCETUR. (2013). *El ABC del Comercio Exterior*. Lima: MINCETUR.
- MINCETUR. (2013). *El ABC del exportador, Guía práctica del exportador* (Vol. Volumen III). (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Ed.) Lima, Perú. http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Documentos/manuales/guia_practica_del_exportador_wr.pdf
- MINCETUR. (Julio de 2014). *TEXTO EDUCATIVO DE COMERCIO EXTERIOR* (3° Edición ed.). Lima, Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR): <https://www.mincetur.gob.pe/wp->



content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf

MINCETUR. (2015). *PENX Plan estratégico nacional exportador 2025*. Lima, Peru: MINCETUR.

Mochón, F. (2015). *La producción y la empresa*. McGraw-Hill.

Navarro Abarzúa, I. (2005). *Capital Humano: Su Definición y Alcances en el Desarrollo Local y Regional*. Arizona, Estados Unidos: Education Policy Analysis Archives.

Padilla Peña, K. L. (2018). *Análisis de la oferta exportable de arándanos frescos con destino a EE.UU. de la empresa Agroinversiones Valle y Pampa S.A. en el año 2017*. Universidad Privada del Norte, Lima - Peru. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15302/Padilla%20Pe%c3%b1a%20c%20Karoll%20Lisbeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Parkin, M. (2018). *Economía* (Décimosegunda ed.). Ciudad de México, México: Pearson Educación de México.

Pino, R. (2020). Costos operativos. En *Materias primas y materiales*. <https://www.docsity.com/es/materias-primas-y-materiales/7925009/>

Pinzón, M. (6 de Agosto de 2021). *Revista Economía*. Head Middle Office de Experian Perú: <https://www.revistaeconomia.com/diferencias-entre-capacidad-de-pago-y-capacidad-de-endeudamiento/>

Real Academia Española. (2022). *Real Academia Española*.

Solis Serazo, C. S. (2019). *Factores de la oferta exportable en las empresas de joyería en plata y filigrana en el distrito de San Jerónimo de Tunán*. Universidad Continental, Huancayo. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7086/2/IV_FCE_315_TE_Solis_Serazo_2019.pdf

STATISTA. (30 de Septiembre de 2021). *statista.com*. <https://es.statista.com/estadisticas/601105/principales-paises-fabricantes-de-joyeria-de-oro/>



Torre Padilla, A. A. (2015). *APLICACIÓN DEL PRESUPUESTO DE CAJA PARA LA MEJORA DE LA CAPACIDAD ECONÓMICA EN LAS MICRO EMPRESAS DEL CALLAO EN EL 2013*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.

Trademap. (2021). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.*
https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c711319%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

TradeMap. (2021). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.*
https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c7110812%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Universidad de la Rioja. (2021). *MÁQUINAS O EQUIPOS DE TRABAJO*.
<https://www.unirioja.es/servicios/sprl/pdf/maquinas.pdf>

Velásquez Contreras, A. (2007). LA ORGANIZACIÓN, EL SISTEMA Y SU DINÁMICA: UNA VERSIÓN DESDE NIKLAS LUHMANN. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(61), 129-155. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20611495014.pdf>

World Gold Council. (2022). *World Gold Council*. <https://www.gold.org/goldhub/research/gold-demand-trends/gold-demand-trends-q1-2022/17136>



ANEXOS



ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023

Tabla 20

Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Variable y Dimensiones	Metodología
Problema General ¿Cómo es la oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco – 2022?	Objetivo General Describir cómo es la oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco - 2023	Oferta Exportable	Alcance: Descriptivo
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Capacidad Física	Diseño: No experimental
1. ¿Cómo es la capacidad física de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023?	1. Describir la capacidad física de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023.	<ul style="list-style-type: none"> • Materias Primas • Maquinaria • Capacidad de Producción 	Enfoque: Cuantitativo
2. ¿Cómo es la capacidad económica de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023?	2. Describir la capacidad económica de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023.	Capacidad Económica <ul style="list-style-type: none"> • Inversión • Recursos propios • Financiamiento interno 	
		Capacidad Financiera	Población y muestra: Treinta trabajadores



3. ¿Cómo es la capacidad financiera de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023?	3. Describir la capacidad financiera de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023.	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad de endeudamiento• Financiamiento externo• Solvencia económica	Técnica: Encuesta
4. ¿Cómo es la capacidad de gestión de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023?	4. Describir la capacidad de gestión de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023.	<hr/> Capacidad de Gestión <ul style="list-style-type: none">• Capital humano• Objetivos de Gestión• Internacionalización	Instrumento: Cuestionario

Nota: Elaboración propia



ANEXO 2: MATRIZ DE CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023

Tabla 21

Matriz de conceptualización de la variable

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Variable de estudio</p> <p>Oferta Exportable</p> <p>Según MINCETUR (2013), refiere:</p> <p>El tener una oferta exportable no sólo significa, como muchos piensan, que se debe contar con los volúmenes solicitados por el importador o con un producto acorde con las exigencias del mercado de destino, sino que implica mucho más. Las empresas deben contar con cuatro componentes que se encuentran interrelacionados: Capacidad física, capacidad económica,</p>	<p>Dimensión 1: Capacidad Física</p> <p>“Está referida a la capacidad instalada con la que se cuenta, considerando insumos, tecnología y volúmenes de producción que permitan atender la demanda reduciendo cualquier contratiempo, buscando siempre cumplir con los requerimientos de los clientes” (MINCETUR, 2013, p. 17-18)</p> <p>Dimensión 2: Capacidad Económica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Materias Primas <p>Según García (2017) nos indica que: “Es el bien que tiene como finalidad la transformación, durante un proceso de producción hasta convertirse en un elemento de consumo.”</p> • Maquinarias <p>Según Méndez (2019): “Son dispositivos mecánicos que permiten transformación y poder realizar una acción determinada”.</p> • Capacidad de Producción <p>Según Corvo (2019): “Volumen de productos con el cual puede generar una empresa manufacturada en un periodo determinado”.</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Inversión <p>La inversión es el acto mediante el cual se cambia la posibilidad de una satisfacción inmediata y cierta a la que se</p>



capacidad financiera, capacidad de gestión. (p. 17-18)

Según Torre Padilla, (2015) define la capacidad económica de la siguiente manera:

“La capacidad económica de la empresa está dada por la condición que tiene para hacer frente a las inversiones, empleando sus fondos de manera eficiente y efectiva para alcanzar sus objetivos” (p. 57)

renuncia por una expectativa de que ocurra un suceso, del cual el bien invertido es el soporte, asumiendo el riesgo y la incertidumbre de que no se cumplan las previsiones de flujos. (Masse, 1974, citado en García Martínez y otros, 2007, p.45)

- **Recursos propios**

De acuerdo a García, en (2017), tenemos el siguiente concepto:

El término recursos propios hace referencia a las aportaciones de los accionistas o socios que suscriben el capital de una compañía, los beneficios obtenidos que no hayan sido repartidos entre sus accionistas en forma de dividendos, así como las reservas que tienen para afrontar las situaciones extraordinarias.

- **Financiamiento interno**

Molina (1996, citado por Longroño Chinche, 2020) refiere del financiamiento interno: “Es aquel que procede de los recursos proporcionados por los dueños de la empresa, y se ve reflejado en el activo” (p. 50)

Dimensión 3: Capacidad Financiera

“Se entiende por ésta a la alternativa de cubrir una

- **Capacidad de endeudamiento**

Galán (2019) define la capacidad de endeudamiento de la siguiente manera: “Cantidad máxima que una empresa puede



necesidad de recursos a través de endeudamiento con terceros” (MINCETUR, 2013, p. 17-18)

asumir, sin tener que llegar a problemas de solvencia económica”.

- **Financiamiento externo**

Abrahám (1998, citado por Longroño Chinche, 2020) refiere:

El financiamiento externo son aquellas cantidades de dinero que nacen para enfrentar la escasez de los recursos propios de las empresas y de alguna manera no se pueden solventar de manera apropiada sus actividades operacionales, por lo cual nace el afán de llegar a tener más recursos mediante el entorno de la empresa. (p. 52)

- **Solvencia económica**

La Contaduría General de la Nación de Colombia (2010) define la solvencia de la siguiente manera:

“Capacidad de pago de una persona o una entidad para responder por su pasivo. Ausencia de deudas o capacidad de cumplirlas en los montos y plazos establecidos” (p. 106)

Dimensión 4: Capacidad de Gestión

“Es el grado que se debe alcanzar para posicionar un producto de manera competitiva en el

- **Capital humano**

Según Chiavenato (2011) “Es el capital de gente, de talentos y de competencias. La competencia de una persona es la capacidad de actuar en diversas situaciones para crear activos, tanto tangibles como intangibles” (p. 31)



mercado internacional, siguiendo objetivos que se logran con el respaldo de profesionales capacitados e idóneos para implementar una estrategia de internacionalización” (MINCETUR, 2013, p. 17-18)

- **Objetivos de Gestión**

Respecto a los objetivos de una empresa, Arce (2010) refiere que:

“Toda organización económica tiene por lo menos tres objetivos generales: supervivencia, crecimiento y utilidades, es decir, tres “voluntades organizacionales” (p. 193)

- **Internacionalización**

Crespo & Leal (2012) consideran que:

Las empresas buscan la asignación óptima de recursos buscando las materias primas en los mercados más favorables, realizan la transformación en las localizaciones idóneas y deben enviar sus productos o servicios a mercados tan amplios como les permita su dimensión física y su estructura organizativa. (p. 56)

Nota: Elaboración propia



ANEXO 3: MATRIZ DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco – 2022

VARIABLE: Oferta exportable

Tabla 22

Matriz del instrumento para la recolección de datos

DIMENSIONES	INDICADORES	PESO	N° DE ITEMS	REACTIVOS	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN				
					S	CS	A	CN	N
Dimensión 1: Capacidad Física	1.1.Materias primas	28%	13	1. La cantidad de materia prima (Oro) es la adecuada, para poder desempeñar un buen trabajo. 2. La materia prima con el cual trabaja es oro de 24k. 3. La empresa determina su stock de materia prima en oro en base a la fluctuación del mercado.					
	Según García (2017) “Es el bien que tiene como finalidad la transformación, durante un proceso de producción hasta convertirse en un elemento de consumo.”								

(S): Siempre
(CS): Casi Siempre
(A): A veces
(CN): Casi Nunca
(N): Nunca



1.2. Maquinarias

Según Méndez (2019): “Son dispositivos mecánicos que permiten transformación y poder realizar una acción determinada”.

4. La empresa cuenta con un stock de reserva de materia prima de oro para pedidos eventuales o de mayor cantidad.
5. La empresa cuenta con proveedores confiables para la compra de materia prima (oro).
6. La maquinaria es la adecuada para el desempeño en su área.
7. Las maquinarias de trabajo cuentan con un mantenimiento constante.
8. La empresa realiza capacitaciones para el uso y manejo de las maquinarias.
9. La empresa moderniza su maquinaria en base a las nuevas tendencias
10. La maquinaria con la que la empresa cuenta está en



capacidad de procesar una mayor demanda.

1.3.Capacidad de producción

Según Corvo (2019): “Volumen de productos con el cual puede generar una empresa manufacturada en un periodo determinado”.

11. El volumen de producción de joyas en oro es suficiente para cubrir la actual demanda.
12. La empresa tiene la capacidad de producir para atender una mayor demanda.
13. En la empresa se aplican estándares en sus instalaciones que permitan garantizar la calidad de sus productos

2.1.Inversión

La inversión es el acto mediante el cual se cambia la posibilidad de una satisfacción inmediata y cierta a la que se renuncia por una expectativa de que ocurra un suceso, del cual el bien invertido es el soporte, asumiendo el riesgo y la incertidumbre de que no se cumplan las previsiones de flujos. (Masse, 1974, citado en García Martínez y otros, 2007, p.45)

Dimensión 2:

Capacidad

Económica

1. Las utilidades generadas son reinvertidas de manera periódica. (S): Siempre
2. La empresa invierte en la compra de nuevas maquinarias de trabajo. (CS): Casi Siempre (A): A veces (CN): Casi Nunca
3. La empresa invierte en la capacitación al personal sobre



2.2. Recursos propios

De acuerdo a García, en (2017), tenemos el siguiente concepto:

El término recursos propios hace referencia a las aportaciones de los accionistas o socios que suscriben el capital de una compañía, los beneficios obtenidos que no hayan sido repartidos entre sus accionistas en forma de dividendos, así como las reservas que tienen para afrontar las situaciones extraordinarias.

2.3. Financiamiento interno

Molina (1996, citado por Longroño Chinche, 2020) refiere del financiamiento interno: “Es aquel que procede de los recursos proporcionados por los

el uso y manejo de las maquinarias.

4. La inversión que realiza la empresa para la adquisición de la materia prima (oro) es variable.

5. La empresa utiliza sus recursos propios, frente a situaciones extraordinarias que se presente.

6. La empresa utiliza los recursos propios, para la adquisición de materia prima en oro.

7. La empresa utiliza los recursos propios, para la reserva de materia prima en oro.

8. Los dueños disponen de capital de trabajo para el funcionamiento de la empresa.

9. Las aportaciones proporcionadas por los dueños



	dueños de la empresa, y se ve reflejado en el activo” (pág. 50)			de la empresa son destinadas para la adquisición de nuevos activos.
	3.1.Capacidad de endeudamiento Galán (2019) define la capacidad de endeudamiento de la siguiente manera: “Cantidad máxima que una empresa puede asumir, sin tener que llegar a problemas de solvencia económica”.			<ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa cuenta con la capacidad de cumplir con sus obligaciones financieras. 2. Los proveedores de materia prima conceden préstamos a la empresa
Dimensión 3: Capacidad Financiera	3.2.Financiamiento externo Abrahám (1998, citado por Longroño Chinche, 2020) refiere: El financiamiento externo son aquellas cantidades de dinero que nacen para enfrentar la escasez de los recursos propios de las empresas y de alguna manera no se pueden solventar de manera apropiada sus actividades operacionales, por lo cual nace el afán de llegar a tener más recursos mediante el entorno de la empresa. (pág. 52)	17%	8	<ol style="list-style-type: none"> 3. La empresa cuenta con el capital de trabajo suficiente. 4. La empresa debe recurrir a préstamos personales de sus socios para solventar sus actividades productivas. 5. El financiamiento externo solventa la actividad productiva siempre
	3.3.Solvencia económica			<ol style="list-style-type: none"> 6. Considera que la empresa cumple oportunamente el

(S): Siempre
(CS): Casi Siempre
(A): A veces
(CN): Casi Nunca
(N): Nunca



	<p>La Contaduría General de la Nación de Colombia (2010) define la solvencia de la siguiente manera:</p> <p>“Capacidad de pago de una persona o una entidad para responder por su pasivo. Ausencia de deudas o capacidad de cumplirlas en los montos y plazos establecidos” (pág. 106).</p>		<p>pago de sus deudas financieras.</p> <p>7. Considera que la empresa cumple oportunamente el pago de sus deudas con los proveedores.</p> <p>8. Considera que la empresa cumple oportunamente el pago a sus colaboradores.</p>
<p>Dimensión 4</p>	<p>4.1.Capital humano</p> <p>Según Chiavenato (2011) “Es el capital de gente, de talentos y de competencias. La competencia de una persona es la capacidad de actuar en diversas situaciones para crear activos, tanto tangibles como intangibles” (pág. 31).</p>		<p>1. El número de colaboradores es suficiente para la producción.</p> <p>2. La empresa cuenta con especialistas determinados (S): Siempre para cada tipo de orfebrería. (CS): Casi Siempre</p>
<p>Capacidad de gestión</p>	<p>4.2.Objetivos de gestión</p> <p>Respecto a los objetivos de una empresa, Arce (2010) refiere que:</p> <p>“Toda organización económica tiene por lo menos tres objetivos generales: supervivencia, crecimiento y utilidades, es decir, tres “voluntades organizacionales” independiente de las voluntades</p>	<p>35% 16</p>	<p>3. Considera que la empresa mantiene una situación estable en el mercado. (A): A veces (CN): Casi Nunca (N): Nunca</p> <p>4. La empresa se encuentra en una etapa de crecimiento.</p> <p>5. Considera que la empresa está logrando utilidades.</p>



de los ejecutivos. Además, tiene objetivos particulares que dependen de los deseos de los gerentes. Estos objetivos “contingentes” implican metas cifradas” (p. 193)

4.3. Internacionalización

Crespo & Leal (2012) consideran que:

Las empresas buscan la asignación óptima de recursos buscando las materias primas en los mercados más favorables, realizan la transformación

6. Considera que es adecuado el trato del gerente frente a los colaboradores.
 7. Para la toma de decisiones, el gerente de la empresa toma en cuenta la participación de los colaboradores.
 8. Considera que la capacitación que la empresa brinda a sus colaboradores es suficiente.
 9. Considera que la empresa cumple los objetivos y metas establecidas.
 10. La empresa hace uso de las Tecnología de Información y Comunicación TIC.
 11. La empresa cuenta con una asignación óptima de materias primas.
 12. La empresa se acoge a los beneficios de las
-



en las localizaciones idóneas y deben enviar sus productos o servicios a mercados tan amplios como les permita su dimensión física y su estructura organizativa. (pág. 56)

instituciones del Estado para lograr su internacionalización.

13. La empresa participa en eventos comerciales.

14. La empresa realiza envíos de muestras de sus productos a mercados extranjeros como parte de la internacionalización.

15. La empresa cuenta con personal capacitado para apoyar el proceso de internacionalización.

16. La empresa recibe algún tipo de asesoría en cuanto al proceso de internacionalización



ANEXO 4: INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS: Oferta exportable en oro de la joyería Oro Fino en Cusco – 2023

ENCUESTA

La presente encuesta busca identificar si la joyería Oro Fino de la ciudad del Cusco cuenta con oferta exportable.

LEYENDA:

(S): Siempre

(CS): Casi Siempre

(A): A veces

(CN): Casi Nunca

(N): Nunca

Nombre:

Cargo dentro de la empresa:

Tiempo laborando en la empresa:

CAPACIDAD FISICA					
1. ¿La cantidad de materia prima en oro es la adecuada para poder desempeñar un buen trabajo?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
2. ¿La materia prima con el cual trabaja es oro de 24 kilates?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
3. ¿La empresa determina su stock de materia prima en oro en base a la fluctuación del mercado?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)



4. ¿La empresa cuenta con un stock de reserva de materia prima de oro para pedidos eventuales o de mayor cantidad?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
5. ¿La empresa cuenta con proveedores confiables para la compra de materia prima de oro?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
6. ¿La maquinaria es la adecuada para el desempeño en su área?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
7. ¿Las maquinarias de trabajo cuentan con un mantenimiento constante?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
8. ¿La empresa realiza capacitaciones para el uso y manejo de las maquinarias?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
9. ¿La empresa moderniza su maquinaria en base a las nuevas tendencias?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
10. ¿La maquinaria con la que la empresa cuenta está en la capacidad de procesar una mayor demanda?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
11. ¿El volumen de producción de joyas en oro es suficiente para cubrir la actual demanda?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
12. ¿La empresa tiene la capacidad de producir para atender una mayor demanda?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
13. ¿En la empresa se aplican estándares en sus instalaciones que permitan garantizar la calidad de sus productos?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
CAPACIDAD ECONOMICA					
14. ¿Las utilidades generadas son reinvertidas de manera periódica?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
15. ¿La empresa invierte en la compra de nuevas maquinarias de trabajo?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
16. ¿La empresa invierte en la capacitación al personal sobre el uso y manejo de las maquinarias?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
17. ¿La inversión que realiza la empresa para la adquisición de la materia prima de oro es variable?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
18. ¿La empresa utiliza sus recursos propios, frente a situaciones extraordinarias que se presente?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)



19. ¿La empresa utiliza los recursos propios, para la adquisición de materia prima en oro?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
20. ¿La empresa utiliza los recursos propios, para la reserva de materia prima en oro?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
21. ¿Los dueños disponen de capital de trabajo para el funcionamiento de la empresa?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
22. ¿Las aportaciones proporcionadas por los dueños de la empresa son destinadas para la adquisición de nuevos activos?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
CAPACIDAD FINANCIERA					
23. ¿La empresa cuenta con la capacidad de cumplir con sus obligaciones financieras?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
24. ¿Los proveedores de materia prima conceden préstamos a la empresa?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
25. ¿La empresa cuenta con el capital de trabajo suficiente?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
26. ¿La empresa debe recurrir a préstamos personales de sus socios para solventar sus actividades productivas?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
27. ¿El financiamiento externo solventa la actividad productiva frecuentemente?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
28. ¿Considera que la empresa cumple oportunamente el pago de sus deudas financieras?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
29. ¿Considera que la empresa cumple oportunamente el pago de sus deudas con los proveedores?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
30. ¿Considera que la empresa cumple oportunamente el pago a sus colaboradores?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
CAPACIDAD DE GESTIÓN					
31. ¿El número de colaboradores es suficiente para la producción?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
32. ¿La empresa cuenta con especialistas determinados para cada tipo de orfebrería?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)



33. ¿Considera que la empresa mantiene una situación estable en el mercado?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
34. ¿La empresa se encuentra en una etapa de crecimiento?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
35. ¿Considera que la empresa está logrando utilidades?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
36. ¿Considera que es adecuado el trato del gerente frente a los colaboradores?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
37. ¿Para la toma de decisiones, el gerente de la empresa toma en cuenta la participación de los colaboradores?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
38. ¿Considera que la capacitación que la empresa brinda a sus colaboradores es suficiente?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
39. ¿Considera que la empresa cumple los objetivos y metas establecidas?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
40. ¿La empresa hace uso de las Tecnología de Información y Comunicación TIC?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
41. ¿La empresa cuenta con una asignación óptima de materias primas?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
42. ¿La empresa se acoge a los beneficios de las instituciones del Estado para lograr su internacionalización?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
43. ¿La empresa participa en eventos comerciales?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
44. ¿La empresa realiza envíos de muestras de sus productos a mercados extranjeros como parte de la internacionalización?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
45. ¿La empresa cuenta con personal capacitado para apoyar el proceso de internacionalización?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)
46. ¿La empresa recibe algún tipo de asesoría en cuanto al proceso de internacionalización?	(S)	(CS)	(A)	(CN)	(N)



ANEXO 5: BASE DATOS

n	Cargo	Tiempo Servicio	Capacidad Física													Capacidad Económica							Capacidad Financiera						Capacidad de gestión																							
			Materias primas					Maquinarias					Capacidad de			Inversión				Recursos			Financia		Capacida		Financiamient		Solvencia		Capital		Objetivos de gestión						Internacionalización													
			p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	p34	p35	p36	p37	p38	p39	p40	p41	p42	p43	p44	p45	p46				
1	joyero		3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	5	4	5	1	5	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	5	3	4	1	1	1	1	1	1	166		
2	joyero		4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	1	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	1	4	1	3	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	3	4	4	1	2	1	1	1	1	178			
3	joyero		3	3	3	1	5	5	5	5	4	4	2	3	5	4	3	5	3	5	3	2	4	4	4	1	5	3	3	3	5	5	2	4	2	4	4	5	5	4	4	5	4	1	1	1	1	1	1	158		
4	joyero		5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	2	4	3	3	5	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	177			
5	joyero		4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	155			
6	joyero		5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	1	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	170		
7	joyero		5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	1	4	3	3	5	4	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	1	1	1	1	1	1	1	162		
8	joyero		4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	157		
9	joyero		5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	1	4	3	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	1	2	1	1	1	1	1	186	
10	joyero		5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	1	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	177	
11	joyero		5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	2	5	4	5	4	4	5	5	1	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	187	
12	joyero		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	190
13	joyero		3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	5	5	3	4	3	3	5	4	3	3	4	4	2	3	3	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	3	3	1	1	1	1	1	1	1	156	
14	joyero		3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	5	5	3	4	3	3	5	4	3	3	4	4	2	3	3	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	3	3	1	1	1	1	1	1	1	154	
15	joyero		3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	2	1	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	2	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	168	
16	joyero		4	5	5	3	5	5	5	4	4	4	1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	1	4	1	3	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4	4	1	4	1	1	1	1	179
17	joyero		3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	5	4	5	1	5	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	5	3	4	1	1	1	1	1	1	1	166	
18	joyero		4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	1	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	1	4	1	3	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	1	2	1	1	1	1	1	178	
19	joyero		3	3	3	1	5	5	5	5	4	4	2	3	5	4	3	5	3	5	3	2	4	4	4	1	5	3	3	3	5	5	2	4	2	4	4	4	5	4	4	5	4	1	1	1	1	1	1	1	158	
20	joyero		5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	2	4	3	3	5	4	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	177	
21	joyero		4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	155		
22	joyero		5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	1	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	170	
23	joyero		5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	5	1	4	3	3	5	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	162	
24	joyero		4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	1	1	1	1	1	1	157	
25	joyero		5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	1	4	3	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	1	2	1	1	1	1	1	186
26	joyero		5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	1	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	177
27	joyero		5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	2	5	4	5	4	4	5	5	1	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	187
28	joyero		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	190	
29	joyero		3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	5	3	5	3	4	3	3	5	4	3	3	4	4	2	3	3	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	3	3	1	1	1	1	1	1	1	156	
30	joyero		3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	5	5	3	4	3	3	5	4	3	3	4	4	2	3	3	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	154