



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
SECCIÓN DE POSGRADO

**LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU
INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO FINANCIERO
DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERÍA DE PLATA**

**PRESENTADA POR
DECIO RUBIO URRELO**

ASESOR

LUIS ALBERTO LIZÁRRAGA PÉREZ

TESIS

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**

LIMA – PERÚ

2019



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
SECCIÓN DE POSGRADO**

**“LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU
INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO FINANCIERO
DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERÍA DE PLATA”**

TESIS

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR
EN CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

PRESENTADO POR:

DECIO RUBIO URRELO,

LIMA – PERÚ

2019

**“LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU
INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO-FINANCIERO DE
LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERÍA DE PLATA”**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

LUIS ALBERTO LIZÁRRAGA PEREZ

PRESIDENTE DEL JURADO:

Dr. JUAN AMADEO ALVA GÓMEZ

SECRETARIO:

Dr. CRISTIAN YONG CASTAÑEDA

MIEMBROS DEL JURADO:

Dr. RICARDO BARRÓN ARAOZ

Dra. ELSA CHOY ZEVALLOS

Dr. AUGUSTO FERREYROS MORÓN

DEDICATORIA

Para mis padres Decio y Rosa, por su valioso apoyo, para mi esposa María Teresa, mis hijos Vanessa y Bruno, y mi nieto Klaus, que han sabido comprender el tiempo que le he dedicado a esta investigación, distrayendo el que les tuve que brindar, pero que ahora es reconocido, y es un orgullo para todos ellos.

AGRADECIMIENTOS

Luego de muchos años he retornado a las aulas para cursar, en esta oportunidad el Doctorado en Contabilidad y Finanzas, en la prestigiosa Universidad de San Martín de Porres, que, desde hace ya tres años, es mi nueva alma mater, en la cual espero compartir los conocimientos adquiridos con las promociones más jóvenes, ejerciendo la docencia también en sus aulas, bajo el liderazgo del Dr. Cristian Yong Castañeda.

Es mi deseo agradecer a toda la plana docente de este excelente doctorado, en especial a mis asesores: Dr. Luis Alberto Lizárraga Pérez, mi asesor temático, y al Dr. Julio Vergara Herrera, mi asesor metodológico; a mis docentes revisores: Dr. Augusto Ferreyros Morón, Dr. Ricardo Barrón Araoz, y Dra. Elsa Choy Zevallos; así como a mis excelentes profesores: Dra. María Teresa Barrueto Pérez, Dr. Juan Sotomayor Casas, Dr. Carlos Sandoval Aliaga, Dra. Olga Aguilar Barco, Dr. Wilfredo Rodas Serrano, Dr. Wilder Flores Díaz, Dr. Luis Bortesi Longhi, Dr. Adolfo Hinojosa Pérez; entre otros excelentes profesionales y colegas, puesto que con la transferencia de sus conocimientos hacia mi persona, me han permitido concluir con éxito el presente doctorado.

Adicionalmente agradecer a quienes lideran la sección de posgrado, Dr. Juan Amadeo Alva Gómez, Decano de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras; y al Dr. Cristian Yong, Director de la Sección de Posgrado.

ÍNDICE

Portada	i
Título	ii
Asesor y miembros del jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimientos	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xvii
RESUMO	xxi
INTRODUCCIÓN	xxv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.1.1. Principales países productores de plata	1
1.1.2. Principales países exportadores e importadores de plata	5
1.1.3. Análisis comparativo de los principales países exportadores de joyería de plata	6
1.1.4. Resumen de la realidad problemática	40
1.2. Formulación del problema	44
1.2.1. Problema principal	44
1.2.2. Problemas secundarios	44
1.3. Objetivos de la investigación	45
1.3.1. Objetivo general	45
1.3.2. Objetivos específicos	45
1.4. Justificación e importancia de la investigación	46
1.5. Limitaciones del estudio	46
1.6. Viabilidad y delimitaciones del estudio	47
1.6.1. Viabilidad del estudio	47

1.6.2. Delimitaciones del estudio	47
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes de la investigación	48
2.2. Bases teóricas	53
2.2.1. Las políticas gubernamentales de apoyo a las Mypes exportadoras de joyería de plata en el Perú	53
2.2.2. Desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata	67
2.3. Definiciones conceptuales	78
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	
3.1 Hipótesis principal	116
3.2 Hipótesis secundarias	116
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	
4.1. Diseño metodológico	118
4.2. Población y muestra	118
4.3. Operacionalización de variables	120
4.4. Técnicas de recolección de datos	121
4.5. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	121
4.6. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos	121
4.7. Aspectos éticos	124
CAPÍTULO V: RESULTADOS	
5.1. Resultados de las entrevistas	125
5.2. Resultados de las encuestas	136
5.3. Contrastación de hipótesis	152
5.4. Correlación de variables	16
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y PROPUESTA	
6.1. Discusión	161

6.2. Conclusiones	162
6.3. Recomendaciones	163
6.4. Propuesta	165
FUENTES DE INFORMACIÓN	170
ANEXOS	176
Anexo 1. Matriz de consistencia	177
Anexo 2: Formato de entrevistas en profundidad	178
Anexo 3. Encuesta	179
Anexo 4. Perú: Listado de empresas exportadoras de joyería de plata	182
Anexo 5. Validación de expertos	188

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01:	Ranking Mundial de Producción de Plata y Crecimiento anual	1
Tabla 02:	Principales países exportadores de minerales de plata y sus concentrados	5
Tabla 03:	Principales países importadores de minerales de plata y sus concentrados	6
Tabla 04:	Principales países exportadores de joyería de plata	7
Tabla 05:	Alianza del Pacífico: Países exportadores de Joyería de plata	8
Tabla 06:	India: Exportación Artículos de joyería de plata	10
Tabla 07:	Tailandia -Exportación Artículos de joyería de plata	12
Tabla 08:	Alemania - Exportación Artículos de joyería de plata	14
Tabla 09:	Estados Unidos: Joyería de plata: Arancel e IVA en Estados Unidos	15
Tabla 10:	Joyería de plata: Leyes, Normas y Reglamentos, en Estados Unidos	15
Tabla 11:	Joyería de plata: Código de prácticas profesionales, Estados Unidos	16
Tabla 12:	Estados Unidos: Exportación Artículos de joyería de plata	16
Tabla 13:	Italia: Exportación Artículos de joyería de plata	19
Tabla 14:	China: Exportación Artículos de joyería de plata	21
Tabla 15:	México - Exportación Artículos de joyería de plata	24
Tabla 16:	México: Políticas de financiamientos a las Mypes	24
Tabla 17:	Perú: Exportación Artículos de joyería de plata	29
Tabla 18:	Perú: Clasificación de las Mypes	31
Tabla 19:	Perú: Tasas de interés activas bancarias promedio por tamaño de empresa	35
Tabla 20:	Perú: Resumen de las limitaciones de las Mypes exportadoras	39
Tabla 21:	Principales actores que influyen en las Mypes exportadoras	62
Tabla 22:	Criterios para calificar continuidad exportadora	69
Tabla 23:	Dinamismo exportador - Criterios para estimar indicador	71

Tabla 24:	Perú: Dinamismo Exportador – Variaciones en US\$	71
Tabla 25:	Perú: Dinamismo Exportador – Variaciones en TM	71
Tabla 26:	Criterios para diversificación de mercados	72
Tabla 27:	Perú: Exportación mundial de joyería de plata	75
Tabla 28:	Perú: Número de exportaciones CAN, MERCOSUR y AP	77
Tabla 29:	Perú: Grado de complejidad de los mercados de destino	77
Tabla 30:	Perú: Clasificación de las Mypes, según número de trabajadores	118
Tabla 31:	Mypes exportadoras de joyería de plata: Población	119
Tabla 32:	Mypes exportadoras de joyería de plata: Población y Muestra	120
Tabla 33:	Instrumento Alfa de Cronbach: Resumen	122
Tabla 34:	Instrumento Alfa de Cronbach: Elementos	123
Tabla 35:	Encuesta: Régimen tributario de impuesto a la renta	136
Tabla 36:	Encuesta: Incentivos tributarios	137
Tabla 37:	Encuesta: Programas de fomento a las exportaciones	138
Tabla 38:	Encuesta: Apoyo de PROMPERÚ	139
Tabla 39:	Encuesta: Programas de financiamiento	140
Tabla 40:	Encuesta: Apoyo de COFIDE	141
Tabla 41:	Encuesta: Programas de capacitación en gestión empresarial	142
Tabla 42:	Encuesta: Programas de capacitación técnica	143
Tabla 43:	Encuesta: Continuidad exportadora	144
Tabla 44:	Encuesta: Registro de exportaciones	145
Tabla 45:	Encuesta: Crecimiento anual de las exportaciones	146
Tabla 46:	Encuesta: Crecimiento acumulado de exportaciones	147
Tabla 47:	Encuesta: Número de destinos de exportación	148
Tabla 48:	Encuesta: Velocidad de ampliación de destinos de exportación	149
Tabla 49:	Encuesta: Expansión de exportaciones más allá de la Alianza del Pacífico	150
Tabla 50:	Encuesta: Expansión de exportaciones más allá de la Comunidad Andina	151
Tabla 51:	Contratación de hipótesis específica 01	152

Tabla 52:	Prueba de chi.cuadrado hipótesis específica 01	153
Tabla 53:	Contrastación de hipótesis específica 02	154
Tabla 54:	Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 02	155
Tabla 55:	Contrastación de hipótesis específica 03	156
Tabla 56:	Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 03	157
Tabla 57:	Contrastación de hipótesis específica 04	158
Tabla 58:	Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 04	159
Tabla 59:	Correlación de variables: Estadísticos descriptivos	160
Tabla 60:	Correlación de Pearson	160
Tabla 61:	Encuesta: Cargo de la persona encuestada	181
Tabla 62:	Encuesta: Nivel de instrucción de la persona encuestada	181
Tabla 63:	Encuesta: Sexo de la persona encuestada	181
Tabla 64:	Encuesta: Rango de edad de las personas encuestadas	181
Tabla 65:	Encuesta: Años de funcionamiento del negocio	181

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01:	Producción mundial de plata	3
Figura 02:	Principales países mineros de plata del mundo	4
Figura 03:	Exportación mundial de joyería de plata por países	8
Figura 04:	Perú: Regímenes tributarios	30
Figura 05:	Plan estratégico nacional exportador 2025	34
Figura 06:	Perú: Tipos de tributos	60
Figura 07:	Perú: Sistema tributario nacional	62
Figura 08:	Países miembros de la comunidad andina	76
Figura 09:	Países miembros del Mercosur	76
Figura 10:	Incoterms 2010	79
Figura 11:	Fórmula de Cochran del tamaño de la muestra	119
Figura 12:	Fórmula del Alfa de Cronbach	122
Figura 13:	Encuesta: Régimen tributario de impuesto a la renta	136
Figura 14:	Encuesta: Incentivos tributarios	137
Figura 15:	Encuesta: Programas de fomento a las exportaciones	138
Figura 16:	Encuesta: Apoyo de PROMPERÚ	139
Figura 17:	Encuesta: Programas de financiamiento	140
Figura 18:	Encuesta: Apoyo de COFIDE	141
Figura 19:	Encuesta: Programas capacitación gestión empresarial	142
Figura 20:	Encuesta: Programas de capacitación técnica	143
Figura 21:	Encuesta: Continuidad exportadora	144
Figura 22:	Encuesta: Registro de exportaciones	145
Figura 23:	Encuesta: Crecimiento anual de exportaciones	146
Figura 24:	Encuesta: Crecimiento acumulado de las exportaciones	147
Figura 25:	Encuesta: Número de destinos de exportación	148
Figura 26:	Encuesta: Velocidad de ampliación de destinos de exportación	149
Figura 27:	Encuesta: Expansión de exportaciones más allá de la Alianza del Pacífico	150
Figura 28:	Encuesta: Expansión de exportaciones más allá de la comunidad andina	151

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.1.1. Principales países productores de plata	1
1.1.2. Principales países exportadores e importadores de plata	5
1.1.3. Análisis comparativo de los principales países exportadores de joyería de plata	6
1.1.4. Resumen de la realidad problemática	40
1.2. Formulación del problema	44
1.2.1. Problema principal	44
1.2.2. Problemas secundarios	44
1.3. Objetivos de la investigación	45
1.3.1. Objetivo general	45
1.3.2. Objetivos específicos	45
1.4. Justificación e importancia de la investigación	46
1.5. Limitaciones del estudio	46
1.6. Viabilidad y delimitaciones del estudio	47
1.6.1. Viabilidad del estudio	47
1.6.2. Delimitaciones del estudio	47

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación	48
2.2. Bases teóricas	53
2.2.1. Las políticas gubernamentales de apoyo a las Mypes exportadoras de joyería de plata en el Perú	53
2.2.2. Desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata	67
2.3. Definiciones conceptuales	78

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis principal	116
3.2 Hipótesis secundarias	116

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Diseño metodológico	118
--------------------------	-----

4.2. Población y muestra	118
4.3. Operacionalización de variables	120
4.4. Técnicas de recolección de datos	121
4.5. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	121
4.6. Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos	121
4.7. Aspectos éticos	124

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1. Resultados de las entrevistas	125
5.2. Resultados de las encuestas	136
5.3. Contrastación de hipótesis	152
5.4. Correlación de variables	16

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y PROPUESTA

6.1. Discusión	161
6.2. Conclusiones	162

6.3. Recomendaciones	163
6.4. Propuesta	165
FUENTES DE INFORMACIÓN	170
ANEXOS	176
Anexo 1. Matriz de consistencia	177
Anexo 2: Formato de entrevistas en profundidad	178
Anexo 3. Encuesta	179
Anexo 4. Perú: Listado de empresas exportadoras de joyería de plata	182
Anexo 5. Validación de expertos	188

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01:	Ranking Mundial de Producción de Plata y Crecimiento anual	1
Tabla 02:	Principales países exportadores de minerales de plata y sus concentrados	5
Tabla 03:	Principales países importadores de minerales de plata y sus concentrados	6
Tabla 04:	Principales países exportadores de joyería de plata	7
Tabla 05:	Alianza del Pacífico: Países exportadores de Joyería de plata	8
Tabla 06:	India: Exportación Artículos de joyería de plata	10
Tabla 07:	Tailandia -Exportación Artículos de joyería de plata	12
Tabla 08:	Alemania - Exportación Artículos de joyería de plata	14
Tabla 09:	Estados Unidos: Joyería de plata: Arancel e IVA en Estados Unidos	15
Tabla 10:	Joyería de plata: Leyes, Normas y Reglamentos, en Estados Unidos	15
Tabla 11:	Joyería de plata: Código de prácticas profesionales, Estados Unidos	16
Tabla 12:	Estados Unidos: Exportación Artículos de joyería de plata	16
Tabla 13:	Italia: Exportación Artículos de joyería de plata	19
Tabla 14:	China: Exportación Artículos de joyería de plata	21
Tabla 15:	México - Exportación Artículos de joyería de plata	24
Tabla 16:	México: Políticas de financiamientos a las Mypes	24
Tabla 17:	Perú: Exportación Artículos de joyería de plata	29
Tabla 18:	Perú: Clasificación de las Mypes	31
Tabla 19:	Perú: Tasas de interés activas bancarias promedio por tamaño de empresa	35
Tabla 20:	Perú: Resumen de las limitaciones de las Mypes exportadoras	39
Tabla 21:	Principales actores que influyen en las Mypes exportadoras	62
Tabla 22:	Criterios para calificar continuidad exportadora	69
Tabla 23:	Dinamismo exportador - Criterios para estimar indicador	71

Tabla 24:	Perú: Dinamismo Exportador – Variaciones en US\$	71
Tabla 25:	Perú: Dinamismo Exportador – Variaciones en TM	71
Tabla 26:	Criterios para diversificación de mercados	72
Tabla 27:	Perú: Exportación mundial de joyería de plata	75
Tabla 28:	Perú: Número de exportaciones CAN, MERCOSUR y AP	77
Tabla 29:	Perú: Grado de complejidad de los mercados de destino	77
Tabla 30:	Perú: Clasificación de las Mypes, según número de trabajadores	118
Tabla 31:	Mypes exportadoras de joyería de plata: Población	119
Tabla 32:	Mypes exportadoras de joyería de plata: Población y Muestra	120
Tabla 33:	Instrumento Alfa de Cronbach: Resumen	122
Tabla 34:	Instrumento Alfa de Cronbach: Elementos	123
Tabla 35:	Encuesta: Régimen tributario de impuesto a la renta	136
Tabla 36:	Encuesta: Incentivos tributarios	137
Tabla 37:	Encuesta: Programas de fomento a las exportaciones	138
Tabla 38:	Encuesta: Apoyo de PROMPERÚ	139
Tabla 39:	Encuesta: Programas de financiamiento	140
Tabla 40:	Encuesta: Apoyo de COFIDE	141
Tabla 41:	Encuesta: Programas de capacitación en gestión empresarial	142
Tabla 42:	Encuesta: Programas de capacitación técnica	143
Tabla 43:	Encuesta: Continuidad exportadora	144
Tabla 44:	Encuesta: Registro de exportaciones	145
Tabla 45:	Encuesta: Crecimiento anual de las exportaciones	146
Tabla 46:	Encuesta: Crecimiento acumulado de exportaciones	147
Tabla 47:	Encuesta: Número de destinos de exportación	148
Tabla 48:	Encuesta: Velocidad de ampliación de destinos de exportación	149
Tabla 49:	Encuesta: Expansión de exportaciones más allá de la Alianza del Pacífico	150
Tabla 50:	Encuesta: Expansión de exportaciones más allá de la Comunidad Andina	151
Tabla 51:	Contratación de hipótesis específica 01	152

Tabla 52:	Prueba de chi.cuadrado hipótesis específica 01	153
Tabla 53:	Contrastación de hipótesis específica 02	154
Tabla 54:	Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 02	155
Tabla 55:	Contrastación de hipótesis específica 03	156
Tabla 56:	Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 03	157
Tabla 57:	Contrastación de hipótesis específica 04	158
Tabla 58:	Prueba de chi cuadrado hipótesis específica 04	159
Tabla 59:	Correlación de variables: Estadísticos descriptivos	160
Tabla 60:	Correlación de Pearson	160
Tabla 61:	Encuesta: Cargo de la persona encuestada	181
Tabla 62:	Encuesta: Nivel de instrucción de la persona encuestada	181
Tabla 63:	Encuesta: Sexo de la persona encuestada	181
Tabla 64:	Encuesta: Rango de edad de las personas encuestadas	181
Tabla 65:	Encuesta: Años de funcionamiento del negocio	181

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01:	Producción mundial de plata	3
Figura 02:	Principales países mineros de plata del mundo	4
Figura 03:	Exportación mundial de joyería de plata por países	8
Figura 04:	Perú: Regímenes tributarios	30
Figura 05:	Plan estratégico nacional exportador 2025	34
Figura 06:	Perú: Tipos de tributos	60
Figura 07:	Perú: Sistema tributario nacional	62
Figura 08:	Países miembros de la comunidad andina	76
Figura 09:	Países miembros del Mercosur	76
Figura 10:	Incoterms 2010	79
Figura 11:	Fórmula de Cochran del tamaño de la muestra	119
Figura 12:	Fórmula del Alfa de Cronbach	122
Figura 13:	Encuesta: Régimen tributario de impuesto a la renta	136
Figura 14:	Encuesta: Incentivos tributarios	137
Figura 15:	Encuesta: Programas de fomento a las exportaciones	138
Figura 16:	Encuesta: Apoyo de PROMPERÚ	139
Figura 17:	Encuesta: Programas de financiamiento	140
Figura 18:	Encuesta: Apoyo de COFIDE	141
Figura 19:	Encuesta: Programas capacitación gestión empresarial	142
Figura 20:	Encuesta: Programas de capacitación técnica	143
Figura 21:	Encuesta: Continuidad exportadora	144
Figura 22:	Encuesta: Registro de exportaciones	145
Figura 23:	Encuesta: Crecimiento anual de exportaciones	146
Figura 24:	Encuesta: Crecimiento acumulado de las exportaciones	147
Figura 25:	Encuesta: Número de destinos de exportación	148
Figura 26:	Encuesta: Velocidad de ampliación de destinos de exportación	149
Figura 27:	Encuesta: Expansión de exportaciones más allá de la Alianza del Pacífico	150
Figura 28:	Encuesta: Expansión de exportaciones más allá de la comunidad andina	151

RESUMEN

La presente tesis titulada: “LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO-FINANCIERO DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERÍA DE PLATA”, está comprendida en el periodo 2016-2017, y tiene como objetivo establecer la influencia de las mismas en las MYPES del referido sector, pues siendo el Perú el segundo productor de plata a nivel mundial, y el primero en el ranking mundial de exportación de minerales de plata y sus concentrados; en lo que respecta a la exportación de joyería de plata el volumen es poco significativo, pues menos del 1% de su producción se deriva a la fabricación de joyería de plata; es decir nuestro país, en este rubro exporta principalmente materias primas sin generar valor agregado.

Esto se debe principalmente, a que las normas y regulaciones tributarias existentes, los programas de fomento, los de financiamiento, así como la capacitación empresarial, financiera y técnica, son deficientes, y no son adecuadamente difundidos, lo que no permite lograr el objetivo principal de impulsar las exportaciones en este rubro con un valor agregado diferenciado, y de

esta manera puedan mejorar su posición competitiva en el mercado global de joyería de plata.

La mayoría de los países que han logrado desarrollar el sector de exportación de joyería de plata, cuentan con bancos de desarrollo con políticas ad-hoc, que apoyan en forma directa a este sector, lo que no ocurre en forma adecuada en el Perú.

Adicionalmente, en el sector específico de exportación de joyería de plata, se adolece principalmente de lo siguiente:

- No se han desarrollado Cadenas de valor, que tengan por objetivo insertar a las Mypes en las cadenas de valor globales y promover su asociación.
- No existe un Sistema nacional de garantías, que permita promover la disponibilidad de crédito para las Mypes por medio de diversos programas, a tasas de interés competitivas.
- Desconocen de las Oficinas Comerciales del Perú en el exterior (OCEX), y de los gremios empresariales, de PROMPERÚ.
- A pesar que existen muchas fuentes de información, éstas no suelen ser consultadas, por desconocimiento principalmente.
- El ecosistema en el cual se desenvuelve el exportador es adverso a sus intereses, pues se tiene que enfrentar a elevados sobrecostos.
- Los administradores de las empresas exportadoras no saben evaluar qué opción les conviene más, no tienen educación financiera ni de gestión gerencial.

- Los empresarios no suelen tener experiencia en el sector, lo que genera se enfrente a un elevado nivel de riesgo operativo.
- No tienen una cultura de asociatividad, que les permita hacer sinergias provechosas.
- Las Mypes exportadoras, en general, no tienen una política de actualización de conocimientos para su personal.
- En educación y conocimiento, no se tiene el apoyo para acceder al financiamiento de proyectos de tecnología e innovación, así como para la prospección tecnológica a otros países.
- En desarrollo comercial, no se cuenta con la participación de un mayor número de empresas en las principales ferias internacionales.
- En lo que respecta a la promoción, no se cuenta con el apoyo adecuado de las embajadas y OCEX en el desarrollo de certámenes como el Congreso Internacional de Joyería y Orfebrería.
- No se asume un rol más protagónico a los joyeros, que permita sentar las bases para un real cambio en el sector, tanto a nivel de diseño, uso de tecnología, calidad, normas técnicas, certificación, marketing y estrategias de comercialización.
- Se carece de un centro de desarrollo investigación, e innovación tecnológica, que incluya servicios de diseño de prototipos y acabados, que puedan ser validados en el mercado.

Por todo lo expuesto, se puede afirmar lo siguiente:

- a. Las normas tributarias existentes no promocionan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, toda vez que no existe una política específica, para impulsar el sector, son normas genéricas.
- b. Los programas de fomento gubernamentales existentes no apoyan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, toda vez que no existen programas específicos, para impulsar el sector, son programas generales.
- c. Los programas de financiamiento gubernamentales existentes no respaldan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, pues no existe una política específica de financiamiento a la medida, que pueda impulsar adecuadamente el sector.
- d. Los programas de capacitación gubernamentales existentes no ayudan en forma significativa al desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, debido a que son genéricos, y no existen programas especializados.

Por ende, los resultados de la investigación sobre las políticas gubernamentales existentes, en el sector materia del presente estudio, nos muestran que éstas no contribuyen significativamente al desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, siendo por ello deficientes, y el crecimiento de las pocas empresas es debido a un esfuerzo particular.

Lo indicado precedentemente ha sido comprobado a través de una rigurosa medición de las variables:

- a) Las políticas gubernamentales y

b) El desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, en la ciudad de Lima, Perú.

Para impulsar adecuadamente al sector de Joyería de Plata, es muy importante que el Estado peruano implemente una serie de políticas para fortalecerlas, así como organizar conjuntamente con las universidades talleres de capacitación tanto técnicos como de gerencia, para lo cual se propone al supremo gobierno, la promulgación de una ley que impulse a las Mypes del sector de joyería de plata a la exportación de sus productos con un alto nivel de calidad, lo que generaría impulsar su desarrollo económico-financiero.

ABSTRACT

This thesis entitled: "PERUVIAN GOVERNMENT POLICIES AND THEIR INFLUENCE ON THE ECONOMIC AND FINANCIAL DEVELOPMENT OF SILVER JEWELRY EXPORTING MYPES", had as objective to establish the influence of the same in the MYPES of the mentioned sector, since being Peru the second silver producer worldwide, and the first in the world ranking of export of silver ores and their concentrates; As regards the export of silver jewelery, the volume is not significant, since less than 1% of its production is derived from the manufacture of silver jewelery; In other words, our country, in this area exports mainly raw materials without generating added value.

This is mainly due to the fact that existing tax regulations and regulations, promotion programs, financing programs, as well as business, financial and technical training, are deficient, and are not adequately disseminated, which does not allow achieving the main objective to boost exports in this area with a differentiated added value, and in this way they can improve their competitive position in the global silver jewelery market.

Most of the countries that have managed to develop the silver jewelery export sector have development banks with ad-hoc policies, which directly support this sector, which does not occur adequately in Peru.

Additionally, in the specific sector of export of silver jewelery, it suffers mainly from the following:

- No value chains have been developed, which aim to insert Mypes into global value chains and promote their association.
- There is no national system of guarantees, which allows promoting the availability of credit for Mypes through various programs, at competitive interest rates.
- They are unaware of the Commercial Offices of Peru abroad (OCEX), and of the business associations, of PROMPERÚ.
- Although there are many sources of information, these are usually not consulted, mainly because of ignorance.
- The ecosystem in which the exporter operates is adverse to their interests, since they have to face high cost overruns.
- The administrators of the exporting companies do not know how to evaluate which option is best for them, they do not have financial education or managerial management.
- Entrepreneurs do not usually have experience in the sector, which generates a high level of operational risk.
- They do not have a culture of associativity, which allows them to make profitable synergies.

- Export Mypes, in general, do not have a knowledge update policy for their personnel.
- In education and knowledge, we do not have the support to access the financing of technology and innovation projects, as well as for technological prospecting to other countries.
- In commercial development, there is not the participation of a greater number of companies in the main international fairs.
- Regarding the promotion, there is not adequate support from the embassies and OCEX in the development of events such as the International Jewellery and Goldsmithing Congress.
- It does not assume a more protagonist role to jewelers, which allows laying the foundations for a real change in the sector, both at the level of design, use of technology, quality, technical standards, certification, marketing and marketing strategies.
- There is no research, technological innovation development center, which includes prototype and finishing design services, which can be validated in the market.

For all the above, we can say the following:

- a. Existing tax regulations do not significantly promote the economic-financial development of Mypes exporting silver jewelry, since there is no specific policy to promote the sector, they are generic standards.
- b. The existing governmental development programs do not significantly support the economic-financial development of Mypes exporting silver

jewelery, since there are no specific programs to promote the sector, they are general programs.

- c. The existing government financing programs do not significantly support the economic-financial development of Mypes that export silver jewelery, since there is no specific tailor-made financing policy that can adequately boost the sector.
- d. The existing government training programs do not significantly help the economic-financial development of Mypes exporting silver jewelery, because they are generic, and there are no specialized programs.

Therefore, the results of the research on existing government policies, in the subject area of this study, show us that these do not contribute significantly to the economic-financial development of Mypes that export silver jewelery, and are therefore deficient, and the growth of the few companies is due to a particular effort.

The foregoing has been verified through a rigorous measurement of the variables:

- a) Government policies and b) The economic-financial development of Mypes exporting silver jewelery, in the city of Lima, Peru.

In order to adequately promote the Silver Jewelery sector, it is very important that the Peruvian State implements a series of policies to strengthen them, as well as organize technical and management training workshops with the universities, for which purpose it is proposed to the supreme government, the enactment of a law that encourages SMEs in the silver jewelery sector to export their products with a high level of quality, which would generate their economic and financial development.

RESUMO

Esta tese intitulada: "POLITICAL GOVERNAMENTAL PERUANA E SUA INFLUÊNCIA SOBRE O MYPES ECONÓMICA E FINANCEIRA DE DESENVOLVIMENTO EXPORTAÇÃO DE JÓIAS DE PRATA", foi estabelecer a influência do mesmo nas mypes desse setor, como sendo do Peru segundo produtor mundial de prata, e o primeiro no ranking mundial de exportação de minérios de prata e seus concentrados; no que respeita à exportação de volume de jóias de prata é insignificante, porque menos de 1% de sua produção vem da fabricação de jóias de prata; Em outras palavras, nosso país, nessa área, exporta principalmente matérias-primas sem gerar valor agregado.

Isto é principalmente devido às regras existentes e regulamentos fiscais, programas de promoção, o financiamento, bem como de negócios, financeiros e técnicos, são ineficazes e não são devidamente divulgados, tornando impossível para atingir o objectivo principal impulsionar as exportações nessa área com um valor agregado diferenciado e, assim, melhorar sua posição competitiva no mercado global de joias de prata.

A maioria dos países que conseguiram desenvolver a jóia de prata setor de exportação, bancos de desenvolvimento têm com políticas ad-hoc que apoiam directamente neste sector, o que não ocorre corretamente no Perú.

Além disso, no setor específico de exportação de jóias de prata, sofre principalmente com o seguinte:

- Nenhuma cadeia de valor foi desenvolvida, com o objetivo de inserir o Mypes em cadeias de valor globais e promover sua associação.
- Não existe um sistema nacional de garantias, o que permite promover a disponibilidade de crédito para o Mypes através de diversos programas, a taxas de juros competitivas.
- Eles desconhecem os Escritórios Comerciais do Peru no exterior (OCEX) e das associações empresariais do PROMPERÚ.
- Embora existam muitas fontes de informação, estas geralmente não são consultadas, principalmente por causa da ignorância.
- O ecossistema no qual o exportador opera é adverso aos seus interesses, uma vez que eles têm que enfrentar excessos de custos elevados.
- Os administradores das empresas exportadoras não sabem avaliar qual a melhor opção para eles, não possuem educação financeira ou gestão gerencial.
- Empreendedores geralmente não têm experiência no setor, o que gera um alto nível de risco operacional.
- Eles não têm uma cultura de associatividade, o que lhes permite fazer sinergias lucrativas.
- Exportar Mypes, em geral, não possui uma política de atualização de conhecimento para seu pessoal.

- Na educação e no conhecimento, não temos o apoio para acessar o financiamento de projetos de tecnologia e inovação, bem como para a prospecção tecnológica em outros países.
- No desenvolvimento comercial, não há a participação de um maior número de empresas nas principais feiras internacionais.
- Em relação à promoção, não há apoio adequado das embaixadas e da OCEX no desenvolvimento de eventos como o International Jewellery and Goldsmithing Congress.
- Não assume um papel mais protagonista para os joalheiros, o que permite estabelecer as bases para uma mudança real no setor, tanto no nível de design, uso de tecnologia, qualidade, padrões técnicos, certificação, marketing e estratégias de marketing.
- Não há centro de pesquisa, desenvolvimento de inovação tecnológica, que inclua serviços de projeto de protótipos e acabamento, que possam ser validados no mercado.

Por todo o exposto, podemos dizer o seguinte:

- a. Regras fiscais existentes não significativamente promover o desenvolvimento económico e financeiro da exportação Mypes jóias de prata, já que não existe uma política específica para impulsionar o setor, são normas genéricas.
- b. Os programas governamentais de desenvolvimento existentes não apoiam significativamente o desenvolvimento económico-financeiro da joalheria de prata exportadora da Mypes, uma vez que não existem programas específicos para promover o setor, são programas gerais.

- c. Os atuais programas de financiamento do governo não apóiam significativamente o desenvolvimento econômico-financeiro do Mypes que exporta jóias de prata, uma vez que não há uma política de financiamento específica que possa impulsionar adequadamente o setor.
- d. Os atuais programas governamentais de treinamento não ajudam significativamente o desenvolvimento econômico-financeiro da joalheria de prata, pois são genéricos e não existem programas especializados.

Portanto, os resultados da pesquisa sobre políticas governamentais existentes, na área de estudo deste estudo, mostram que estes não contribuem significativamente para o desenvolvimento econômico-financeiro do Mypes que exportam jóias de prata e, portanto, são deficientes, e O crescimento das poucas empresas é devido a um esforço particular.

O exposto foi verificado através de uma rigorosa mensuração das variáveis: a) Políticas governamentais e b) O desenvolvimento econômico-financeiro da Mypes exportando jóias de prata, na cidade de Lima, Peru.

Para conduzir adequadamente a indústria de jóias de prata é muito importante que o Estado peruano para implementar uma série de políticas para fortalecer e organizar conjuntamente com oficinas universidades de treinamento técnicos e gerenciais, para o qual é proposto que o governo supremo, a promulgação de uma lei que incentiva as PMEs do setor de jóias de prata a exportar seus produtos com alto nível de qualidade, o que geraria seu desenvolvimento econômico e financeiro.

INTRODUCCIÓN

En el Perú, las MYPES en general, incluyendo las exportadoras de joyería de plata, logran tener un crecimiento relativo por su propio esfuerzo, financiándose en primera instancia de los ahorros del propietario, y/o de préstamos de familiares y/o de terceros, muchas veces a tasas de usura. Luego, cuando ya pueden calificar el ser sujetos de crédito, se enfrentan al problema de no encontrar las modalidades de financiamiento adecuadas para sus operaciones, así como el tener que enfrentarse a asumir tasas de interés muy elevadas, en comparación con las que obtienen las corporaciones, lo cual les genera desventajas en la competitividad.

La presente investigación, pretende identificar las buenas prácticas de los exportadores de joyería de plata, tanto en el Perú, como en otros países líderes en este rubro, para poder luego recomendar se puedan implementar en nuestro país, para las Mypes exportadoras de Joyería de plata, en el Perú.

Un tema que consideramos muy importante para el éxito de las Mypes exportadoras de joyería de plata, es la capacitación empresarial, financiera, y técnica de los administradores de las mismas, pues sin herramientas de gestión adecuadas no será posible lograr impulsarlas hacia un mejor porvenir.

En este contexto, la tesis se ha dividido en 05 capítulos los cuales se resumen a continuación:

En el Capítulo I, se plantea el Problema señalando las dificultades del tema de estudio en sus diferentes etapas, tanto en el contexto mundial realizando un análisis comparativo de la producción de plata, y su exportación, así como de la exportación de joyería de plata, analizándose las políticas principales implantadas por los principales países exportadores de joyería de plata.

Asimismo, se presentan las delimitaciones de la investigación, en el ámbito espacial, temporal, social, y conceptual.

Igualmente, se realiza la formulación del problema principal, los problemas secundarios; los objetivos de la investigación: general y específicos; finalizando con la argumentación de la justificación, importancia, las limitaciones del estudio, y su viabilidad.

En el Capítulo II, el Marco Teórico, se presentan los antecedentes de la investigación, a través de una serie de estudios relacionados.

Luego, en las bases teóricas se realiza un exhaustivo análisis de los indicadores de la variable dependiente, así como de la variable dependiente, así tenemos: Políticas gubernamentales, Normas tributarias, Programas de fomento, Programas de financiamiento, Programas de capacitación, Desarrollo económico, Continuidad exportadora, Dinamismo exportador, Diversificación de mercados, y del Grado de complejidad de los mercados.

Igualmente, se procede con las Definiciones conceptuales, relacionadas con la presente problemática, culminando con la argumentación de las Hipótesis, tanto principal, como secundarias, del presente estudio.

En el Capítulo III, se presenta el Diseño metodológico, a utilizar en el desarrollo de la investigación, considerando el trabajo de campo, cuyos resultados nos permitirán contrastar las hipótesis formuladas.

Asimismo, a partir del universo, se define, la población a analizar, y se estima un tamaño de muestra para proceder a la aplicación de las encuestas, de un cuestionario previamente validado por juicio de expertos, identificando un listado de Mypes peruanas exportadoras de joyería de plata.

Luego, se realiza la operacionalización de las variables, tanto dependiente como independiente, definiéndolas tanto conceptual, como operacionalmente, desagregándolas en sus respectivas dimensiones e indicadores.

Igualmente, se presentan las técnicas de recolección de datos, la descripción de instrumentos, las técnicas para el procesamiento y análisis de la información, y los procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.

Cabe señalar, que el cuestionario se validó mediante la aplicación de una encuesta piloto a un grupo de administradores de Mypes exportadoras de joyería de plata, lo que ha permitido reajustar las preguntas, aplicándose el Alfa de Cronbach.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a expertos del sector, y/o tomadores de decisiones importantes en el mismo.

Asimismo, se realiza un exhaustivo análisis de las encuestas aplicadas a la muestra tomada, presentándose cuadros con información descriptiva de cada pregunta formulada, con sus respectivos gráficos, y comentarios, se procede a realizar la correspondiente contrastación de hipótesis, a partir de las hipótesis secundarias.

En el Capítulo V, se presentan la discusión, conclusiones, recomendaciones, las sugerencias para investigaciones posteriores, y la propuesta para la mejora del sector, que concluye en realizar incidencia política, del presente estudio. Asimismo, se presentan las referencias bibliográficas y electrónicas correspondientes.

Finalmente se presentan los anexos, que incluyen:

- Anexo 01: Matriz de consistencia.
- Anexo 02: Formato de Entrevistas en profundidad.
- Anexo 03: Formato de Encuesta, Manual del Encuestador, y Datos de Control
- Anexo 04: Perú: Listado de empresas exportadoras de joyería de plata
- Anexo 05: Validación de expertos.

El autor.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

1.1.1. Principales países productores de plata

Según el Servicio Geológico de los Estados Unidos, USGS (2017)¹; “el Perú se consolida como el segundo productor de plata a nivel mundial. Al cierre del 2016, el Perú mantuvo la segunda casilla entre los países con mayor producción de plata, al reportar 4,100 toneladas métricas (TM) de plata (Ag) y 120,000 toneladas de reservas.”

Tabla 01.

*Ranking Mundial de Producción de Plata y Crecimiento anual (2014-2016)
(Expresado en millones de onzas)*

Rank			Country	Output (Moz)			Crecimiento (%)
2014	2015	2016		2014	2015	2016	
1	1	1	México	186.3	189.5	180.05	-4.99
2	2	2	Perú	122.9	135.9	131.82	-3.00
3	3	3	China	112.5	109.1	115.75	6.09
5	6	4	Chile	50.6	48.4	48.23	-0.35
4	5	5	Australia	53.9	50.3	48.23	-4.11
8	8	6	Polonia	40.7	41.5	48.23	16.22
6	4	7	Rusia	46.1	50.5	48.23	-4.49
7	7	8	Bolivia	43.2	42	41.80	-0.48
9	9	9	Estados Unidos	37.9	35.4	35.37	-0.09

Fuente: Suárez J. (2017)²

¹ Revista Rumbo Minero (2017). Recuperado de <http://www.rumbominero.com/noticias/mineria/usgs-peru-se-consolida-como-el-segundo-productor-de-plata-nivel-mundial/>

² Jaime Suarez (2017) GERENS. Recuperado de <https://gerens.pe/blog/peru-seleccion-mundial-plata/>

Se añade en la referida publicación: “Por el momento, nos encontramos por debajo de México, cuyo rendimiento de 5,600 toneladas de plata (Ag) y 37,000 de reservas, le otorga el liderazgo en el mundo. En tanto, la producción global subió ligeramente a 26,800 TM y a 570,000 toneladas de reservas en 2016. De esta manera, el alza del rendimiento global de plata se apoyó principalmente en el desempeño de nueve países: México, Perú, China, Chile, Australia, Polonia, Rusia, Bolivia, y Estados Unidos; que, en conjunto, representan el 80% de la producción mundial.”

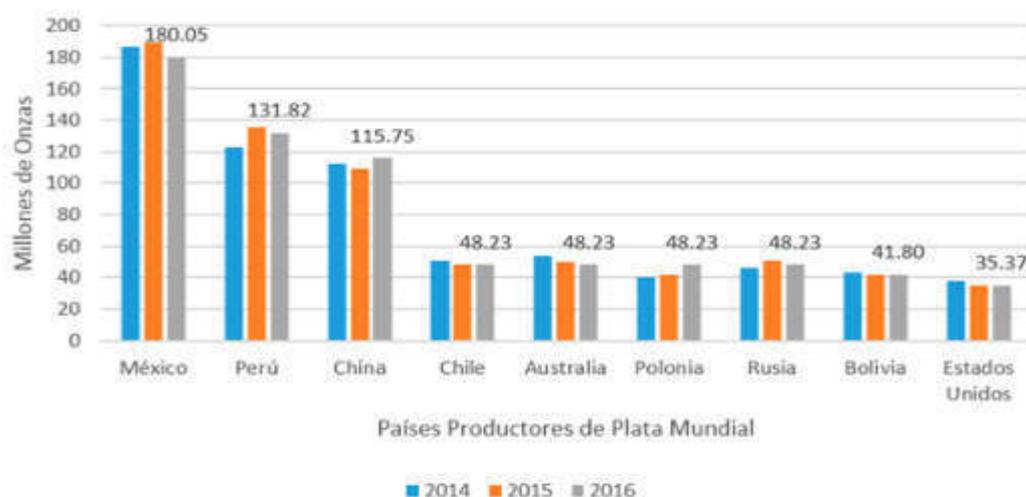
En la misma publicación, se refiere que según el Ministerio de Energía y Minas del Perú (2017)³, “la producción local alcanzó los 4 millones 374 mil kilogramos finos de plata durante el año 2016, superior en 6.65% al 2015, debido al incremento que presentaron las compañías extractivas Buenaventura, Antamina y Ares-Hochschild, con más de 1700 millones Kg de plata y 40% de participación en el mercado nacional”.

Añade, “siendo las regiones con mayor crecimiento en la producción de plata: Junín, con 880,778 Kg; Lima, con 790,668 kg; y Áncash, con 785,169 Kg. Los tres departamentos concentran el 55% del mercado de plata”

A continuación, se puede apreciar en la Figura 01, la producción mundial de plata, entre los años, 2014 al 2016, pudiéndose observar que los mayores productores son los siguientes países: México, Perú, China, Chile, y Australia, que ocupan los primeros cinco puestos.

³ Revista Rumbo Minero (2017) . Recuperado de <http://www.rumbominero.com/noticias/mineria/usgs-peru-se-consolida-como-el-segundo-productor-de-plata-nivel-mundial/>

Figura 01
Producción Mundial de Plata (2014-2016)



Fuente: Suárez J. (2017)⁴

Ampliando, según el diario digital Oro y Finanzas (2016)⁵, “en el año 2015, el aumento de la oferta minera de plata, fue liderada por México y Perú. La producción minera de plata de **México** aumentó en un 2% en 2015. Fresnillo, la empresa minera de plata más grande del mundo, con minas en México, duplicó su producción minera de plata en 2015. **Perú**, el segundo país minero de plata más importante del mundo, aumentó su producción minera de plata en un 10% en 2015. En 2014 Perú extrajo 123 millones de onzas de plata.

Añade, “en 2015 Perú aumentó su producción minera de plata en 13 millones de onzas hasta los 136 millones onzas de plata. México y Perú producen el 40% de la oferta mundial minera de plata. **China**, es el tercer productor minero de plata del mundo.

⁴ Jaime Suarez (2017) GERENS. Recuperado de <https://gerens.pe/blog/peru-seleccion-mundial-plata/>

⁵ Diario Digital Oro y Finanzas (2016). Recuperado de <https://www.oroymasfinanzas.com/2016/06/10-principales-paises-mineros-plata-fuentes-demanda-2015/>

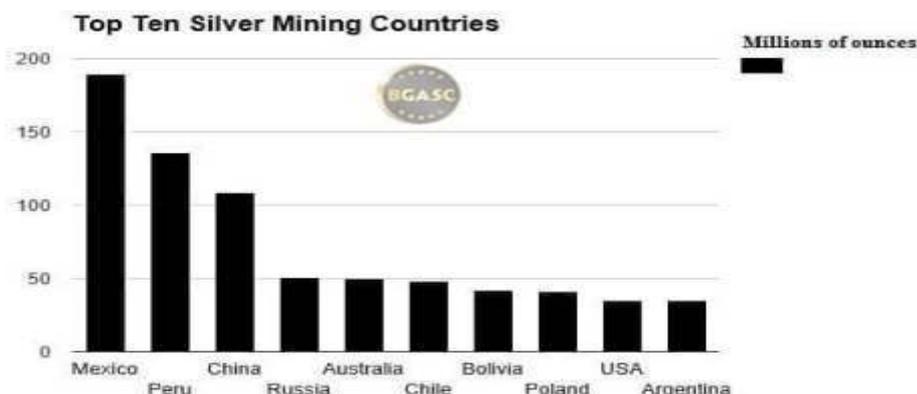
La producción minera de plata de China ha caído en 2015, pero no es relevante para la oferta y demanda mundial porque los chinos utilizan toda su producción de plata a nivel doméstico, es decir dentro de su país.”

Figura 02

Principales países mineros de plata del mundo en 2015

(expresado en millones de onzas)

Fuente: Diario Digital Oro y Finanzas (2015)⁶



Se añade en la referida publicación: “Los diez países de mayor producción de plata, generaron una oferta minera de plata en 2015 de 750 millones de onzas de los 900 millones de onzas de plata minadas en 2015 en todo el planeta. La producción de plata aumentó en 2015, a pesar de que el precio fuera un 20% más bajo que en 2014, porque las empresas mineras necesitaban vender para poder seguir operando sus minas.”

Añade el diario digital especializado Oro y Finanzas, que “el Perú, es el segundo país minero de plata más importante del mundo, aumentó su producción minera de plata en un 10% en 2015. En 2014 Perú extrajo 123 millones de onzas de plata. En 2015 Perú aumentó su producción minera de plata en 13 millones de onzas hasta los 136 millones onzas de plata. México y Perú producen el 40% de la oferta mundial minera de plata.”

⁶ Diario Digital Oro y Finanzas (2015). Recuperado de <https://www.oroymasfinanzas.com/2016/06/10-principales-paises-mineros-plata-fuentes-demanda-2015/>

1.1.2. Principales países exportadores e importadores de plata

En lo que respecta a exportaciones de minerales de plata y sus concentrados, el Perú ocupa el primer lugar, así tenemos:

Tabla 02

Principales países exportadores de minerales de plata y sus concentrados (261610)

(Expresado en toneladas)

	Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	275,255	252,187	332,039	482,236	544,793	100.0%
1	Perú	90,419	89,676	88,872	159,276	174,689	32.1%
2	México	30,167	28,524	64,811	117,044	125,210	23.0%
3	Mongolia	0	0	42,175	53,956	95,119	17.5%
4	Argentina	36,899	35,162	40,932	34,664	39,438	7.2%
5	Sudáfrica	0	0	1,944	14,625	20,324	3.7%
6	Bolivia	14,626	16,013	15,082	15,758	20,288	3.7%
7	Corea Norte	14,574	9,817	9,552	16,109	14,138	2.6%
8	Marruecos	0	0	4,702	8,540	12,735	2.3%
9	Bulgaria	0	0	3,469	7,468	9,661	1.8%

Fuente: Trademap (2017)⁷

Comentario: Como se puede apreciar, al 2016, Perú y México, y Mongolia, son los países primeros en el ranking de exportación de minerales de plata y sus concentrados, acumulando entre ellos el 73% de las exportaciones mundiales, de este rubro. Cabe señalar que las exportaciones de Perú, representan el 32% de las exportaciones mundiales. Perú ocupa el primer lugar, siendo su nivel de exportaciones un 40% mayor al de México, y un 84% mayor al de Mongolia.

En lo que respecta a importadores de minerales de plata y sus concentrados, el país China ocupa el primer lugar, así tenemos:

⁷ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Tabla 03

Principales países importadores de minerales de plata y sus concentrados
(Expresado en toneladas)

	Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	345,529	413,422	514,253	632,385	672,977	100.0%
1	China	261,682	344,216	406,446	535,181	561,458	83.4%
2	Japón	6,192	12,662	20,349	26,271	38,793	5.8%
3	Corea, República de	41,510	37,604	58,334	50,372	35,249	5.2%
4	Alemania	5,277	2,821	5,379	8,425	11,068	1.6%
5	Países Bajos	0	0	0	1,450	8,002	1.2%
6	Perú	2,885	3,289	11,827	214	4,045	0.6%
7	Bulgaria	0	88	0	1,257	3,967	0.6%
8	Canadá	913	1,143	5,268	3,101	3,137	0.5%
9	Chile	925	158	0	5,563	3,061	0.5%

Fuente: Trademap (2017)⁸

Comentario: Como se puede apreciar, al 2016, China, es el primer importador de minerales de plata y sus concentrados, registrando el 83% de las mismas, seguido por Japón y Corea del Norte, bastante lejos.

En conclusión, existen 05 países que son grandes exportadores de minerales de plata y sus concentrados: Perú, México, Mongolia, Argentina, y Sudáfrica, que totalizan el 83.5% de las exportaciones, y un gran importador, que es China, que tiene una participación del 83.4% de las importaciones mundiales, en este rubro, todo esto al cierre del año 2016.

1.1.3. Análisis comparativo de los principales países exportadores de joyería de plata

A continuación, se presenta el ranking mundial de países exportadores de Joyería de plata:

⁸ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Tabla 04

Principales países exportadores de Joyería de plata (711311)

(En miles de US\$)

	Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	7,190,398	7,578,036	8,882,458	9,418,934	10,008,623	100.0%
1	India	923,994	1,029,908	1,864,719	2,597,898	3,347,942	33.5%
2	Tailandia	1,519,447	1,603,649	1,693,994	1,560,354	1,550,188	15.5%
3	Alemania	398,469	634,692	835,358	914,603	1,092,481	10.9%
4	Estados Unidos de América	437,040	488,969	438,130	440,985	809,543	8.1%
5	Italia	756,263	738,878	706,313	620,291	667,481	6.7%
6	China	681,116	861,313	918,416	818,161	655,091	6.5%
7	Hong Kong, China	841,287	818,048	788,012	748,758	635,456	6.3%
8	Reino Unido	111,039	80,182	126,853	107,016	103,074	1.0299%
9	España	110,236	101,916	97,845	77,260	94,033	0.9395%
10	Turquía	111,280	103,993	103,458	96,605	84,470	0.8440%
15	México	77,071	64,363	61,536	66,241	60,856	0.6080%
38	Perú	11425	11087	7302	5900	6176	0.0617%
46	Colombia	1920	1975	2697	1920	4174	0.0417%
77	Chile	261	135	259	400	346	0.0035%

Fuente: Trademap (2017)⁹

Comentario: Se puede observar que los países que tienen la participación más importante, que corresponde a los cinco primeros lugares, son: India (34%), Tailandia (16%), Alemania (11%), Estados Unidos (8%), y Italia (7%), todos los cuales totalizan el 75%.

En el mismo, de los países de la Alianza del Pacífico, solo México ocupa un lugar destacado, el puesto 15, pero con una participación mínima del 0.61% de las exportaciones mundiales, y Perú ocupa el puesto 38, con una participación de apenas 0.0617%.

⁹ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Tabla 05

Alianza del Pacífico: Países exportadores de Joyería de plata (71311)
(Expresado en US\$)

	Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	7,190,398	7,578,036	8,882,458	9,418,934	10,008,623	100.0%
12	Alianza Pacífico	90,677	77,560	71,794	74,461	71,552	0.7149%
15	México	77,071	64,363	61,536	66,241	60,856	85.05%
38	Perú	11,425	11,087	7,302	5,900	6,176	8.63%
46	Colombia	1,920	1,975	2,697	1,920	4,174	5.83%
77	Chile	261	135	259	400	346	0.48%

Fuente: ITC (2017)¹⁰

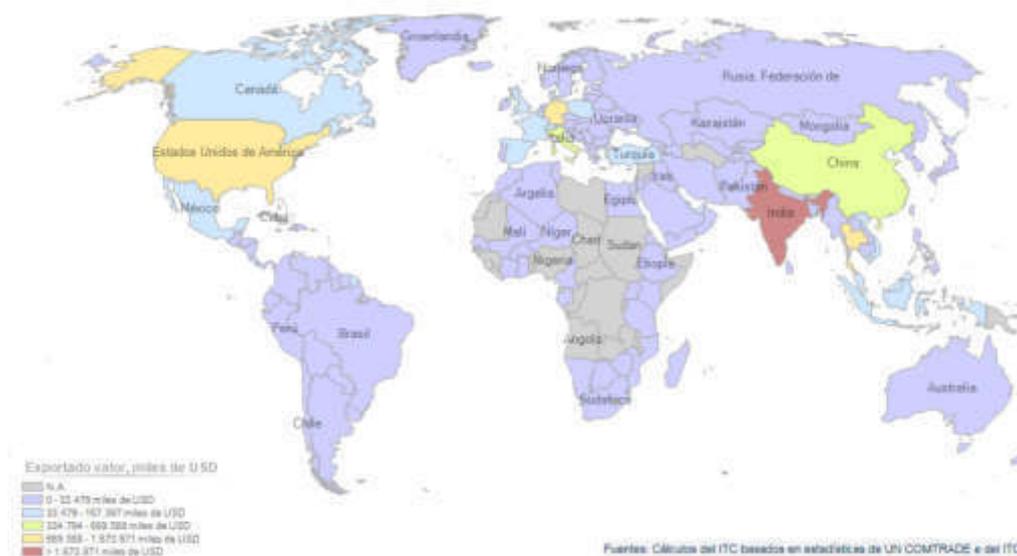
Comentario: Se puede observar que, en orden de importancia, por monto exportado, sólo a nivel de la Alianza del Pacífico; México tiene un peso gravitante del 85%, seguido de Perú con 9%, Colombia con 6%, y finalmente Chile con solamente 0.48%.

Cabe señalar que las exportaciones de México, en esta partida, representan 9.85 veces las del Perú, siendo las del Perú 1.48 veces las de Colombia, y 17.8 veces las de Chile.

Figura 03

Exportación mundial de Joyería de Plata por países (2016)

Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2016
Producto : 711311 Artículos de joyería y sus partes.



Fuente: ITC (2017)¹¹

¹⁰ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

¹¹ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Comentario: Finalmente, si comparamos en el ranking general mundial, el Perú tiene una participación de apenas 0.061%, y se ubica en el puesto 38, Colombia participa con 0.042%, ubicándose en el puesto 46, y Chile con un porcentaje mínimo de 0.003% ubicándose en el puesto 77 del ranking mundial de exportaciones de este rubro.

Lo comentado nos llevó a reflexionar sobre si existen o no políticas gubernamentales en nuestro país, y si existen, investigar si impactan favorablemente en las Mypes exportadoras de joyería de plata; que es el objetivo, en el cual se centró nuestra investigación.

En razón de ello, hemos realizado un análisis exploratorio, en esta partida (711311), de las políticas de países como India, Tailandia, Alemania, Estados Unidos, e Italia, China, y hasta México cuyo monto exportado es como de diez veces lo exportado por nuestro país, el Perú; mientras que la India exporta 55 veces lo de México, y 550 veces lo del Perú.

A continuación, hemos recopilado información de las políticas gubernamentales de los referidos países, que son importantes, en el rubro de exportación de joyería de plata (711311), habiéndose seleccionado a los siguientes:

- República de la India
- Reino de Tailandia:
- República de Alemania:
- Estados Unidos de América
- República Italiana:
- República Popular China:
- Estados Unidos Mexicanos:
- República del Perú:

A continuación, se presenta el detalle correspondiente:

República de la India

Según el diario digital Oro y Finanzas (2017)¹², en la India, “las exportaciones de joyería de plata de abril de 2013 a marzo de 2014 aumentaron un 58,57% con un valor neto de 1.459 millones de dólares en India. En moneda local (rupias) la subida es del 75,4% frente al valor de exportaciones que tuvo en 2012 de 920,62 millones de dólares.”

Se añade, “estos datos, facilitados por la Cámara de Promoción de las Exportaciones de Joyería y Gemas de India, son particularmente significativos ya que representan una gran parte de todo el comercio mundial de este metal.

Tabla 06

India - Exportación Artículos de joyería y sus partes, de plata (711311)
(Miles de dólares americanos)

	Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	923,994	1,029,908	1,864,719	2,597,898	3,347,942	100.0%
1	Hong Kong, China	291,599	337,280	857,873	1,414,471	1,885,091	56.3%
2	Emiratos Árabes Unidos	206,344	235,570	274,424	596,405	710,433	21.2%
3	Estados Unidos de América	263,014	322,779	400,246	444,093	605,638	18.1%
4	Reino Unido	36,636	42,736	35,076	52,694	49,044	1.5%
5	Tailandia	2,785	1,777	3,756	4,872	19,589	0.6%
6	Alemania	15,728	19,406	17,417	14,701	16,056	0.5%
7	Australia	8,208	12,570	10,278	9,788	9,887	0.3%
8	Italia	4,827	4,218	5,785	7,224	8,511	0.3%
9	Canadá	8,106	6,804	9,676	11,267	6,893	0.2%
10	Francia	3,811	3,658	3,572	4,870	5,095	0.2%

Fuente: Trademap 2017¹³

¹² Diario Digital Oro y Finanzas (2016).

Recuperado de <https://www.oroymas.com/2016/06/10-principales-paises-mineros-plata-fuentes-demanda-2015/>

¹³ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Comentario: Se puede observar en este ranking de exportaciones de la India, los países a los cuales se dirigen principalmente son: Hong Kong-China (56%), Emiratos árabes (21%), y Estados Unidos (18%), todas los cuales totalizan el 96%.

El señor Pankaj Parekh (2014)¹⁴, refiere que “hay varios factores que muestran buenas perspectivas para la joyería, especialmente para la de plata. El esquema 80-20 del gobierno se ha quedado diluido, los impuestos a la importación parece que serán racionalizados con el aumento de las cuotas que los bancos pueden importar de oro y hay una fortísima demanda en los mercados internacionales de nuestra joyería”.

Reino de Tailandia

Según publicación del ELF 925 Jewelry (2014)¹⁵, los “empresarios y turistas llegan cada mes a Tailandia en busca de joyería de plata, ya que esta ciudad está considerada como el mejor lugar del mundo para encontrar joyas de plata de alta calidad a bajo precio; lo que les permite revenderla en otras partes del mundo con un amplio margen de ganancia.”

¹⁴ Pankaj Parekh (2014). Presidente de la Cámara de Promoción de las Exportaciones de Joyería y Gemas de India. Recuperado de <https://www.oroymas.com/2014/05/exportaciones-joyeria-plata-india-aumentan-56-2013/>

¹⁵ ELF 925 Jewelry (2014). Recuperado de <http://www.elf925silver.com/esp/como-y-donde-comprar-joyeria-de-plata-al-por-mayor-en-bangkok-tailandia/>

Tabla 07

Tailandia -Exportación Artículos de joyería y sus partes, de plata (711311)
(En miles Dólares Americanos)

	Importador	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	1,519,447	1,603,649	1,693,994	1,560,354	1,550,188	100.0%
1	Estados Unidos	670,120	692,234	641,475	564,418	512,288	33.1%
2	Alemania	275,307	357,962	422,620	428,495	423,403	27.3%
3	Australia	89,052	85,556	95,469	94,254	104,167	6.7%
4	Hong Kong, Ch	57,483	60,343	63,528	71,173	76,966	5.0%
5	China	5,640	7,684	14,127	36,240	66,155	4.3%
6	Reino Unido	60,518	55,101	56,876	50,810	51,765	3.3%
7	Rusia	11,750	40,045	99,550	33,123	38,527	2.5%
8	Japón	40,272	33,752	29,524	24,235	26,620	1.7%
9	Francia	33,482	31,785	27,589	24,322	22,873	1.5%
10	Corea, RD	5,577	11,665	16,571	16,699	22,584	1.5%

Fuente: Trademap (2017)¹⁶

Comentario: Se puede observar en este ranking de exportaciones de Tailandia, los países a los cuales se dirigen principalmente son: Estados Unidos de América (33%) Alemania (27%), Australia (6.7%), Hong Kong-China (5%), y China (4%), todos los cuales totalizan el 76%.

Añaden, que “hay varios lugares populares para quienes buscan comprar joyas de plata al por mayor, uno de ellos es la calle en donde hippies, mochileros y artesanos se reúnen: Khao San Road; aquí encontrarás varias tiendas que te ofrecen piezas de plata al por mayor. Otro lugar para encontrar joyería de plata al por mayor en Bangkok es Chatuchak Weekend Market, aquí encontrarás gran variedad en diseños étnicos y podrás comprobar que los precios son realmente bajos.

Añaden, existe también una sala de exposición llamada ELF925 (incluso tienen un sitio web, por lo que puede hacer la compra en línea, pero

¹⁶ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

obtendrá un mejor precio si lo hace en persona), que tiene una selección enorme de joyas y da excelentes descuentos por compras al por mayor.

Añaden, las joyas de este local son de muy buena calidad y tienen una gran variedad de diseños para elegir. Al respecto, --se refiere que se puede comprar al por mayor en Bangkok, lo que desees: anillos, pendientes, pulseras, brazaletes, collares, colgantes, piercings de nariz y ceja, anillos para los pies”.

República de Alemania

Según publicación de la Cámara de Comercio e Industria Peruano-Alemana (2005)¹⁷ “el sector de la joyería se puede dividir en dos mercados: joyería de lujo y bisutería. La joyería de lujo abarca joyas de oro, platino, y plata”.

Asimismo, refiere que “Alemania cuenta con un sistema logístico moderno, que garantiza el acceso a todas las metrópolis y centros económicos europeos, siendo además sus relaciones comerciales con los mercados en crecimiento de Europa Central y del Este, extraordinariamente positivas. Los productos más demandados de exportación son: aros, aretes, collares, brazaletes, pendientes, y broches.

¹⁷ El mercado de las joyas en Alemania (2005). Recuperado de www.camara-alemana.org.pe

Tabla 08

Alemania - Exportación Artículos de joyería y sus partes, de plata (711311)
(En miles Dólares Americanos)

	Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	1203320	1485244	1629828	1678843	1842859	100.0%
1	Reino Unido	82877	221588	330820	326897	354041	19.2%
2	Francia	231867	242176	284617	341245	313753	17.0%
3	Italia	73182	76500	97007	149906	247963	13.5%
4	Suiza	235660	234773	234199	222136	236247	12.8%
5	Austria	105313	96502	96439	91623	91208	4.9%
6	España	13983	34094	46436	71400	86599	4.7%
7	Estados Unidos de América	45585	46507	53949	55904	55754	3.0%
8	Hong Kong, China	31272	38181	37269	45896	48465	2.6%
9	Países Bajos	55135	48801	54053	45933	44612	2.4%
10	Bélgica	69057	121918	85530	52805	40205	2.2%

Fuente: Trademap (2017)¹⁸

Comentario: Se puede observar en este ranking de exportaciones de Alemania, los países a los cuales se dirigen principalmente son: Reino Unido (19%), Francia (17%), Italia (14), Suiza (13%), y Austria (5%), todos los cuales totalizan el 68%.

Estados Unidos de América:

Se ha obtenido de PROMPERÚ (2015)¹⁹, en relación a los requisitos y otros considerandos para exportar a Estados Unidos las joyas de plata, la siguiente investigación: “Joyería peruana mantiene tendencia al alza por demanda de EE.UU.”

A continuación, se detalla la partida arancelaria bajo la cual se importa este producto hacia el mercado de Estados Unidos, así como los impuestos que se pagan para poder ingresar a este país.

¹⁸ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

¹⁹ PROMPERU (2015). Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/912990629radD8102.pdf>

Tabla 09

Estados Unidos: Joyería de plata: Arancel e IVA en Estados Unidos (2015)

Partida arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú	Otros países	Otros impuestos
7113.11.10	Silver rope, curb, etc. in continuous lengths, whether or not plated/clad with other precious metal, suitable for jewelry manufacture (Begin Effect Date: 10/31/2012)	6,3%	0%	0%	IVA: 5% y el 6%
7113.11.20	Silver articles of jewelry and parts thereof, nesoi, valued not over \$18 per dozen pieces or parts (Begin Effect Date: 10/31/2012)	13,5%	0%	0%	IVA: 5% y el 6%
7113.11.50	Silver articles of jewelry and parts thereof, nesoi, valued over \$18 per dozen pieces or parts (Begin Effect Date: 10/31/2012)	5%	0%	0%	IVA: 5% y el 6%

Fuente: PROMPERU (2015)²⁰**Tabla 10**

Joyería de plata: Leyes, Normas y Reglamentos, en Estados Unidos (2015)

Organismo o Institución	Título de Ley, Norma, o reglamento	Fecha	Link para ubicar publicación
<u>Federal Trade Commission (FTC)</u>	16 CFR 23 – guides for the Jewelry, precious metals, and pewter industries	2012	https://www.gpo.gov/fdsys/granule/CFR-2012-title16-vol1/CFR-2012-title16-vol1-part23
<u>Congreso EEUU US Government Printing Office</u>	<u>National Stamping Act#1906</u>	2009	https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/USCODE-E-2009-title15/html/USCODE-2009-title15-chap8.htm

Fuente: PROMPERU (2015)²¹

Se presentan los requisitos de ingreso: Regulaciones y normas de ingreso, para que la joyería pueda ser comercializada al mercado de los Estados Unidos.

A continuación, los estándares y certificaciones exigidos:

²⁰ PROMPERU (2015). Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/912990629radD8102.pdf>

²¹ PROMPERU (2015). Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/912990629radD8102.pdf>

Tabla 11

Joyería de plata: Código de prácticas profesionales, Estados Unidos (2015)

Nombre de la certificación	Descripción	Web
<u>Code of professional practices</u>	<u>The Jewelers of America</u> tiene como misión incrementar la confianza del consumidor en la industria de la joyería mediante el cumplimiento de estándares éticos, sociales y ambientales. Para ello existe un compromiso de los joyeros con el código de prácticas profesionales el cual establece las normas a cumplirse en la elaboración de estos productos.	http://www.jewelers.org/about/whatwestandfor/coeofpractices.php

Fuente: PROMPERU (2015)²²

Comentario: El organismo Federal Trade Commission (FTC), administra en Estados Unidos las regulaciones de protección del consumidor contra prácticas comerciales desleales, confusas o engañosas, por ello la importancia de la revisión de la Guía para la industria de joyería, metales preciosos y orfebrería que en su apéndice 23.6 detalla información relativa a la joyería en plata.

Tabla 12Estados Unidos: Exportación Artículos de joyería y sus partes, de plata (711311)
(en miles Dólares Americanos)

	Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	8255055	9634847	10318775	9680473	9857425	100.0%
1	Hong Kong, China	2089448	2412192	2974090	2951007	2532313	25.7%
2	Suiza	1037158	1452192	1728551	1260038	1567755	15.9%
3	Japón	554523	573731	648093	629627	739716	7.5%
4	Francia	499646	767396	649049	533400	731041	7.4%
5	Reino Unido	804989	746978	561688	694778	609946	6.2%
6	Canadá	662849	716478	723024	633169	598049	6.1%
7	Emiratos Árabes Unidos	337660	300579	238333	318272	341749	3.5%
8	India	234685	261631	251588	271686	299698	3.0%
9	San Martín (parte Holandesa)	193952	195772	213770	234718	246815	2.5%
10	República Dominicana	111799	112099	120320	149068	225274	2.3%

Fuente: Trademap (2017)²³

Comentario: Se puede observar en este ranking de exportaciones de Estados Unidos, los países a los cuales se dirigen principalmente son: Hong

²² PROMPERU (2015). Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/912990629radD8102.pdf>²³ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Kong-China (26%), Suiza (16%), Japón (8%), Francia (7%), y Reino Unido (6%), todos los cuales totalizan el 63%.

En la publicación *Servicios al Exportador (2015)*²⁴, se publica: “establecen requisitos para la identificación correcta de los componentes de dichos artículos, así como de los procesos de producción, incluidos los chapados y/o baños de metales, con correspondientes normas de espesores. Prohíbe el mal uso en el etiquetado de frases/términos sectoriales que no se correspondan con el artículo comercializado, tales como anuncio de cualidades específicas, componentes y pesos falsos y/o engañosos.”

República Italiana

En el caso de Italia, se ha podido rescatar las siguientes políticas:

- Acuerdo entre Feria de Vicenza y Arezzo ferias y congresos (2015)²⁵:
El acuerdo es apoyado por el Ministerio de Desarrollo Económico y proporciona para la gestión coordinada del calendario de eventos para el bienio 2016-2017. Entre los posibles desarrollos de la asociación, la creación de una plataforma de exhibición única para el sector.
- Acuerdo estratégico con el apoyo del Ministerio de Desarrollo Económico (MISE, 2015), para mejorar uno de los sectores más importantes de Hecho en Italia.
El acuerdo, que sigue a un primer acuerdo firmado en enero de 2015, tiene como objetivo impulsar la industria mediante el aumento de las

²⁴ Promperú (2019, recuperado de <https://es.slideshare.net/PromperReginCentro/pm-joyeria-en-eeuu>)

²⁵ Vicenzaoro. The jewellery boutique show (2015). Recuperado de <http://www.vicenzaoro.com/it/>

oportunidades de negocio para los operadores y favoreciendo la internacionalización de las empresas.

Se prevé la gestión coordinada del calendario ferial del sector para el bienio 2016-2017.

- Fiera di Vicenza y Arezzo Fiere e Congressi²⁶

El acuerdo forma parte del sistema de potenciación del sistema de ferias italiano proyecto establecido por el Ministerio de Desarrollo Económico en el marco del "Plan Especial para el Made in Italy" frente a las principales cadenas de producción.

La gestión coordinada del calendario de ferias italiana de la joyería de la industria en el bienio 2016-2017 se prevé la organización de seis eventos.

Gracias al apoyo de MISE y el ING (Agencia para la promoción en el exterior y la internacionalización de las empresas italianas), el acuerdo entre Fiera di Vicenza y Arezzo Fiere e Congressi tiene como objetivo facilitar la apertura internacional, en particular las MYPE y su acceso a los mercados estratégicos de la joyería. Con este fin, uno de los objetivos de sinergia es definir una sola marca para todos los eventos que tienen lugar en " el extranjero para aumentar las exportaciones y las acciones de la joyería hecha en Italia.

La colaboración entre los dos jugadores, permite la exposición de actividades conjuntas de promoción y mutuos respectivos eventos en los expositores. Se buscarán soluciones conjuntas, tales como la

²⁶ Recuperado de <https://it.fashionnetwork.com/news/Fiera-di-Vicenza-e-Arezzo-Fiere-e-Congressi-siglano-un-alleanza-nel-segno-del-gioiello,618182.html>

identificación del formato, ofreciendo políticas de los espacios de exposición y la definición del objetivo. Además, sobre la base de las diversas propuestas en términos de producto entre los eventos organizados en Vicenza y Arezzo, serán identificados de común acuerdo las áreas geográficas de los cuales seleccionar los compradores quieren invitar, para evitar la superposición o dispersiones.

Entre los próximos pasos de la ruta de Fiera di Vicenza y Arezzo Fiere e Congressi, está la evaluación de la posibilidad de establecer una nueva entidad corporativa, donde centralizar la gestión de eventos.

Tabla 13

Italia: Exportación Artículos de joyería y sus partes, de plata (711311)
(En miles Dólares Americanos)

	Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	6,224,782	6,982,583	6,937,942	6,282,635	6,048,677	100.0%
1	Suiza	1,237,542	1,143,793	1,189,076	1,099,212	1,103,516	18.2%
2	Emiratos Árabes Unidos	1,213,723	1,642,548	1,588,192	1,166,749	990,838	16.4%
3	Hong Kong, China	313,599	356,259	816,217	765,117	686,378	11.3%
4	Estados Unidos de América	559,115	583,922	635,758	591,799	634,367	10.5%
5	Francia	358,255	342,491	393,270	534,337	474,738	7.8%
6	Turquía	212,074	243,371	241,866	224,694	215,337	3.6%
7	Reino Unido	139,873	154,577	185,009	180,359	206,407	3.4%
8	Alemania	162,396	149,736	150,543	138,416	142,419	2.4%
9	Jordania	81,154	96,039	109,471	116,081	127,410	2.1%
10	España	104,368	93,676	111,546	105,454	106,000	1.8%

Fuente: Trademap (2017)²⁷

Comentario: Se puede observar en este ranking de exportaciones de Italia, los países a los cuales se dirigen principalmente son: Suiza (19%), Emiratos árabes (16%), Italia (14), Hong Kong-China (11%), Estados Unidos (11%), y Francia (8%), todos los cuales totalizan el 64%.

²⁷ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

República Popular China

La China promueve de diversas maneras la exportación de la joyería de plata, así tenemos²⁸:

- Importar joyas de China siempre será un muy buen negocio.
- China tiene por naturaleza propia un excepcional sentido del arte y lógicamente una parte de sus profesionales dedicados,
- Trabajan en el nicho de la elaboración de joyas, alhajas, fantasía y bisutería fina al por mayor y al detalle.
- Encontrando un proveedor para importar desde china, que coincida con el gusto o las características que buscamos y una rentabilidad para ofertar accesorios para dama de lujo, nos dará una muy buena oportunidad de generar ingresos de forma continua y estable.
- Importar Joyas de China es una muy buena opción para los que se encuentra en el negocio de la moda y también para los estudiantes que puedan revender a sus compañeros, a las amas de casa para vender en su barrio o localidad, para los que trabajan en oficina, entre muchas otras opciones.
- La joyería y bisutería china, ofrece diseños únicos y a precios bastante competitivos que a simple vista cautivan a comerciantes de todo el mundo.
- Entre los materiales en que se puede encontrar las joyas están los de plata, oro, acero quirúrgico, fantasía, adornos con cristales, perlas, cerámica, entre otros. Todos con modelos muy novedosos y únicos.

²⁸ Tiendas en China (2018), Recuperado de <https://tiendasenchina.com/importar-joyas-de-china.html>

- En cuanto a las Joyas de China podemos decir que es un producto que no va pesar mucho, así que es muy posible que no tengas complicaciones con aduanas.

Tabla 14

China: Exportación Artículos de joyería y sus partes, de plata (711311)
(En miles Dólares Americanos)

	Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	22,892,976	28,898,758	48,512,550	18,547,454	13,039,414	100.0%
1	Hong Kong, China	20,359,568	25,316,569	44,449,189	14,505,321	9,294,114	71.3%
2	Estados Unidos de América	2,142,687	3,009,855	3,400,809	3,076,823	2,846,977	21.8%
3	Emiratos Árabes Unidos	10,063	7,709	80,147	236,848	239,663	1.8%
4	Australia	30,661	50,544	46,504	42,860	158,618	1.2%
5	Singapur	14,886	56,032	95,386	90,889	70,699	0.5%
6	Suiza	30,151	71,124	5,017	95,537	68,850	0.5%
7	Reino Unido	61,779	70,946	53,902	63,069	64,602	0.5%
8	Francia	74,134	99,226	94,660	79,550	54,614	0.4%
9	Canadá	8,943	10,156	25,006	38,352	35,849	0.3%
10	Japón	25,252	30,990	29,153	31,094	32,988	0.3%

Fuente: Trademap (2017)²⁹

Comentario: Se puede observar en este ranking de exportaciones de China, los países a los cuales se dirigen principalmente son: Hong Kong-China (71%), Estados Unidos (22%), todos los cuales totalizan el 93%.

¿Cómo Buscar Proveedores Para Importar Joyas de China?³⁰

Dependiendo de tus posibilidades, existe la opción de asistir a las ferias en China como Asia's Fashion Jewelry y Accessories Fair que se lleva a cabo en Hong Kong cada año, entre el 4 y el 7 de marzo, donde podrás realizar buenos contactos y conocer las fábricas de tus proveedores seleccionados.

Realizar una búsqueda en las tiendas chinas online de bisutería, en estas

²⁹ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

³⁰ Como buscar proveedores de joyas (2018), recuperado de <https://tiendasenchina.com/importar-joyas-de-china.html>

podrás encontrar catálogos completos de joyería de moda y sus proveedores directos; entre las tiendas que puedes utilizar para realizar tu búsqueda se encuentran las que mencionamos a continuación:

En las tiendas de joyería y bisutería china, se encuentran, además abalorios y todo tipo de pedrerías, cristales, materiales y herramientas para hacer tus propias joyas y bisutería personalizada, así tenemos: Gets, Beads, Pandahall, Rosegal, Lightinthebox, Twinkledeals, Sammydress, Nastydress, entre otras.

En estas tiendas se puede encontrar desde joyería de diseñador hasta modelos baratos y novedosos, eso si todo es muy bonito solo debes escoger la que mejor se adecue a tu tipo de negocio.

Una vez seleccionado el proveedor de joyería y bisutería China, lo siguiente será ponerse en contacto con el mayorista chino y negociar el precio de la oferta del producto de acuerdo a la cantidad que desees comprar, debes establecer con tu proveedor la calidad de la bisutería que desees traer.

Para ello puedes solicitar muestras antes de realizar una compra grande, todo para determinar las características del producto entre calidad y precio, otro factor importante es establecer que tu proveedor te pueda ofrecer diversos diseños para que tengas más variedad a la hora de comprar.

Son muchos los modelos y estilos que puedes encontrar para importar joyas de China, solo debes buscar y elegir los que más te gusten y se ajusten a tus necesidades. Este es sin duda un buen negocio que deja gran margen de ganancia con poca inversión.

Estados Unidos Mexicanos

Según Garrido (2011)³¹, “En México, en la Secretaría de Economía se encuentra la Subsecretaría de Pymes (SPYME) que brinda servicios financieros mediante el Fideicomiso México Emprende y el Fondo PYME.

Añade, que “las políticas públicas para financiar a las pequeñas y medianas empresas se concentran en Nacional Financiera S.A. (NAFINSA) y, en menor medida, en el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), que son bancas de fomento que operan con sistemas de primer y segundo piso, ofreciendo una variedad de productos para las empresas (créditos, factoraje, garantías, entre otros.). Cabe señalar que se implementó un programa de gestión estratégica para poder realizar evaluaciones de riesgo de calidad y con eficiencia, que permitieron mejorar significativamente la cantidad de empresas atendidas. “

Añade, “el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología también juega un papel importante en el apoyo a las empresas innovadoras por medio programas de subsidios, capital y financiamiento.”

³¹ CEPAL - Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina

Tabla 15

México - Exportación Artículos de joyería y sus partes, de plata (711311)
(En miles Dólares Americanos)

	Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	%
	Mundo	518745	496581	575986	597244	430529	100.0%
1	Estados Unidos de América	451183	439246	523739	536775	378730	88.0%
2	Canadá	22704	18656	19534	25725	23768	5.5%
3	Reino Unido	10188	10597	12362	12910	12459	2.9%
4	Australia	8050	6695	5597	4793	2810	0.7%
5	Ecuador	241	288	275	266	1882	0.4%
6	Suiza	353	364	582	4086	1749	0.4%
7	Panamá	1394	1305	1151	922	1142	0.3%
8	España	1044	3183	830	1272	1112	0.3%
9	Chile	1494	1819	1998	1010	1005	0.2%
10	Francia	1053	1047	1476	1258	863	0.2%

Fuente: Trademap (2017)³²

Comentario: Se puede observar en este ranking de exportaciones de México, los países a los cuales se dirigen principalmente son: Estados Unidos (88%), Canadá (6%), y Reino Unido (3), todos los cuales totalizan el 96%.

Según Ferraro (2011)³³, a continuación se presenta las políticas gubernamentales de apoyo a las Mipymes:

Tabla 16

México: Políticas de financiamientos a las Mypes

INSTITUCIONES	TIPO ENTIDAD	Forma intervención	Segmento empresarial	Servicios financieros	Servicios no financieros
México Emprende Fondo Mype	Adscrito a la Smype	1er y 2do piso	Mipymes	Garantías	Si
NAFINSA	Banco de desarrollo	1er y 2do piso	Todos	Créditos, Garantías,	Si
BANCOMEXT	Banco de desarrollo	1er y 2do piso	Todos	Créditos, Garantías,	Si

Fuente: Ferraro (2011)

Según (Garrido, 2011)³⁴, “cabe señalar que se implementó un programa de gestión estratégica para poder realizar evaluaciones de riesgo de calidad y

³² ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

³³ CEPAL - Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina

³⁴ Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35358/S2011124_es.pdf.txt

con eficiencia, que permitieron mejorar significativamente la cantidad de empresas atendidas. El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología también juega un papel importante en el apoyo a las empresas innovadoras por medio programas de subsidios, capital y financiamiento.”

República del Peru

Desde hace mucho tiempo, se viene demandando al Supremo Gobierno, una serie de políticas para impulsar al sector de exportación de joyería de plata, así tenemos a Torres (2001)³⁵, quien demandó “se dicten las medidas pertinentes a fin de impulsar la joyería en plata y oro, pues ambas son grandes fuentes generadoras de empleo. Manifestó que inexplicablemente el precio de la plata en nuestro país es 6% más cara que la cotizada en Nueva York, pues los comercializadores cargan un 6% más que los precios internacionales, aun cuando el Perú es segundo productor de plata en el mundo. Añade: Otro problema es el interés que se cobra por los préstamos, pues una empresa italiana paga 7% de interés para comprar materia prima, mientras que acá se paga hasta 22%, es decir, tenemos serias desventajas frente a los joyeros de otros países.”

Según Vallebuona M. (2013)³⁶, “La manufactura de joyas en el Perú es parte de su legado cultural, valorado por el alto componente de mano de obra, precio competitivo y calidad de su acabado. El sector depende en gran medida del precio internacional de los metales. La mayor parte de las exportaciones están concentradas en pocas empresas (4 empresas exportan

³⁵ Alfonso Torres Dellapina – Presidente Sociedad Nacional de Industrias (SNI)

³⁶ PROMPERU - Oportunidades Comerciales en el Sector de Joyería,

el 85% del total). Existiendo adicionalmente un gran número de empresas con potencial exportador. Dentro del sector de joyería, las líneas que históricamente han tenido mayor demanda son: joyería de oro y en segundo lugar joyería de plata.”

Asimismo, señala, “como principales actividades de promoción del sector, las siguientes:

- Estrategias: Promoción de servicios (sourcing) y promoción de marcas.
- Capacitaciones: Diseño de Joyería, Logística para Exportaciones, Tendencias de Joyería
- Promoción Comercial: Feria HKIJS, Perú Moda, JCK, ingreso a mercado regional.

Principales ferias del mundo:

- EE.UU.: JCK Las Vegas, JA New York Winter & Summer
- Latinoamérica: Feninjer, Colombiamoda, Perumoda
- Europa: Vicenza, Basel, Inorghenta, Iberjoya, Bijhorca
- Asia: Hong Kong International Jewellery Show (HKIJS)”

Según Pérez (2016)³⁷, “EE.UU. se muestra como el mercado más estable en todo sentido. Su estabilidad económica ayudó a que solicite una mayor cantidad de joyas hechas con metales preciosos, lo cual es muy bueno para el país”.

Añade, que “de acuerdo al gremio exportador, las compras de EE.UU. sumaron US\$ 32.6 millones, que representó un crecimiento de 47% y concentró el 76% de las exportaciones totales de joyería. Luego siguieron

³⁷ Julio Pérez – Presidente del Comité de Joyería de ADEX - <http://www.adexperu.org.pe/prensa/notas-de-prensa/item/1068-joyeria-peruana-mantiene-tendencia-al-alza-por-demanda-de-ee-uu>

Bolivia (-23%), México (-15%), Ecuador (-43%), Chile (-28%), Colombia (-50%), España, Venezuela, Austria, Reino Unido, Costa Rica, entre otros.

Añade Pérez (2016), que “para impulsar al sector de joyería y orfebrería, está la aprobación del carné ATA, que facilitaría el traslado de muestras al exterior (permite la importación temporal por un periodo menor de un año sin pagar los aranceles e impuestos) cuya aprobación está pendiente en el Congreso, tras su paso previo por varias instancias del Estado. Mencionó que también se sigue trabajando en la obtención de la certificación de calidad para productos hechos de oro y plata junto con el INACAL e INDECOPI ya que proporcionará mayor competitividad al sector.”

Añade, “que se necesita trabajar en tres aspectos esenciales para el sector:

- En educación y conocimiento se requiere apoyo para acceder al financiamiento de proyectos de tecnología e innovación, así como para la prospección tecnológica a otros países.
- En desarrollo comercial, es fundamental ampliar la asistencia de un mayor número de empresas a las principales ferias internacionales. Esta participación es primordial para conocer las tendencias mundiales y los intereses de potenciales clientes que ayudarán a impulsar las ventas.
- En lo que respecta a la promoción, es esencial el apoyo de las embajadas y OCEX en el desarrollo de certámenes como el III Congreso Internacional de Joyería y Orfebrería, que brindará información para el desarrollo y consolidación de la joyería peruana, con expositores procedentes de Italia, Brasil, Austria, Inglaterra y el Perú, entre otros.”

La Asociación de Exportadores -ADEX (2014)³⁸, “advirtió que del total de la producción de oro y plata del Perú, menos del 1% se deriva a la fabricación de productos de joyería y orfebrería, a pesar de que estas actividades calzan perfectamente con el concepto de inclusión social que el gobierno impulsa. Esto lo dijo, el Presidente del Comité de Joyería de la Asociación de Exportadores (ADEX), Julio Pérez, quien, estimó que esa actividad genera alrededor de 25,000 puestos de trabajo, directos e indirectos, en el país. Añade, que son 3,000 talleres artesanales de joyería inscritos en el Registro Nacional de Artesanos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) a los que se suman las empresas manufactureras, grandes y medianas”, se pronunció en la inauguración del II Congreso Internacional de Joyería y Orfebrería, organizado por Adex, Mincetur y Promperú. Asimismo, indicó que el Perú es el quinto productor mundial de oro y el tercero de plata, pero de las 151 toneladas de oro que produce el Perú, valorizadas en US\$ 7,800 millones, solo fue transformado en joyería menos de 1%. “De las 3,600 toneladas de plata, equivalentes a US\$ 2,100 millones también se destinó menos del 1% a la joyería y orfebrería”, puntualizó, al mismo tiempo que recordó que “irónicamente la platería ha sido declarada por el gobierno como producto bandera”.

Añade, que “esto nos debe llevar a una profunda reflexión, más aún si es que se tiene en cuenta que la demanda mundial de oro para la joyería es del 52% del total producido. En el caso de la plata, del total producido en el mundo, el 20% va para la joyería. El representante de Adex resaltó el trabajo

³⁸ Julio Pérez – Presidente ADEX - <https://gestion.pe/economia/mercados/1-produccion-oro-plata-peru-destina-joyeria-advier-te-adex-78426>

conjunto entre el sector público y los instó a seguir adelante a fin de crear conciencia y elevar la competitividad del sector, exponiendo dónde está en estos momentos y las posibilidades a futuro.”

Añade Pérez, “asumir un rol más protagónico a los joyeros, que permita sentar las bases para un real cambio en el sector, tanto a nivel de diseño, uso de tecnología, calidad, normas técnicas, certificación, marketing y estrategias de comercialización.”

Tabla 17

Perú: Exportación Artículos de joyería y sus partes, de plata (711311)
(en miles Dólares Americanos)

	Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	
	Mundo	46,343	46,834	49,539	57,666	77,016	100.0%
1	Estados Unidos de América	37,046	35,278	46,290	48,830	71,362	92.7%
2	Chile	721	1,298	1,196	1,502	1,892	2.5%
3	Austria	621	417	550	397	1,102	1.4%
4	Ecuador	201	228	44	95	725	0.9%
5	Reino Unido	2,305	1,043	669	429	473	0.6%
6	España	565	585	124	125	458	0.6%
7	Bolivia, Estado Plurinacional de	177	138	31	974	379	0.5%
8	Canadá	153	166	84	4,559	249	0.3%
9	México	205	175	57	174	127	0.2%
10	Brasil	0	164	0	0	126	0.2%

Fuente: Trademap (2017)³⁹

Comentario: Se puede observar en este ranking de exportaciones de Perú, los países a los cuales se dirigen principalmente son: Estados Unidos (93%), Chile (2.5%), Italia (1.4%), Austria (1%), todos los cuales totalizan el 96.5%.

Según SUNAT (2017)⁴⁰, la Micro y Pequeña Empresa (Mype), es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación

³⁹ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

⁴⁰ <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>

vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

A continuación, presentamos un comparativo de los cuatro regímenes tributarios, vigentes en Perú, al 2017:

Figura 04
Perú: Regímenes tributarios⁴¹

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/. 525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/. 525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual - Renta	No	No	Sí	Sí
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales, pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en este régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	No tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

Fuente: Sunat 2017

A continuación, se presenta la clasificación de las Mypes en Perú, según tamaño:

⁴¹ <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios-NUMERO%20DE%20TRABAJADORES>

Tabla 18

Perú - Clasificación de las Mypes

TAMAÑO	EMPLEADOS	EMPLEADOS	EMPLEADOS	Total	INGRESOS
	0 a 10	10 a 50	> 50	0 - >50	
MICRO	94.96%	0.18%	0.02%	95.16%	hasta 150 UIT
PEQUEÑA	3.76%	0.73%	0.18%	4.67%	hasta 1700 UIT
Total	98.72%	0.91%	0.20%	99.83%	

Fuente: SUNAT (2016)

Comentario: Las micro-empresas en conjunto representan el 95.16% del total de las empresas en el Perú, y en conjunto con las pequeñas empresas que representan el 4.67%, totalizan el 99.83% de las mismas. Asimismo, la cantidad de Mypes con hasta 10 empleados representa el 98.72% de las mismas.

- Políticas de financiamiento

A continuación, se presenta las políticas gubernamentales de apoyo a las Mypes, por parte del Estado peruano:

- Estrategia Nacional de apoyo a las Mypes (MINCETUR: programas presupuestales.⁴²
 - Aprovechamiento de las oportunidades comerciales brindadas por los principales socios comerciales del Perú (código 65)
 - Incremento de la competitividad del sector artesanía (código 87)
 - Principales Leyes y reglamentos en materia de Mypes:
 - Ley 28015: Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa.
 - Ley 30056: Modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

⁴² Mincetur (2019), Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/normas-legales/257539-014-2019-mincetur>

En el caso del Perú, el ente gubernamental que promueve los programas y líneas de financiamiento para las Mypes exportadoras es la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), ésta tiene programas y líneas de financiamiento para las Mypes exportadoras, dentro de las cuales se disponen de las siguientes⁴³:

- **PROPEM-BID:** El objetivo es atender la demanda crediticia de la Pequeña Empresa del sector privado, que se desarrolle en las diferentes actividades económicas, mediante el financiamiento del establecimiento, ampliación y mejoramiento de sus plantas y equipos, así como sus costos de diseño, servicios de apoyo y capital de trabajo. PROPEM -BID, además de atender la demanda crediticia de la pequeña empresa, presta atención al impacto que esta tiene sobre el medio ambiente.
 - Préstamos en M/E y M/N
 - Financia el 100%.
 - Hasta US\$300 mil (AF) y US\$70 mil (CT)
 - Hasta 10 años plazo total y plazo de gracia según el proyecto (AF)
 - 3 años plazo total con 1 de gracia (CT).

- **SEMYPEX:** Es un seguro de crédito, encargado por el MEF, mediante el cual se otorgan coberturas (50%) para créditos de pre-embarque a favor de las Mypes.

¿Cuál es el objetivo del programa?

⁴³ Economista Abad, Alex - <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=DB367C6B-13EB-403F-9657-D230D28A0732.PDF>

Impulsar el crecimiento de la pequeña y mediana empresa, así como del sector exportador, mediante mecanismos expeditivos y eficaces que faciliten su acceso al crédito. El programa opera a través de un contrato de seguro, denominado Póliza SEMYPEX, que se suscribe entre las empresas del sistema financiero nacional que así lo decidan y el operador del programa (SECREX).

¿Quiénes pueden ser beneficiarios de la Póliza SEMYPEX?

Las pequeñas y medianas empresas (MYPES) que exporten hasta \$8 millones al año o aquellas que inicien sus exportaciones.

¿Cómo acceder a los beneficios de la Póliza SEMYPEX?

A través de las empresas del sistema financiero nacional que hayan suscrito la Póliza SEMYPEX.

- **Producto financiero estructurado (Tecnología PFE):**

En el PFE además de la evaluación tradicional de riesgo del sujeto de crédito, evalúa el proceso productivo que se financia, para lo cual:

Identifican y desagregan los riesgos crediticios, operativos y de mercado, aplicando para cada una de ellos coberturas que permitan su mitigación, tales como: Fideicomisos de flujos y garantía, fondos de garantía, contratos con proveedores y compradores, de asistencia técnica, entre otros.

Diseña el financiamiento en función de un flujo de caja que está

calzado con el proceso real de una actividad económica específica.

Se aplica un esquema de supervisión y asistencia técnica directa y permanente, orientada a garantizar la correcta aplicación de un paquete tecnológico previamente definido.

- **Plan estratégico nacional exportador: PENX 2025:**

Figura 05⁴⁴

Plan estratégico nacional exportador (PENX 2025)



Elaboración: Viceministerio de Comercio Exterior

- **Tasas activas de interés**

En Perú, las Mypes en general, incluyendo las exportadoras, logran tener un crecimiento relativo por su propio esfuerzo, financiándose de los ahorros del propietario, y/o de préstamos de familiares, entonces, cuando ya pueden calificar ser sujetos de crédito, se enfrentan al problema de tasas de interés muy elevadas, en comparación con las

⁴⁴ Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf

que se les ofrece a las corporaciones, así tenemos, por ejemplo, las tasas de interés vigentes:

Tabla 19

Perú: Tasas de interés activas bancarias promedio por tamaño de empresa en Moneda Extranjera (US\$)

Agosto	Corporativos	Grandes empresas	Medianas empresas	Pequeñas empresas	Micro empresas	Consumo	Hipotecario
Empresas Bancarias	2.77%	5.14%	6.88%	10.77%	16.93%	33.88%	5.98%

Fuente: SBS (2017)

Comentario: Como se puede observar las tasas activas que se cobra por parte de las entidades bancarias, a las Mypes fluctúa entre 3.88 a 6.11 veces, de las que las mismas entidades bancarias ofrecen a las corporaciones. Existe una gran diferencia entre las tasas de interés ofrecidas por la banca a otros tipos de empresas, en comparación a las Mypes en general, debido a que éstas últimas significan inversiones de mayor riesgo, pues aún no están consolidadas, lo que les resta la competitividad de forma significativa.

- **Pasos para la exportación de joyería peruana⁴⁵:**
 - El exportador debe ser una persona natural o jurídica con empresa constituida y número de RUC.
 - Si el monto de la venta al exterior supera los US\$ 5,000, el empresario deberá contactarse con una agencia de aduanas para realizar los trámites de exportación.
 - Se debe establecer contactos previos con el comprador extranjero, enviándole cotizaciones, catálogos, fichas técnicas, y ha firmado un

⁴⁵ Jennifer Candella – Gerente de Operaciones Kamashi.net
<http://www.prompex.gob.pe/miercoles/portal/mme/descargar.aspx?archivo=6384862f-49b8-422d-9702-0dfdc68ac552.pdf>

contrato de compra-venta.

- Debe conocer las partidas para la exportación de joyería de plata,
- Las exportaciones están sujetas a la devolución del IGV (para su recuperación se debe hacer la acreditación ante la SUNAT).
- Otro aspecto importante de la realidad problemática está relacionado con la incidencia de la educación financiera en el desarrollo las Mypes exportadoras de joyas peruanas.

Principales limitaciones que tienen las Pymes exportadoras del Perú

Mathews, J. (2014)⁴⁶, nos presenta algunas de las principales limitaciones que tienen las Pymes exportadoras del Perú, lo que constituye la problemática del sector exportación. A continuación, una versión resumida de lo expuesto:

- **“Orientación al mercado:** Muchas empresas ingresan a la actividad exportadora sin tener una percepción clara del tamaño y características del mercado al que se dirigen. Desconocen si sus alcachofas embarcadas a Francia, por citar un ejemplo, las consumen los franceses, los hispanos, o específicamente los peruanos; con qué frecuencia; hombres y mujeres indistintamente, por su sabor, su presentación, sus propiedades terapéuticas”.

Comentario: Desconocen de las Oficinas Comerciales del Perú en el exterior (OCEX), y de los gremios empresariales, de PROMPERÚ.

⁴⁶ Juan Carlos Mathews, - Director del CEE de la Universidad del Pacífico (Foro sobre Comercio Exterior organizado por COMEX PERÚ) - <http://semanaeconomica.com/escala-global/2014/07/01/exportaciones-problemas-frecuentes/>

- **“Acceso a información:** La mayor parte de nuestras empresas exportadoras subutiliza fuentes de información, tales como: el Sistema Integrado de Información Comercial (SIICEX), Trade Map, Bases de Datos en Internet, revistas especializadas con información sobre oportunidades comerciales, condiciones de acceso a algunos mercados, entre otros. La Comisión Europea, a través de su Help Desk ofrece información útil para acceder al mercado europeo”.

Comentario: A pesar que existen muchas fuentes de información, éstas no suelen ser consultadas, por desconocimiento principalmente.

- **“Sobrecostos:** El Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) identifica los sobrecostos que claramente limitan las posibilidades exportadoras del país (financieros, tributarios, logísticos, de infraestructura, carga laboral, burocracia administrativa, entre otras). La competitividad implica tres factores: precio, calidad y oportunidad de entrega.⁴⁷

Comentario: El ecosistema en el cual se desenvuelve el exportador es adverso a sus intereses, pues se tiene que enfrentar a elevados sobrecostos.

- **“Mecanismos de apoyo:** Con o sin intención, muchas empresas se acogen indebidamente al drawback o eligen la importación temporal sin calcular si este mecanismo es más conveniente en su caso particular frente al drawback. Algunas desconocen incentivos como el SEMYPEX (Seguro para la Mype Exportadora) o el Despacho Anticipado”.

Comentario: Los administradores de las empresas exportadoras no saben

⁴⁷ MINCETUR – Plan Estratégico Nacional Exportador 2025 - https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf

evaluar que opción les conviene más, no tienen educación financiera.

- **“Proceso por etapas:** Los exportadores que cuentan con posibilidades de inversión, muchas veces se aventuran a invertir en actividades que no conocen.

La sugerencia es primero desarrollar una o más operaciones piloto cargando todo o lo más posible a costos variables, no a fijos. En función a esa experiencia, luego se decidirán por invertir, según cuáles sean los cuellos de botella del negocio”.

Comentario: Los empresarios no suelen tener experiencia en el sector, lo que genera se enfrente a un elevado nivel de riesgo operativo.

- **“Alianzas estratégicas empresariales”:** Debiera resultar natural que las empresas exportadoras se internacionalicen apostando por esquemas de asociatividad, tales como: consorcios, subcontratación, joint ventures, franquicias, entre otros.

Sin embargo, la desconfianza, la falta de incentivos, las diferentes visiones de los integrantes de la alianza, y otros, complican la viabilidad de estos modelos de negocio”.

Comentario: No tienen una cultura de asociatividad, que les permita hacer sinergias provechosas.

- **“Negociación:** Una debilidad es, sin duda, no tener un FODA de partida, no saber del perfil de la empresa/país con el que se negocia y no tener una estrategia definida”.

Comentario: Los administradores de las Mypes carecen de competencias gerenciales, para realizar buenas negociaciones.

- **“Recurso humano:** Con la apertura comercial por la que el Perú ha apostado durante las últimas dos décadas han llegado al país empresas de todo el mundo y todos los sectores.

¿Por qué algunas empresas peruanas mantienen el liderazgo en su categoría a pesar de la agresiva competencia local y externa? No se trata del capital ni de la tecnología que hoy se pueden conseguir por diferentes vías. La respuesta, al final del día, se encuentra en el talento humano. Por ello, la formación y la permanente actualización de los ejecutivos de la empresa son fundamentales”.

Comentario: Las Mypes exportadoras, en general, no tienen una política de actualización de conocimientos para su personal.

Tabla 20

Perú: Resumen de las limitaciones de las Mypes exportadoras

<ul style="list-style-type: none"> • Desconocen de las Oficinas Comerciales del Perú en el exterior (OCEX), y de los gremios empresariales, de PROMPERÚ.
<ul style="list-style-type: none"> • A pesar que existen muchas fuentes de información, éstas no suelen ser consultadas, por desconocimiento principalmente.
<ul style="list-style-type: none"> • El ecosistema en el cual se desenvuelve el exportador es adverso a sus intereses, pues se tiene que enfrentar a elevados sobrecostos.
<ul style="list-style-type: none"> • Los administradores de las empresas exportadoras no saben evaluar que opción les conviene más, no tienen educación financiera.
<ul style="list-style-type: none"> • Los empresarios no suelen tener experiencia en el sector, lo que genera se enfrente a un elevado nivel de riesgo operativo.
<ul style="list-style-type: none"> • No tienen una cultura de asociatividad, que les permita hacer sinergias provechosas.
<ul style="list-style-type: none"> • Los administradores de las Mypes carecen de competencias gerenciales, para realizar buenas negociaciones.
<ul style="list-style-type: none"> • Las Mypes exportadoras, en general, no tienen una política de actualización de conocimientos para su personal.

Fuente: Conclusiones de entrevistas a expertos.

1.1.4. Resumen de la realidad problemática

- El Perú es el segundo productor de plata a nivel mundial, y el primero en el ranking mundial de exportación de minerales de plata y sus concentrados, sin embargo, en lo que respecta a la exportación de joyería de plata el volumen es poco significativo, es decir nuestro país, en este rubro exporta principalmente materias primas sin generar valor agregado.
- Se ha podido observar que las políticas gubernamentales existentes no impulsan en un nivel adecuado el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata peruana, pues en conjunto sus exportaciones, representan apenas el 0.06% de las exportaciones mundiales en esta categoría (711311).
- Esto se debe principalmente, a que las normas y regulaciones existentes, los programas de fomento, los de financiamiento, así como la capacitación empresarial, financiera y técnica, son deficientes, así como no son adecuadamente difundidos, lo que no permite lograr el objetivo principal de impulsar las exportaciones en este rubro con valor agregado diferenciado, y de esta manera puedan mejorar su posición competitiva en el mercado global de exportaciones en esta partida (711311).
- La mayoría de los países que han logrado desarrollar el sector de exportación de joyería de plata, cuentan con bancos de desarrollo con políticas que apoyan en forma directa a este sector, lo que no ocurre en forma adecuada en el Perú.

- Otro aspecto importante de la realidad problemática está relacionado con la incidencia de la capacitación empresarial, financiera y técnica en el desarrollo las Mypes exportadoras peruanas de joyería de plata, pues no existen políticas específicas para impulsar este sector.
- Adicionalmente, tenemos que, en el Perú, el sector específico de exportación de joyería de plata, adolece de lo siguiente:
 - No se han desarrollado Cadenas de valor, que tengan por objetivo insertar a las Mypes en las cadenas de valor globales y promover su asociación.
 - No existe un Sistema nacional de garantías, que permita promover la disponibilidad de crédito para las Mypes por medio de diversos programas.
 - Desconocen de las Oficinas Comerciales del Perú en el exterior (OCEX), y de los gremios empresariales, de PROMPERÚ.
 - A pesar que existen muchas fuentes de información, éstas no suelen ser consultadas, por desconocimiento principalmente.
 - El ecosistema en el cual se desenvuelve el exportador es adverso a sus intereses, pues se tiene que enfrentar a elevados sobrecostos.
 - Los administradores de las empresas exportadoras no saben evaluar que opción les conviene más, no tienen educación financiera.
 - Los empresarios no suelen tener experiencia en el sector, lo que genera se enfrente a un elevado nivel de riesgo operativo.

- No tienen una cultura de asociatividad, que les permita hacer sinergias provechosas.
- Los administradores de las Mypes carecen de competencias gerenciales, para realizar buenas negociaciones.
- Las Mypes exportadoras, en general, no tienen una política de actualización de conocimientos para su personal.
- Incidencia de la educación financiera en el desarrollo las Mypes exportadoras de joyas peruanas.
- Existe una gran diferencia entre las tasas de interés ofrecidas por la banca a otros tipos de empresas, en comparación a las Mypes en general, debido a que éstas últimas significan inversiones de mayor riesgo, pues aún no están consolidadas, lo que les resta la competitividad de forma significativa.
- Se enfrentan al problema de tasas de interés muy elevadas, en comparación con las que se les ofrece a las corporaciones.
- En educación y conocimiento, no se tiene el apoyo para acceder al financiamiento de proyectos de tecnología e innovación, así como para la prospección tecnológica a otros países.
- En desarrollo comercial, no se cuenta con la participación de un mayor número de empresas en las principales ferias internacionales.
- En lo que respecta a la promoción, no se cuenta con el apoyo de las embajadas y OCEX en el desarrollo de certámenes como el Congreso Internacional de Joyería y Orfebrería.”
- Del total de la producción de oro y plata del Perú, menos del 1%

se deriva a la fabricación de productos de joyería y orfebrería,

- No se asume un rol más protagónico a los joyeros, que permita sentar las bases para un real cambio en el sector, tanto a nivel de diseño, uso de tecnología, calidad, normas técnicas, certificación, marketing y estrategias de comercialización.

En síntesis, existe una brecha de conocimiento, es decir aspectos no estudiados, tales como identificar las políticas gubernamentales que puedan impulsar el desarrollo económico financiero de la cadena integral, para el logro de alcanzar en forma eficiente la exportación de joyería de plata, por parte de las Mypes del sector.

Se trata de exportar joyería de plata, con alto valor agregado, con presentaciones de impacto, modernas, que logran ser un atractivo para los demandantes de las mismas, principalmente en los países desarrollados; tal como se ha visto en los antecedentes de la presente tesis.

Al respecto, si se logra implementar una planta industrial de fundición de plata, no solamente beneficiaría a los exportadores de joyería de plata, sino a toda la cadena de esta industria, en nuestro país, tales como: Aplicativo medicinal para las verrugas, Almacenamiento multimedia (DVD), desodorantes personales, en refrigeración, en pilas de larga duración, en motores, en la industria de la vidriería, impresión 3D, batas anti-microbianas, guantes para pantallas táctiles, filtros de agua, detergente para la ropa, catalizadores para la industria petro-química, preservación de madera, en la industria automotriz, municiones, fotografía, paneles solares, entre otros.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema principal

¿En qué medida las políticas gubernamentales peruanas existentes influyen en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?

1.2.2. Problemas secundarios

- **Problema Secundario 01**

¿En qué medida las normas tributarias gubernamentales existentes promueven el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?

- **Problema Secundario 02**

¿En qué medida los programas de fomento gubernamentales existentes apoyan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?

- **Problema Secundario 03:**

¿En qué medida los programas de financiamiento gubernamentales existentes respaldan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?

- **Problema Secundario 04:**

¿En qué medida los programas de capacitación gubernamentales existentes ayudan en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de las políticas gubernamentales peruanas existentes en el desarrollo económico-financiero de las de las Mypes exportadoras de joyería de plata, durante el periodo 2016-2017.

1.3.2. Objetivos específicos

- **Objetivo específico 01:**

Determinar en qué medida las normas tributarias existentes promocionan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

- **Objetivo específico 02:**

Determinar en qué medida los programas de fomento gubernamentales existentes apoyan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

- **Objetivo específico 03:**

Determinar en qué medida los programas de financiamiento gubernamentales existentes respaldan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

- **Objetivo específico 04:**

Determinar en qué medida los programas de capacitación gubernamentales existentes ayudan en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

1.4.1 Justificación

La presente investigación se justifica porque es importante que un sector económico relevante en nuestro país, como es la joyería de plata, pueda ampliar su volumen de exportaciones, lo que redundará positivamente en la economía del país, generando empleo, y mayores impuestos para que el Estado Peruano, pueda cumplir mejor con sus objetivos.

1.4.2 Importancia

La importancia de la presente investigación, se centra en la posibilidad que, a base de los resultados encontrados, se pueda realizar incidencia política para apoyar al sector Mypes exportador de joyería de plata, y que éste pueda lograr convertirse en un gran generador de empleo y recursos, y un motor importante de la economía peruana.

1.5. Limitaciones del estudio

Como limitaciones para el desarrollo de la presente investigación, hemos tenido el difícil acceso a la información del gobierno peruano, así como de otros países; así como el logro de entrevistas a expertos en el tema.

1.6. Viabilidad y delimitaciones del estudio

1.6.1. Viabilidad del estudio

El presente trabajo de investigación es viable, debido a la importancia económica de las Mypes del sector joyería de plata, para la economía del

país, siendo factible su realización, a pesar de lo difícil que es conseguir la información necesaria para llevar adelante la presente tesis.

1.6.2. Delimitaciones del estudio

- **Delimitación espacial:**

La presente tesis se concentra en las Mypes peruanas, tomando algunas referencias de políticas gubernamentales exitosas, en otros países; con el objeto de realizar recomendaciones que puedan implementarse en el Perú, habiéndose realizado todo el estudio en Lima, capital del Perú.

- **Delimitación temporal:**

El presente estudio se realiza, concentrándose en un horizonte de tiempo, entre los años 2016 al 2017, y con perspectiva futura, para realizar recomendaciones de incidencia política, en el sector de exportadores de joyería de plata, en el Perú. Asimismo, se revisa data anterior, desde el año 2012.

- **Delimitación social:**

El presente estudio se concentra en las Mypes peruanas, que son un importante sector generador de empleo, en especial para los niveles sociales de menor poder adquisitivo.

- **Delimitación conceptual:**

El presente estudio se concentra en las Mypes peruanas exportadoras de joyería de plata.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

León García, J. J. (2012)⁴⁸. “Alternativas tecnológicas en la valoración financiera de las MYPES del Perú.”

Resumen: “Las pequeñas y medianas empresas compiten en un nuevo entorno donde el cambio es una constante, caracterizado ahora, por un momento de crisis económica de ámbito mundial.

La disposición y capacidad para introducir cambios en la estrategia, dirección y organización del negocio se convierte en un factor clave para el éxito. Los resultados obtenidos muestran que, a pesar de sus beneficios, ventajas y esfuerzos, la internacionalización no excluye a unidades económicas en general representa a las pequeñas y medianas empresas.

Lograr ventajas competitivas que permitan a las organizaciones ser rentables a lo largo del tiempo es vital para su supervivencia y éxito.

⁴⁸ León García, J. J. (2012). Alternativas tecnológicas en la valoración financiera de las PYMES del Perú - Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú - Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras - Contabilidad y Finanzas - Tesis de doctorado <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/582>

Esta investigación propone alternativas tecnológicas en la valoración financiera de las pequeñas y medianas empresas a través de la aplicación de la metodología taxonomía del valor digital.”

Morales Gallo, J. (2014)⁴⁹, “Comportamiento del sistema bancario y sus efectos en la economía y las finanzas.”

Resumen: “En el Perú, como es de conocimiento público, el mercado bancario es controlado por un grupo de cuatro grandes bancos que manejan alrededor del 75 al 80% de los depósitos y colocaciones nacionales, este absoluto control sobre el mercado financiero, les permite interactivamente mantener elevados los costos de transacción general a sus usuarios porque las tasas de referencia que establece el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) son solo eso, existiendo un alto inferencial entre sus costos de captación y los costos que cobran a sus clientes.

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBSAFP), dentro de su accionar normativo, ha establecido que el patrimonio de los bancos sea periódicamente ajustado de acuerdo a su nivel de riesgo institucional que se determina como producto de analizar los riesgos financieros referidos al mercado, al crédito y operacional en consonancia con la adecuación requerida para cumplir con los lineamientos del acuerdo de Basilea II, que en resumen extremo, establece que el patrimonio de las entidades financieras debe ser ajustado, en forma ascendente o descendente, en función de un análisis de los riesgos antes mencionados.

⁴⁹ Morales Gallo, J. (2014). Comportamiento del sistema bancario y sus efectos en la economía y las finanzas - Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú - Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras - Contabilidad y Finanzas - Tesis de doctorado - <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/1137>

Dado el alto margen de ganancia de este importante sector, reconocido tanto a nivel nacional como internacional, permitirá hacer los ajustes patrimoniales de contingencia que se proponen en la perspectiva de fortalecer preventivamente al sistema financiero en su conjunto, cumpliendo de esta manera el sector con su función principal de potenciar el desarrollo y fortalecimiento de nuestra economía nacional, mercado interno principalmente, como último refugio contra este tipo de crisis económicas extremos, estableciendo un sano y seguro servicio al cliente, que es finalmente el dueño de los recursos que la banca administra temporalmente, sea este persona natural, empresarial o institucional”.

Villaorduña Caldas, A.⁵⁰ (2014), “Efectos del financiamiento en la gestión de las empresas de servicios de Lima Metropolitana”

Resumen: “La Tesis desarrollada está referida a analizar los efectos del financiamiento en la gestión de las empresas de servicios en Lima Metropolitana. Para demostrar sus objetivos, se analizó asimismo cómo las herramientas financieras inciden en la gestión y de esta manera probar nuestras hipótesis planteadas.

Se utilizó el método no-experimental, de tipo descriptivo, explicativo, correlacional y a través de los resultados, se llegó a la conclusión que efectivamente la aplicación de herramientas financieras adecuadas logra optimizar la gestión de las empresas de servicios en Lima Metropolitana, no solamente en la zona estudiada, pudiendo aplicar dicha herramienta a nivel de país y así poder enfrentar múltiples retos para lograr objetivos comunes”.

⁵⁰ Villaorduña Caldas, A. (2014). Efectos del financiamiento en la gestión de las empresas de servicios en Lima Metropolitana - Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú - Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras - Contabilidad y Finanzas - Tesis de doctorado - <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/1139>

Herrera López C.⁵¹ (2011), “Análisis de la promoción internacional de los artesanos joyeros de plata usuarios del Centro de Innovación Tecnológica del Distrito de Catacaos, Piura-Perú.”

Resumen: En la actualidad el Perú es el primer productor de plata del mundo, junto a esto el creciente aumento de las exportaciones peruanas ha generado toda una explosión en la industrialización de la materia prima para crear valor agregado a los productos de exportación.

En el sector joyería, esto no es menos importante, pues en el caso de los artesanos joyeros de plata de Catacaos, existe una contante preocupación por la mejora de sus productos. Junto a ellos el Centro de Innovación Tecnológica (CITE), es un apoyo constante en temas de calidad y producción. En la presente investigación, se analiza la promoción internacional de los artesanos joyeros de plata de Catacaos, usuarios del CITE Joyería de Catacaos, con el fin de determinar si las herramientas de promoción utilizadas son eficientes o ineficientes, a través de un diseño de tipo exploratorio y descriptivo.

Para la recopilación de información se realizaron entrevistas a los propios artesanos joyeros de Catacaos. Con esta data se pudo determinar cuáles eran las principales falencias en el uso de las herramientas de promoción internacional de los artesanos, y se confirmó con la información obtenida de las entrevistas realizadas a autoridades y especialistas en la ciudad de Piura y Lima, relacionados con el CITE y los artesanos.

⁵¹ Herrera López C. (2011), “Análisis de la promoción internacional de los artesanos joyeros de plata usuarios del Centro de Innovación Tecnológica del Distrito de Catacaos, Piura-Perú” - Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos - Administración de Negocios Internacionales - Tesis de pregrado - <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/314>

Como resultado se determinó que la promoción internacional de los artesanos joyeros de plata usuarios del CITE es deficiente, y una de las principales razones es que debido al poco conocimiento que tienen sobre la participación en ferias comerciales, adjudican el éxito de las mismas a las ventas realizadas en ellas, cuando el éxito de ellas reside en la generación de contactos para ventas de exportación directa.

Mitidieri Villacorta M. (2016)⁵², “Centro de innovación tecnológica artesanal en Lurín.”

Resumen: “La presente tesis titulada Centro de innovación tecnológica artesanal en Lurín tiene por objeto diseñar el Cite artesanía para otorgar al sector de producción del distrito, el equipamiento necesario que le permita capacitarse, investigar e innovar, a la vez brindar diversos servicios a quienes se involucren en el proceso productivo de las líneas de artesanía en el rubro de cerámica y joyería en plata.

La metodología empleada en la creación de estos espacios es a través de organigramas que se hacen al comienzo del proyecto para saber los principales espacios que serán los núcleos de los espacios secundarios, los flujogramas se emplean para saber cuál serán los recorridos principales y secundarios, así mismo es para saber la secuencia lógica que usa el usuario al momento de recorrer los espacios, esta metodología es usado tanto para vehículos y transeúntes. La metodología utilizada serán los estudios previos que servirá para definir el programa arquitectónico y el proyecto-

Los resultados se ven en la jerarquización de espacios y áreas, empezando por el área pública y semipública, pasando a la zona de producción,

⁵² Mitidieri Villacorta, M. (2015). Centro de innovación tecnológica artesanal en Lurín - Facultad de Ingeniería y Arquitectura - Arquitectura - Tesis de pregrado - <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/2274>

fabricación e innovación de las artesanías y por último rematando en lo que sería el principal espacio de la Cite Artesanía el área de capacitación e investigación.

Así mismo se pudo comprobar que la artesanía peruana juega un papel imprescindible en nuestra cultura, identidad y costumbres por ende se le debe de dar los recursos para poder explotar nuestra diversidad de arte e innovación, capacitar, investigar y dar a conocer nuestra artesanía al mundo que es orgullo de nuestra identidad como peruanos.”

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Las políticas gubernamentales de apoyo a las Mypes exportadoras de joyería de plata en el Perú

Según Martínez, A. (2014)⁵³, “las políticas gubernamentales, se puede decir que son las acciones que un gobierno emprende para resolver las necesidades de la población; a éstas también se le denominan como políticas públicas”.

Según el Centro de Comercio Internacional - CCI (2009)⁵⁴, “en las economías desarrolladas, donde las instituciones (políticas, económicas, y jurídicas) son estables y están plenamente desarrolladas, las Pymes crecen a mayor ritmo que en países donde el entorno empresarial es menos propicio.”

Comentario: Incluye a las micro-empresas exportadoras de joyería de plata.

⁵³ Martínez A. (2014), <https://prezi.com/dgm6ktwl-p6z/politica-gubernamental/>

⁵⁴ Centro de Comercio Internacional (2009) - Como conseguir financiación para el comercio. http://legacy.intracen.org/publications/Free-publications/How_to_Access_Trade_Finance_Spanish.pdf

Añade, el estudio del CCI, “que el efecto de los impedimentos para el crecimiento es más adverso entre las pequeñas empresas que en empresas medianas y grandes; habida cuenta de que las instituciones deficientes son más frecuentes en las economías menos desarrolladas en estos países, así como que también es mayor la proporción de pequeñas empresas con bajos niveles de desarrollo y de producción que en las economías más avanzadas.”

Comentario: Esto es lo que ocurre en el Perú, incluyendo al sector de Mypes exportadoras de joyería de plata.

En el documento denominado: Perú - Plan Estratégico Nacional exportador- PENX - 2003-2013⁵⁵, formulado por el Estado Peruano, se realizó una propuesta, respecto al rol del Estado en la promoción de exportaciones, así tenemos:

“El crecimiento económico sostenido de un país se asienta sobre el mantenimiento de cuatro condiciones básicas:

Condiciones básica del crecimiento económico	
Equilibrio macroeconómico	Entorno político y legal adecuado
Entorno internacional estable (*)	Competitividad empresarial

(*): sobre todo para una economía pequeña como la peruana

Mientras que existe un claro consenso acerca de la responsabilidad principal del Estado en el cumplimiento de las tres primeras condiciones, no sucede lo mismo respecto del rol que debe cumplir el Estado en la

⁵⁵ <https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/plan-estrategico-nacional-exportador/penx-2003-2013/>

promoción de una mayor competitividad empresarial. La evidencia reseñada en el documento señala que en aquellos países que registraron un importante dinamismo exportador en las últimas décadas o que recientemente están orientando sus economías hacia el exterior (mediante una mayor apertura comercial y políticas de atracción de inversiones) se aplicaron políticas de promoción de exportaciones promovidas y coordinadas por el Estado.”

Comentario: Las políticas gubernamentales (entorno político y legal adecuados), son muy importantes para poder impulsar los sectores de exportación, lo que incluye a las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Se añade, en el documento del PENX: “Dos corrientes de pensamiento, en cierta medida complementarias, justifican la intervención del Estado en materia de promoción de exportaciones:

- 1) La primera se concentra en atribuir a la existencia de determinadas imperfecciones o «fallas de mercado», a la escasa competitividad de empresas que buscan impulsar sus ventas en el exterior. Entre estas imperfecciones, las más importantes para los países en desarrollo son:
 - a. La ventaja comparativa obtenida por la industria de un país en relación con las de otros países que comercian en el mismo sector, no como resultado de la dotación de factores sino por ser el «primero en llegar» en un espacio en el cual hay economías de escala estáticas o dinámicas.
 - b. La desventaja competitiva que enfrentan debido a la información asimétrica en los mercados de tecnología -lo cual les impide

acceder a determinada tecnología que está disponible para los países más desarrollados- o, a diferencias en la infraestructura de investigación y desarrollo.

- c. El suministro sub-óptimo de actividades con externalidades positivas (capacitación en nuevas habilidades, introducción de nuevas tecnologías, obtención de información sobre mercados externos, entre otros) porque el sector privado no puede capturar plenamente el retorno de las inversiones involucradas.
 - d. La escasez de crédito de largo plazo para los proyectos de inversión debido al problema de información asimétrica en los mercados de capitales, especialmente en aquellos de desarrollo incipiente.
- 2) La segunda corriente de argumentación a favor de políticas para aumentar la competitividad proviene de planeamientos basados en políticas de desarrollo o industriales:
- a. En este caso, el énfasis se coloca sobre la necesidad de generar capacidades tecnológico-productivas que usualmente son escasas en los países en desarrollo. Se sostiene que, para generar y mantener la competitividad productiva a través del tiempo, los países en desarrollo necesitan adquirir capacidad y experiencia propias para penetrar mercados; adaptar tecnología extranjera y crear la propia; perfeccionar procesos productivos y mejorar productos; incorporar y generar conocimientos organizativos y desarrollar recursos humanos.

- b. Según esta perspectiva, una política que busca incrementar la competitividad no debe tener simplemente una naturaleza correctiva, sino que debe ser comprehensiva y sistemática.
- c. Es decir, debe dar orientación, garantizar un horizonte de certidumbre para las decisiones y opciones de los agentes privados y promover la especialización y la complementación para desarrollar eficiencias tanto individuales como colectivas.

Comentario: En este estudio se pone en evidencia, la escasa competitividad de las empresas exportadoras, lo que incluye a las Mypes de joyería de plata. Para impulsarlas, es imprescindible formular y aplicar políticas gubernamentales específicas.

A continuación, se realiza un análisis de la variable, desagregada según sus cuatro indicadores: Normas Tributarias, Programas de Fomento, Financiamiento y Capacitación Gubernamentales.

Indicador 01: Normas tributarias

Las normas tributarias, se refieren al conjunto de dispositivos legales, que regulan las obligaciones que deben realizar los ciudadanos sobre sus rentas, sus propiedades, mercancías, o servicios que prestan, en beneficio del Estado, para su sostenimiento y el suministro de servicios, tales como defensa, transportes, comunicaciones, educación, sanidad, vivienda, entre otros.⁵⁶

⁵⁶ Diccionario de términos tributarios - <https://www.gestiopolis.com/diccionario-de-terminos-tributarios/>

Comentario: No solamente los ciudadanos, también las personas jurídicas.

A continuación, se presenta, en la siguiente figura, los diferentes tipos de tributos, vigentes, elementos de recaudación para el Estado peruano:

Figura 06

Perú: Tipos de Tributos



Fuente: Cultura SUNAT⁵⁷

El sistema tributario es el conjunto de normas legales que crean y regulan la tributación. Existen dos muy importantes leyes que permiten el funcionamiento del Sistema Tributario peruano:

1. El Código Tributario (Decreto Supremo N° 133-2013-EF)⁵⁸:

Es la Norma legal que contiene los principios, elementos y conceptos, así como las relaciones, los procedimientos, derechos, obligaciones e infracciones y sanciones que debe observar la Administración Tributaria y los contribuyentes.

⁵⁷ SUNAT (2016). Recuperado de <http://cultura.sunat.gob.pe/index.php/secundaria1?id=79>

⁵⁸ Perú: Código Tributario. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/#>

2. Ley Marco del Sistema Tributario Nacional (Decreto Legislativo N° 771)⁵⁹:

Esta norma regula la estructura del Sistema Tributario peruano, identificando cuatro grandes grupos de tributos en función del destinatario de los montos recaudados:

El Sistema Tributario peruano es el conjunto ordenado de normas, principios e instituciones que regulan las relaciones procedentes de la aplicación de tributos en el país. Se rige bajo el Decreto Legislativo N° 771 (enero de 1994), denominado como la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional.

Según la Constitución de 1993, el Estado es el poder político organizado en tres niveles de gobierno: nacional, regional y local, y cada uno de ellos agrupa diferentes unidades ejecutoras o productoras de bienes y servicios públicos cuyos costos operativos deben ser financiados con tributos.

El Sistema Tributario peruano cuenta con tres elementos principales, que sirven de columna para su funcionamiento eficiente:

a) Política tributaria:

Son aquellos lineamientos que dirigen el sistema tributario. Está diseñada por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). La política tributaria asegura la sostenibilidad de las finanzas públicas, eliminando distorsiones y movilizand o nuevos recursos a través de ajustes o reformas tributarias.

⁵⁹ Perú: Ley marco del Sistema Tributario Nacional – Recuperado de:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/EAB82F81C2149E1E05257FD40075C3B7/\\$FILE/Fuente.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/EAB82F81C2149E1E05257FD40075C3B7/$FILE/Fuente.pdf)

b) Normas tributarias:

La Política tributaria se implementa a través de las normas tributarias. Comprende el Código Tributario.

c) Administración tributaria:

La constituyen los órganos del Estado encargados de aplicar la política tributaria. A nivel nacional, es ejercida por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), y la⁶⁰ Superintendencia Nacional de Administración de Aduanas (SUNAD).

A continuación, en la figura 07, se puede apreciar todos los tipos de tributos del sistema tributario nacional, por tipo de entidades pertenecientes al organigrama del Estado peruano.

Figura 07
Perú: Sistema Tributario Nacional



Fuente: SUNAT

⁶⁰ SUNAT (2016). Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario.html>

Indicador 02: Programas de fomento

Los programas de fomento⁶¹ a las exportaciones están orientados a promover la productividad y la calidad de los procesos que elevan la competitividad de las empresas y permiten su incorporación adecuada al mercado mundial.

En el caso del Perú, existe el PENX (Plan estratégico nacional exportador, 2025)⁶² en el cual se analizan los problemas, sus causas; así como se formulan los objetivos estratégicos, que son los siguientes:

- Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.
- Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.
- Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomente el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.
- Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.

⁶¹ Secretaría de Economía de México - <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio/instrumentos-de-comercio-exterior/fomento-a-la-produccion-y-las-exportaciones>

⁶² PENX 2025 - http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/RM_051_2015_PLAN.pdf

A continuación, refiere Ochoa J. (2007)⁶³ en el que presenta los principales actores que influyen en las Mypes exportadoras:

Tabla 21
Principales actores que influyen en las Pymes exportadoras peruanas

ACTOR	ACTOR PRINCIPAL	VARIABLE
GOBIERNO	Congreso de la República, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.	Legislación, acuerdos y normas vinculadas al comercio exterior. Integración económica.
	Congreso de la República - Ministerio de Relaciones Exteriores.	Posición geopolítica y geoestratégica.
	Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo.	Política laboral.
	Ministerio de Transportes y Comunicaciones.	Infraestructura y comunicaciones.
	Ministerio de Economía y Finanzas.	Políticas de fomento a las inversiones, gestión aduanera y tributación e indicadores económicos (riesgo país, cuentas nacionales).
SOCIEDAD Y EMPRESA	Universidades, Centros de Innovación Tecnológica [Cite's].	Innovación tecnológica.
	Todos.	Tecnología de información y tecnología de las comunicaciones.
	Todos.	Capacitación y competitividad empresarial.
	Instituciones del Sistema Financiero y Público (Nacionales e internacionales), ONG's.	Financiamiento empresarial.
GREMIOS EMPRESARIALES	SNI, ADEX, Cámara de Comercio, entre otros.	Representación de los intereses de los actores involucrados.
	Todos.	Comunicación y participación de la opinión pública.

Fuente: Ochoa J. (2007)

Indicador 03: Programas de financiamiento⁶⁴

Las alternativas de financiamiento son las denominadas “modalidades de financiamiento”, y en el caso de las Mypes exportadoras⁶⁵, éstas son las siguientes:

“Capital de trabajo: Se refiere, básicamente, a las inversiones que tiene que hacer la empresa para financiar su producción, desde el momento que

⁶³ Ochoa J. (2007). Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/291188206/MYPES-pdf>

⁶⁴ MINCETUR (2006), Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad7015e.pdf>

⁶⁵ MINCETUR - Modalidades de financiamiento de Exportaciones (Mincetur-PENX), 2006. Recuperado de: <http://centrodeinformacion.promperu.gob.pe/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=an:%222355%22>

compra las materias primas, hasta que recibe el pago en efectivo por la venta de su producto. Hay varias maneras de conseguir capital de trabajo. En realidad, casi siempre los recursos de capital de trabajo provienen de una mezcla de estas tres fuentes:

La primera, es a través de los propios recursos del empresario. Lo que implica poner plata de su bolsillo, o que la empresa genere los recursos necesarios (que sus ingresos en efectivo sean mayores que sus egresos en efectivo), producto de las operaciones propias del negocio.

La segunda, proviene de los proveedores. El crédito que se obtiene de ellos, implica más días de plazo para pagar lo que se les adquirió y, por lo tanto, menos recursos que la empresa o su propietario tienen que poner para financiar el capital de trabajo.

La tercera fuente está constituida por los préstamos que, específicamente para ese fin, pueden obtenerse de los bancos u otras instituciones financieras.

En el caso de los bancos, estos pueden poner, a disposición de sus clientes, apoyo financiero para capital de trabajo, a fin de financiar ventas locales o ventas al exterior. En el caso de las ventas locales, otorgan operaciones de crédito que incluyen sobregiros, pagarés, descuento de letras y factoring.”

Advance account: Línea de crédito que bancos extranjeros otorgan a los bancos locales, con el propósito principal de financiar exportaciones e importaciones a empresas locales. Las modalidades que usualmente toman los financiamientos a las exportaciones, son el pre y el post-embarque.

Pre-embarque: Es una modalidad de “advance account” y sirve para financiar ventas efectuadas al extranjero en el lapso de tiempo que existe entre, la recepción por parte del exportador del pedido confirmado, carta de crédito, contrato, y el embarque de la mercadería. Se entiende que, durante ese tiempo, se están produciendo los bienes que han sido pedidos por el cliente extranjero.

Para obtener un financiamiento pre-embarque, es necesario ser cliente del banco y haber sido calificado por este como sujeto de crédito. Esto último, significa que, para otorgar el crédito, el banco ha evaluado a la empresa exportadora, pudiendo haber pedido garantías para otorgar el préstamo.

El plazo máximo de financiamiento usualmente, es de 180 días y la documentación requerida son un pagaré suscrito por el exportador o sus representantes legales, un contrato privado de Advance Account y documentos sustentatorios de la potencial exportación.

Una vez efectuado el embarque de las mercaderías, el exportador está en la obligación de presentar al banco que le otorgó el financiamiento, la documentación que respalde el embarque de la mercadería al importador. El requerimiento de la documentación varía de acuerdo a lo pactado en su oportunidad por ambas partes y aquellas exigidas por las autoridades tributarias y aduaneras de sus países.

Sin embargo, se requiere como mínimo la Factura Comercial, la Lista de Empaque (también conocida como Packing List), el Conocimiento de Embarque (conocido como Bill of Lading) y el Certificado de Origen.

Toda esta documentación anterior es enviada por el banco local, vía Courier, al banco del importador. Si este los encuentra conforme, procede al pago a través del banco del exportador, el cual procede a cancelar el pre-embarque.

Post-embarque: Es otra modalidad de advance account en donde el financiamiento es otorgado cuando la mercadería ya ha sido despachada. Los requisitos para obtener este tipo de financiamiento, son los mismos que en el caso del pre-embarque. Adicionalmente, el banco exigirá a la empresa vendedora, toda la documentación que pruebe que la exportación ha sido realizada.

Costo financiero: Es el precio que se paga por el uso del dinero. Suele expresarse en términos porcentuales y referirse a un período de un año. El costo financiero lo fija el sistema financiero, en función a la oferta y demanda de dinero en el mercado, y según la modalidad, riesgo, y plazos correspondientes.”

Indicador 04: Programas de capacitación

Según la OCDE⁶⁶, la educación financiera puede definirse como “el proceso por el cual los consumidores/inversores financieros mejoran su entendimiento de los productos, conceptos y riesgos financieros y, mediante información, instrucción y/o asesoramiento objetivos, desarrollan las habilidades y la confianza para llegar a ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, para realizar elecciones informadas, saber dónde dirigirse en caso de requerir ayuda y adoptar otras acciones efectivas para

⁶⁶ OCDE, «IMPROVING FINANCIAL LITERACY: ANALYSIS OF ISSUES AND POLICIES», 2005. Recuperado de: https://www.gref.org/nuevo/documentacion/plan_educacion_financiera.pdf

mejorar su bienestar financiero.”

Añade, “en definitiva, la educación financiera consiste en desarrollar iniciativas tendentes a familiarizar a los ciudadanos con las cuestiones financieras, de forma que las decisiones financieras de los particulares se adopten desde una esfera de mayor conocimiento de los productos y servicios financieros que mejor se adapten a sus necesidades.”

Según Ortega S. (2015)⁶⁷, la educación financiera, es un tema que se mantiene en la actualidad por su utilidad para las Mypes.

A continuación, las claves más importantes en educación financiera para Mypes:

“Exportar ayuda: Las empresas exportadoras son más fuertes que las que se centran en un modelo de negocio local. Esto se debe a que, de este modo, las empresas no dependen de una única economía y tienen más posibilidades de cubrir los posibles "baches" a los que se enfrenta toda empresa.”

“Tenga un buen plan de futuro: Planificar es necesario para todo, si su plan de negocio abarca el corto-medio y largo plazo, es más fácil adelantarse a las necesidades y poder financiarse para lo necesario.”

“Información financiera: Tener las declaraciones al día es muy importante ya que, a la hora de solicitar líneas de crédito las entidades, tanto las tradicionales como las alternativas, necesitan algunos documentos para poder comprender su empresa y darle las mejores condiciones.”

“El equipo directivo es clave: Tener un equipo directivo bien preparado es

⁶⁷ Dirigentes Digital. Recuperado de:
https://dirigentesdigital.com/hemeroteca/cinco_claves_en_educacion_financiera_para_pymes-EEDD6565

clave. Esto incluye, necesariamente, un buen plan de futuro teniendo en cuenta posibles sucesores. Sobre todo, en el caso de las empresas familiares.”

“**Diversificar es necesario:** Disponer de diferentes fuentes de financiación puede ayudar a lograr cierta independencia financiera. Las entidades de financiación alternativa son una gran oportunidad para lograrlo, ya que así las empresas pueden tener la financiación bancaria para el largo plazo.”, finaliza el autor.

2.2.2. Desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo–MINCETUR, a través de su programa “Plan Estratégico Exportador 2025 -PENX⁶⁸ establece cuatro pilares estratégicos, lo que en forma holística incluye al sector de Joyería de plata, sin embargo no lo especifica, estos son los siguientes:

- (i) Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados,
- (ii) Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible,
- (iii) Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional, y
- (iv) Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora.

Se refiere: “El primer pilar de internacionalización busca apoyar los esfuerzos de las empresas peruanas de participar en las economías de otros

⁶⁸ https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf

países para la diversificación de mercados y productos con el fin de tomar mayor ventaja de las mejores condiciones de oferta.

El segundo pilar de oferta exportable busca consolidar las exportaciones peruanas con énfasis en las exportaciones no tradicionales y de servicios.

El pilar de facilitación busca reducir los costos de transacción asociados a las operaciones de comercio exterior, incluyendo no solo aspectos normativos y procedimentales, sino también logísticos y financieros.

Finalmente, el pilar de generación de capacidades busca fortalecer las capacidades empresariales exportadoras que consoliden nuevos mercados, productos y/o servicios diversificados, reconociendo, tal como el PENX lo hace, que la unidad crítica de intervención es la empresa.”

Indicador 01: Continuidad exportadora

Califica a cada empresa con un puntaje según la cantidad de años que exportó en un periodo de cinco años. El sistema de puntajes refleja que la mayor continuidad es un rasgo de éxito exportador, porque implica que la empresa ha tenido la capacidad de mantener en el tiempo su presencia en mercados externos.

En la publicación, Milesi D. (2007)⁶⁹, se refiere lo siguiente:

“Continuidad Exportadora (CE): mide la estabilidad de las empresas en el negocio exportador, según la cantidad de años con registro de exportaciones.”

⁶⁹ FUNDES - “Estudio comparado sobre el éxito exportador MYPE en Argentina, Chile y Colombia” - <https://www.google.com.pe/search?q=Estudio+comparado+sobre+el+%C3%A9xito+exportador+MYPE+en+Argentina%2C+Chile+y+Colombia&oq=Estudio+comparado+sobre+el+%C3%A9xito+exportador+MYPE+en+Argentina%2C+Chile+y+Colombia&aqs=chrome..69i57.3996j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Tabla 22

Criterios para calificar Continuidad Exportadora

Continuidad exportadora (CE)	Asigna para cada empresa los siguientes puntajes, según la cantidad de años que exportó en el periodo	Número de Años	Puntaje
		1 año	0%
		2 años	33.33%
		3 años	66.66%
		4 años	100%

Fuente: Fundes (2011)

Añade, “Los países de América Latina enfrentan un enorme desafío de lograr un desarrollo sustentable en economías abiertas, con inclusión social y con la generación de ventajas competitivas dinámicas. En ese contexto, la promoción de las exportaciones de pequeñas y medianas empresas industriales y de servicios se ha constituido en la última década en uno de los ejes de las estrategias de desarrollo productivo en América Latina. La mayor parte de los países ha puesto en marcha una amplia gama de instrumentos y sistemas de apoyo a fin de incentivar y colaborar con el desarrollo de las exportaciones directas de las Mypes. Más aún, diferentes organismos internacionales e instituciones de financiamiento multilateral han acompañado a los países en esta política.”

Añade, “La contribución del comercio exterior Mypes al desarrollo productivo de un país va mucho más allá del aporte cuantitativo macroeconómico y excede los límites de la propia firma. El proceso sostenido de exportaciones constituye un método de aprendizaje exigente y de gran trascendencia, que impacta en muchas áreas de la gestión de la empresa (tecnológica, comercialización, logística, recursos humanos, y otras), pero también tiene efectos positivos directos en la cadena de provisión y consecuencias indirectas en el mundo empresarial próximo.”

Añade el autor: “Para poder exportar deben realizarse una serie de procedimientos, lo que toma un cierto tiempo relativamente largo, pues hay una curva de aprendizaje. La mayor parte de los países ha puesto en marcha una amplia gama de instrumentos y sistemas de apoyo a fin de incentivar y colaborar con el desarrollo de las exportaciones directas de las Mypes. Más aún, diferentes organismos internacionales e instituciones de financiamiento multilateral han acompañado a los países en esta política.”, acota Milesi (2007)⁷⁰.

Comentario: En la categoría 711311, Joyas de plata, las exportaciones como país en general, se dan en forma permanente, todos los años, por lo que su calificación es 100%, lo que no necesariamente ocurre a nivel de Mypes.

Indicador 02: Dinamismo exportador

Según Milesi (2007)⁷¹; el Dinamismo Exportador (DE):” mide el crecimiento de las exportaciones de las empresas entre el primer y el último del periodo en los que registraron exportaciones”, regularmente en un periodo de los últimos 05 años. Al respecto, considera la variación del monto exportado en esos años, a través de dos variables: el “dinamismo exportador”, que refleja la variación entre el primero y el último año, y el “dinamismo exportador sostenido”, que toma en cuenta el signo de las sucesivas variaciones observadas durante los años considerados.

Dinamismo Exportador (DE) = $[(X_{2016}/X_{2012})-1]*100$; X=Exportaciones

⁷⁰ FUNDES - Estudio comparado sobre el éxito exportador Pyme en Argentina, Chile y Colombia. Recuperado de: <https://docplayer.es/12158482-Estudio-comparado-sobre-el-exito-exportador-pyme-en-argentina-chile-y-colombia.html>

⁷¹ FUNDES - Estudio comparado sobre el éxito exportador PYME en Argentina, Chile y Colombia

Estos porcentajes, varían de 0% a 100%, siendo los criterios, los siguientes:

Tabla 23

Dinamismo exportador - Criterios para estimar el indicador

Dinamismo exportador (DE)	Asigna a cada empresa un puntaje en función de la evolución de sus tasas de crecimiento exportador por año, de la siguiente manera: 1. Media aritmética de las tasa por año; $\bar{x}_i = \frac{\sum x_i}{n}$ por empresa. 2. Media aritmética de las tasas medias de la muestra. $\bar{x}_q = \frac{\sum \bar{x}_i}{n}$. 3. La diferencia entre media de la muestra y la media de cada empresa $\bar{x}_i - \bar{x}$	Valor de la tasa de crecimiento	Puntaje
		Caida o estable (cero)	0 %
		Inferior a la media de la muestra	50%
		Superior a la media de la muestra	100%

Fuente: Fundes (2011)

Tabla 24

Perú: Dinamismo Exportador – Variaciones en USD

Indicadores	2012	2013	2014	2015	2016
DINAMISMO EXPORTADOR					-45.94%
DINAMISMO EXPORTADOR SOSTENIDO		-2.96%	-34.14%	-19.20%	4.68%

Fuente: ITC (2017) – Exportaciones mundiales 711311, expresadas en US\$

Comentario: En la categoría 711311, Joyas de plata, las exportaciones como país en general, se puede concluir:

Su Dinamismo exportador (DE) es negativo, el resultado de -46% es bastante preocupante.

Asimismo, el indicador de Dinamismo Exportador sostenido (DES), ha estado continuamente en caída, salvo en el último periodo que ha tenido un incremento pequeño de 5%, si lo comparamos con los elevados porcentajes de disminución, que se reportaron en los años anteriores.

Tabla 25

Perú: Dinamismo Exportador – Variaciones en TM

Indicadores	2012	2013	2014	2015	2016
DINAMISMO EXPORTADOR					-39.29%
DINAMISMO EXPORTADOR SOSTENIDO		-14.29%	-16.67%	0.00%	-15.00%

Fuente: ITC (2017) – Exportaciones mundiales 711311, expresadas en TM

Comentario: En la categoría 711311, Joyas de plata, las exportaciones como país en general, se puede concluir:

Su Dinamismo exportador (DE) es negativo, el resultado de -39% es bastante preocupante.

Asimismo, el indicador de Dinamismo Exportador sostenido (DES), ha estado continuamente en caída, situación extremadamente preocupante.

En conclusión, las empresas peruanas exportadoras de joyas de plata, no están trabajando en generar un dinamismo exportador positivo, lo que incluye a las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Indicador 03: Diversificación de mercados⁷²

Califica a las empresas según la cantidad de destinos a los que dirigieron sus exportaciones.

Tabla 26
Criterios para diversificación de mercados

Diversificación de mercados (DM)	Asigna a cada empresa los siguientes puntajes, según la cantidad de regiones a las que haya realizado exportaciones en 2007 al 2010.	Número de regiones a los que realizó exportaciones	Puntaje
		1 región	0%
		2 regiones	25%
		3 regiones	50%
		4 o más regiones	100%

Fuente: Fundes (2011)

Las regiones, según el International Trade Center (2017)⁷³ son las siguientes:

- Acuerdo Comercial de Asia y el Pacífico (APTA).
- África.
- América.

⁷² Recuperado de <http://iberpyme.sela.org/Documentos/PYMEXComparado.pdf>

⁷³ ITC – Recuperado de <http://www.intracen.org/itc/acerca-del-itc/paises-prioritarios/regiones/>

- América Latina y el Caribe.
- Asia.
- Asociación de cooperación económica de Asia y el Pacífico (APEC).
- Asociación de la Cuenca del Océano Índico para la Cooperación Regional.
- Asociación de Naciones del Asia Sudoriental (AESAN).
- Asociación del Asia Meridional para la Cooperación Regional (SAARC).
- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).
- Brasil, Rusia, India, y China (BRIC).
- Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica (BRICS).
- China Mayor.
- Comunidad Andina.
- Comunidad de África del Este (CAE).
- Comunidad de Estados Independientes (CEI).
- Comunidad del África Meridional para el Desarrollo (SADC).
- Comunidad del Caribe (CARICOM).
- Comunidad Económica de los Estados de África Occidental (CEDEAO).
- Consejo de Cooperación del Golfo (CCG).
- Developing - 8 (D-8).
- Economía de mercados desarrollados.
- Economía de mercados en desarrollo.
- Europa.
- Europa Central y Oriental.
- G7.
- Grupo de Estados de África, el Caribe, y el Pacífico (Grupo ACP).
- Ley sobre Crecimiento y Oportunidad en África (AGOA).

- Maghreb.
- Medio Oriente.
- Mercado Común Centroamericano (MCCA).
- Mercado Común del África Oriental y Meridional (COMESA).
- Mercado Común del Sur (MERCOSUR).
- Oceanía.
- Organización de Cooperación Económica (ECO).
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE).
- Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP).
- Organización Internacional de Francofonía (OIF).
- Organización Mundial de Comercio (OMC).
- Organización para la Cooperación Islámica (OCI).
- Países en desarrollo sin litoral (LLDC).
- Países menos adelantados (PMA).
- Pequeños Estados Insulares (SID).
- Repúblicas de Asia Central.
- Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).
- Unión Aduanera del África Meridional (SACU).
- Unión Aduanera y Económica del África Central (UDEAC).
- Unión Aduanera y Monetaria del África Occidental (UEMAO).
- Unión Europea (UE)
- Zona de Cooperación Económica del Mar Negro (BSEC).

Comentario: En este caso, el Perú si logra un puntaje de 100%, pues sus exportaciones se dirigen a más de 04 regiones, a nivel mundial, lo que no necesariamente ocurre con cada una de las Mypes exportadoras. Lo comentado se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 27

Perú: Exportación mundial de joyería de plata (711311)

Expresado en US\$

	Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Mundo	11425	11087	7302	5900	6176
1	Estados Unidos de América	8165	7567	5154	3374	3518
2	Chile	721	1282	1196	1502	1892
3	España	514	417	92	80	254
4	Reino Unido	454	530	253	214	149
5	Ecuador	201	224	44	95	125
6	Bolivia, Estado Plurinacional de	148	88	28	79	49
7	Canadá	105	90	84	95	46
8	Alemania	118	67	32	35	44
9	Austria	36	72	82	63	41
10	Bélgica	7	22	15	11	17
11	Rusia, Federación de	0	34	43	72	11
12	Hong Kong, China	4	0	0	0	8
13	Honduras	13	15	17	14	7
14	Cuba	1	1	2	5	5
15	Países Bajos	7	5	80	147	4
16	Costa Rica	5	4	1	7	3
17	Francia	1	22	23	29	3
18	Zona Nep	0	3	0	0	0
19	Australia	0	0	0	3	0
20	Brasil	0	139	0	0	0
21	Colombia	497	221	113	54	0
22	República Dominicana	2	0	0	2	0
23	El Salvador	19	7	8	1	0
24	Guatemala	2	1	2	1	0
25	Italia	203	95	15	0	0
26	Japón	1	0	0	0	0
27	Lituania	1	0	0	0	0
28	México	77	17	14	10	0
29	Panamá	17	118	0	0	0
30	Arabia Saudita	0	0	0	7	0
31	Suecia	1	3	0	0	0
32	Suiza	24	14	0	1	0

Fuente: ITC (2017) – Exportaciones mundiales 711311, expresadas en TM⁷⁴⁷⁴ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Indicador 04: Grado de complejidad de los mercados⁷⁵

Califica a las empresas según el peso de las exportaciones dirigidas, hacia mercados diferentes a la CAN, y el MERCOSUR.

Evolución de la complejidad de los mercados de destino (ECM): califica a las empresas según la diferencia entre el valor obtenido en el indicador de complejidad durante el primer y el último año con registro de exportaciones.

Figura 08
Países miembros de la Comunidad Andina (CAN)



Figura 09
Países miembros del MERCOSUR



⁷⁵ Recuperado de <http://iberpyme.sela.org/Documentos/PYMEXComparado.pdf>

Para este estudio vamos a considerar adicionalmente al grupo de países de la Alianza del Pacífico, pues nuestro país tiene una actividad importante en el mismo, así tenemos los siguientes resultados;

Tabla 28

Perú: Número de exportaciones a CAN, MERCOSUR y AP

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
Chile	2	2	2	2	2
Bolivia	0	0	0	0	1
Ecuador	1	3	0	0	1
Colombia	6	2	1	2	0
Brasil		0			
Uruguay		0			
Venezuela	0	0	0		
Totales	9	7	3	4	4

Fuente: ITC (2017)⁷⁶ – Exportaciones mundiales 711311, expresadas en TM

Comentario: En la categoría 711311, Joyas de plata, las exportaciones que realiza nuestro país, al conjunto de la CAN, MERCOSUR, y AP fueron de 9TM el año 2012, habiéndose reducido a 4TM el año 2016.

Tabla 29

Perú: Grado de Complejidad de los mercados de destino

Indicadores	2012	2013	2014	2015	2016
Mundo	28	24	20	20	17
X CAN, MERCOSUR, AP	9	7	3	4	4
% dentro	32.14%	29.17%	15.00%	20.00%	23.53%
% fuera	67.86%	70.83%	85.00%	80.00%	76.47%

Fuente: ITC (2017)⁷⁷ – Exportaciones mundiales 711311, expresadas en TM

Comentario: En la categoría 711311, Joyas de plata, las exportaciones desde nuestro país, a los 03 bloques, se han ido reduciendo, de 32% en el año 2012, a 24% en el año 2016. Ello sería bueno, si las exportaciones totales hubieran crecido cada año, pero la realidad es que estas

⁷⁶ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

⁷⁷ ITC (2017). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

disminuyeron en 39%, razón por la cual no podemos afirmar que estemos en una mejor situación, sino al contrario.

2.3. Definiciones conceptuales

Joyería de plata

La joyería de plata,⁷⁸ “es el trabajo de la plata de ley 925 o 950 para la fabricación de alhajas y objetos con fines ornamentales y de uso personal utilizando técnicas orfebres artesanales o industriales y que puede incluir en su confección otros metales, piedras preciosas o semipreciosas. La joyería es un producto de lujo y cuyos principales atributos son su diseño y su acabado. El 80% de los de la joyería que se produce en el mundo está orientada al mercado femenino.”

Joyería de plata (Ficha técnica)

SIICEX (2012)⁷⁹ especifica criterios básicos que debe contener la ficha técnica:

- Nombre comercial: joyería de plata.
- Especificaciones: pureza de la plata desde Ley 0,925.
- Partida arancelaria Descripción arancelaria: 7113110000 Art. de joyería de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué).

⁷⁸ Oportunidades Comerciales en el Sector de Joyería. Melissa Vallebuona, PROMPERU (2013), recuperado de: <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=89A811E2-5748-4E41-8A4B-38E8D42EE115.PDF>

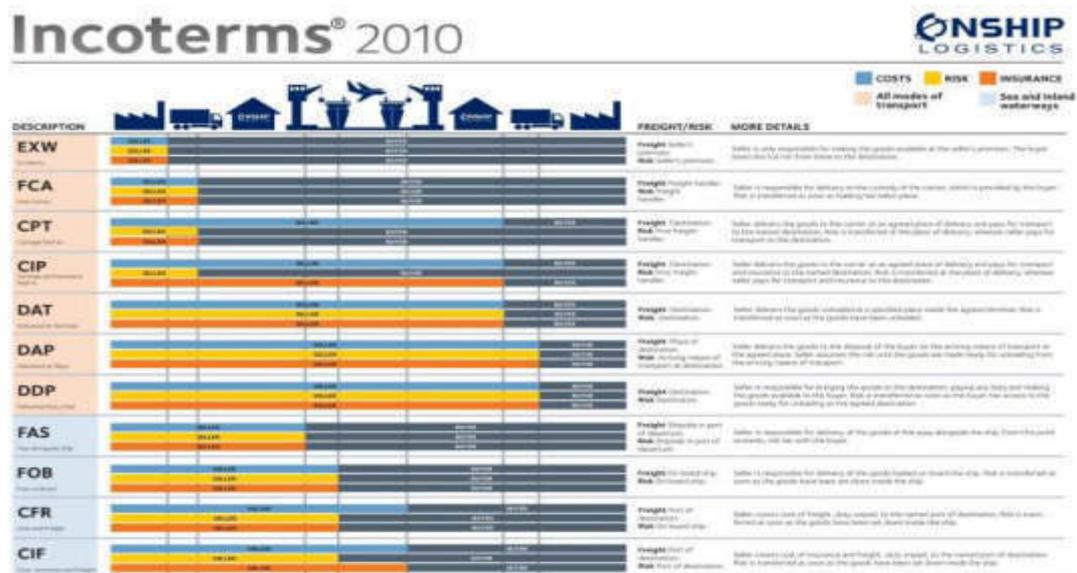
⁷⁹ Estrategias de promoción para la exportación de joyas de plata de la empresa MCP JOYEROS Perú S.A.C. al mercado de Miami 2017-2018, - Tesis de grado, recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2840/3/chinchay_vera.pdf

Incoterms

Según publicación de Promperú⁸⁰, es un conjunto de reglas para la interpretación de los términos comerciales en un contrato de venta. Ayudan a prevenir malos entendidos entre comprador y vendedor en el contrato de venta.

La finalidad de los Incoterms es establecer un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de los términos utilizados en el comercio internacional. Así podrán evitarse las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones de tales términos en diferentes países, determinar el punto exacto de la transferencia del riesgo y la responsabilidad del cuidado de la mercancía entre vendedor y comprador, indicar en donde inicia y en donde termina la responsabilidad del que vende y en donde empieza la responsabilidad del que compra.”

Figura 10
Incoterms 2010



Fuente: International Trade Center (2017)

⁸⁰ Miércoles del Exportador por MBA ISRAEL SANGUINETI - Soluzioni – PROMPERU, recuperado de: <https://studylib.es/doc/7257252/diapositiva-1>

Desarrollo económico

El desarrollo económico⁸¹ es entendido como un proceso donde las condiciones de bienes y servicios se encuentran en estado creciente y al alcance de todos los grupos sociales que conforman la comunidad. Una sociedad donde existe un buen desarrollo económico presenta características de integración económica y social y tendría menos personas viviendo en la marginalidad. Para conseguir el desarrollo económico los países se guían por los principios pautados por la ONU, donde se reafirman las medidas macroeconómicas siempre y cuando estén desarrolladas en pos de una mejor producción que mejore las condiciones de vida de las sociedades. Dentro de esas medidas se brinda especial atención al desarrollo humano, que no solamente engloba las necesidades económicas, sino también las intelectuales y culturales.

Los conceptos que están íntimamente relacionados con el desarrollo económico son: aumento del ingreso real per cápita y aumento de la productividad per cápita real en todas las ramas económicas que se encuentren afectadas

El Desarrollo económico⁸², se puede definir como la capacidad de producir y obtener riqueza, además éste puede ser tanto a nivel del desarrollo personal como aplicado también a países o regiones. Ya sea en uno o en otro caso el desarrollo está ligado al sustento y la expansión económica de modo tal que garantice el bienestar, se mantenga la prosperidad y satisfaga las necesidades personales o sociales y con ello la dignidad humana.

⁸¹ Recuperado de <https://definicion.de/desarrollo/>

⁸² CONCEPTO - <http://concepto.de/desarrollo-economico/>

Dentro de esas medidas se brinda especial atención al desarrollo humano, que no solamente engloba las necesidades económicas, sino también las intelectuales y culturales. Por eso, un país en desarrollo debería ofrecer una mejor formación a sus ciudadanos y una guía para que las capacidades adquiridas de dicha formación pueden ser llevadas a la experiencia laboral, ejerciendo una actividad eficiente en lo económico, social, cultural y político. Los conceptos que están íntimamente relacionados con el desarrollo económico son: aumento del ingreso real per cápita y aumento de la productividad per cápita real en todas las ramas económicas que se encuentren afectadas.

El Desarrollo Económico⁸³, es el proceso evolutivo en que se encuadran los distintos países según el nivel de producción. En definitiva, se trata de la tendencia generalizada de todas las naciones para aumentar su nivel de productividad e industrialización, reduciendo al mínimo los costes, y a la par, mejorar el nivel de ingresos y la renta per cápita de los ciudadanos, consiguiendo de este modo altas cotas de calidad de vida.

Como Desarrollo económico⁸⁴ se designa al crecimiento continuo y sostenido de la capacidad de un país o región para generar riqueza, así como para mantener e incrementar su capital financiero, todo lo cual se traduce en la posibilidad de ofrecer a sus ciudadanos óptimos niveles de prosperidad..

⁸³ <http://www.encyclopediainfinanciera.com/diccionario/desarrollo-economico.html>

⁸⁴ <https://www.significados.com/desarrollo/>

Desarrollo financiero:

Según Velorio M. (2016)⁸⁵, “producto de la investigación desarrollada y la correspondiente validación por los instrumentos utilizados, se determinaron las conclusiones siguientes:

- a. El crédito financiero es de gran importancia en el cumplimiento de obligaciones, entonces incide de manera directa en el desarrollo de la gestión financiera de las MYPES del distrito de Los Olivos - Lima 2014.
- b. la falta de antecedentes crediticios incide negativamente en la capacidad de obtener financiamiento externo a las MYPES del distrito de Los Olivos debido a que para las instituciones financieras son clientes con alto riesgo.
- c. La evaluación de riesgos de las instituciones financieras incide en la estructura de financiamiento de las MYPES del distrito de Los Olivos, debido a que si una Mype está muy apalancada le será muy difícil acceder a nuevo financiamiento.
- d. Las líneas de créditos ofrecidas por las instituciones financieras inciden en el nivel de capital de trabajo las MYPES del distrito de Los Olivos, debido a que estas necesitan contar con liquidez para seguir contando con caja, existencias para atender sus ventas.
- e. Las garantías solicitadas por las instituciones financieras inciden en los activos netos de las MYPES del distrito de Los Olivos, debido a que ante un incumplimiento de las obligaciones de pago de estas unidades empresariales las instituciones financieras podrían embargar las garantías.

⁸⁵ Marco Velorio - El crédito financiero y su incidencia en el desarrollo de la gestión financiera de las Mypes del distrito de Los Olivos – Lima 2014 http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2464/1/velorio_rma.pdf

- f. Los requisitos exigidos por las instituciones financieras para nuevos créditos inciden en el flujo de caja proyectado de las MYPES del distrito de Los Olivos debido a que uno de los instrumentos que más evalúan los bancos son la capacidad de pago.
- g. La tasa de costo efectiva anual (TCEA) incide en la rentabilidad neta de las MYPES del distrito de Los Olivos, debido a que las instituciones financieras ofrecen tasas muy altas a estas unidades empresariales.”

En el Manual de Comercio Internacional (2012)⁸⁶, se presentan los siguientes conceptos: (desde “Comercio Exterior” hasta “Tecnología”)

- **Comercio exterior:**

Es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas.

- **Zona de libre comercio:**

Se trata del caso en el que los países acuerdan suprimir las tarifas arancelarias y otras barreras o restricciones cuantitativas al comercio recíproco de bienes, pero conservando cada uno de ellos autonomía e independencia respecto de su comercio con terceros países.

- **Unión aduanera:**

Los participantes, además de liberar gradualmente el comercio entre ellos, adoptan frente a terceros países una política arancelaria común o tarifa externa común. Otro aspecto clave de este ejemplo de integración es que las negociaciones con el exterior se hacen en bloque.

⁸⁶ http://www.extenda.es/catedras/descargas_generales/estudios/ext/manual_comercio_internacional_final.pdf

- **Mercado común:**

En la etapa del mercado común las libertades se extienden a circulación de personas, servicios y capitales sin discriminación. Por lo tanto, la legislación de los países miembros debe unificarse o armonizarse para asegurar la libre competencia en el mercado interior.

Las normas no sólo deben perseguir la supresión de las barreras que impidan el libre ejercicio de las cuatro libertades (barreras aduaneras, físicas, técnicas, comerciales, restricciones monetarias), sino también de aquéllas que son consecuencias de prácticas restrictivas de reparto o explotación de los mercados imputables a las empresas (reglas de competencia).

- **Concepto de internacionalización:**

Tal como afirma Arias (2008), debemos entender el concepto de internacionalización en sentido amplio incluyendo tanto la actividad de exportación de la empresa como la de importación y la de inversión exterior. Claver y Quer (2001) consideran la internacionalización como un proceso complejo que integra tres etapas: análisis de factores de competitividad (país, sector y recursos y capacidades de la empresa), formulación de estrategias (de entrada, competitivas y funcionales) e implantación (diseño organizativo y mecanismos de control).

En un mundo global, con una gran apertura de los mercados, 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.

- **Exportación indirecta:**

Se realiza la venta al exterior con la intermediación de otras empresas en otros países que se ocupan de todas las actividades de comercialización. Las vías a utilizar son distintas según el protagonista de la intermediación:

- Bróker que pone en contacto las dos partes a cambio de comisión.
- Agentes independientes con un vínculo más duradero con la empresa.
- Trading companies expertas en mercados internacionales. Pueden actuar como agencias de compras o comprar mercancías por su cuenta para después colocarlas.
- Consorcios de exportación: entidades independientes que actúan como departamento conjunto de exportación para las empresas propietarias.

- **Exportación directa:**

La actividad de exportación es desarrollada por la propia empresa fabricante que realizará las adaptaciones de su actividad comercializadora que resulten oportunas para adaptar su marketing-mix a los clientes internacionales. Asimismo, existen diversas vías en su aplicación que pueden combinarse entre sí:

- Venta directa mediante agentes o representantes pertenecientes al departamento de exportación de la empresa.

- Agentes o distribuidores independientes que venden por cuenta del fabricante a cambio de una comisión.
- Distribuidor-importador: en este caso el distribuidor adquiere la propiedad del producto por lo que goza de mayor libertad para posicionarse rápidamente en el mercado extranjero.
- Oficina o delegación comercial: se crea una oficina de representación de la empresa que generalmente no tienen personalidad jurídica propia en el país de destino y actúa como representante de la matriz.
- Acuerdos de exportación o exportaciones concertadas: Se basa en la colaboración entre la empresa y posibles socios en otros países que se ocuparían de parte de su actividad internacional.
- Existe una amplia gama de modalidades de acuerdos cooperativos inter-empresas con una larga lista de formas contractuales específicas que pueden constituirse en alternativas a las fases que conforman el proceso de internacionalización.

A continuación, algunas modalidades de acuerdos cooperativos:

- **Red de ventas:**

De otra compañía local o extranjera (operaciones de piggy-back) que aporta su experiencia exportadora ofreciendo seguridad a la empresa productora. Los productos de ambas empresas deben ser complementarios.

- **Joint-ventures:**

Creación de una empresa hija de dos o más empresas de diferentes países y que cuenta con personalidad jurídica propia.

- **Agrupaciones Europeas de Interés Económico (AEIE):**

Creada por iniciativa de la Unión Europea en la que dos o más socios comunitarios de diferentes países crean una entidad en la que realizar de forma conjunta una actividad aportando capital, tecnología o know-how.

- **Franquicias internacionales:**

Acuerdo para la distribución en que el franquiciador cede su producto, marca, know-how y técnicas de comercialización al franquiciado de otro país con la finalidad de estandarizar procesos operativos y asegurar el nivel de calidad. Pueden adoptar diversas formas:» Relación directa con cada franquiciado (franquicia internacional directa).

- Establecer una filial en el extranjero que controle a los franquiciados locales (franquicia internacional filial).
- Conceder a una empresa extranjera la franquicia global para todo el territorio (franquicia internacional máster).
- Formas intermedias como por ejemplo la franquicia internacional joint-venture.

- **Alianzas estratégicas:**

Muchas formas ya mencionadas constituyen propiamente alianzas entre empresas (joint-ventures, piggy-back, entre otras), aunque en este caso se trataría de acuerdos de colaboración entre empresas competidoras que buscan beneficiarse del acceso en cooperación a los mercados gracias a las economías de escala obtenidas.

- Factores que impulsan la internacionalización de las empresas de servicio.

- El análisis de los distintos factores que actúan como impulsores de la internacionalización de las empresas de servicios nos permite agruparlos en cuatro categorías diferenciadas:
- Factores de mercado: En muchas ocasiones, la internacionalización de una empresa de servicios se produce por la oportunidad de seguir a un cliente en su aventura internacional. Esto ha ocurrido, por ejemplo, con las empresas de ingeniería o arquitectura, que han acompañado a las empresas hoteleras en su expansión por Iberoamérica, o las empresas auditoras de las grandes multinacionales. Otro ejemplo son las propias empresas turísticas, ya sean hoteleras o aerolíneas que se internacionalizan para ofrecer servicios a sus clientes, viajeros de negocios que buscan la calidad conocida de esas compañías.
- **Tecnología:**

Son numerosos los cambios tecnológicos que estimulan el crecimiento del comercio exterior de servicios, si bien los podemos resumir en dos:

 - Reducción de los costes de transportes: Requieren el viaje del consumidor o del productor, la reducción de los costes de transporte ha sido un estímulo muy importante que ha facilitado la internacionalización en las empresas que se agrupan en estas modalidades.
 - Revolución de las TIC, el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación, especialmente el creciente acceso a Internet ha incrementado las oportunidades para la expansión geográfica del comercio de servicios.

- Las TIC cambian la escala y la economía de las organizaciones de servicios, que en la actualidad pueden atender desde su ámbito doméstico las necesidades de clientela de todo el mundo.

La facilidad de acceso al mercado sin apenas costes a través de las redes ha sido especialmente importante para los servicios basados en la información.

A continuación se presentan definiciones tomadas del Centro de Comercio Internacional (2009)⁸⁷, (desde “Acciones preferentes” hasta “Viabilidad financiera”)

- **Acciones preferentes:** Acciones de una empresa que tienen ciertas prioridades con respecto a otras acciones de la misma empresa en lo que respecta al pago de dividendos y la distribución de los activos en liquidación.
- **Activo:** En los negocios y en contabilidad, un activo es todo aquello que pertenece, ya sea porque ha tomado posesión o tiene derecho a tomar posesión, a una persona o un grupo que actúa unido, por ejemplo, una empresa, cuyo valor puede expresarse en términos monetarios. Los activos pueden clasificarse de diferentes maneras. La principal distinción que se hace normalmente a efectos empresariales es activos fijos y activo corriente. Los activos fijos son las compras que realiza la empresa para un uso continuado y a largo plazo en beneficio en la empresa, como, por ejemplo: terreno, edificios, maquinaria, y similares. Los activos corrientes son activos que se renuevan

⁸⁷ Centro de Comercio Internacional (ITC) Cómo Conseguir Financiación para el Comercio: Guía para PYME Exportadoras Ginebra: ITC, 2009. x, 152 págs.

continuamente en el transcurso de una operación durante el desarrollo normal de la actividad empresarial, como, por ejemplo: cuentas por cobrar, existencias, caja y trabajos en curso.

- **Anticipo:** El pago, en su totalidad o en parte, de una deuda antes de su vencimiento.
- **Autoliquidación:** Se habla de autoliquidación cuando el proyecto proporciona ingresos suficientes para reembolsar el importe tomado prestado para la financiación.
- **Balance de situación:** Estado de cuentas completo, con dos partidas: activos y pasivos, que una empresa establece en una fecha específica. Se denomina balance de situación porque el valor del activo de la empresa debe ser igual al total de sus pasivos y valor neto.
- **Banco Central:** Banco central, banco de reserva o autoridad monetaria es la institución bancaria que goza del privilegio exclusivo de conceder préstamos al gobierno del país en la moneda nacional. Al igual que cualquier banco comercial normal, el banco central cobra intereses por los préstamos que concede a sus prestatarios, principalmente el gobierno del país al que pertenece, así como a otros bancos comerciales; suele ser un “prestamista de última instancia”. Sin embargo, un banco central se distingue de un banco comercial normal por el hecho de que ostenta el monopolio de emitir la divisa del país en cuestión, y que la presta al gobierno en la forma de moneda de curso legal.
- **Banco comercial:** Institución financiera que presta una amplia variedad de servicios bancarios, entre los que se incluyen la

financiación del comercio, la aceptación de ahorros, los depósitos a la vista, la compraventa de divisas y la concesión de préstamos respaldados por una garantía personal o una propiedad personal.

- **Bono:** Deuda emitida por el plazo de un año o más. Cuando un inversor compra bonos, en realidad le está prestando dinero al emisor. El vendedor del bono acepta reembolsar la suma del principal del préstamo en un plazo establecido. Los bonos con interés pagan intereses periódicos.
- **Capital de explotación:** La diferencia entre el activo corriente y el pasivo circulante de la empresa. Es el capital necesario para financiar el ciclo de explotación de una empresa (por ejemplo, pagar a los empleados, los proveedores, y la administración fiscal). Más exactamente, es la parte del activo corriente que no está financiada por los recursos generados por las actividades de explotación.
- **Capital:** Recursos que producen beneficios y crean riqueza con el paso del tiempo. El término está ligado a las inversiones. Puede dividirse en capital físico y financiero, capital fijo y de explotación.
- **Carta de crédito:** Documento financiero emitido por un banco a pedido de un comprador (solicitante) para garantizar el pago al vendedor (beneficiario) si se cumplen los términos y condiciones. Suele contener una breve descripción de los bienes, los documentos necesarios, la fecha de expedición y la fecha de vencimiento, tras la cual no se efectuará el pago. Existen diversos tipos de carta de crédito, en función de la seguridad que confieren al beneficiario (vendedor o exportador).

1. Carta de crédito irrevocable: carta de crédito que no se puede modificar ni cancelar sin previo acuerdo de todas las partes. El banco emisor garantiza el pago a condición de que el beneficiario (vendedor o exportador) cumpla con todos los términos y condiciones de la carta de crédito.
2. Carta de crédito revocable: carta de crédito que puede ser modificada o cancelada en cualquier momento por el banco que la ha abierto sin aviso previo al beneficiario. Sin embargo, los pagos o giros negociados dentro de los términos del crédito antes de recepción de la revocación o del aviso de cambio por parte del banco emisor siguen siendo legalmente vinculantes para todas las partes. La carta de crédito sólo puede ser negociada con el banco notificador y generalmente no se puede confirmar. La carta de crédito revocable le da una gran flexibilidad al comprador, pero supone riesgos para el vendedor.
3. Carta de crédito confirmada e irrevocable: una carta de crédito a la cual se le adiciona la responsabilidad de un banco diferente (el banco confirmante, que generalmente es el mismo que el banco notificador) a la del banco emisor, previa autorización o a pedido de este último. La confirmación es un compromiso unilateral y total del banco confirmante, que se compromete de la misma manera que el banco emisor. Se utiliza para respaldar la capacidad de pago del banco emisor y para disminuir el riesgo reemplazando el riesgo de un banco extranjero por el riesgo de un banco nacional.

4. Carta de crédito no confirmada e irrevocable: carta de crédito notificada por un banco notificador que representa al banco emisor, pero cuya única responsabilidad ante el beneficiario del crédito documentario consiste en comprobar la autenticidad aparente del crédito documentario que notifica.
5. Carta de crédito rotatoria: carta de crédito emitida solo una vez y por la que el dinero puesto a disposición del vendedor, tras haber sido girado durante un período determinado, volverá a estar disponible, bajo las mismas condiciones y sin que sea necesario emitir una nueva carta de crédito. Este tipo de crédito se usa para compras regulares y continuas de un proveedor extranjero. Las cartas de crédito rotatorias pueden ser revocables o irrevocables y el elemento de rotación puede estar vinculado con el tiempo, con el valor o con ambos factores.
6. Carta de crédito documentario: carta de crédito en la que el banco emisor estipula que ciertos documentos deben acompañar al giro. Estos documentos le aseguran al solicitante (comprador o importador) que la mercancía ha sido enviada, que se encuentra en buenas condiciones y que la propiedad de los bienes ha sido transferida a su nombre.
7. Carta de crédito negociable: carta de crédito emitida de tal manera que permite que cualquier banco negocie los documentos.
8. Carta de crédito con cláusula roja: Una cláusula (antiguamente escrita en rojo) que se añade a una carta de crédito por la que se

autoriza al banco notificador o negociador a realizar pagos por adelantado al beneficiario (el exportador) antes de llevarse a cabo la expedición. El anticipo puede ser de hasta el 100% del valor del contrato de exportación, y el exportador puede utilizarlo para adquirir insumos o pagar el transporte. Los créditos con cláusula roja se utilizan principalmente cuando el comprador (el importador) tiene un representante en el país exportador. Para financiar sus compras, el importador puede disponer la apertura de una carta de crédito con cláusula roja. Las negociaciones de estos créditos son competencia exclusiva del banco que paga los anticipos, a fin de garantizar que los ingresos procedentes del envío se utilizarán para reembolsar los anticipos recibidos.

- **Certificado de inspección:** Certificado que da fe de las especificaciones de la mercancía. La inspección la lleva a cabo una empresa independiente de inspección.
- **Certificado de origen:** Documento que indica el país de origen de la mercancía exportada.
- **Certificado de seguro:** Documento firmado y emitido por una empresa de seguros en el que se establece el monto y el tipo de la cobertura del seguro.
- **Cláusula verde:** Cláusula insertada en la carta de crédito por la que se exige al exportador que aporte algún tipo de garantía, como un recibo de almacenamiento o afianzamiento que pruebe la existencia de la mercancía pignorada en favor del banco.

- **Cobertura contra riesgos:** Medidas adoptadas para eliminar los riesgos o minimizar las pérdidas que puedan ocasionar las fluctuaciones de los tipos de cambio.
- **Comerciable:** Apto para la venta y en demanda de compradores.
- **Compra a término:** Se refiere a la compra de divisas para una fecha de validez futura al precio que se cotiza en el presente.
- **Conocimiento de embarque:** Documento que establece los términos del contrato entre el exportador de los bienes y el transportista y rige el transporte de la carga del puerto de embarque al puerto de destino. El conocimiento de embarque sirve como título de propiedad, contrato de transporte y entrega de los bienes. Su portador tendrá derecho a tomar posesión de los bienes embarcados. Existen dos tipos de conocimiento de embarque:
 1. **Nominativo:** es un conocimiento de embarque no negociable que determina la entrega directa de los bienes al destinatario mencionado.
 2. **Negociable:** es un conocimiento de embarque que se puede comprar, vender, intercambiar o emplear para respaldar una carta de crédito mientras los bienes están en tránsito. Para tomar posesión de los bienes embarcados, el portador final del conocimiento de embarque precisa el original o una copia como prueba de propiedad.
- **Contrato:** Acuerdo legalmente vinculante entre dos o más partes.
- **Costo de oportunidad:** Los posibles beneficios que se pierden o sacrifican cuando la elección de una línea de actuación hace necesaria

la renuncia a una manera de proceder más competitiva.

- **Costo de producción:** La suma de los costos de material, mano de obra y gastos generales que se invierten en la fabricación de la mercancía o la prestación de un servicio.
- **Coste y flete (CFR):** Término de fijación de precio utilizado en el comercio exterior de bienes en el que se usa el transporte por mar. Indica que todos los gastos derivados del embarque y el flete hasta el puerto de destino están incluidos en el precio ofertado de la mercancía. El costo del seguro, sin embargo, es soportado por el comprador. Cuando la expedición se realiza por una modalidad distinta del transporte marítimo, se utiliza el término Transporte pagado hasta (CPT).
- **Coste, seguro y flete (CIF):** Significa que el precio de la mercancía ofertado por el vendedor incluye el seguro, el transporte y demás gastos que se produzcan hasta el puerto de desembarque de la mercancía. Cuando la mercancía se transporta por modalidades distintas del transporte marítimo, se utiliza el término Transporte y seguro pagados hasta (CIP).
- **Costos iniciales:** Honorarios que cobran las instituciones de financiación por los servicios prestados relacionados con la evaluación de la solicitud de un préstamo o la apertura de una cuenta de crédito. Estos honorarios se deducen del monto del préstamo en el momento de su desembolso.
- **Crédito al comprador:** Acuerdo financiero por el cual un banco, una institución financiera o un organismo de crédito a la exportación del

país del exportador adjudica un préstamo ya sea directamente al comprador extranjero de los bienes exportados o indirectamente, por mediación de un banco del país del comprador que interviene en su nombre. El crédito permite al comprador o importador efectuar los pagos pendientes al proveedor o exportador. Se trata por lo general de un préstamo a medio o largo plazo.

- **Crédito al descubierto:** Situación en la que el prestamista no tiene ninguna garantía aparte del compromiso legalmente vinculante del prestatario de reembolsar el préstamo.
- **Crédito al proveedor:** Acuerdo de financiación según el cual un exportador concede crédito a un importador extranjero para financiar su compra. Habitualmente, el importador paga una parte del valor del contrato en efectivo y emite un pagaré o acepta un giro como prueba de su obligación de pagar el saldo en un plazo convenido. El exportador acepta, por consiguiente, un pago diferido del importador, y podrá obtener un pago en efectivo mediante un descuento o vendiendo el giro o los pagarés creados con su banco.
- **Crédito comercial:** Crédito que concede el proveedor al comprador. Es más fácil de tramitar que el préstamo bancario y, a menudo, es la forma más barata de crédito para el comprador, porque se basa fundamentalmente en la confianza y el interés mutuos.
- **Crédito documentario respaldado por otro crédito:** Cuando un exportador obtiene un crédito documentario ordinario del banco del importador, lo podrá presentar a su propio banco para que sirva como garantía. Con este crédito documentario como garantía prendaria, el

banco del exportador puede emitir un segundo crédito documentario a favor de los proveedores del exportador.

- **Crédito documentario transferible:** Crédito documentario según el cual el vendedor autoriza al banco pagador a abonar, en su totalidad o en parte, el producto de la venta a otro beneficiario.
- **Crédito documentario:** Método de financiación del comercio mediante el cual, un banco (el banco emisor), que interviene a petición del cliente, recibe la orden de pagar, aceptar o negociar letras de cambio en determinadas condiciones estipuladas en el giro.
- **Crédito rotatorio:** Servicio crediticio que permite a una empresa financiar sus necesidades corrientes tomando préstamos del banco, a corto plazo, hasta un monto máximo determinado. El prestatario tiene la opción de tomar prestados, reembolsar y volver a tomar prestados los fondos necesarios durante el plazo convenido.
- **Crédito:** Es sinónimo de deuda. Se habla de crédito al cliente cuando se le permite efectuar una compra mediante la promesa de que pagará más tarde. Un banco concede un crédito cuando presta dinero.
- **Cuenta abierta:** Medio de pago por el que el exportador extiende un crédito directo al importador. Los bienes se entregan y el pago se realiza en una fecha posterior determinada y sin que el comprador emita instrumentos negociables que demuestren su compromiso legal. El comprador efectúa el pago final por cheque o transferencia, y el papel del banco se limita a traspasar los fondos del comprador al vendedor. A veces las instituciones financieras pueden descontar las cuentas abiertas por cobrar. Para llevar a cabo una transacción a

cuenta abierta es necesario que el vendedor tenga una confianza absoluta en la integridad del comprador debido a que corre con todos los riesgos, a diferencia del pago por adelantado. Por lo tanto, solamente es habitual en mercados que se caracterizan por unas relaciones comerciales de larga duración entre ambas partes.

- **Cuenta de garantía bloqueada:** Cuenta en un banco fuera del país del deudor en la que éste coloca parte de sus ingresos de exportación para cubrir futuros pagos del servicio de la deuda. Los beneficiarios de las cuentas de garantía bloqueada son los acreedores, ya que obtienen una garantía adicional y prioridad de reembolso de sus préstamos.
- **Cuenta:** Registro de las transacciones financieras de un activo o una persona jurídica, como puede ser en un banco, una sociedad de valores y bolsa, una empresa de tarjetas de crédito o una tienda de venta al por menor. En términos más generales, es un acuerdo entre el comprador y el vendedor, según el cual los pagos se efectuarán en una fecha futura.
- **Cuentas por cobrar:** Cuentas aún no recaudadas. En esta categoría se incluyen las facturas, los efectos a cobrar y los pagarés. Estas partidas se pueden vender a una empresa de factoraje o ceder como garantía prendaria para avalar un préstamo. El dinero que deben los clientes a una empresa y que ésta espera cobrar en una fecha futura.
- **Cheque con fecha posterior a la del día de emisión:** Cheque que lleva una fecha futura y que sólo se podrá cobrar a partir de dicha fecha.

- **Declaración del flujo de caja:** Documento que refleja la cantidad de efectivo que entra (por ejemplo, participación de beneficios, ingresos procedentes de préstamos, recaudación de cuentas por cobrar, ventas y otros ingresos) y que sale (gastos de capital, gastos de producción, gastos administrativos y de venta, pago de dividendos, entre otros) de una empresa. Analiza la cantidad de efectivo que necesita la empresa y dentro de qué plazos lo necesitará. Los analistas de crédito consideran la declaración del flujo de caja la mejor referencia para evaluar la situación financiera de una empresa y para juzgar cuáles son, tradicionalmente, los estados de pérdidas y ganancias. La agencia prestamista se basa en esta declaración para determinar si el prestatario estará en condiciones de reembolsar el préstamo que ha solicitado.
- **Depósito del cliente:** La suma que el comprador anticipa al vendedor para financiar la fabricación del pedido del comprador.
- **Derechos de aduana:** Impuesto sobre productos importados fijado por las autoridades aduaneras de un país.
 1. Derecho ad valorem: un impuesto calculado en función del valor monetario de los bienes importados.
 2. Derecho específico: un impuesto calculado en función del peso o de la cantidad de los bienes importados, sin tener en cuenta el valor monetario o el precio del mercado.
 3. Arancel compuesto: un impuesto basado en la combinación del valor monetario de la mercancía y otros factores.

4. Reintegro de los derechos de aduana: es el reembolso total o parcial de los aranceles abonados por bienes importados que se realiza cuando se exportan nuevamente dichos bienes, independientemente de si éstos tienen una forma igual o diferente de la forma que tenían cuando se importaron.
- **Descuento de bonos a plazo medio:** Método de descuento sin recurso, mediante el cual el exportador vende sus cuentas por cobrar a una empresa de descuento de bonos a plazo medio (forfaiter), que asume el riesgo de falta de pago.
 - **Descuento:** Suma de dinero que se deduce del valor nominal de un instrumento negociable. Se expresa en porcentaje del valor nominal del instrumento. La persona jurídica o institución que descuenta instrumentos negociables se denomina entidad de descuento.
 - **Deuda incobrable:** Préstamo no reembolsado que probablemente seguirá incobrable y se pasará a pérdidas y ganancias.
 - **Deuda:** Se conoce como deuda el deber o la obligación de pagar una suma de dinero, entregar una mercancía o prestar un servicio. El uso de la deuda para financiar la actividad de la empresa implica el reembolso del principal más intereses. Teniendo en cuenta que los intereses que se pagan por la deuda son deducibles como gastos, esta modalidad de financiación a largo plazo es generalmente la más económica.
 - **Deudas acumuladas:** Deudas que se han ido acumulando durante un período determinado.

- **Documentos contra aceptación:** Forma de pago por la mercancía expedida. Son los documentos de expedición adjuntos al giro por una suma específica que se remiten al banco o un agente en el puerto de destino. Los documentos se entregarán al librado (el comprador) una vez que éste haya aceptado el giro.
- **Empresa de factoraje:** Institución financiera que compra, con un descuento, cuentas por cobrar. La empresa de factoraje puede administrar las cuentas por cobrar, comprarlas y adelantar un pago en efectivo antes de la recaudación.
- **En fábrica:** Contrato de compraventa de bienes según el cual, el vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en su local comercial (del vendedor).
- **Entregada en muelle:** En este contrato de compraventa, el exportador soporta todos los costos, que comprenden derechos, impuestos, flete y otros gastos incurridos en el transcurso de la entrega de los bienes. Incluye asimismo los costos de carga y descarga de la mercancía en el muelle del puerto de destino hasta los vehículos de transporte por carretera. El comprador asume, por consiguiente, todos los gastos.
- **Entregada sobre buque:** Este término indica la obligación del exportador de entregar la mercancía al comprador en el puerto de destino convenido.
- **Estado de pérdidas y ganancias:** Estado financiero que resume los ingresos, costos y gastos incurridos durante un plazo determinado – generalmente un trimestre o un ejercicio. Estos registros ofrecen información que demuestra la capacidad de una empresa de generar

beneficios mediante un incremento de los ingresos y una reducción de los costos.

- **Estudio de viabilidad:** Estudio pormenorizado y comparativo de los costos y beneficios del proyecto que se propone para la provisión de fondos. Establece qué posibilidades de éxito comercial tiene el proyecto con vistas a la aprobación del préstamo.
- **Existencias de productos acabados:** Reservas de productos listos para la venta.
- **Exportaciones:** Este término se refiere a todos los bienes que salen de un país que se someten al despacho de aduana pertinente.
- **Factoraje:** Método que permite a las empresas (incluidas las de comercio) transferir cuentas por cobrar y otros activos a cambio de efectivo. Estas cuentas por cobrar y otros activos se venden por plazos, que pueden ser de días, semanas o meses, a una empresa de factoraje, que adquiere el derecho sobre dichos valores y asume los riesgos comerciales y políticos de la transacción, sin poder recurrir al exportador en caso de incumplimiento por parte del comprador extranjero. En la práctica, la empresa de factoraje adquiere créditos comerciales de su cliente y se encarga de cobrarlos. El factoraje es conveniente para empresas que no dispongan de un departamento de cobros eficaz. Las empresas de factoraje por lo general exigen manejar un gran porcentaje de las actividades del exportador y suelen trabajar con cuentas por cobrar a corto plazo (hasta 180 días) procedentes de la venta de bienes de consumo.

- **Factura comercial:** Documento de cobro que refleja la transferencia de bienes del vendedor al comprador.
- **Factura consular:** Forma especial de factura que emite el consulado del país importador. A menudo hay que presentarla en la aduana para confirmar el país de origen.
- **Financiación posterior a la expedición:** Crédito, generalmente a corto plazo (menos de doce meses), que cubre las necesidades financieras de la empresa durante el período posterior al envío, para garantizar la liquidez suficiente hasta que los productos embarcados lleguen al comprador y se reciba el pago.
- **Financiación previa a la expedición:** Financiación otorgada al exportador para cubrir los costos de las actividades llevadas a cabo en el período previo al embarque de los bienes (es decir la adquisición de insumos y componentes, pago de salarios, entre otros.) y proporcionar un capital de explotación adicional. La financiación previa a la expedición puede adoptar la forma de un préstamo a corto plazo, un descubierto, un crédito en efectivo, entre otros.
- **Flete a pagar en destino:** Expedición en la que el flete es pagadero en el puerto de destino.
- **Flujo de caja:** Flujo de pagos en efectivo recibidos o emitidos por una empresa durante cierto período. Los gastos suelen llamarse flujo de caja “negativo”.
- **Franco a bordo (FOB):** Cláusula común en contratos de comercio internacional que indica que el precio de la mercancía ofertado por el vendedor incluye los costos de transporte, seguro y carga hasta que la

mercancía se cargue a bordo del barco. El vendedor cumple con sus obligaciones una vez que la mercancía se encuentra a bordo (es decir, ha sobrepasado la borda del buque) en el puerto de embarque convenido. El comprador deberá asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño que se produzcan a partir del punto de embarque. El término FOB sólo puede usarse para el transporte por mar o por vías de navegación interiores. Cuando la borda del buque no sirve de referencia práctica, como en el caso de los buques de carga horizontal, es más apropiado utilizar el término “Franco Transportista”. Los valores FOB también sirven como referencia para hacer una evaluación de las importaciones y las exportaciones.

- **Franco al costado del buque (FAS):** Contrato de exportación según el cual el vendedor asume la responsabilidad de pagar los costos necesarios para entregar la mercancía sobre el muelle del puerto, pero no el costo de embarcarla en el buque correspondiente.
- **Garantía de crédito a la exportación:** La garantía que habitualmente proporciona un organismo estatal destinada a proteger a los bancos contra las pérdidas que puedan sufrir de la financiación de transacciones de exportación. Facilita el acceso de los exportadores al crédito de entidades bancarias previo o posterior a la expedición y, por consiguiente, es un incentivo importante para exportar. Conviene recordar que las garantías de crédito a la exportación no comprenden la entrega de fondos a los exportadores.
- **Garantía prendaria:** Activos en pignoración como aval para un crédito, arrendamiento u otro compromiso o responsabilidad, que pasarán a

poder del prestamista en caso de incumplimiento por parte del prestatario. Estos activos pueden convertirse en efectivo, como bienes inmuebles y muebles, existencias y depósitos bancarios.

- **Garantía:** Promesa o garantía de una persona o institución de pagar un préstamo en el caso de que el prestatario incumpla su obligación. Con la cobertura de una garantía se minimizan los riesgos que asume el prestamista.
- **Gastos administrativos:** Aquellos gastos que no se pueden asociar fácilmente a una función específica, a diferencia de los costos directos derivados de los procesos de fabricación y venta. Por lo general, incluyen los gastos de la oficina central y los gastos contables.
- **Giro:** Acuerdo u orden por escrito de una parte (el librador) a otra (el librado) para que pague la suma convenida a un tercero o beneficiario en una fecha determinada.
- **Gravamen:** Carga sobre un bien perteneciente a terceros. Un gravamen puede adoptar varias formas: hipotecas, reclamaciones de otras partes, sentencias judiciales, acción judicial pendiente, impuestos no pagados, acuerdos sobre prácticas o préstamos restrictivos, derechos de acceso a los vecinos u ordenanzas de zonificación. Un gravamen impide generalmente la transferencia de bienes. Se conoce también como derecho de retención o embargo.
- **Hipoteca:** Préstamo a largo plazo que implica la pignoración de un activo, como pueden ser bienes inmuebles, como garantía prendaria de un préstamo.

- **Importación:** Se refiere a toda la mercancía que entra en los puertos o aeropuertos o por tierra procedente de otro país y debidamente despachada en la aduana o que permanece bajo su control, tanto si dicha mercancía es para el consumo directo, el comercio, el almacenamiento o para su posterior transformación.
- **Impuestos diferidos:** Obligación de la empresa derivada de la recaudación de ingresos a efectos contables, pero que aún no se ha contabilizado a efectos fiscales.
- **INCOTERMS:** Los INCOTERMS o términos comerciales internacionales son una serie de normas elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) para normalizar las prácticas comerciales internacionales, facilitar el comercio y eliminar los equívocos con respecto a la terminología comercial, por lo que su uso está muy extendido en las transacciones comerciales internacionales. Dividen los costos y las responsabilidades de las transacciones entre el comprador y el vendedor. En particular, definen qué partes soportan los costos y en qué momento se generan dichos costos.
- **Incumplimiento:** Incapacidad de reembolsar un préstamo o de pagar intereses dentro de los plazos convenidos. Cuando un prestatario incumple su obligación de reembolsar el préstamo se le denomina moroso o que está en mora.
- **Instrumento negociable:** Instrumento financiero que puede transferirse de un propietario a otro sin informar al emisor. Constituye una prueba de la deuda y el titular del instrumento adquiere la propiedad legal de los bienes, independientemente de que el titular

anterior haya renunciado a su título o no. Los instrumentos negociables comprenden: billetes, bonos al portador, cheques, certificados de depósito, entre otros.

- **Justo a tiempo:** Sistema de manufactura que limita las existencias al mínimo mediante la adquisición de los componentes y las partes a medida que se van necesitando en el proceso de producción.
- **Letra de cambio:** Orden incondicional por escrito de una parte, el librador, por la que exige a otra parte, el librado, que pague al librador o a un tercero – el beneficiario – una suma de dinero determinada a requerimiento o en una fecha futura convenida.
- **Línea de crédito:** Compromiso de una institución financiera respecto al prestatario de ampliar los créditos en determinadas condiciones por una suma convenida y durante un plazo específico, renovable mediante la solicitud del prestamista.
- **Liquidez:** Capacidad de una empresa de cumplir con sus obligaciones actuales (o las deudas pagaderas durante el ejercicio) haciendo uso de su activo corriente.
- **Lista de especificación de embalaje:** A veces denominada manifiesto, es una enumeración del contenido de un fardo o cajón en la que se indica la cantidad, el peso y las medidas del contenido.
- **Moneda:** Se refiere a la moneda utilizada en los intercambios que tiene un valor asignado y es de curso legal.
- **Morosidad:** Incapacidad de cumplir con la obligación de reembolsar el préstamo dentro del plazo convenido.

- **Obligación:** Bono con interés fijo garantizado por los activos de la compañía emisora (pueden tratarse de activos específicos o de los activos generales de la empresa). Las obligaciones se diferencian de los bonos ordinarios en que los últimos no tienen garantía. Las obligaciones se abonan, independientemente de que la empresa registre o no beneficios y en caso de liquidación, los titulares de obligaciones son reembolsados con los activos restantes antes que los titulares de bonos ordinarios. Las obligaciones pueden comprarse o venderse en la bolsa de valores.
- **Pagaré:** Promesa escrita e incondicional, emitida y firmada por el deudor, de pagar a requerimiento o dentro de un plazo determinado, el monto indicado a la persona nombrada o al portador. El pagaré se transfiere por endoso.
- **Pago anticipado:** Bienes o servicios que se pagan por adelantado.
- **Pago contra entrega de documentos:** Procedimiento de recaudación según el cual el exportador pide a su banco que remita los documentos de expedición de la empresa al banco del comprador con instrucciones de que libere los bienes tras el pago de la factura.
- **Participación de beneficios o capital social:**
En términos contables:
 - 1) Los intereses que percibe o tiene derecho a percibir el titular de participaciones (acciones ordinarias) y de algunos tipos de acciones preferentes de una empresa. En un balance de situación, el capital social representa los fondos aportados por los

propietarios (los accionistas) más los beneficios no retribuidos, o menos las pérdidas acumuladas.

2) El valor de una persona jurídica o empresa se calcula restando el total de obligaciones al total de activos. En el caso de las cooperativas, el capital social representa la inversión de sus miembros más los beneficios no retribuidos y menos las pérdidas.

- **Período de gracia:** En el contexto de un préstamo, período durante el cual el prestatario no está obligado a realizar ningún reembolso del principal (a veces, principal más intereses) al prestamista.
- **Plan empresarial:** Documento que se elabora con el fin de determinar la viabilidad técnica (es decir, que se puede sacar adelante un proyecto con la debida aportación de métodos, máquinas y equipo específicos) y la viabilidad financiera de las actividades o transacciones empresariales previstas (es decir, que proporcionarán beneficios).
- **Plazo de reembolso:** El tiempo necesario que se tarda en recuperar una inversión o un préstamo.
- **Plazo vista:** Término utilizado para indicar que una letra u otro título negociable es pagadero en una fecha determinada, después de haberse presentado para aceptación. El plazo comienza a partir de la fecha en que el librado firma y acepta el documento.
- **Prenda:** Derecho legal de reclamo de un activo que se utiliza para garantizar un préstamo y que deberá retirarse antes de poder vender la propiedad. Se conoce también como gravamen. Un bien que se entrega o retiene como garantía hasta el cumplimiento de una deuda u obligación.

- **Préstamos pendientes:** El saldo de préstamos pendientes de pago en una fecha determinada.
- **Presupuesto:** Previsión de los ingresos y gastos durante un plazo futuro determinado, que suele ser de un año.
- **Principal:** El monto total prestado o tomado en un préstamo a partir del cual se calculan los intereses.
- **Reestructuración:** El proceso combinado de reprogramar y convertir el préstamo existente, en su totalidad o en parte, en instrumento de financiación distinto.
- **Relación entre deuda y recursos propios:** Proporción, expresada en porcentaje, del total de los fondos de la empresa aportados por los acreedores. Esta relación se calcula dividiendo el total de la deuda entre el total del activo.
- **Rendimiento:** Término utilizado para referirse al ingreso anual producto de una inversión y expresado en porcentaje. Puede ser pagadero a intervalos establecidos (anuales, semestrales o trimestrales).
 1. Rendimiento actual: la proporción del cupón (interés) al precio de mercado de un título. Se expresa en porcentaje y no tiene en cuenta el vencimiento ni el número de pagos de intereses efectuados.
 2. Rendimiento al vencimiento: porcentaje de la tasa de ingresos pagada por un bono, pagaré u otro título con retribución fija comprado y conservado hasta la fecha de vencimiento. Se calcula sobre la base del tipo del cupón, la cantidad de tiempo hasta el

vencimiento y el precio de mercado del bono. Se supone que el monto producto del tipo de interés del cupón y pagado durante la vida del título será reinvertido al mismo tipo de interés.

- **Rendimiento del capital:** Porcentaje de beneficios que obtienen los titulares sobre el capital invertido.
- **Reprogramación:** El proceso de elaborar un nuevo calendario para el reembolso del principal, por el que se reajustan las condiciones del préstamo, ya sea mediante una reducción de las tasas de interés y/o una ampliación del plazo del préstamo.
- **Riesgo de mercado:** El riesgo de que disminuya el valor de una inversión debido a las fluctuaciones de los factores del mercado. Los cuatro factores de riesgo de mercado son:
 - Riesgo de precio de acciones, el riesgo de que cambien los precios de las acciones.
 - Riesgo de tasa de interés, el riesgo de que cambien las tasas de interés.
 - Riesgo cambiario, el riesgo de que cambien los tipos de cambio de divisas.
 - Riesgo de los precios de productos básicos, el riesgo de que cambien los precios de los productos básicos (por ejemplo, maíz, cobre, petróleo).
- **Riesgo de tipo cambiario:** Probabilidad de pérdida como resultado de fluctuaciones adversas de los tipos de cambio. Puede afectar a los importadores y exportadores, así como a los inversores.
- **Riesgo:** Puede definirse como la amenaza o probabilidad de que una acción o un acontecimiento afecte adversa o favorablemente a la

capacidad de una organización de alcanzar sus objetivos. En pocas palabras, el riesgo es la incertidumbre respecto al resultado, ya sea como consecuencia de perseguir una oportunidad positiva de cara al futuro o de una amenaza negativa existente cuando se intenta alcanzar un objetivo actual.

- **Rotación de cobros:** El tiempo medio que tarda una empresa en recaudar las cuentas por cobrar.
- **Seguro de crédito a la exportación:** Póliza de seguro para cubrir uno de los mayores riesgos que corre el exportador, es decir el impago debido a la insolvencia del importador (riesgo comercial) o a acontecimientos políticos (riesgo político). El seguro de crédito a la exportación se menciona con frecuencia en relación con las garantías de crédito a la exportación. Las garantías cubren los préstamos bancarios para la exportación, mientras que las pólizas se emiten directamente a favor de los exportadores. En muchos países en desarrollo, este tipo de seguro no existe o es demasiado caro. Existen diversos tipos de seguro de crédito a la exportación que varían según el país en función de las necesidades del sector comercial local. Los seguros de crédito a la exportación más empleados son:
 1. Seguro de crédito a la exportación a corto plazo: cubre generalmente las fases previa y posterior al embarque y riesgos políticos y comerciales durante períodos inferiores a 180 días.
 2. Seguro de crédito a la exportación a medio y largo plazo: cubre la exportación de bienes de capital, de construcción o servicios especiales durante períodos superiores a 12 meses.

3. Seguro de inversión: Cubre a empresas que invierten en el exterior. El Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones (OMGI), afiliado al Banco Mundial, ofrece este tipo de seguro.
 4. Seguro de comercio exterior: Se aplica a bienes que no se envían desde el país de origen. En muchos países en desarrollo no existe esta modalidad de seguro.
 5. Seguro de riesgo cambiario: Cubre las pérdidas procedentes de la fluctuación de los tipos de cambio en las monedas del importador y del exportador durante un período determinado.
- **Solvencia:** Se califica solvente a una entidad cuando se considera que el riesgo de incumplimiento de su deuda es bajo.
 - **Tasa de rendimiento mínima:** La tasa de rendimiento mínima de la inversión que será necesaria para cubrir todos los costos asociados a un proyecto. Si la tasa de rendimiento prevista es más baja de dicha tasa mínima, se abandona el proyecto o deberá modificarse para incrementar los ingresos.
 - **Tipo de cambio de divisas:** El tipo al que se convierte la unidad monetaria de un país en la de otro país.
 - **Títulos:**
Financiación o inversión emitida por una empresa u organismo estatal que denota un interés en la propiedad y da fe de una deuda o del derecho a participar en los beneficios del emisor o en la distribución de una propiedad. Este término abarca bonos, obligaciones, pagarés, opciones, participaciones (acciones) y warrants, pero no las pólizas de

seguros, y se pueden vender y comprar en los mercados financieros, como las bolsas de valores.

- **Venta a término:** Práctica que consiste en vender divisas para una fecha de valor futura a un precio fijado y cotizado en el presente.
- **Viabilidad financiera:** La capacidad de un proyecto de generar índices aceptables de beneficios para los titulares del capital social y de cubrir los pagos del servicio de la deuda a tiempo y en su totalidad.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis principal

Las políticas gubernamentales peruanas existentes no influyen significativamente en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

3.2 Hipótesis secundarias

- **Hipótesis secundaria 01**

Las normas tributarias existentes no promocionan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

- **Hipótesis secundaria 02**

Los programas de fomento gubernamentales existentes no apoyan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

- **Hipótesis secundaria 03**

Los programas de financiamiento gubernamentales existentes no respaldan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

- **Hipótesis secundaria 04**

Los programas de capacitación gubernamentales existentes no ayudan significativamente en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Diseño metodológico

Tipo de investigación: descriptiva explicativa, no experimental, cuali-cuantitativa, causa-efecto.

4.2 Población y muestra

Para proceder a estimar la muestra a la que se le aplicarán las encuestas, se ha procedido, en principio a identificar los criterios de clasificación de las Mypes en el Perú, así tenemos:

Tabla 30

Perú: Clasificación de las Mypes, según número de trabajadores

Tamaño	Micro	Pequeña
Trabajadores	De 0 a 10	De 10 a 50

Fuente: Observatorio Regional de Mypes - Alianza del Pacifico (2016)⁸⁸

⁸⁸ Observatorio Regional de la Alianza del Pacifico, tomado de: <https://alianzapacifico.net/observatorio-regional-mypes/index.php/component/content/article?id=128>

Comentario: Se presenta la clasificación de las Mypes, cuyos porcentajes referidos, incluye a todas las de la economía nacional peruana.

4.2.1 Población

Mypes exportadoras según Producto: 711311 Artículos de joyería y partes, de plata; cuyo número de trabajadores se encuentre en el rango de 0 a 10 colaboradores: 102 empresas.⁸⁹

Tabla 31
Mypes exportadoras de joyería de plata: Población

	Población
Perú	102

4.2.2. Muestra

Mypes exportadoras según Producto: 711311 Artículos de joyería y partes, de plata; cuyo número de trabajadores se encuentre en el rango de 0 a 10 colaboradores: 74 empresas.

Figura 11
Fórmula de Cochran del tamaño de la muestra

CONSIDERANDO EL UNIVERSO FINITO

FORMULA DE CALCULO

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

- Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)
- p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado
- q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p
- Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q
- N = Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)
- e = Error de estimación máximo aceptado
- n = Tamaño de la muestra

Fuente: Cochran (1977)

⁸⁹ International Trade Centre, tomado de: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Donde:

Z = 1.96 (95% de nivel de confianza); e= 6% (criterio de tolerancia).

p = 50% (atributo a favor); q = 50% (atributo en contra)

N = Población = 102 potenciales a encuestar.

Por lo tanto: n = 74 encuestas

Reemplazando:

$$n = \frac{1.96 * 1.96 * 102 * 0.5 * 0.5}{0.06 * 0.06 * (102 - 1) + (1.96 * 1.96 * 0.5 * 0.5)} = 74$$

Tabla 32

Mypes exportadoras de joyería de plata: Población y muestra

País	Población	Muestra
Perú	102	74

4.3 Operacionalización de variables

3.1.1. Variable independiente

Las Políticas gubernamentales peruanas

X₁: Régimen tributario

X₂: Programas de fomento

X₃: Programas de financiamiento

X₄: Programas de capacitación

3.1.2. Variable dependiente:

Desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata

Y₁: Continuidad exportadora

Y₂: Dinamismo exportador

Y₃: Diversificación de mercados

Y₄: Grado de complejidad de los mercados.

4.4 Técnicas de recolección de datos

Descripción de instrumentos:

- Entrevista (Guía de entrevista): Actores importantes de las Mypes exportadoras de joyería de los países de la Alianza del Pacífico.
- Encuesta (Cuestionario estructurado): Muestra de administradores, dueños, o encargados de las Mypes exportadoras de joyería.
- Utilización del SPSS.

4.5 Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

- Utilización del SPSS
- Tabulación de las encuestas
- Análisis de resultados
- Contrastación de hipótesis

4.6 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos

El cuestionario se validó mediante la aplicación de una encuesta piloto a un grupo de administradores de Mypes exportadoras de joyería, lo que ha permitido reajustar las preguntas, aplicándose el Alfa de Cronbach.

Esta prueba se basa en la utilización de un índice de consistencia interna que toma valores entre 0 y 1, y que sirve para comprobar si el instrumento que se está evaluando es fiable. Es un coeficiente de correlación que mide la homogeneidad de las preguntas promediando todas las correlaciones

entre todos los ítems. Cuanto más se acerque el índice al extremo 1, mejor es la fiabilidad, considerando una fiabilidad respetable a partir de 0,56.

Este instrumento consiste en la medición de las respuestas de los sujetos con respecto a los ítems del instrumento y luego se aplica la siguiente fórmula:

Figura 12
Fórmula del Alfa de Cronbach⁹⁰

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Dónde: K : El número de ítems
 Si2 : Sumatoria de Varianzas de los Ítems
 ST2 : Varianza de la suma de los Ítems
 α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Tabla 33
Instrumento Alfa de Cronbach: Resumen

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	74	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	74	100,0
Estadísticas de fiabilidad			
	Alfa de Cronbach	N de elementos	
	0,770	16	

Aplicada la fórmula antes señalada, la confiabilidad promedio de nuestro instrumento se ubica en 0.77, por lo que esta encuesta se encuentra dentro de los valores establecidos y por lo tanto es fiable.

A continuación, se presenta el análisis del alfa de Cronbach, bajo el supuesto que se elimine una variable a la vez, observándose que es consistente.

⁹⁰ Cronbach (1951)

Tabla 34

Instrumento Alfa de Cronbach (estadísticas del total de elemento)

Estadísticas de total de elemento					
N	Preguntas	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1	¿Cómo considera el régimen tributario de impuesto a la renta, en que se encuentra, para impulsar el desarrollo de su empresa?	32,32	45,373	-,118	,798
2	¿Cómo considera al conjunto de incentivos tributarios existentes para impulsar el desarrollo de su empresa?	30,93	43,297	,111	,775
3	¿Cómo considera a los programas de fomento a las exportaciones, existentes en el país, para impulsar el desarrollo de su empresa?	32,20	42,739	,103	,779
4	¿Cómo considera el apoyo de PROMPERU, para impulsar el desarrollo de su empresa?	32,16	42,384	,093	,784
5	¿Cómo considera a los programas de financiamiento a las exportaciones, existentes en el país, para impulsar el desarrollo de su empresa?	31,49	41,924	,156	,776
6	¿Cómo considera el apoyo de COFIDE, para impulsar el desarrollo de su empresa?	31,61	41,940	,117	,783
7	¿Cómo considera los programas de capacitación en gestión empresarial ofrecidos por el Estado Peruano, para impulsar el desarrollo de su empresa?	31,08	41,363	,370	,759
8	¿Cómo considera los programas de capacitación técnica ofrecidos por el Estado Peruano, para impulsar el desarrollo de su empresa?	31,53	37,266	,479	,747
9	¿Cómo considera la continuidad de su empresa en el negocio exportador?	32,95	37,750	,635	,736
10	¿Cómo considera el número de años que su empresa registra exportaciones?	32,77	36,536	,637	,732
11	¿Cómo considera el crecimiento anual de las exportaciones de su empresa?	32,91	36,991	,629	,734
12	¿Cómo considera el crecimiento de las exportaciones de su empresa desde la primera vez, hasta la fecha?	32,86	38,036	,578	,740
13	¿Cómo considera el número de destinos de sus exportaciones?	32,92	38,185	,620	,739
14	¿Cómo considera la velocidad en que está ampliando la cantidad de destinos de sus exportaciones?	32,85	38,950	,540	,745
15	¿Cómo considera la expansión de las exportaciones de su empresa fuera de la Alianza del Pacífico?	32,97	38,903	,540	,745
16	¿Cómo considera la expansión de las exportaciones de su empresa fuera de la Comunidad Andina de Naciones?	33,14	37,625	,708	,733

Comentario: Se validaron las preguntas del cuestionario, tanto en su conjunto, como en forma individual.

4.7 Aspectos éticos

Se tuvo especial cuidado en el mejor manejo de la información obtenida de la investigación, presentando los resultados tal cual, sin manipular en ningún sentido. En ese sentido, se respeta la autoría de terceros, referenciado cuando sea el caso a las fuentes de información correspondientes, en concordancia con el Código de Ética de la Universidad de San Martín de Porres.⁹¹

⁹¹ Código de ética de la Universidad de San Martín de Porres:
https://www.google.com.pe/search?newwindow=1&ei=2TToW6uKClqs5wKWmo6oAg&q=RR+615-2008+USMP&oq=RR+615-2008+USMP&gs_l=psy-ab.3...12496.14254.0.14884.5.5.0.0.0.328.896.2-2j1.3.0....0...1c.1.64.psy-ab..2.0.0....0.Y2RfBU2pY4

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1 Resultados de las entrevistas

Entrevistas aplicadas a expertos del tema de investigación.

5.1.1 Entrevista N° 01:

Sr. Jorge Urbina - Gerente Central de Exportaciones – ADEX

1. ¿Cuál es la Misión de la entidad que representa, en la línea de exportación a favor de las Mypes?

Fortalecer el sector exportador con énfasis en las pequeñas y medianas empresas y en la agregación de valor, modificando su entorno y ofreciendo servicios para su desarrollo exportador.

2. ¿Qué políticas existen para favorecer el incremento del número de Mypes exportadoras de joyería?

En MINCETUR y PROMPERÚ existen programas de asistencia y en general políticas que se constituyen en beneficios. Ejemplo. INNÓVATE, FOPYNEX, Ruta Exportadora, PAI, entre otros.

En ADEX tenemos servicios especializados para pequeñas y medianas que buscan exportar.

3. ¿La Alianza del Pacífico, puede ayudar a las Mypes exportadoras de joyería?, ¿Cómo?

Puede ayudar generando cadenas globales de valor que complementen las capacidades de los países miembros. De la misma manera homologar estándares de Comercio como etiquetado, asuntos sanitarios, aranceles, trámites y permisos en general. Finalmente, licitaciones públicas.

4. ¿Qué políticas existen para favorecer el incremento de las exportaciones de las Mypes?

El plan de diversificación productiva, el plan de competitividad, el PENX, entre otras.

5. ¿A nivel de Mypes exportadoras, que rubros son los que más facturan?,

Agro y Manufacturas

6. ¿A nivel de Mypes exportadoras, que rubros son los que más se debieran promocionar?

Exportación de servicios, manufacturas, bienes tecnológicos

7. ¿Qué políticas específicas existen para las Mypes exportadoras de joyería?

No conozco nada excepto en plan operativo exportador de dicho sector que quedó pendiente de implementación. Existen algunos esfuerzos aislados en los cites.

8. ¿Qué políticas de financiamiento debieran añadirse a las existentes para incrementar el número y mejorar la posición de las Mypes exportadoras de joyería?

Fondos no reembolsables para innovación.

9. ¿Cómo considera que debe impulsarse el desarrollo de las Mypes exportadoras de joyería?

- Impulsando un centro de servicio de alta tecnología reduciendo así los costos.
- Impulsando un centro de formación de administradores altamente capacitados
- Impulsando centros de diseño
- Impulsando la tecnología 3D.
- Generando alianzas privadas internacionales para promover la inversión
- Generando una estrategia de compras colectivas de materiales e insumos.

10. ¿Cómo avizora el futuro de las Mypes exportadoras de joyería?

Complicado si no se priorizan sus necesidades desde las instituciones de la sociedad civil y las instrucciones de gobierno.

11. Otras consideraciones: Ninguna por el momento.

5.1.2 Entrevista N° 02

Sr. Juan Carlos Mathews - Vice Ministro de Mype e Industria. Ministerio de la Producción

1. El Ministerio de la Producción (PRODUCE) y particularmente el Viceministerio de Mype e Industria establece políticas, estrategias y acciones concretas para mejorar la competitividad e impulsar el desarrollo de las Mypes de todos los sectores en todo el país. Desarrolla así acciones en los siguientes frentes: simplificación administrativa, innovación, desarrollo de mercados, asociatividad, herramientas financieras, entre otras.
2. Las políticas son transversales, no dirigidas a algún sector en particular. Se orientan a mover los siguientes indicadores: productividad, formalización, innovación y digitalización. En particular en el sector de la joyería ha habido iniciativas de asociatividad (conformación de consorcios), desarrollo de marcas y asistencia técnica para la mejora de procesos y diseños.
3. Los programas específicos son los señalados en el punto anterior. También existen programas como el PAC (Programa de Apoyo a Clústeres), el PDP (Programa de Desarrollo de Proveedores), Compras MyPerú (Ventas Estatales) y Herramientas Financieras (Factoring, Garantías Solidarias, Garantía Mobiliaria, entre otras.)
4. El último Censo Empresarial que desarrolla PRODUCE e INEI revela claramente que las Mypes encaran un problema de financiamiento en dos sentidos: acceso y costo. Por ello una dirección del viceministerio

se dedica al desarrollo de instrumentos financieros como es la factura negociable (factoring), garantía mobiliaria (fundamental para la Mype que no cuenta con inmuebles que preñar), el FORPRO (fondo creado para financiar capital de trabajo y activos fijos considerando un tratamiento preferencial para el buen pagador).

5. La educación financiera para las Mypes es aún limitada. Sin embargo, la oferta de universidades (USIL, UPC, UPN, entre otras.), institutos, gremios (ASBANC, CCL) y consultores individuales además de programas en redes sociales han venido aumentando en forma significativa.
6. La capacitación a nivel de oferta se ha ido ampliando. Sin embargo, el desafío es llegar a este público con programas hechos a la medida: en tiempo, lenguaje, material y lugar. Definitivamente es un público que requiere temas armados en concordancia con sus necesidades particulares.

5.1.3 Entrevista N° 03

Sr. Mario Ocharán - Sub Director de Inteligencia y Prospectiva Comercial.

PROMPERU

1. ¿Cuál es la Misión de la entidad que representa, en la línea de exportación a favor de las Mypes exportadoras?

Promocionar y diversificar la oferta exportable dándole valor agregado. Hallarles oportunidades de mercado, trabajar hacia atrás en temas de gestión exportadora, darles las capacidades necesarias para que puedan elevar su competitividad internacional, darles información

especializada de acuerdo a su perfil y oportunidades reales, y desarrollar actividades en el mismo mercado o acá en el Perú conectándolos con canales de compra y distribución internacionales.

2. ¿Qué políticas gubernamentales existen, que puedan favorecer el incremento de las exportaciones de las Mypes exportadoras?

Se promociona internacionalmente a las empresas que ya funcionan, no al proyecto. También existe el Exporta Fácil es una herramienta importante, para el tema logístico. Existen tres herramientas financieras que son administradas por COFIDE, y ejecutadas por la Banca Comercial.

3. ¿Qué programas gubernamentales de fomento existen para impulsar a las Mypes exportadoras?

EXPORTA FÁCIL, INNÓVATE PERÚ, Centros de Desarrollo Empresarial de PRODUCE, las DIRECTUR, EXPORTA BRASIL por el tema de la interoceánica, las 36 Oficinas Comerciales en 30 países.

4. ¿Qué políticas gubernamentales de financiamiento existen para apalancar a las Mypes exportadoras de **joyería de plata**?

En general INNÓVATE PERÚ, y CIENCIA ACTIVA para emprendimientos de alto impacto. Para las empresas de joyería de plata, solo es para diseño, pues los volúmenes son aun pequeños tanto en peso como en valor.

5. ¿Considera que la educación empresarial, y financiera de los administradores de las Mypes exportadoras de **joyería de plata** es adecuado?

No es adecuado, no saben cotizar, no responden a los compradores

internacionales, no saben costear. Una gran debilidad de Perú, es que todo lo exporta FOB.

6. ¿Considera que la capacitación técnica de los artesanos de las Mypes exportadoras de **joyería de plata** es adecuada?

Para el mercado local sí, pero no para el mercado internacional, pues las exportaciones son mínimas. Hemos traído a la cooperación internacional italiana, holandesa, canadiense, para diferentes temas de diseño, sin haber conseguido logros. Es muy importante el tema de diseño, y el de nichos de mercado.

7. ¿Considera que el sector de Mypes exportadoras de **joyería de plata**, viene incrementando, en forma continua, su volumen de exportaciones en los últimos años?

Ha tenido un comportamiento mixto, a veces sí, a veces se estanca. Mucho ha dependido de la capacidad de las empresas para encontrar unos nichos muy focalizados, del sector turístico principalmente, tales como: Hoteles, restaurantes, el famoso canal ORECA, cruceros. No hay presencia que vaya acompañado de un paquete, que por ejemplo vaya con confecciones, alpaca, algodón, carteras. Es muy difícil vender la joyería de plata en una tienda, este mercado además está dominado por las marcas mundiales. Hay empresas peruanas como ILARIA, CAMUSSO, BALI, entre otras, pero que no logran tampoco crecimiento significativo. En general a la plata no le damos el valor agregado, debemos trabajar en generar marcas.

8. ¿Considera que el sector de Mypes exportadoras de **joyería de plata**, viene ampliando sus exportaciones a diversos países?

Eso sí, se han diversificado, siendo el mercado principal EEUU, luego Brasil, y Chile; y Centro América por el tema hotelero: Puerto Rico, Costa Rica, Panamá. Nos falta acceder al mercado asiático, ello sería fabuloso.

9. ¿Cómo avizora el futuro de las Mypes exportadoras de **joyería de plata**?

Hay que darle mucho al tema de diseño, en el Perú no hay escuelas de alto nivel para diseño, y de mano de obra calificada, tampoco de marcas. El PENX 2025, busca internacionalizar las marcas peruanas, y para este sector es clave el diseño, el capital humano, y la marca.

10. ¿Cómo considera que debe impulsarse en el futuro el apoyo a las Mypes exportadoras de **joyería de plata**? (recomendaciones).

Fortalecer las escuelas de diseño, buscar cooperación con otras escuelas, tales como las de Nueva York, Milán, Venecia, Hong Kong. Generar puentes de cooperación de ida y vuelta. Hay que industrializar el diseño, y darle el marketing internacional, promocionar el e-commerce, dentro de: MERCADO LIBRE, ALIBABA, AMAZON, SUBMARINO, E-BAY, entre otras plataformas. Manejar muy bien las redes sociales, debe digitalizarse la comunicación, vía marketing digital, creo que es clave para el desarrollo de este sector.

5.1.4 Entrevista N° 04

Eco. Patricia del Rosario Martínez Alburquerque - Gerente General.

VIMAEXIMP SAC

1. ¿Cuál es la Misión de la entidad que representa, en la línea de exportación a favor de las Mypes exportadoras?

La misión es atender a los clientes a tiempo y con calidad, brindando productos que soluciones sus necesidades.

2. ¿Qué políticas gubernamentales existen, que puedan favorecer el incremento de las exportaciones de las Mypes exportadoras de **joyería de plata**?

Los tratados de libre comercio, de repente no como políticas, pero si las normas técnicas, la facilitación del comercio.

3. ¿Qué programas gubernamentales de fomento existen para impulsar a las Mypes exportadoras de **joyería de plata**?

Bueno, ruta exportadora, préstamos de COFIDE, pero dependiendo de las garantías de las empresas o los programas de fianza estatales, programas como el PAI, apoyo del CITE joyería. Participación en Ferias y ruedas de negocios.

4. ¿Qué políticas gubernamentales de financiamiento existen para apalancar a las Mypes exportadoras de **joyería de plata**?

Algo en COFIDE, pero no existen directamente financiamientos para apalancamiento para joyería de plata.

5. ¿Considera que la educación empresarial, y financiera de los administradores de las Mypes exportadoras de **joyería de plata** es adecuado?

Las empresas exportadoras de joyería tienen buenos administradores que conocen del negocio y del comercio exterior y pueden manejar el financiamiento del negocio por su cuenta, con ayuda de los bancos o los mismos clientes internacionales, agentes de carga y de aduanas.

Si no fuera así no pueden exportar. Además, en los mercados externos se deben cumplir las certificaciones necesarias, las normas de etiquetado y rotulado, la ley de la plata.

6. ¿Considera que la capacitación técnica de los artesanos de las Mypes exportadoras de **joyería de plata** es adecuada?

La exportación de joyería de plata en Perú ya tiene más de 20 años, los artesanos joyeros han aprendido bastante de las enseñanzas de los mismos exportadores y tenemos a SENATI, de donde egresan artesanos muy hábiles y preparados, también el CITE joyería Catacaos, ayuda con tecnología

7. ¿Considera que el sector de Mypes exportadoras de **joyería de plata**, viene incrementando, en forma continua, su volumen de exportaciones en los últimos años?

Los últimos años, desde el 2015 se viene incrementando.

8. ¿Considera que el sector de Mypes exportadoras de **joyería de plata**, viene ampliando sus exportaciones a diversos países?

Los principales son Estados Unidos, México, Colombia, Ecuador, Canadá y Bolivia, luego la Unión Europea, los mercados son muy competitivos, las empresas siempre están tratando de llegar a nuevos mercados y cumplir con sus regulaciones.

9. ¿Cómo avizora el futuro de las Mypes exportadoras de **joyería de plata**?

Si siguen trabajando como hasta ahora, cumpliendo los requisitos e innovando van a tener buenos negocios en el futuro.

10. ¿Cómo considera que debe impulsarse en el futuro el apoyo a las Mypes exportadoras de **joyería de plata**? (recomendaciones)

Realmente las empresas estamos acostumbradas a los apoyos como las participaciones en PERÚ MODA, y las ferias internacionales, hay bastante instrumento financiero privado que apoya y las ayudas por ejemplo del comité Joyería de ADEX y de PROMPERÚ en el tema de diseño y relaciones con clientes.

Puede que se puedan generar programas de apoyo para certificaciones, o financiamientos para que las muy pequeñas puedan crecer.

5.2 Resultados de las encuestas

5.2.1 Análisis de las encuestas

1. Régimen tributario de impuesto a la renta

Tabla 35

¿Cómo considera el régimen tributario de impuesto a la renta, en que se encuentra, para impulsar el desarrollo de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	1	1.4%
	Regular	30	40.5%
	Deficiente	26	35.1%
	Muy deficiente	17	23.0%
	Total		74

Análisis:

Como se puede apreciar el 23% de los encuestados respondieron que consideran que el régimen tributario del impuesto a la renta existente es muy deficiente, el 35.1% lo considera deficiente, el 40.5% regular, y el 1.4% bueno.

Interpretación:

Se puede deducir que el 98.6% de los encuestados, consideran que el régimen tributario del impuesto a la renta existente es inadecuado, lo que es inconveniente para su negocio.

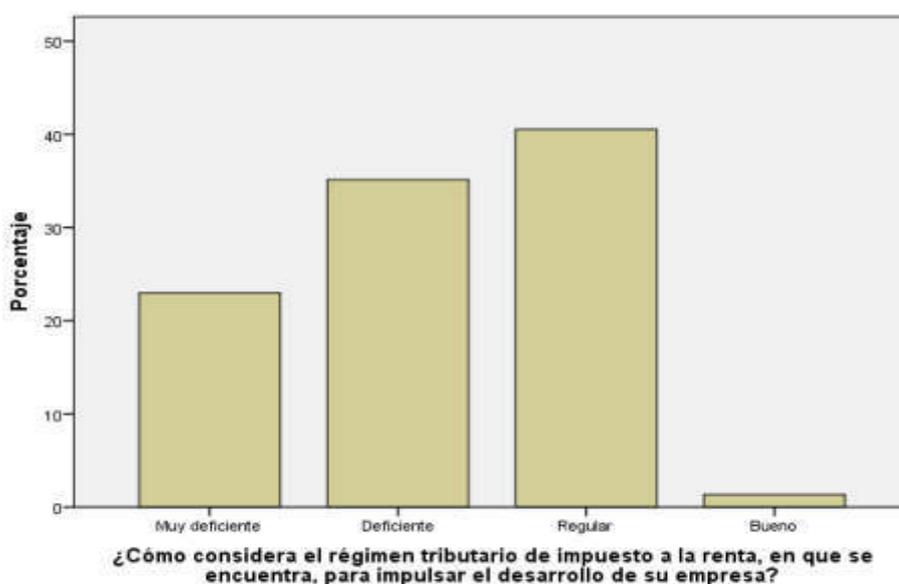


Figura 13: Régimen tributario de impuesto a la renta

2. Incentivos tributarios

Tabla 36

Incentivos tributarios

¿Cómo considera al conjunto de incentivos tributarios existentes para impulsar el desarrollo de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	1	1.4%
	Regular	23	31.1%
	Deficiente	33	44.6%
	Muy deficiente	17	23.0%
	Total		74

Análisis

Como se puede apreciar el 23% de los encuestados respondieron que los incentivos tributarios existentes son muy deficientes, 44.6% deficiente, 31.1% regular, y 1.4% bueno.

Interpretación

Se puede deducir que el 98.6% de los encuestados, consideran que los incentivos tributarios existentes, son inadecuados para impulsar su negocio.

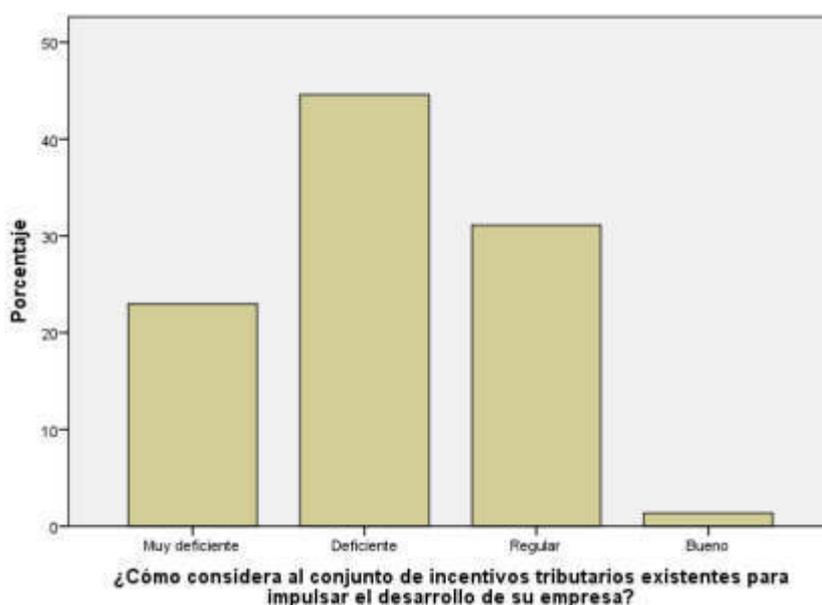


Figura 14: Incentivos tributarios

3. Programas de Fomento

Tabla 37

Programas de fomento a las exportaciones

¿Cómo considera a los programas de fomento a las exportaciones, existentes en el país, para impulsar el desarrollo de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	1	1.4%
	Regular	29	39.2%
	Deficiente	26	35.1%
	Muy deficiente	18	24.3%
	Total		74

Análisis

Como se puede apreciar el 24.3% de los encuestados respondieron que los incentivos tributarios existentes son muy deficientes, 35.1% deficiente, 39.2% regular, y 1.4% bueno.

Interpretación

Se puede deducir que el 98.6% de los encuestados, consideran que los programas de fomento existentes, son inadecuados, para impulsar su negocio.

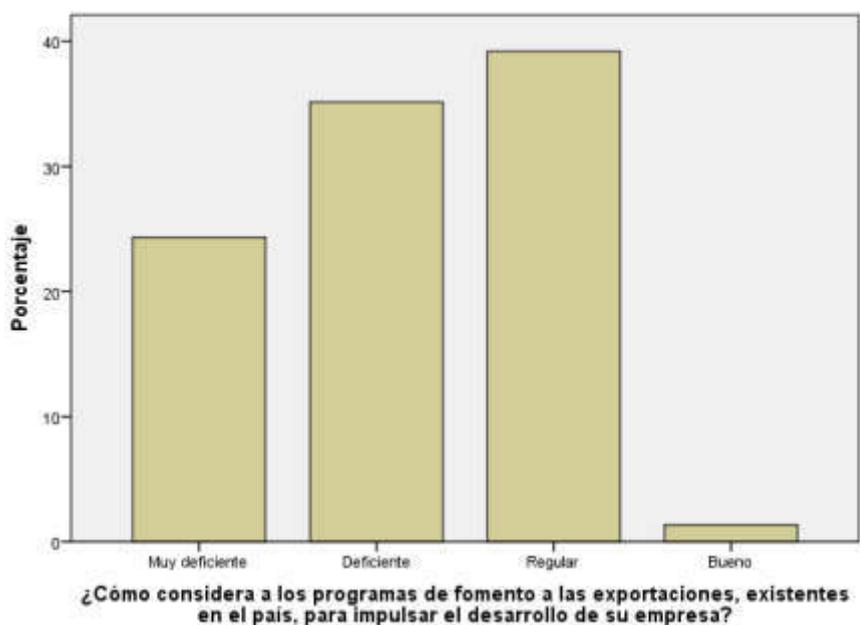


Figura 15: Programas de fomento a las exportaciones

4. Apoyo de PROMPERU

Tabla 38

Apoyo de Promperú

¿Cómo considera el apoyo de los programas de PROMPERU, para impulsar el desarrollo de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	1	1.4%
	Regular	30	40.5%
	Deficiente	30	40.5%
	Muy deficiente	13	17.6%
	Total		74

Análisis

Como se puede apreciar el 17.6% de los encuestados respondieron que el actual apoyo de PROMPERU es muy deficiente, 40.5% deficiente, 40.5% regular, y 1.4% bueno.

Interpretación

Se puede deducir que el 98.6% de los encuestados, consideran que el actual apoyo de PROMPERU, es inadecuado, para impulsar su negocio.

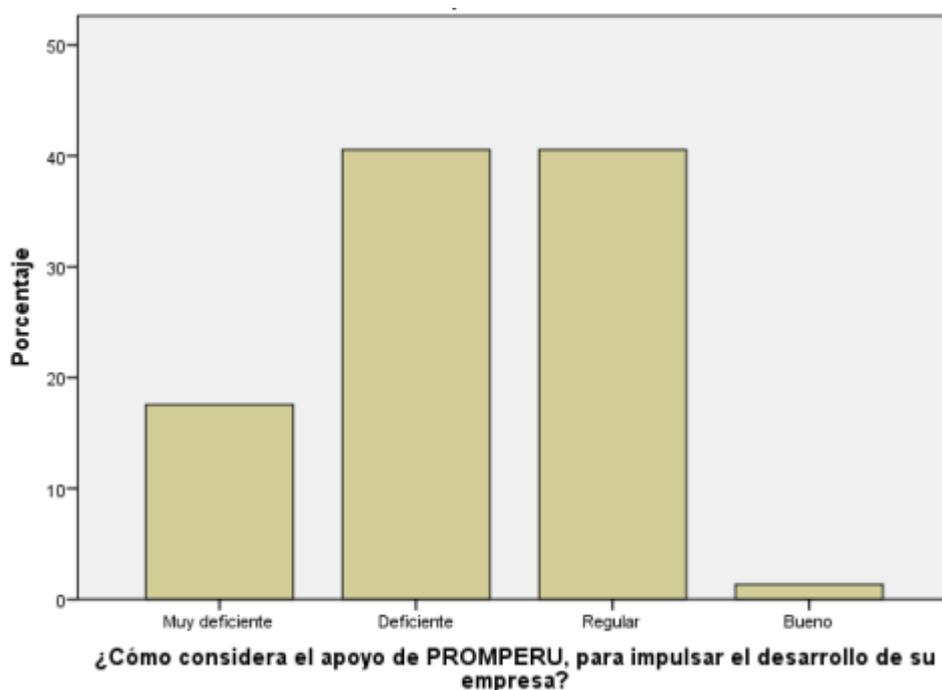


Figura 16: Apoyo de PROMPERÚ

5. Programas de financiamiento

Tabla 39

Programas de financiamiento

¿Cómo considera a los programas de financiamiento a las exportaciones, existentes en el país, para impulsar el desarrollo de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	1	1.4%
	Regular	28	37.8%
	Deficiente	33	44.6%
	Muy deficiente	12	16.2%
	Total		74

Interpretación

Como se puede apreciar el 16.2% de los encuestados respondieron que los programas de financiamiento a las exportaciones existentes son muy deficientes, 44.6% deficientes, 37.8% regular, y 1.4% bueno.

Interpretación

Se puede deducir que el 98.6% de los encuestados, consideran que los programas de financiamiento existentes, son inadecuados, para impulsar su negocio.

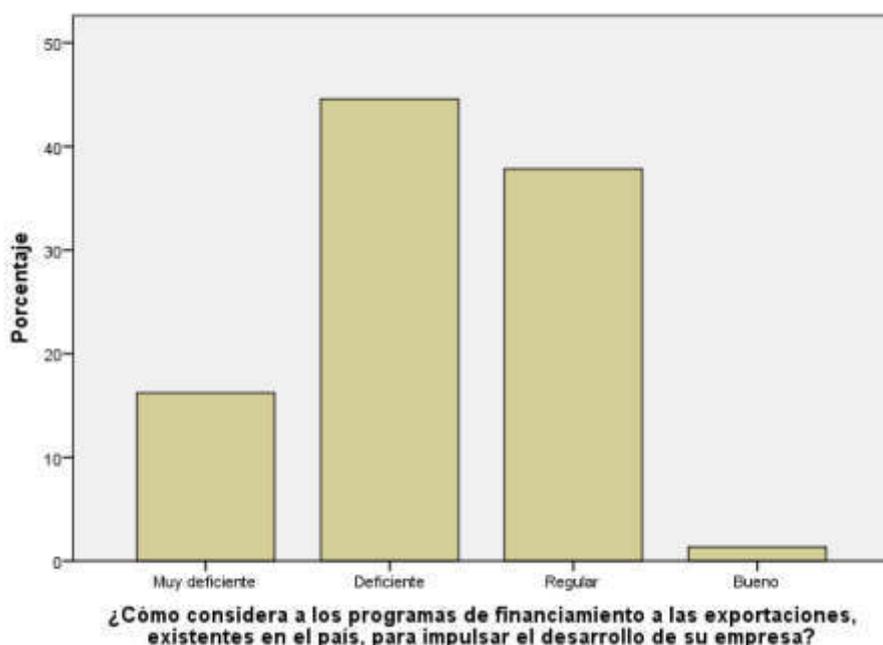


Figura 17: Programas de financiamiento

6. Apoyo de COFIDE

Tabla 40

Apoyo de COFIDE

¿Cómo considera el apoyo de los programas de financiamiento de COFIDE, para impulsar el desarrollo de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	0	0%
	Regular	36	48.6%
	Deficiente	25	33.8%
	Muy deficiente	13	17.6%
	Total	74	100,0%

Análisis

Como se puede apreciar el 17.6% de los encuestados respondieron que el actual apoyo de COFIDE es muy deficiente, 33.8% deficiente, y el 48.6% regular.

Interpretación

Se puede deducir que el 100% de los encuestados, consideran que el actual apoyo de COFIDE es inadecuado, para impulsar su negocio.

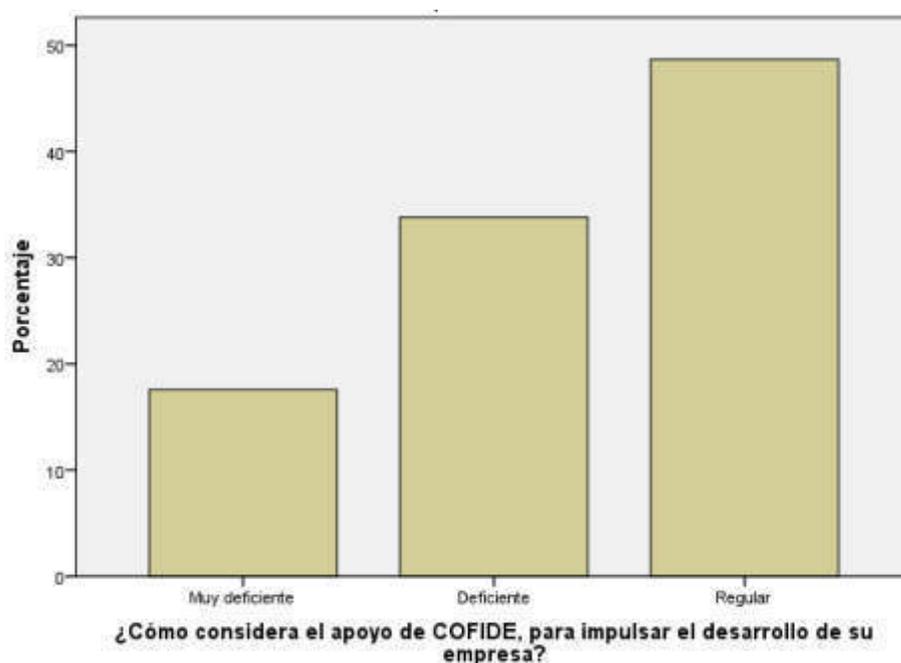


Figura 18: Apoyo de COFIDE

7. Programas de capacitación en gestión empresarial

Tabla 41

Programas de capacitación en gestión empresarial

¿Cómo considera los programas de capacitación en gestión empresarial ofrecidos por el Estado Peruano, para impulsar el desarrollo de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	4	5.4%
	Regular	30	40.5%
	Deficiente	28	37.8%
	Muy deficiente	12	16.2%
	Total		74

Análisis

Como se puede apreciar el 16.2% de los encuestados respondieron que los programas de capacitación en gestión son muy deficientes, el 37.8% deficientes, 40.5% regulares, y el 5.4% bueno.

Interpretación

Se puede deducir que el 94.6% de los encuestados, consideran que los programas de capacitación en gestión empresarial son inadecuados para impulsar su negocio.

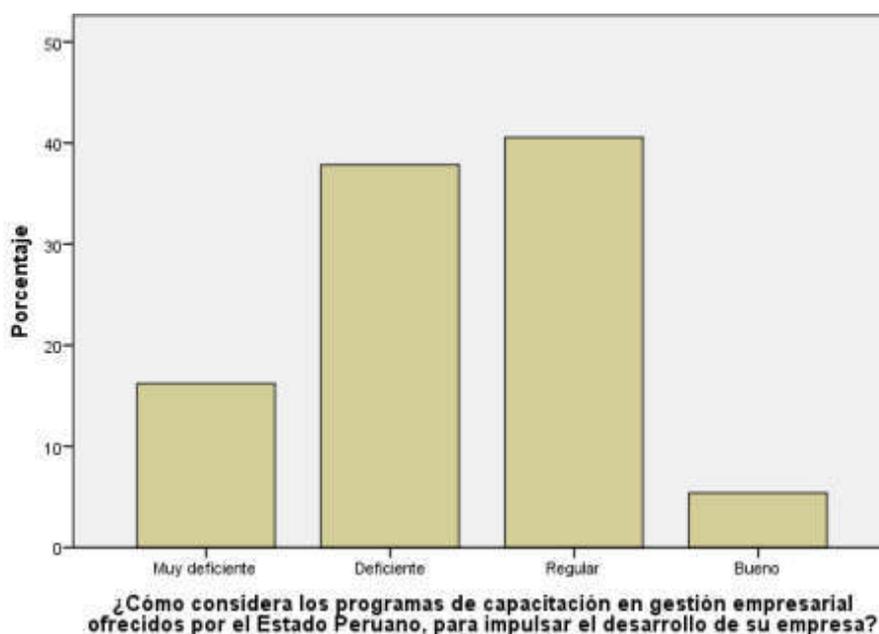


Figura 19: Programas capacitación gestión empresarial

8. Programas de capacitación técnica

Tabla 42

Programas de capacitación técnica

¿Cómo considera los programas de capacitación técnica ofrecidos por el Estado Peruano, para impulsar el desarrollo de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	2	2.7%
	Regular	39	52.7%
	Deficiente	30	40.5%
	Muy deficiente	3	4.1%
	Total		74

Análisis

Como se puede apreciar el 4.1% de los encuestados respondieron que los programas de capacitación técnica son muy deficientes, el 40.6% deficiente, otro 52.7% regular, y el 2.7% bueno.

Interpretación

Se puede deducir que el 97.3% de los encuestados, consideran que los programas de capacitación técnica son inadecuados para impulsar su negocio.

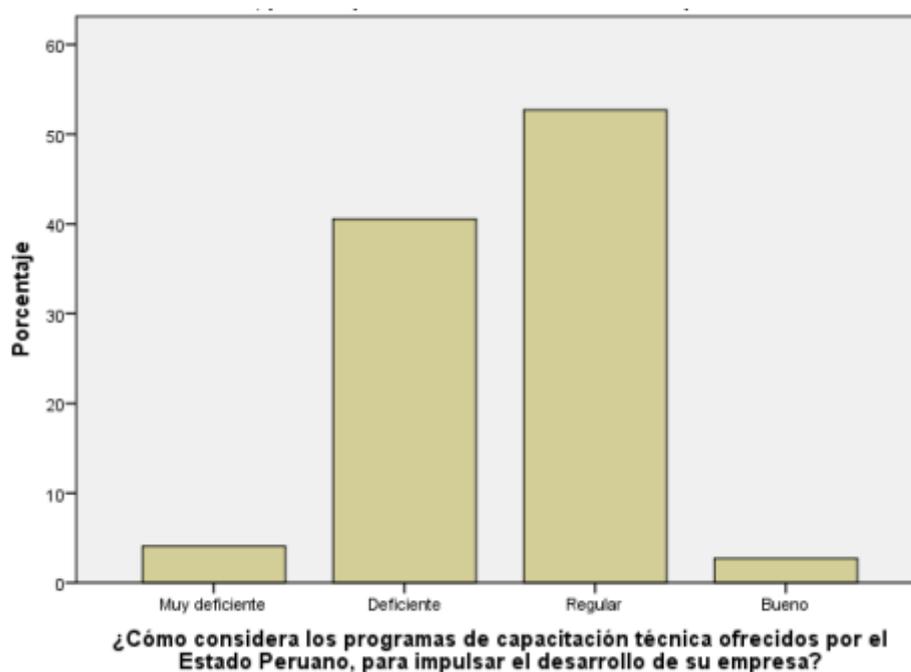


Figura 20: Programas de capacitación técnica

9. Continuidad exportadora

Tabla 43

Continuidad exportadora

¿Cómo considera la continuidad de su empresa en el negocio exportador?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	3	4.0%
	Regular	15	20.3%
	Deficiente	45	60.8%
	Muy deficiente	11	14.9%
	Total	74	100,0%

Análisis

Como se puede apreciar el 14.9% de los encuestados respondieron que su continuidad exportadora es muy deficiente, el 60.8% deficiente, otro 20.3% regular, y el 4% bueno.

Interpretación

Se puede deducir que el 96% de los encuestados, considera que el resultado de su continuidad exportadora es inadecuado.

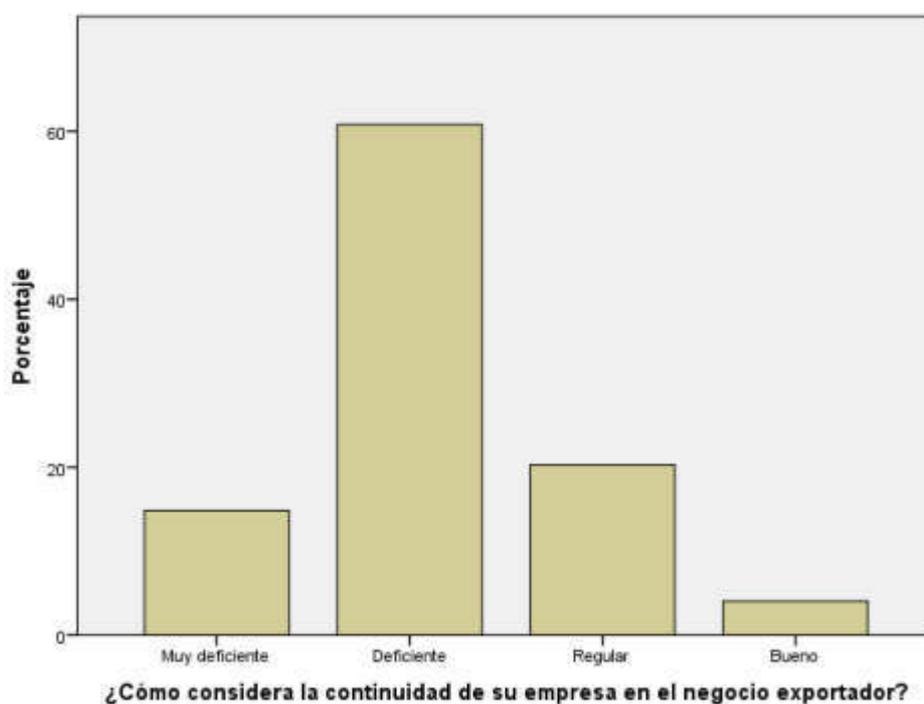


Figura 21: Continuidad exportadora

10. Registro de exportaciones (cantidad de años)

Tabla 44

Registro de exportaciones

¿Cómo considera el número de años que su empresa registra exportaciones?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	0	0%
	Regular	29	39.2%
	Deficiente	40	54.1%
	Muy deficiente	5	6.8%
	Total	74	100,0%

Análisis

Como se puede apreciar el 6.8% de los encuestados respondieron que la cantidad de años que vienen registrando exportaciones es muy deficiente, el 54.1% deficiente, y el 39.2% regular.

Interpretación

Se puede deducir que el 100% de los encuestados, considera que el resultado de su registro de exportaciones es inadecuado.

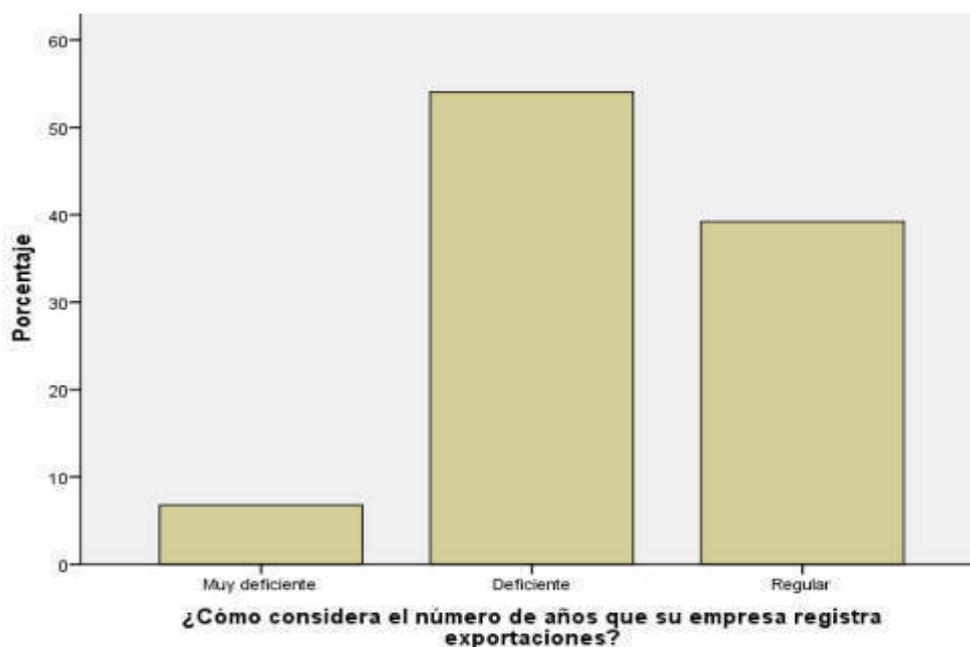


Figura 22: Registro de exportaciones

11. Crecimiento anual de exportaciones

Tabla 45

Crecimiento anual de exportaciones

¿Cómo considera el crecimiento anual de las exportaciones de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	0	0%
	Regular	32	43.2%
	Deficiente	28	37.8%
	Muy deficiente	14	18.9%
	Total	74	100,0%

Análisis

Como se puede apreciar el 18.9% de los encuestados respondieron que el crecimiento anual de sus exportaciones es muy deficiente, el 37.8% deficiente, y el 43.2% regular.

Interpretación

Se puede deducir que el 100% de los encuestados, considera que el resultado del crecimiento de sus exportaciones es inadecuado.

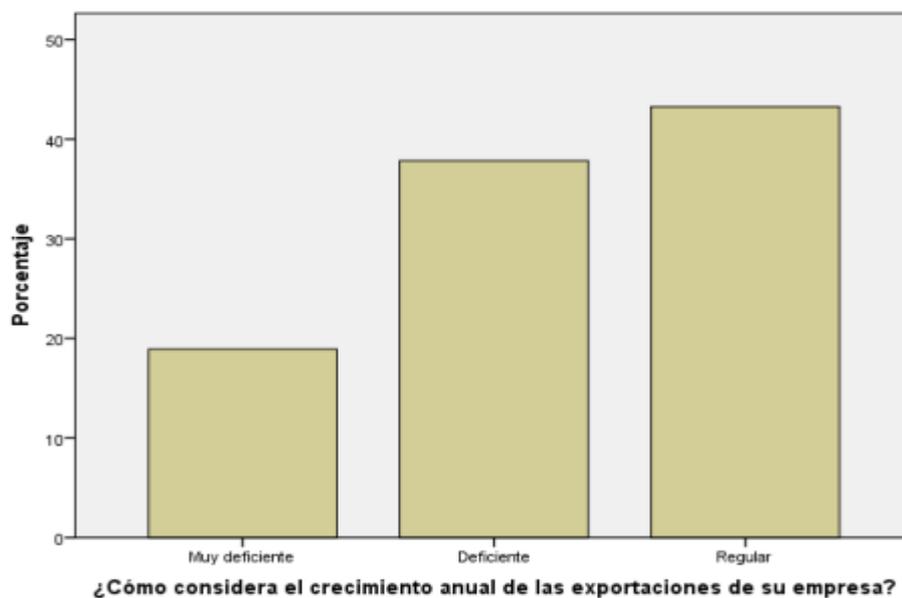


Figura 23: Crecimiento anual de exportaciones

12. Crecimiento acumulado de exportaciones

Tabla 46

Crecimiento acumulado de las exportaciones

¿Cómo considera el crecimiento de las exportaciones de su empresa, desde la primera vez, hasta la fecha?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	0	0%
	Regular	33	44.6%
	Deficiente	27	36.5%
	Muy deficiente	14	18.9%
	Total	74	100,0%

Análisis

Como se puede apreciar el 18.9% de los encuestados respondieron que el crecimiento acumulado de sus exportaciones es muy deficiente, el 36.5% deficiente, y el 44.6% regular.

Interpretación

Se puede deducir que el 100% de los encuestados, considera que el resultado del crecimiento acumulado de sus exportaciones es inadecuado.

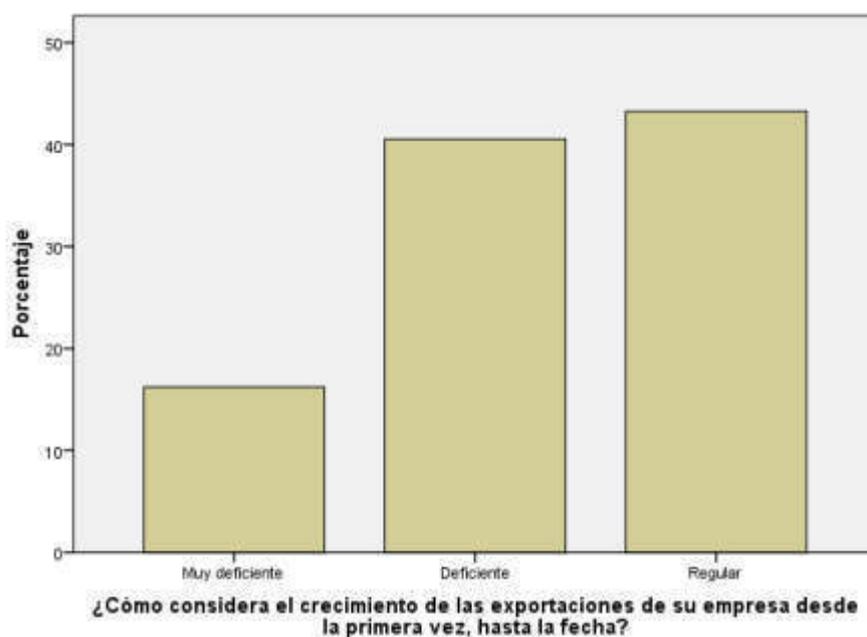


Figura 24: Crecimiento acumulado de las exportaciones

13. Número de destinos de exportación

Tabla 47

Número de destinos de exportación

¿Cómo considera el número de destinos de sus exportaciones, en los últimos años?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	0	0%
	Regular	34	45.9%
	Deficiente	28	37.8%
	Muy deficiente	12	16.2%
	Total	74	100,0%

Análisis

Como se puede apreciar el 16.2% de los encuestados respondieron que el número de destinos de sus exportaciones es muy deficiente, el 37.8% deficiente, y el 45.9% regular,

Interpretación

Se puede deducir que el 100% de los encuestados, considera que el número de destinos de sus exportaciones es inadecuado.

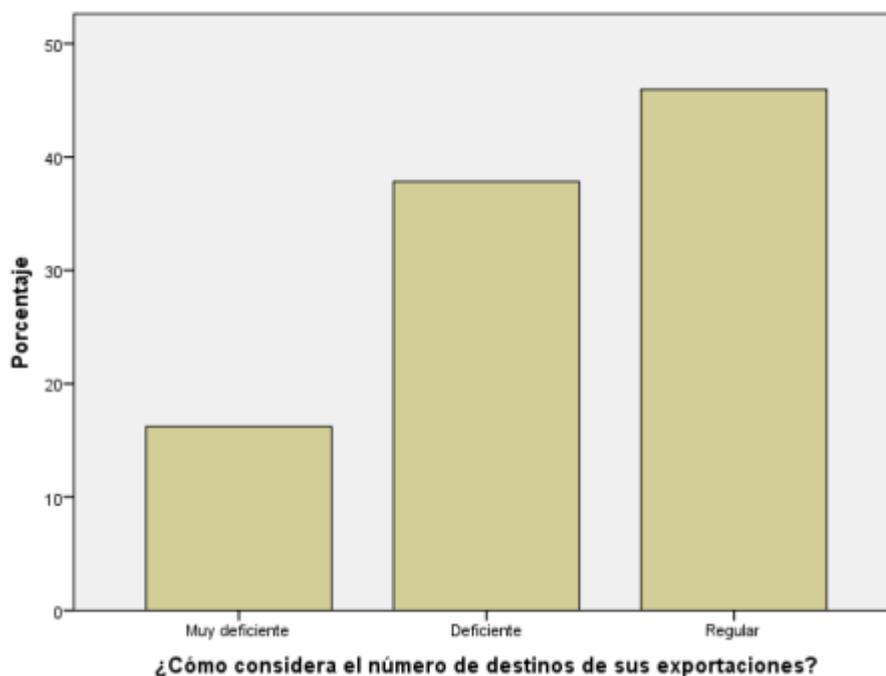


Figura 25: Número de destinos de exportación

14. Velocidad de ampliación de destinos de exportación

Tabla 48

Velocidad de ampliación de destinos de exportación

¿Cómo considera la velocidad en que está ampliando la cantidad de destinos de sus exportaciones?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	0	0%
	Regular	30	40.5%
	Deficiente	29	39.2%
	Muy deficiente	15	20.3%
	Total	74	100,0%

Análisis

Como se puede apreciar el 20.3% de los encuestados respondieron que la velocidad en que están ampliando la cantidad de destinos de sus exportaciones es muy deficiente, el 39.2% deficiente, y el 40.5% regular.

Interpretación

Se puede deducir que el 100% de los encuestados, considera que la velocidad en que están ampliando la cantidad de destinos de sus exportaciones es inadecuada.

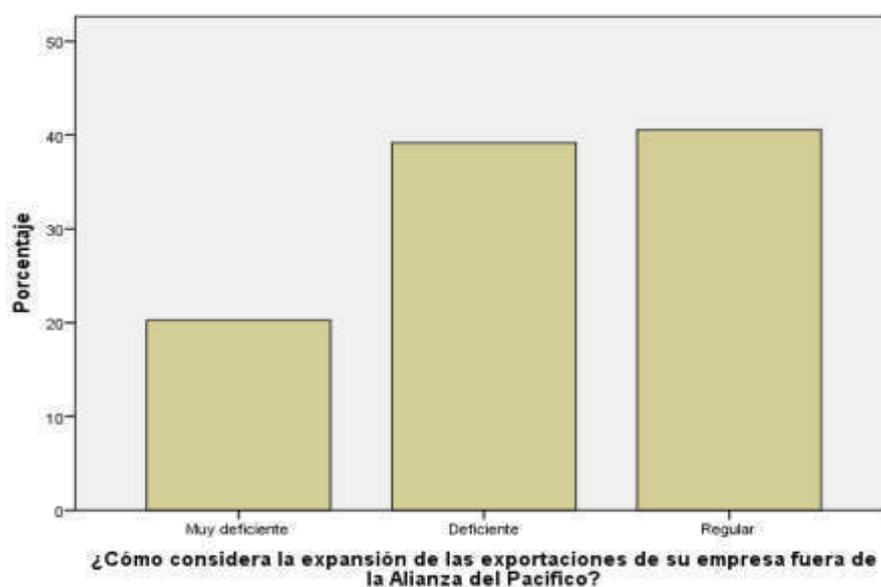


Figura 26: Velocidad de ampliación de destinos de exportación

15. Expansión de exportaciones más allá de la Alianza del Pacífico

Tabla 49

Expansión de exportaciones más allá de la Alianza del Pacífico

¿Cómo considera la expansión de las exportaciones de su empresa fuera de la Alianza del Pacífico?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	0	0%
	Regular	30	40.5%
	Deficiente	29	39.2%
	Muy deficiente	15	20.3%
	Total	74	100,0%

Análisis

Como se puede apreciar el 20.3% de los encuestados respondieron que la expansión de las exportaciones de su empresa fuera de la Alianza del Pacífico es muy deficiente, el 39.2% deficiente, y el 40.5%, regular.

Interpretación

Se puede deducir que el 100% de los encuestados, considera la expansión de las exportaciones de su empresa fuera de la Alianza del Pacífico es inadecuado.

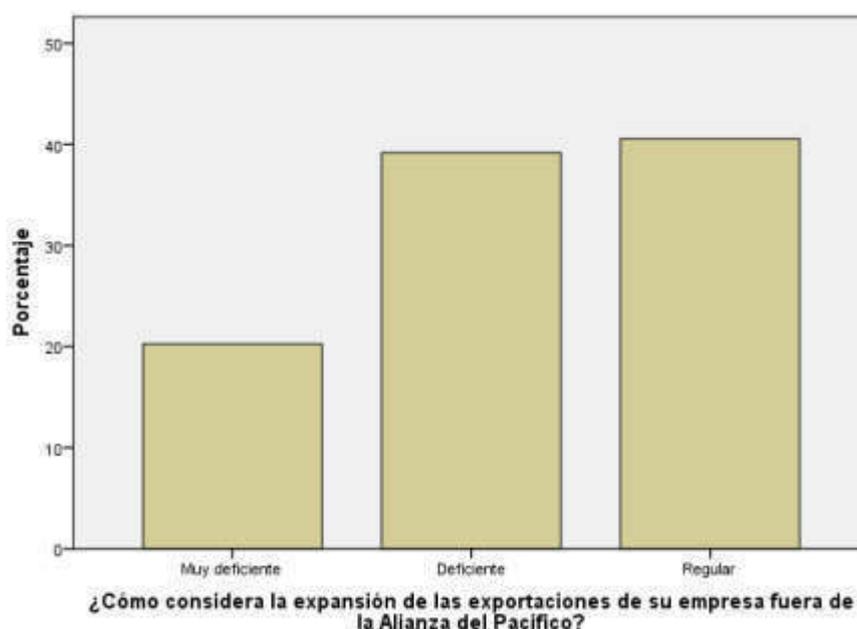


Figura 27: Expansión de exportaciones más allá de la Alianza del Pacífico

16. Expansión de exportaciones fuera de la Comunidad Andina de naciones

Tabla 50

Expansión de exportaciones más allá de la Comunidad Andina
¿Cómo considera la expansión de las exportaciones de su empresa fuera de la Comunidad Andina de Naciones?

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Muy bueno	0	0%
	Bueno	0	0%
	Regular	35	47.3%
	Deficiente	33	44.6%
	Muy deficiente	6	8.1%
	Total	74	100,0%

Análisis

Como se puede apreciar el 8.1%% de los encuestados respondieron que la expansión de sus exportaciones fuera de la Comunidad Andina de Naciones es muy deficiente, el 44.6% deficiente, y el 47.3% regular.

Interpretación

Se puede deducir que el 100% de los encuestados, considera que respondieron la expansión de sus exportaciones fuera de la Comunidad Andina de Naciones es inadecuada.

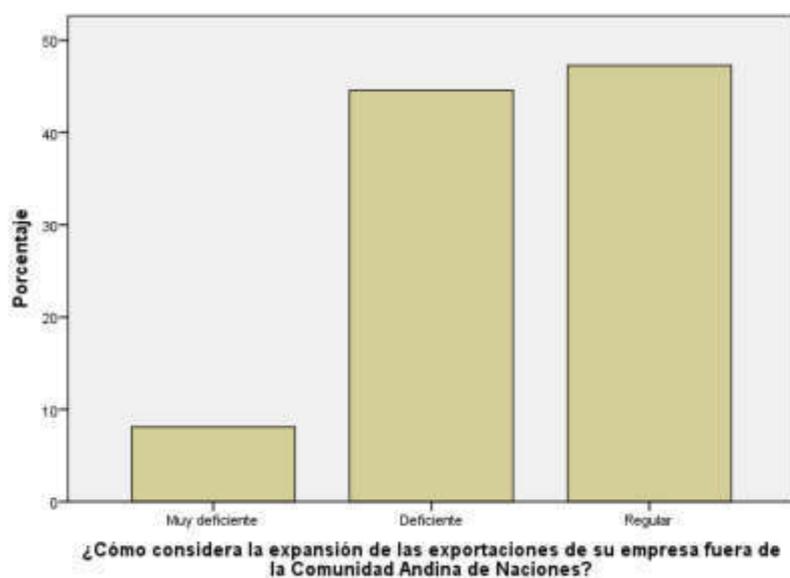


Figura 28: Expansión de exportaciones más allá de la Comunidad Andina

5.3 Contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis se usó la distribución Chi-cuadrado de Pearson, puesto que los datos disponibles para el análisis están distribuidos en frecuencias absolutas o frecuencias observadas. El test de Chi-cuadrado es el más adecuado para esta investigación porque las variables son cualitativas.

Para tal fin se consideró tomar las respuestas de la pregunta realizada en la encuesta relacionada con la hipótesis principal, contrastándolas con las respuestas de las preguntas relacionadas con las hipótesis específicas de la referida encuesta, aplicada a los administradores de 74 Mypes exportadoras de joyería de plata, ubicadas en Lima Metropolitana.

5.3.1 Hipótesis específica 01

Hipótesis Nula:

Ho: Las normas tributarias existentes promueven significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Hipótesis Alternativa:

Ha: Las normas tributarias existentes no promueven significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Bajo la hipótesis nula de independencia, se sabe que los valores del estadístico X^2 se distribuyen según la distribución Chi-cuadrado, que depende del parámetro grados de libertad, para probar la hipótesis de independencia de criterios, se ha considerado un nivel de significancia $\alpha=0.05$ y 6 grados de libertad, cuyo valor tabla es de $X^2=12.592$ que luego será comparado con un Chi-cuadrado calculado para la aceptación o rechazo de la hipótesis nula.

Tabla 51
Contrastación de hipótesis específica 01

		Desarrollo Económico-Financiero Mypes				
		Exportadoras de Joyería de Plata				
		1	2	3	4	Total
Normas Tributarias	2 Recuento	2	8	0	2	12
	Recuento esperado	6,6	4,2	,8	,3	12,0
	% del total	2,7%	10,8%	0,0%	2,7%	16,2%
	3 Recuento	24	15	5	0	44
	Recuento esperado	24,4	15,5	3,0	1,2	44,0
	% del total	32,4%	20,3%	6,8%	0,0%	59,5%
	4 Recuento	15	3	0	0	18
	Recuento esperado	10,0	6,3	1,2	,5	18,0
	% del total	20,3%	4,1%	0,0%	0,0%	24,3%
Total	Recuento	41	26	5	2	74
	Recuento esperado	41,0	26,0	5,0	2,0	74,0
	% del total	55,4%	35,1%	6,8%	2,7%	100,0%

Tabla 52
Prueba de chi-cuadrado hipótesis específica 01

Prueba de chi-cuadrado		
	Valor	Grados de libertad
Chi-cuadrado de Pearson	24.689	6
Nº de casos válidos	74	

$$X^2 = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 24.689$$

Como el estadístico $X^2 = 24.689$, que se obtiene toma un valor mayor se dirá que la diferencia es significativa. Así, para una seguridad del 95% ($\alpha = 0.05$) el valor teórico de una distribución Chi-cuadrado con 6 grados de libertad es 12.592.

Como en el cálculo del X^2 obtuvimos un valor de 24.689 que supera al valor para $\alpha = 0.05$, podemos concluir que las dos variables no son independientes, sino que están asociadas. Por lo tanto, a la vista de los resultados, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H_a) como probablemente cierta.

Por lo tanto, queda demostrado que las normas tributarias existentes no promueven significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

5.3.2 Hipótesis específica 02

Hipótesis nula:

H₀: Los programas de fomento gubernamentales existentes apoyan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Hipótesis alternativa:

H_a: Los programas de fomento gubernamentales existentes no apoyan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Bajo la hipótesis nula de independencia, se sabe que los valores del estadístico X^2 se distribuyen según la distribución Chi-cuadrado⁹², que depende del parámetro grados de libertad, para probar la hipótesis de

⁹² Pearson (1857 - 1936)

independencia de criterios, se ha considerado un nivel de significancia $\alpha=0.05$ y 9 grados de libertad, cuyo valor tabla es de $X^2=16.919$ que luego será comparado con un Chi-cuadrado calculado para la aceptación o rechazo de la hipótesis nula.

Tabla 53
Contrastación de hipótesis específica 02

		Tabulación cruzada					
		Desarrollo Económico-Financiero Mypes exportadoras de Joyería Plata				Total	
		1	2	3	4		
Programas de Fomento	1	Recuento	2	0	0	0	2
		Recuento esperado	1,1	,7	,1	,1	2,0
		% del total	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%
	2	Recuento	17	15	5	0	37
		Recuento esperado	20,5	13,0	2,5	1,0	37,0
		% del total	23,0%	20,3%	6,8%	0,0%	50,0%
	3	Recuento	20	11	0	0	31
		Recuento esperado	17,2	10,9	2,1	,8	31,0
		% del total	27,0%	14,9%	0,0%	0,0%	41,9%
	4	Recuento	2	0	0	2	4
		Recuento esperado	2,2	1,4	,3	,1	4,0
		% del total	2,7%	0,0%	0,0%	2,7%	5,4%
Total	Recuento	41	26	5	2	74	
	Recuento esperado	41,0	26,0	5,0	2,0	74,0	
	% del total	55,4%	35,1%	6,8%	2,7%	100,0%	

Tabla 54
Prueba de chi-cuadrado hipótesis específica 02

Prueba de chi-cuadrado		
	Valor	Grados de libertad
Chi-cuadrado de Pearson	44.218	9
Nº de casos válidos	74	

$$X^2 = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 44.218$$

Como el estadístico $X^2 = 44.218$, que se obtiene toma un valor mayor se dirá que la diferencia es significativa. Así, para una seguridad del 95% ($\alpha = 0.05$) el valor teórico de una distribución Chi-cuadrado con 6 grados de libertad es 16.919

Como en el cálculo del X^2 obtuvimos un valor de 44.218 que supera al valor para $\alpha = 0.05$, podemos concluir que las dos variables no son independientes, sino que están asociadas. Por lo tanto, a la vista de los resultados, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H_a) como probablemente cierta.

Por lo tanto, queda demostrado que los programas de fomento existentes no promocionan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

5.3.3 Hipótesis específica 03

Hipótesis nula:

H₀: Los programas de financiamiento gubernamentales existentes respaldan significativamente el desarrollo económico de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Hipótesis alternativa:

H_a: Los programas de financiamiento gubernamentales existentes no respaldan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Tabla 55
Contrastación de hipótesis específica 03

		Desarrollo Económico-financiero Mypes Exportadoras de Joyería Plata					
		1	2	3	4	Total	
Programas de Financiamiento	1	Recuento	3	0	0	0	3
		Recuento esperado	1,7	1,1	,2	,1	3,0
		% del total	4,1%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%
		Recuento	3	9	1	2	15
	2	Recuento esperado	8,3	5,3	1,0	,4	15,0
		% del total	4,1%	12,2%	1,4%	2,7%	20,3%
		Recuento	13	16	0	0	29
	3	Recuento esperado	16,1	10,2	2,0	,8	29,0
		% del total	17,6%	21,6%	0,0%	0,0%	39,2%
		Recuento	22	1	4	0	27
	4	Recuento esperado	15,0	9,5	1,8	,7	27,0
		% del total	29,7%	1,4%	5,4%	0,0%	36,5%
Total		Recuento	41	26	5	2	74
		Recuento esperado	41,0	26,0	5,0	2,0	74,0
		% del total	55,4%	35,1%	6,8%	2,7%	100,0%

Tabla 56
Prueba de chi-cuadrado hipótesis específica 03

Prueba de chi-cuadrado		
	Valor	Grados de libertad
Chi-cuadrado de Pearson	35.593	9
Nº de casos válidos	74	

$$X^2 = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 35.592$$

Como el estadístico $X^2 = 35.593$, que se obtiene toma un valor mayor se dirá que la diferencia es significativa. Así, para una seguridad del 95% ($\alpha = 0.05$) el valor teórico de una distribución Chi-cuadrado con 6 grados de libertad es 16.919

Como en el cálculo del X^2 obtuvimos un valor de 35.593 que supera al valor para $\alpha = 0.05$, podemos concluir que las dos variables no son independientes, sino que están asociadas. Por lo tanto, a la vista de los resultados, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H_a) como probablemente cierta.

Por lo tanto, queda demostrado que los programas de financiamiento gubernamentales existentes no promocionan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

5.3.4 Hipótesis específica 04

Hipótesis nula:

Ho: Los programas de capacitación gubernamentales existentes ayudan significativamente en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Hipótesis alternativa:

Ha: Los programas de capacitación gubernamentales existentes no ayudan significativamente en el desarrollo económico de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Tabla 57
Contrastación de hipótesis específica 04

		Tabulación cruzada					
		Desarrollo Económico-financiero Mypes Exportadoras Joyería Plata					
		1	2	3	4	Total	
Programas de Capacitación	2	Recuento	8	6	0	0	14
		Recuento esperado	7,8	4,9	,9	,4	14,0
		% del total	10,8%	8,1%	0,0%	0,0%	18,9%
	3	Recuento	10	16	0	0	26
		Recuento esperado	14,4	9,1	1,8	,7	26,0
		% del total	13,5%	21,6%	0,0%	0,0%	35,1%
	4	Recuento	23	4	5	2	34
		Recuento esperado	18,8	11,9	2,3	,9	34,0
		% del total	31,1%	5,4%	6,8%	2,7%	45,9%
Total		Recuento	41	26	5	2	74
		Recuento esperado	41,0	26,0	5,0	2,0	74,0
		% del total	55,4%	35,1%	6,8%	2,7%	100,0%

Tabla 58
Prueba de chi-cuadrado hipótesis específica 04

Prueba de chi-cuadrado		
	Valor	Grados de libertad
Chi-cuadrado de Pearson	21.191	6
Nº de casos válidos	74	

$$X^2 = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 21.191$$

Como el estadístico $X^2 = 21.191$, que se obtiene toma un valor mayor se dirá que la diferencia es significativa. Así, para una seguridad del 95% ($\alpha = 0.05$) el valor teórico de una distribución Chi-cuadrado con 6 grados de libertad es 12.592

Como en el cálculo del X^2 obtuvimos un valor de 21.191 que supera al valor para ($\alpha = 0.05$), podemos concluir que las dos variables no son independientes, sino que están asociadas. Por lo tanto, a la vista de los resultados, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H_a) como probablemente cierta.

Por lo tanto, queda demostrado que los programas de capacitación gubernamentales existentes no promocionan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

Contrastación de la hipótesis general

De esta forma, al quedar demostradas las tres hipótesis secundarias, queda demostrada la hipótesis principal, es decir que las políticas gubernamentales existentes no influyen significativamente en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de Joyería de plata.

5.4 Correlación de variables

Tabla 59

Correlación de variables: Estadísticos descriptivos

Estadísticos descriptivos			
	Media	Desviación estándar	N
Políticas Gubernamentales peruanas	18,19	2,237	74
Desarrollo Económico-financiero de las Mypes Exportadoras de Joyería de Plata	18,22	2,185	74

Tabla 60

Correlación de Pearson

Correlaciones			
		Políticas Gubernamentales peruanas	Desarrollo Económico-financiero Mypes Exportadoras de Joyería de Plata
Políticas Gubernamentales peruanas	Correlación de Pearson	1	,827**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	74	74
Desarrollo Económico-financiero Mypes Exportadoras de Joyería de Plata	Correlación de Pearson	,827	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	74	74

Como se puede apreciar, el coeficiente de correlación de Pearson arroja el resultado de 82.7%, lo que representa un nivel significativo de asociación entre los resultados de ambas variables, de la presente investigación.

De lo presentado, se corrobora el trabajo de campo realizado.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y PROPUESTA

6.1 Discusión

- En cuanto a las políticas gubernamentales existentes, los resultados nos muestran que éstas no contribuyen significativamente al desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata en forma significativa, debido a que son deficientes, escasas, no son conocidas o no son comprendidas por los interesados de este sector económico.
- Lo indicado precedentemente ha sido comprobado a través de una rigurosa medición de las variables: a) Las políticas gubernamentales y b) El desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata en el Perú, en a la ciudad de Lima, Perú, por ser donde se encuentran la mayor parte de los centros de comercio en este rubro.
- Aquí también se comprueban la primera, segunda, tercera y cuarta hipótesis secundaria, sobre la influencia del tema tributario, así como los programas de fomento y capacitación impulsados por el Estado peruano.

- Al quedar demostradas las cuatro hipótesis secundarias, queda demostrada la hipótesis principal, es decir que las políticas gubernamentales existentes no influyen significativamente en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de Joyería de plata.

6.2 Conclusiones

Los resultados de la investigación sobre las políticas gubernamentales existentes, en el sector materia del presente estudio, nos muestran que éstas no influyen significativamente al desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, siendo por ello deficientes, y el crecimiento de algunas pocas empresas es debido a un esfuerzo particular, lo que se explica a continuación:

- Las normas tributarias existentes no promocionan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, toda vez que no existe una política específica, para impulsar el sector, solamente existen normas genéricas, no del sector joyería de plata, en forma específica.
- Los programas de fomento gubernamentales existentes no apoyan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, toda vez que no existen programas específicos, para impulsar el sector, son programas generales.

- Los programas de financiamiento gubernamentales existentes no respaldan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, pues no existe una política específica de financiamiento a la medida, que pueda impulsar adecuadamente el sector.
- Los programas de capacitación gubernamentales existentes no ayudan en forma significativa al desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata, debido a que son genéricos, y no existen programas especializados.

6.3 Recomendaciones

Con el objeto de poder contribuir a la solución de la problemática identificada en el presente trabajo de investigación se recomienda proponer al supremo gobierno, definir políticas gubernamentales específicas para el sector de joyería de plata, que incluya a toda la cadena de valor, desde los extractivos, artesanos, diseñadores, y exportadores, pasando por evaluar la factibilidad de implementar una planta de fundición de plata; políticas que debieran ser principalmente sobre normas tributarias, programas de fomento, programas de financiamiento y programas de capacitación, para lo cual debiera conformarse una comisión especializada en el tema, a continuación el detalle:

1. En lo que respecta, a las normas tributarias debe emitirse un conjunto coherente de normas específicas para impulsar el presente sector, definiendo políticas que permitan promocionar significativamente el

desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.

2. En lo que respecta, a los programas de fomento, deben formularse aquellos que permitan promocionar significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.
3. En lo que respecta, a los programas de financiamiento, debieran concertarse con la banca estatal, y la banca comercial, modalidades de financiamiento adecuadas para lograr impulsar significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.
4. Finalmente, en lo que respecta, a los programas de capacitación, se recomienda que el supremo gobierno impulse cursos-taller de dirigido a los administradores o encargados de las Mypes exportadoras de joyería de plata, los cuales podrían desarrollarse en los locales de las Universidades y/o Municipios correspondientes, cercanos a las zonas donde se concentran las Mypes materia de esta investigación, a nivel nacional, previas coordinaciones con el supremo gobierno, pues estos cursos beneficiaría a la mismas, y a la comunidad, además de ser parte de la responsabilidad social, que deben asumir las universidades y municipios, y que finalmente redunde en beneficio de la sociedad en general, ya que el Estado al cierre de este circuito virtuoso, podrá recaudar mayores impuestos, promoverá más puestos de trabajo, y podrá tener más recursos para destinarlos a otros sectores que luego podrán ser también impulsado a su mejora, desarrollar las capacidades

de gestión y de control para administrar las Mypes exportadoras de joyería de plata, incorporando conocimientos, técnicas y herramientas fundamentales para un eficiente uso, identificación e implementación de los diversos sistemas de administración y control, y lograr una correcta metodología en el manejo tanto de la materia prima, insumos, inventarios, así como de los productos terminados, orientados hacia la exportación, en mercados competitivos.

Estos cursos permiten capacitar y habilitar a los participantes para desempeñarse adecuadamente en la administración de su empresa, haciéndolos capaces de responder a las necesidades específicas de gestión a nivel comercial, financiero, y logístico, entre otros, contribuyendo a la toma de decisiones operacionales eficientes.

6.4 Propuesta

a) Proyecto de Ley:

PROYECTO DE LEY N° xxx-20xx-MINCETUR

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, es deber del Estado fomentar y promover la exportación en todos los sectores, siendo un factor importante para la generación de divisas.

Que, es deber del Estado fomentar y promover, sectores generadores de empleo.

Que, en virtud de lo previamente expuesto, siendo el sector de joyería de plata, generador de divisas e intensivo en mano de obra, es

necesario declarar de interés nacional al sector de joyería de plata, promoviendo la exportación de sus productos.

Con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros;

DECRETA:

Artículo 1.- Declaración de Interés Nacional

Declárese de interés nacional la promoción del sector joyería de plata, para lo cual se dispone crear un grupo de trabajo, para evaluar las políticas a considerar.

Artículo 2.- Creación del Grupo de Trabajo

2.1 Créase el Grupo de Trabajo para la “Promoción de la exportación de joyería de plata”, el mismo que estará integrado por:

- a. Un (01) representante del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, quien lo presidirá.
- b. Un (01) representante del Ministerio de Cultura.
- c. Un (01) representante del Ministerio de Economía y Finanzas.
- d. Un (01) representante de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, quien actuará como secretario técnico.

2.2 El Grupo de Trabajo dependerá del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

2.3 Los representantes ante el Grupo de Trabajo ejercerán sus funciones ad honórem y serán designados mediante oficio, en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles de publicado el presente dispositivo.

Artículo 3.- Funciones del Grupo de Trabajo

3.1 El Grupo de Trabajo tendrá las siguientes funciones:

3.1.1 Dirigir y difundir las medidas necesarias que permitan apoyar y facilitar la realización del “Promoción de la exportación de joyería de plata”.

3.1.2 Coordinar con las diversas entidades vinculadas a la “Promoción de la exportación de joyería de plata”, la adecuada gestión de los procedimientos y trámites que sean necesarios para su ejecución.

3.1.3 Otras funciones que le sean encomendadas.

3.2 El Grupo de Trabajo culminará sus funciones al término de la redacción del documento. “Promoción de la exportación de joyería de plata”.

Artículo 4.- Participación de otras Entidades

El Ministerio de Economía y Finanzas, el Ministerio de Relaciones Exteriores, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria y la Superintendencia Nacional de Migraciones, deberán realizar las acciones que correspondan dentro del ámbito de sus competencias, con la finalidad de facilitar al Grupo de Trabajo la realización de las actividades vinculadas para impulsar la “Promoción de la exportación de joyería de plata”, proponiendo de ser el caso las medidas necesarias.

Asimismo, el Grupo de Trabajo podrá solicitar la participación de otras entidades para el logro de sus objetivos.

Artículo 5.- Financiamiento

El desarrollo de las actividades para la “Promoción de la exportación de joyería de plata” en el Perú será financiado con cargo al presupuesto

institucional de las entidades involucradas, en el marco de las Leyes Anuales de Presupuesto.

Artículo 6.- Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo, el Ministro del Ambiente, el Ministro de Cultura, y el Ministro de Economía y Finanzas.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los x del mes de x del año x
Presidente de la República

Ministro del Ambiente

Ministro de Comercio Exterior y Turismo

Ministro de Economía y Finanzas

- b) Se plantea que el MINCETUR, mediante su unidad de capacitación, promueva el desarrollo de cursos y talleres a los joyeros de plata, en convenio con las universidades peruanas.

A continuación, se presenta el modelo de talleres a realizar, en convenio con las universidades peruanas.

“MEJORA DE CAPACIDADES Y COMPETENCIAS DE LOS ADMINISTRADORES DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERÍA DE PLATA”

Contenidos a desarrollar:

- Módulo 01: Administración General
- Módulo 02: Marketing para exportación.
- Módulo 03: Diseño de joyas con visión global.

- Módulo 04: Finanzas para exportación.
- Módulo 05: Trámites para exportación.
- Módulo 06: INCOTERMS.
- Módulo 07: Métodos y modelos para el control de inventarios.

El total de horas por módulo es de 112 horas, teniendo el curso un total de 96 horas, desarrollándose con una frecuencia de dos veces por semana, y con una duración total de 28 semanas, aproximadamente 07 meses.

- c) Asimismo, se recomienda al MINCETUR que promueva el atraer inversionistas expertos en joyería de plata, de otros países, con el objeto de implementar en nuestro país, una Refinería de plata y sus derivados, incentivando la investigación y desarrollo en este rubro, y el valor agregado correspondiente que permita a nuestro país exportar mejorar su posición competitiva, al exportar productos con valor agregado.
- d) Adicionalmente, impulsar más Tratados de Libre Comercio (TLC) con los países que tienen fortalezas en el presente rubro de joyería de plata, para incentivar las exportaciones de las mismas.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Abad, A. (2015). *Programas y líneas de financiamiento para las pymes exportadoras*. COFIDE. [Diapositiva] Lima: 35 diapositiva. Recuperado de <http://export.promperu.gob.pe/miercoles/portal/mme/descargar.aspx?archivo=db367c6b-13eb-403f-9657-d230d28a0732.pdf>
- Alianza del Pacífico. (2017). *En 2017 cerca de 1.500 empresarios participaron en actividades comerciales de la Alianza del Pacífico*. Recuperado de <https://alianzapacifico.net/en-2017-cerca-de-1-500-empresarios-participaron-en-actividades-comerciales-de-la-alianza-del-pacifico/>
- Alianza del Pacífico, (2015). *Declaración de Paracas*. Lima: Editora Perú.
- Asociación de Exportadores. (2016). *ADEX: Exportaciones peruanas crecieron 7% durante el 2016*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/adex-exportaciones-peruanas-crecieron-7-2016-233487>
- Barrenechea, S. (2016). *Innovación y modelo de negocio para Mypes*. [Diapositiva] Lima: 32 diapositiva.
- Bujan, A. (2017). *Enciclopedia financiera y Economía*. Recuperado de <https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-sistemas-de-informacion.html>
- Cala, A. (2015). *Situación y necesidades de la pequeña y mediana empresa*. Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas, núm. 9, diciembre, 2005, pp. 1-21. Universidad Sergio Arboleda. Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1002/100220350006.pdf>
- Candella, J. (2014). *Requisitos técnicos para la exportación de artesanías y joyería*. PROMPERU – Kamasí SAC. Recuperado de www.prompex.gob.pe/miercoles/portal/mme/descargar.aspx?archivo=6384862f-49b8-422d-9702-0dfdc68ac552.pdf

- Castillo, C. & Villarreal, J. (2015). *Los Sistemas de información contable y el Balanced Scorecard en las Mypes industriales de pasto*. Contaduría Universidad de Antioquia, (65), 35-47
- Concepto (2017) – Diccionario web. Recuperado de <http://concepto.de>
- Cordera, J. (1994). *Gestión de Contabilidad*. Madrid: Ediciones Pirámides.
- Del Castillo, M. (2015). *Medios de pago: Presentación de soluciones VisaNet*. [Diapositiva] Lima: VisaNet Perú. 36 diapositiva.
- Dirigentes Digital.com (2015). *Cinco claves en educación financiera para pymes*. Recuperado de https://dirigentesdigital.com/hemeroteca/cinco_claves_en_educacion_financiera_para_pymes-EEDD6565
- Fernández, G. (2015). *La alianza del pacífico: Un ejemplo para la integración regional*. Tribuna abierta. Actualidad Jurídica Uría Menéndez N° 39 pp 7-18.
- Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las Mypes en América Latina entre avances innovadores y desafíos institucionales*. Santiago de Chile: Naciones Unidas CEPAL. Recuperado de file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/LCG2421P_es.pdf
- Ferraro, C., Goldstein, E., Zuleta, L. y Garrido, C. (2011). *Eliminando barreras: El financiamiento a las Mypes en América Latina*. Santiago de Chile: Naciones Unidas CEPAL-AECID. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35358/1/S2011124_es.pdf
- Heizer J. y Render B. (2009). *Principios de administración de operaciones*. 7ma. Edición. México: Editorial Pearson Educación.
- Hernández R., Fernández C. y Baptista M. (2003). *Metodología de la investigación*. Quinta Edición. México: McGraw-Hill Educación.
- Herrera, C. (2011). Análisis de la promoción internacional de los artesanos joyeros de plata usuarios del centro de innovación tecnológica del Distrito de Catacaos, Piura-Perú. Recuperado de

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/usmp/2011/herrera_cv/html/index-frames.html

Hurtado A. & Escandón, D. (2015). *Factores que influyen en el desarrollo exportador de las Mypes en Colombia*. Artículo. Estudios Gerenciales N° 30 pp 172-183. Elsevier España.

Illesca, M.. ASEXMA Chile A.G. y el desarrollo exportador de las Pymes chilenas en Latinoamérica. (Tesis de maestría, Universidad de Chile. Chile). Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/225/135167>

Laurence, F. (2015). *En Chile menos del 2% de las MYPES exporta*. Revista Management & Empresa. Pro/chile. Recuperado de <file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/6-18-1-PB.pdf>

León, J. (2013). *Alternativas tecnológicas en la valoración financiera de las MYPES del Perú*. (Tesis de doctorado, Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú).

Liberman J. (2004). *Métodos cuantitativos para la toma de decisiones en administración*. Tercera edición. México: Editorial McGraw-Hill.

Mathews J. (2014). Exportaciones: Problemas frecuentes. [Semanaeconomica.com](http://semanaeconomica.com). Recuperado de <http://semanaeconomica.com/escala-global/2014/07/01/exportaciones-problemas-frecuentes/>

Milesi, D. y Aggio C. (2008) Éxito exportador, innovación e impacto social. Un estudio exploratorio de PYMES exportadoras latinoamericanas. FUNDES.-BID. Recuperado de [file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/xito-exportador-innovación-e-impacto-social-Un-estudio-exploratorio-de-PYMES-exportadoras-latinoamericanas%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/xito-exportador-innovación-e-impacto-social-Un-estudio-exploratorio-de-PYMES-exportadoras-latinoamericanas%20(2).pdf)

MINCETUR (2014). *Plan estratégico nacional exportador 2025*. Mincetur-Penx. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/penx_2025/penx_final_101215.pdf

- MINCETUR (2014). *Plan estratégico nacional exportador*. Recuperado de <http://www.mincetur.gob.pe/COMERCIO/otros/penx/penx.htm>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). *Perú lideró exportaciones de la alianza del pacífico durante el 2017*. Alianza del Pacífico. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/peru-lidero-exportaciones-de-la-alianza-del-pacifico-durante-el-2017/>
- Mitidieri, M. (2015) - Centro de innovación tecnológica artesanal en Lurín. Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2274/1/mitidieri_vm.pdf
- Morales Gallo, J. (2014). Comportamiento del sistema bancario y sus efectos en la economía y las finanzas. (Tesis de doctorado, Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú).
- Moyer, R. Ch., McGuigan, J. y Kretlow, W. (2005). *Administración Financiera Contemporánea*. México: CengageLearning Editores.
- OCDE (2005) - Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies-
- Ochoa, J. (2015). Las pequeñas y medianas empresas exportadoras peruanas: Análisis de los principales aspectos que influyen en su gestión y competitividad. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/291188206/MYPES-pdf>
- Oroyfinanzas.com (2014). India importa 20% de la producción mundial minera de plata en 2014. OroyFinanzas. Diario digital del dinero. Recuperado de <https://www.oryofinanzas.com/2014/12/india-importa-28-produccion-mundial-minera-plata-2014/>
- Oroyfinanzas.com (2016). Los 10 principales países mineros de plata y las fuentes de demanda en 2015. Recuperado de <https://www.oryofinanzas.com/2016/06/10-principales-paises-mineros-plata-fuentes-demanda-2015/>
- Ortiz Riaga, C. (2015). La Alianza del Pacífico: una visión prospectiva desde la alta gerencia.
- Palacios, Pablo & Saavedra, M. (2016). *El desempeño exportador y la innovación como una estrategia de crecimiento para la MYPE en México*. Revista Mexicana de

- Economía y Finanzas, Vol. 11, N° 2, pp. 21-38. Nueva Época/Mexican Journal of Economics and Finance.
- Panayotis Lazalde, P. (2015). Programa Mypexporta: Logística y envíos para las MYPES–Apoyo de empresas Courier [04 de noviembre de 2015].
- Pereda, J. T. (2016). Globalización y regulación contable. Algunos retos para nuestra profesión. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (32), 55-120.
- Rabanal, R. (2011). *Plataforma Web de apoyo a las Pymes para la gestión del comercio exterior*. (Tesis de Ingeniero, Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima- Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/328>
- Reggiardo Palacios, G. (2015). Un nuevo escenario geopolítico en la región latinoamericana: la creación de la Alianza del Pacífico (2011-2015).
- Rugeles, M. (2015). *Crecimiento del ecommerce en Colombia a partir de la alianza del pacífico; Chile, Colombia, México y Perú; desde el 2011 al 2015*. (Tesis de licenciado, Universidad Militar Nueva Granda. Bogotá, Colombia).
- Ruiz Tinoco, D., & Gómez Azuero, J. P. (2015). La importancia geopolítica y económica de la Alianza del Pacífico.
- Servicios al exportador. Información (2015). *Perfil Producto Mercado: Joyería de plata en EE.UU.* PROMPERU. Perú. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/912990629radD8102.pdf>
- Servicios al exportador. Información (2015). Perfil producto mercado: Joyería de plata en EE.UU. PROMPERU Recuperado de www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/912990629radD8102.pdf
- Significados (2017). *Significado de desarrollo*. Recuperado de <https://www.significados.com/desarrollo/>
- SUNAT (2017). Decreto legislativo que aprueba la Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>

- Valle Lau, R., & Berrocal Ruiz, R. (2015). Conversatorio: Las MYPES y su participación en las exportaciones peruanas [02 de diciembre de 2015].
- Van Horne J. (2002). Fundamentos de Administración Financiera. México: Editorial Prentice Hall.
- Vásquez Curotto, F. (2015). El financiamiento de exportaciones: Operaciones pre y post embarque [28 de octubre de 2015].
- Vicenzaoro (2016) - Recuperado de <http://www.vicenzaoro.com/it>
- Villaorduña Caldas, A. (2014). Efectos del financiamiento en la gestión de las empresas de servicios en Lima Metropolitana. (Tesis de doctorado). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú
- Zegarra, E. (2015). Exporta fácil: Una solución para las Mypes. [Diapositiva] Lima: 30 diapositiva. Recuperado de <http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/123456789/153>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: “LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONOMICO-FINANCIERO DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERIA DE PLATA”

PROBLEMA PRINCIPAL Y SECUNDARIOS	OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS PRINCIPAL Y SECUNDARIAS	OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	DISEÑO METODOLOGICO
<p>PROBLEMA PRINCIPAL ¿En qué medida las políticas gubernamentales peruanas existentes influyen en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?</p> <p>Problema secundario 01 ¿En qué medida las normas tributarias existentes promocionan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?</p> <p>Problema secundario 02 ¿En qué medida los programas de fomento gubernamentales existentes apoyan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?</p> <p>Problema secundario 03 ¿En qué medida los programas de financiamiento gubernamentales existentes respaldan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?</p> <p>Problema secundario 04 ¿En qué medida los programas de capacitación gubernamentales existentes ayudan en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la influencia de las políticas gubernamentales peruanas existentes en el desarrollo económico-financiero de las de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Objetivo específico 01 Establecer en qué medida las normas tributarias existentes promocionan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Objetivo específico 02 Determinar en qué medida los programas de fomento gubernamentales existentes apoyan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata</p> <p>Objetivo específico 03 Determinar en qué medida los programas de financiamiento gubernamentales existentes respaldan el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata</p> <p>Objetivo específico 04 Determinar en qué medida los programas de capacitación gubernamentales existentes ayudan en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p>	<p>HIPÓTESIS PRINCIPAL Las políticas gubernamentales peruanas existentes no influyen significativamente en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Hipótesis secundaria 01 Las normas tributarias existentes no promocionan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Hipótesis secundaria 02 Los programas de fomento gubernamentales existentes no apoyan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Hipótesis secundaria 03 Los programas de financiamiento gubernamentales existentes no respaldan significativamente el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Hipótesis secundaria 04 Los programas de capacitación gubernamentales existentes no ayudan significativamente en el desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE: Las políticas gubernamentales peruanas.</p> <p>INDICADORES: -Normas tributarias. -Programas de fomento gubernamentales -Programas de financiamiento gubernamentales -Programas de Capacitación gubernamentales.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE: El Desarrollo económico-financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>INDICADORES: -Continuidad exportadora. -Dinamismo exportador. -Diversificación de mercados. -Grado de Complejidad de los mercados.</p>	<p>Tipo de investigación: No experimental, Transaccional, Correlacional, cuali-cuantitativa, Causa-efecto.</p> <p>Universo: Empresas exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Población: Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Muestra: Muestra de Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</p> <p>Entrevistas Actores importantes vinculados con el sector de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Encuesta: Aplicado a muestra de administradores de las Mypes exportadoras de joyería de plata.</p> <p>Técnicas para el procesamiento de la información: Utilización del SPSS</p>

Anexo 2. Formato de entrevistas en profundidad

- Entrevistados:

Nombre	Cargo	Entidad
Sr. Jorge Urbina	Gerente Central de exportaciones	ADEX - Perú
Sr. Mario Ocharán		PROMPERU
Sr. Juan Carlos Mathews	Vice Ministro	Ministerio de Producción - Perú
Eco. Patricia Martínez	Gerente general	VIMAEXIMP SAC

Formato de guía de entrevista:

Buenos días, (tardes)

Mi nombre es Decio Rubio, estoy cursando el “Doctorado en Contabilidad y Finanzas”, en la USMP, y quisiera por favor poderlo entrevistar.

Datos del entrevistado:

Nombre y apellidos: - Entidad: - Cargo:

Preguntas:

1. ¿Cuál es la Misión y Visión de la entidad que representa, en la línea de exportación a favor de las Mypes de Joyería de plata?
2. ¿Qué políticas gubernamentales existen para impulsar el incremento de las exportaciones de las Mypes de joyería de plata?
3. ¿Las Mypes exportadoras de joyería de plata, por lo general son solo comercializadoras?, ¿Qué porcentaje representan?, y ¿Las de producción y de servicios?
4. ¿Qué programas de financiamiento existen, y cuales debieran añadirse a los existentes a favor de las Mypes exportadoras de joyería de plata?
5. ¿Cómo considera que debe impulsarse el desarrollo de las Mypes exportadoras de joyería de plata?
6. ¿Considera que las Mypes exportadoras de joyería de plata tienen continuidad en la realización de sus exportaciones anuales, o lo hacen ocasionalmente?
7. ¿Considera que la tasa de crecimiento de las exportaciones anuales de las Mypes de joyería de plata es adecuada?
8. ¿En qué medida las políticas gubernamentales vienen influyendo en la Diversificación de mercados de las Mypes exportadoras de joyería de plata?
9. ¿Considera que las Mypes exportadoras de joyería de plata, orientan su oferta a diversos países del mundo, o solo se limitan a uno o dos?
10. ¿Qué recomendaciones podría sugerir para lograr impulsar el desarrollo económico financiero de las Mypes exportadoras de joyería de plata?

Se agradece vuestra atención.

Anexo 3. Encuesta

3.1. FORMATO DE ENCUESTA

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS ADMINISTRADORES DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERÍA DE PLATA							
		PREGUNTAS	RESPUESTAS (marcar con X solo una alternativa)				
Normas tributarias: RUS, RER, Régimen general. / Incentivos tributarios: Devolución del IGV, otros,							
VI1	01	¿Cómo considera el régimen tributario de impuesto a la renta, en que se encuentra, para impulsar el desarrollo de su empresa?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
VI1	02	¿Cómo considera al conjunto de incentivos tributarios existentes para impulsar el desarrollo de su empresa?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
Programas de fomento: A las exportaciones de joyas de plata.							
VI2	03	¿Cómo considera a los programas de fomento a las exportaciones, existentes en el país, para impulsar el desarrollo de su empresa?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
VI2	04	¿Cómo considera el apoyo de los programas de PROMPERU, para impulsar el desarrollo de su empresa?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
Programas de financiamiento: Para impulsar la exportación de joyas de plata.							
VI3	05	¿Cómo considera a los programas de financiamiento a las exportaciones, existentes en el país, para impulsar el desarrollo de su empresa?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
VI3	06	¿Cómo considera el apoyo de los programas de financiamiento de COFIDE, para impulsar el desarrollo de su empresa?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
Programas de Capacitación: Gestión empresarial / Capacitación técnica.							
VI4	07	¿Cómo considera los programas de capacitación en gestión empresarial ofrecidos por el Estado Peruano, para impulsar el desarrollo de su empresa?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
VI4	08	¿Cómo considera los programas de capacitación técnica ofrecidos por el Estado Peruano, para impulsar el desarrollo de su empresa?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
Continuidad Exportadora: Mide la estabilidad de las empresas en el negocio exportador, según la cantidad de años con registro de exportaciones.							
VD1	09	¿Cómo considera la continuidad de su empresa en el negocio exportador?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
VD1	10	¿Cómo considera el número de años que su empresa registra exportaciones?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
Dinamismo exportador: Mide el crecimiento de las exportaciones de las empresas entre el primer y el último del periodo en los que registraron exportaciones.							
VD2	11	¿Cómo considera el crecimiento anual de las exportaciones de su empresa?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
VD2	12	¿Cómo considera el crecimiento de las exportaciones de su empresa desde la primera vez, hasta la fecha?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
Diversificación de mercados: Califica a las empresas según la cantidad de destinos a los que dirigieron sus exportaciones en un determinado año.							
VD3	13	¿Cómo considera el número de destinos de sus exportaciones, en los últimos años?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
VD3	14	¿Cómo considera la velocidad en que está ampliando la cantidad de destinos de sus exportaciones?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
Grado de Complejidad de los mercados: Califica empresas según % exportaciones dirigidas hacia mercados diferentes a países de la Alianza del Pacífico y/o de la Comunidad Andina de Naciones.							
VD4	15	¿Cómo considera la expansión de las exportaciones de su empresa fuera de la Alianza del Pacífico?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
VD4	16	¿Cómo considera la expansión de las exportaciones de su empresa fuera de la Comunidad Andina de Naciones?	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno

3.2 Manual del encuestador

a) Del encuestador

Es la persona a quien se le confía la importante misión de solicitar y obtener información de los administradores, dueños, o encargados de la muestra de Mypes exportadoras de joyería de plata seleccionadas.

b) De las funciones del encuestador

- a. Completar las encuestas a los administradores, dueños, o encargados de la muestra de Mypes exportadoras de joyería de plata seleccionadas.
- b. Asegurarse de llevar consigo todos los materiales necesarios para el trabajo de campo.
- c. Desempeñar personalmente su trabajo y no hacerlo en compañía de personas ajenas a la encuesta.
- d. Entregar las encuestas aplicadas para su procesamiento correspondiente.
- e. Observar una conducta ejemplar, en salvaguarda de la importante misión

c) De las prohibiciones del encuestador

- a. Alterar los datos registrados en los cuestionarios.
- b. Delegar su trabajo a otra persona.

3.3. Datos de control

Tabla 61: Cargo de la persona encuestada

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Dueño	27	36,5
	Administrador	32	43,2
	Encargado	15	20,3
	Total	74	100,0

Interpretación:

Se puede deducir, que los dueños no suelen permanecer mayormente en sus negocios, principalmente contratan a terceros, que en conjunto representan el 63.5%, para que estén atendiendo al público que visita sus locales de ventas.

Tabla 62: Nivel de instrucción de la persona encuestada

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Primaria	6	8,1
	Secundaria	27	36,5
	Técnica	28	37,8
	Universitaria	11	14,9
	Posgrado	2	2,7
	Total	74	100,0

Interpretación:

Se puede deducir que el 82.4% de los encuestados, han logrado un nivel de educación hasta de secundaria o técnica, lo que implica que la mayoría de ellos no tienen un nivel educativo suficiente, para realizar una gestión adecuada del negocio.

Tabla 63: Sexo de la persona encuestada

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Masculino	45	60,8
	Femenino	29	39,2
	Total	74	100,0

Interpretación:

Se puede deducir que son principalmente hombres, quienes se encargan de la gestión y ventas de la Mypes en este sector.

Tabla 64: Rango de edad de las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	de 18 a 30 años	6	8,1
	de 31 a 40 años	14	18,9
	de 41 a 50 años	25	33,8
	de 51 a 60 años	23	31,1
	mayor a 60 años	6	8,1
	Total	74	100,0

Interpretación:

Se puede deducir que el 60.8% de los encuestados, está en edades hasta 50 años, lo que constituye la mayoría de personas.

Tabla 65: Años de funcionamiento del negocio

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Hasta 05 años	4	5,4
	mayor a 05 años hasta 10 años	20	27,0
	mayor a 10 años hasta 15 años	30	40,5
	mayor a 15 años hasta 20 años	13	17,6
	mayor a 20 años	7	9,5
	Total	74	100,0

Interpretación:

Se puede deducir que el 73% de los negocios tiene una antigüedad que fluctúa hasta los 15 años.

Anexo 4. Perú: Listado de empresas exportadoras de joyería de plata⁹³

N	Nombre de la empresa	Sociedad	N emp	Provincia	Distrito
1	7QULQI SAC	SAC	0	Lima	Chorillos
2	AB & IS MATOS S.A.C.	SAC	4	Lima	Lima
3	ACCANTO	SCRL	0	Lima	La Molina
4	ACHKIY CRAFTS S.R.L.	SRL	0	Lima	Lima
5	Adán Rodríguez Luis Carlos - Arteczco	PNCN	2	Lima	Lima
6	AIDECA CORPORATION SA	SA	0	Lima	La Victoria
7	ALEJANDRA JOYERIA FINA S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
8	ALYSA JEWELRY S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
9	Amangora Eirl - Amangora	EIRL	0	Lima	Lima
10	Ana Cisneros E.I.R.L - Ana Cisneros E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
11	Anchante Teran Sally Brigitte - La Casa De La Bisuter A	PNCN	2	Lima	Lima
12	Andean Magic Art Jewelry SCRL Andean Magic Art	SCRL	8	Cusco	Cusco
13	ANGELA IMPORTADORA & DISTRIBUIDORA E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
14	Ángeles Jamanca Federico Emiliano - Ángeles Joyería	PNCN	1	Lima	Lima
15	Angulo Gómez Ysabel - Comercialización Carmen	PNCN	2	Lima	Lima
16	ANYA PERU S.R.L.	SRL	0	Lima	Lima
17	ARGENTO EXPORT E IMPORT S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
18	Argentum Perú Sociedad Anónima Cerrada - Argentum Perú S.A.C	SAC	0	Lima	Miraflores
19	ARJOY S.A.	SA	0	Lima	Lima
20	ARTE FINO 925 E.I.R.L	EIRL	1	Lima	Rímac
21	Arte Litúrgico SCRL Art Lit Srl	SCRL	1	Lima	Lima
22	ARTESANIA JOYERIA M. YARLEQUE E.I.R.L.	EIRL	1	Lima	Lima
23	ARTESANIA PACHECO E.I.R.L.	EIRL	1	Lima	San Juan De Lurigancho
24	ARTESANIAS JULLISA SCRL-ARTESANIAS JUL	PNCN	2	Piura	Catacaos
25	ARTFYN S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
26	ARTVAL AMERICAS S.A.C.	SAC	1	Lima	Lima
27	BALIQ JOYAS S.A.C.	SAC	48	Lima	Lima
28	Begazo Quedena Sandra Ruth - Sonq O Joyas	PNCN	2	Lima	Lima
29	Beia Creaciones Sociedad Anónima Cerrada - Enigma Joyas	SAC	2	Lima	Lima
30	BLAKAT METALURGIA & JOYERIA EIRL	EIRL	0	Arequipa	Arequipa
31	BRONCES & ACEROS S.A.C	SAC	16	Lima	Lima
32	Bryan Delgado S.A.C. - Brydel Sac	SAC	2	Lima	Lima
33	BUSTAMANTE LOPEZ ROSA ELVIRA	PNCN	2	Lima	Miraflores
34	C & L JOYERIA FINA E.I.R.L.	EIRL	6	Lima	Lima
35	CABALLERO SANCHEZ DE SANCHEZ ISABEL ELVIRA	PNCN	2	Lima	Lima
36	CARBO BERGER JACKELIN ANTONELLA	PNCN	2	Lima	Lima
37	CARLO T. CAMUSSO E.I.R.L.	EIRL	16	Lima	Lima
38	CARRERA ROJAS ESTEFANIA AUREA	PNCN	2	Lima	Lima
39	CARRILLO DE MONTERO GRACIELA VICENTA	PNCN	1	Lima	Lima
40	Carrillo Sevillano Alexandra Lucia - Joyería Alexandra	PNCN	2	Lima	Lima
41	CASA JAIME RIVERA S.A.	SA	11	Lima	Lima
42	Casa Lavid M & A Sociedad Anónima Cerrada - C.L. M & A S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
43	Cavallini Barahona Marco Antonio - Morebags Accesorios & Mas	PNCN	2	Lima	Lima
44	CEFAS PETRA E.I.R.L	EIRL	0	Lima	Lima
45	Charpas S.A.	SA	1684	Lima	Lima
46	CHIRI CABALLERO CESAR AURELIO	PNCN	2	Lima	Lima
47	Choque Moriano Gloria - Botique Xianita	PNCN	2	Lima	Lima
48	Chunga Valladares María Cecilia - Marita	PNCN	2	Lima	Lima
49	CISNEROS CHUNGA DORA	PNCN	2	Lima	Lima
50	CONSORCIO EXPORTADOR DEL PERU S.A.	SA	0	Lima	Lima
51	CORPORACION ALARCAS S.A.C.	SAC	0	Lima	Miraflores

⁹³ Fuente: International Trade Centre (2017)

N	Nombre de la empresa	Sociedad	N emp	Provincia	Distrito
52	Corporación Artesanal Bijoucrafts E.I.R.L. - Bijoucrafts	EIRL	0	Lima	Lima
53	Corporación Becorena S.R.L. - Joyería A.B	SRL	5	Lima	Lima
54	CORPORACION CRISPIN SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Lima
55	CORPORACION ENKANTO S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
56	CORPORACION INDUSTRIAL TORREZ S.A.C.	SAC	5	Lima	Ventanilla
57	CORPORACION TADEO S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
58	CORPORACION UNIK S.A.C.	SAC	0	Lima	San Martin De Porres
59	COSITAS ACCESORIES E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
60	CUMET S.A.C	SAC	0	Lima	Lima
61	Damián Otero Ximena Mariella - Ximena Damián Joyas	PNCN	2	Lima	Lima
62	DARICO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - DARICO S.A.C.	SAC	2	Lima	Lima
63	Dávila Huallanca José Alberto - Industrias Servicios Quilot	PNCN	2	Lima	Lima
64	De Vary Orihuela Úrsula - Kumpi	PNCN	2	Lima	San Isidro
65	Delgado Pancorvo Andrea Fabiola - Magna	PNCN	2	Lima	Lima
66	Denny Ada Pere Design EIRL Denny Ada	PNCN	0	Lima	Lima
67	Deoro S.A.	SA	89	Lima	Lima
68	DESIGNS QUALITY EXPORTS SAC	SAC	70	Lima	Lima
69	DHARMA USAHA S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
70	Diacap Jewels S.A - Diacap Jewels Sa	SA	0	Lima	Lima
71	Díaz Vélez Magaly - Violeta Azul	PNCN	2	Lima	Lima
72	Diseños Trabajados S.A.C - Rider	SAC	3	Lima	Lima
73	DUNIA LIZARZABURU JOYAS SAC	SAC	0	Lima	Lima
74	Duran Ponce De León Elva Lily - Liryos	PNCN	2	Lima	Lima
75	Ego Aguirre De La Piniella Isabel Teresa - Isabella Hecho A Mano	PNCN	2	Lima	Lima
76	Enriquez Ricaldi Dora - Artesanía y Joyería	PNCN	1	Lima	Lima
77	ESTRADA VELARDE CARMEN ELIZABETH	PNCN	2	Lima	Lima
78	ETNIK MANUFACTURAS DEL PERU S.A.C.	SAC	0	Lima	Pueblo Libre
79	EVERNEZER CCOICCA ARTESANOS S.A.C.	SAC	2	Lima	Lima
80	EXIMPORT LOS TUMIS E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
81	EXPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE MINERALES CQ E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
82	Fajardo Martínez Carlos Antonio - Joyas Diana	PNCN	2	Lima	Lima
83	Falcón Meza María Benita Isabel - D Plata	PNCN	2	Lima	Surquillo
84	FERRARI SUPPLIES E.I.R.L.	EIRL	1	Lima	Lima
85	Fidenza Disegno S.A.	SA	101	Lima	Lima
86	Fimm Joyas & Accesorios Eirl - Fimm & Mias Accesorios	EIRL	1	Lima	Lima
87	FLORIAN GODOY MARK ROBERT	PNCN	2	Callao	Callao
88	FRAG EXPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Lima
89	Frangis Joyas S.A.C. - Frangis Joyas	SAC	0	Lima	Lima
90	Galería De Arte Peruvians Maquis S.A.C - Peruvians Maquis	SAC	0	Lima	Lima
91	GEAR GROUP S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
92	GEMAS Y MANUFACTURAS SAMAME SOCIEDAD ANONIMA	SA	2	Lima	San Juan De Lurigancho
93	GERMAN SALAZAR JAVIER MIGUEL	PNCN	2	Lima	Lima
94	GHIIS COLLECTION E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Santiago De Surco
95	GISEL JEWELRY S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
96	GIVASHA S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
97	GOLD SUN MILLENIUN SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	2	Lima	Lima
98	GOLDEN TRADING INTERNACIONAL E.I.R.L	EIRL	0	Tumbes	Tumbes
99	Group Sumari S.A.C. - Joyeria Sumari	SAC	0	Lima	Lima
100	GROUP V&L SAC	SAC	7	Lima	Lima
101	Grupo Innovación Total S.A.C. - Oh Mavia Joyas	SAC	0	Lima	Chorillos
102	GT-GOLD TRADING S.A.C.	SAC	0	Lima	Surquillo
103	Guipersa S.A.C. - Moka Bijoux	SAC	2	Lima	Lima
104	GUZMAN & WOMAN E.I.R.L. - GUZWOMAN E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
105	H BERG SAC	SAC	9	Lima	Lima
106	Hands Perú Crafts & Arts Eirl - Giuliana Valz Gen	EIRL	1	Lima	Lima

N	Nombre de la empresa	Sociedad	N emp	Provincia	Distrito
107	HIDALGO PEREZ ZOILA	PNCN	2	Lima	Lima
108	HOPE JEWELLERY S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
109	Hq Compania S.A.C. - Hq Company	SAC	0	Lima	Lima
110	Huamán Yurivilca Vidal Ronald - Joyería Vidalhy	PNCN	2	Lima	Chosica
111	I.K.A.AUTOMOTRIZ SOCIEDAD ANONIMA	SA	0	Lima	Magdalena Del Mar
112	IMPORT & EXPORT PASION S.A.C.	SAC	2	Lima	Lima
113	Importaciones Y Exportaciones Brizatex S.A.C - Brizatex Sac	SAC	0	Lima	Lima
114	INKA PLACE S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
115	Inversiones Albry-Joyas Joann E.I.R.L - Joann Joyas	EIRL	0	Lima	San Borja
116	INVERSIONES ARCO IRIS-IMPORTACIONES & EXPORTACIONES S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
117	INVERSIONES CELENE E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
118	Inversiones Gapet S.A.C - Sociedad Gp	SAC	0	Lima	Miraflores
119	INVERSIONES MINDESA E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	La Victoria
120	INVERSIONES PELAEZ PISCOYA E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
121	INVERSIONES PERUVIANA S.A.C.	SAC	3	Lima	Lima
122	INVERSIONES SACEN SAC	SAC	0	Lima	Lima
123	J H ORO 750 EIRL	EIRL	0	Lima	Miraflores
124	J Y J JOYAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	EIRL	0	Callao	Callao
125	J.C.D. INVERSIONES E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
126	J.M. Fabricante Importador Exportador Ei - J.M. Fabricante Import Export	NE	2	Lima	Breña
127	JAVIER SALAS LEONIDAS	PNCN	2	Lima	Lima
128	JESSEL JOYAS E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	La Molina
129	Jhaella S.A.C - Jhaella Sac	SAC	0	Lima	Lima
130	JOILLOR S.A.C.	SAC	0	Lima	Magdalena Del Mar
131	Jordán Ledesma De Cortez María Elizabeth - Illakusi	PNCN	0	Trujillo	Trujillo
132	Joya Andina S.A.C. - Joya Andina	SAC	0	Lima	Lima
133	JOYAS BRENDA LY S.A.C.	SAC	4	Lima	Lima
134	JOYAS E IMAGEN SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	1	Lima	Lima
135	Joyas Jair E.I.R.L. - Joyas Jair	EIRL	1	Callao	Callao
136	JOYAS Y BISUTERIA FINA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Lima
137	Joyer-A Aura Eirl - Joyería Aura	EIRL	0	Lima	Lima
138	JOYERIA BELLIDO EIRL	EIRL	0	Lima	Lima
139	JOYERIA DIANA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Lima
140	JOYERIA FINA S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
141	JOYERIA FIORO E.I.R.L.	EIRL	0	Huancayo	Huancayo
142	Joyería La Minitta SAC Joyería La Minitta S.A.C.	SAC	9	Lima	Lima
143	JOYERIA SHERLY S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
144	JOYERIA SILVERINCA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Lima
145	Joyería Tejida Reysaac S.A.C. - Joyería Tejida Reysaac	SAC	0	Lima	Lima
146	JOYERIA Y ARTESANIA LADY YENS S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
147	JOYERIA Y GRABADOS JMV S.A.C.	SAC	0	Lima	San Martin De Porres
148	JOYERIA Y SERVICIOS MULTIPLES CASIO S E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	San Juan De Miraflores
149	Joyerías Peruanas Wara S.A.C - Wara	SAC	0	Lima	Santiago De Surco
150	Kallpa Arte Y Diseño Sac - Kallpart	SAC	1	Lima	Lima
151	Kallpasami S.A.C. - Kallpasami	SAC	0	Lima	Lima
152	Kari-Kars Eirl - Kari Kars Eirl	EIRL	0	Lima	Lima
153	Kbc Trading S.A.C. - QPeru	SAC	0	Callao	Callao
154	KEY CENTER S.A.C.	SAC	0	Trujillo	Trujillo
155	Koleksi Creative Sociedad Anónima Cerrada - Koleksi Creative	SAC	0	Lima	Lima
156	KOSTER DE LUZA ERIKA MARIA ELENA SOFIA	PNCN	2	Lima	Lima
157	KUZY CREACIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Surquillo
158	L & R GRANTHON SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	1	Lima	Lima
159	LAS JOYAS DEL DUQUE EXPORT IMPORT SCRL	SCRL	0	Cusco	Cusco

N	Nombre de la empresa	Sociedad	N emp	Provincia	Distrito
160	LE MARCHE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Lima
161	Lecaros Muñoz Vda De Aliaga Teda Gabriela - Joyas De Plata Gg	PNCN	2	Lima	Lima
162	Leiva Espinoza José Natividad - Taller De Joyería Naty	PNCN	2	Lima	Lima
163	LIMA JOYA SAC	SAC	0	Lima	Lima
164	LINEA FINA E.I.R.L.	EIRL	1	Lima	Lima
165	LLAXSAY QORY ESCUELA DE JOYAS S.A.	SA	0	Lima	Miraflores
166	Los Diamantes Del Duque SCRL Los Diamantes De Duque S.R.L.	SCRL	1	Cusco	Cusco
167	LUDOTEK S.A.C.	SAC	4	Lima	Lima
168	LUIROVE E.I.R.L	EIRL	5	Lima	Lima
169	Luna Barbieri Boris Vladimir - Eire Joyeros	PNCN	2	Lima	Lima
170	M & M & M JOYEROS SAC	SAC	0	Lima	Lima
171	M & R ARTE Y DISEÑO S.A.C.	SAC	0	Lima	Surquillo
172	M.P.J. Export-Import S.A. - M.P.J. Ei S.A.	SA	0	Lima	Lima
173	Maldonado Rodríguez Robin Luis - Atix Jewels Design	PNCN	2	Lima	Lima
174	MALLQUI BARDALES WILFREDO WILLIAM	PNCN	2	Lima	Villa El Salvador
175	MARAVISA E.I.R.L.	EIRL	4	Lima	Lima
176	Marca Barbaran Ricardo Javier - Joyería Di Marka	PNCN	2	Callao	Callao
177	Marianito E.I.R.L. - Marianito	EIRL	0	Lima	Lima
178	MARINA RAMOS DE YNDIGOYEN JUANA	PNCN	2	Lima	Lima
179	MARKESE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - MARKESE S.A.C.	SAC	19	Lima	Lima
180	MARRO NOGUEROL DAVID ANTENOR	PNCN	2	Lima	Villa El Salvador
181	MAVALU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	San Isidro
182	MAZULIS MORENO GIULIANA KATIUSKA	PNCN	2	Lima	Lima
183	MC JOYAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - MC JOYAS S.A.C.	SAC	0	Lima	Surquillo
184	MEGA STAR TRADING S.A.C.	PNCN	0	Lima	Jesús María
185	MEGANN IMPORT CORP. E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	San Juan De Miraflores
186	Mego Tuesta Daniel Segundo - Achira	PNCN	2	Lima	Lima
187	Mendoza Lupaca Rene Justo - Serbicon	PNCN	1	Lima	Lima
188	MERCHANDISING S & P S.A.C	SAC	0	Lima	San Martin De Porres
189	Metales Y Exportaciones E.I.R.L. - Mexport	EIRL	5	Lima	Lima
190	METALIZADOS MIDAS S.A.C.	SAC	0	Callao	Callao
191	METALS PRECIOUS S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
192	Milica Diseños & Accesorios S.A.C - Milica	SAC	1	Lima	Lima
193	Minera José Pascual E.I.R.L - Minera José Pascual	EIRL	0	Trujillo	Trujillo
194	MJ COSEC S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
195	Mj Synergies S.A.C. - Melina Honey.Com	SAC	0	Lima	Lima
196	Molina Bernal Marco Jonatan - Peruvianart	PNCN	2	Lima	Lima
197	MONICA CHANG S.A.C.	SAC	7	Lima	Lima
198	Montenegro Barboza Angélica Teresa - Joyas Aniel	PNCN	2	Lima	Lima
199	MULTINEX E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Magdalena Del Mar
200	MULTISERVICIOS JOANEV S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
201	MUTUMBI S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
202	MYSORE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	EIRL	1	Lima	Lima
203	NARELLA JOYAS SAC	SAC	2	Lima	Lima
204	Navarro Y Compañía S.R.L. - Navarro Y Cía. S.R.Ltda.	SRL	0	Lima	Lima
205	NEGGLI BELLMUNT ELIZABETH BLANCA	PNCN	2	Lima	Lima
206	NEGOCIACIONES ANTUANE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Lima
207	NEW ARCONT EXPORT S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
208	NEW FASHION PERU S.A	SA	5	Lima	Lima
209	NIETO CALDERON JESUS ANGEL	PNCN	1	Lima	Lima
210	NUNA LUNA SAC	SAC	0	Lima	San Isidro
211	Olmedo Silva Santisteban Lisset Neyza - Neyza	PNCN	2	Lima	Lima
212	ORO LINDO S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
213	ORO SANTO S.A.C.	SAC	0	Lima	Jesús María
214	Orpheia S.A.C - Orpheia	SAC	0	Lima	Lima

N	Nombre de la empresa	Sociedad	N emp	Provincia	Distrito
215	ORTIZ SERNAQUE PATRICIA NADIA	PNCN	2	Lima	Lima
216	OSIRIS JOYERIA EIRL	EIRL	3	Lima	Lima
217	Palomino Martínez Joyce Kelly - Joyce Palomino	PNCN	2	Lima	Lima
218	Palomino Yapo Grerio - Joyería Tall. Palomino Vásquez	PNCN	2	Lima	Lima
219	PANTA ZAPATA MARIO CESAR	PNCN	2	Lima	Lima
220	PATZZA S.A.C.	SAC	0	Lima	Breña
221	PERLAS DEL CIELO S.R.L.	SRL	0	Lima	Lima
222	PERU GOLD X & M E.I.R.L.	EIRL	0	Arequipa	Arequipa
223	PERUVIAN BULLION E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
224	PERUVIAN GROUP QUEENOVA S.R.L.	SRL	0	Trujillo	Trujillo
225	PIZARRO JOYAS SAC	SAC	2	Lima	Lima
226	PLATERIA ARTE SIPAN SAC PLATERIA ARTE SIPAN S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
227	PLATERIA SAN MIGUEL SRL	SRL	2	Lima	Lima
228	Polo América Victoria - Joyas Y Detalles	PNCN	1	Lima	Lima
229	PRINCIPE CORZO MANUEL	PNCN	2	Lima	El Agustino
230	PRODUCE Y COMERCIA S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
231	PURO DISENO S.A.C.	SAC	3	Lima	Lima
232	PV ORO Y PLATA PERUANA E.I.R.L	EIRL	0	Lima	Lima
233	QORI JEWELS S.R.L.	SRL	1	Lima	Lima
234	Ramos Aguilar Cynthia Elena - Joyería Alexandra	PNCN	2	Lima	Lima
235	REFINACION DE METALES - REFIMETAL SAC	SAC	0	Lima	Lima
236	Rentería Che Raúl Alexander - Rentería Joyeros	PNCN	2	Lima	Lima
237	Representaciones Amethyst EIRL. - Represent. Amethyst E.I.R.L.	EIRL	1	Lima	Lima
238	Reyes Orduña Prospero Walter - El Brillante	PNCN	2	Lima	Lima
239	RIVERA CATERIN SHIRLEY	PNCN	2	Lima	Lima
240	Rojas Gamarra Joel Nario - Fabrica De Joyas Rolex	PNCN	0	Ucayali	Coronel Portillo
241	ROLAND ARTE Y DISENO E.I.R.L. - ROARDI E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Puente Piedra
242	ROSA DEL MAR E.I.R.L.	EIRL	0	Huancayo	Huancayo
243	Rosales Salhuana Susana Elizabeth - Bisutería Nicol	PNCN	0	Lambayeque	Lambayeque
244	Rospigliosi Herrera Mónica Patricia - Patricia Rospigliosi	PNCN	2	Callao	Callao
245	RUWASQAY S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
246	SACA PERU SAC	SAC	0	Lima	San Martin De Porres
247	SAK BUSINESS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SABU S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
248	Salazar Aguilar Jacqueline Teresa - Peruvian Expressions	PNCN	2	Lima	Lima
249	Samex S.A.C. - Samex	SAC	1	Callao	Callao
250	SAMISA CREACIONES ARTESANALES E.I.R.L	EIRL	0	Lima	Lima
251	SBSO EIRL SBSO E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	San Isidro
252	SILVER WORLD S.A.	SA	0	Lima	Lima
253	SL TRADING S.R.L.	SRL	0	Lima	San Miguel
254	Sole Joyas E.I.R.L - Sole Joyas	EIRL	0	Lima	Lima
255	Solo 10 E.I.R.L - Solo 10	EIRL	0	Lima	Pueblo Libre
256	SOSA TINEO CARLOS RAUL	PNCN	1	Lima	Lima
257	STELA PROMOCIONES E.I.R.L.	EIRL	1	Lima	Lima
258	STELLA & CO. SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Lima
259	STHEFFY GOLD & SILVER COMPANY EIRL	EIRL	0	Lima	Comas
260	SUARDO SILVER & ART S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
261	Sudamericana De Diamantes EIRL	EIRL	0	Lima	Miraflores
262	SUMA DE IDEAS EIRL	EIRL	1	Lima	Lima
263	Sumaq Imex S.A.C. - Sumaqdesign	SAC	2	Lima	Lima
264	SUSANA CONROY E.I.R.L	EIRL	2	Lima	Lima
265	Taller Nueve 25 S.A.C. - Nueve25	SAC	1	Lima	Lima
266	Tello Gallac Marino - D Gala	PNCN	2	Lima	Lima
267	Tendencias Perú Eirl - Tilvi	EIRL	5	Lambayeque	Chiclayo
268	TERNURIA E.I.R.L.	EIRL	2	Lima	Lima
269	THE INKA SHOP PERUVIAN PRODUCTS E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima

N	Nombre de la empresa	Sociedad	N emp	Provincia	Distrito
270	TICONA TAPIA DE GAYOSO MARIA ELENA	PNCN	2	Lima	Lima
271	Tintorer Rubli Ana Vivian - Atr Artesanías De Plata	PNCN	2	Lima	Lima
272	TORRES DELLA PINA ORFEBRES SAC	SAC	12	Lima	Lima
273	Tuanis Sociedad Anónima Cerrada - Tuanis S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
274	TUKI PERU E.I.R.L.	EIRL	1	Lima	Lima
275	ULLOA HNOS.S.A.C	SAC	2	Lima	Lima
276	Ultra Perú E.I.R.L. - Tercermundo	EIRL	8	Lima	Lima
277	V & R TRADING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Santiago De Surco
278	Valderrama Cueva Víctor - Joyería Y Platería Vivac	PNCN	1	Lima	Lima
279	VALERIA PRIAS E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
280	Valerio Reyes Diana Rocima - Artesanías Tati S	PNCN	2	Lima	San Martín De Porres
281	Valkyrías Perú S.A.C - Valkirías	SAC	1	Lima	Lima
282	VALOR CORPORATIVO S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
283	VARA LIZA JOHN ANIBAL	PNCN	2	Lima	Lima
284	VASQUEZ BOGGIANO CLAUDIA ELIZABETH	PNCN	2	Lima	Jesús María
285	Veinte10 E.I.R.L. - Myo Joyas	EIRL	0	Lima	Lima
286	Velarde Rolin Meliza - Killay Joyería Peruana	PNCN	1	Lima	Lima
287	Vera Ortega José Enrique - Intioriginals	PNCN	0	Piura	Piura
288	VIA CHOCOLAT E.I.R.L.	EIRL	1	Lima	Lima
289	VICENTE ALEJOS DE YABAR MARIA JUSTA	PNCN	2	Lima	Chorrillos
290	VILLANUEVA MORE DAVID	PNCN	2	Callao	Callao
291	VYAN S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
292	WARMÍ ART. E.I.R.L.	EIRL	0	Callao	Callao
293	Warmi Perú Corporación Empresarial S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
294	Weber De Aguinaga Fabienne Sonia - Fabienne Bisselbach Bijoux	PNCN	1	Lima	Lima
295	XAVI JEWELS E.I.R.L.	EIRL	0	Lima	Lima
296	XO TENDENCIAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAC	0	Lima	Lima
297	YAHALOM DIAMONDS E.I.R.L.	EIRL	1	Lima	Lima
298	YARES JOYEROS SCRL	SCRL	0	Piura	Piura
299	YLLARI CORP S.A.C.	SAC	0	Lima	Lima
300	ZAVALA FLORES CARLOS ANTONIO	PNCN	2	Lima	Lima

Anexo 5. Validación de expertos

Santa Anita, 13 de marzo del 2017

Sr. ...
Doctor en ...
Presente

ASUNTO: Validación de instrumentos por juicio de experto

Por la presente reciba Ud. mi saludo cordial y fraterno, como estudiante del Doctorado en Ciencias Contables y Financieras de la Escuela de Postgrado de la Universidad San Martín de Porres.

Asimismo, manifestarle que estoy desarrollando un trabajo de investigación denominado **“LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONOMICO-FINANCIERO DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERIA DE PLATA”**, por lo que conocedor de su trayectoria profesional y vinculación en el campo de la investigación, solicito su colaboración en emitir su juicio de experto para la validación de los instrumentos de recolección de datos, para lo cual acompaño:

- I.- Matriz de consistencia.
- II.- Matriz de operacionalización de variables.
- III.- Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
- IV.- Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos.

Agradeciendo por anticipado su colaboración como experto en la materia, quedo de usted muy reconocido.

Atentamente,
Decio Rubio Urrelo

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO

DATOS GENERALES:

- Apellidos y Nombres del Informante: Centeno Pablo, Justo Jorge
- Cargo e Institución donde labora: Docente en Universidad San Ignacio de Loyola.
- Título de la investigación: "LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONOMICO-FINANCIERO DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERIA DE PLATA".
- Nombre del instrumento:
 - a. Matriz de consistencia.
 - b. Matriz de operacionalización de variables.
 - c. Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
 - d. Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos.
- Autor de los Instrumentos: Mg. Decio Rubio Urrelo.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- a. Matriz de consistencia.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- b. Matriz de operacionalización de variables.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- c. Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- d. Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 28 de marzo del año 2017



 Firma del Experto Informante.
 DNI. N° 43370955

REGISTRO NACIONAL DE
GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Es Aplicativo

Es Guía

Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
DNI 43370955	MAESTRO EN ADMINISTRACION 07/02/2006*	UNIVERSIDAD DE SAN IGNACIO DE LOYOLA
DNI 43370955	LICENCIADO EN CIENCIAS MILITARES 08/02/2007*	ESCUELA MILITAR DE OFICIALES
DNI 43370955	BACHILLER EN CIENCIAS MILITARES 20/08/2007*	ESCUELA MILITAR DE OFICIALES
DNI 43370955	DOCTOR EN ADMINISTRACION 07/04/2011*	UNIVERSIDAD NACIONAL DEL TROPICADOR

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO

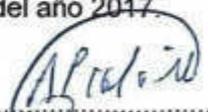
DATOS GENERALES:

- Apellidos y Nombres del Informante: Alcalá Martínez, Ascención Tomás
- Cargo e Institución donde labora: Docente en Universidad San Ignacio de Loyola.
- Título de la investigación: "LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONOMICO-FINANCIERO DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERIA DE PLATA".
- Nombre del instrumento:
 - a. Matriz de consistencia.
 - b. Matriz de operacionalización de variables.
 - c. Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
 - d. Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos.
- Autor de los Instrumentos: Mg. Decio Rubio Urrelo.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- a. Matriz de consistencia.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- b. Matriz de operacionalización de variables.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- c. Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- d. Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 28 de marzo del año 2017.



 Firma del Experto Informante.
 DNI. N° 08234054

REGISTRO NACIONAL DE
GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Es Aplicativo

Es Guía

Resultado

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
ALCALÁ MARTÍNEZ, ASCENCIÓN TOMÁS DNI 08234054	DOCTOR EN ECONOMÍA 05/04/16*	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA
ALCALÁ MARTÍNEZ, ASCENCIÓN TOMÁS DNI 08234054	MAESTRO EN FINANZAS 16/03/2011*	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA
ALCALÁ MARTÍNEZ, ASCENCIÓN TOMÁS DNI 08234054	ECONOMISTA 05/03/84*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCO
ALCALÁ MARTÍNEZ, ASCENCIÓN TOMÁS DNI 08234054	BACHILLER EN ECONOMÍA 04/01/84*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCO

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO

DATOS GENERALES:

- Apellidos y Nombres del Informante: Pajuelo Camones, Carlos Heráclides
- Cargo e Institución donde labora: Docente en Universidad San Ignacio de Loyola.
- Título de la investigación: "LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONOMICO-FINANCIERO DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERIA DE PLATA".
- Nombre del instrumento:
 - a. Matriz de consistencia.
 - b. Matriz de operacionalización de variables.
 - c. Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
 - d. Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos.
- Autor de los Instrumentos: Mg. Decio Rubio Urrelo.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- a. Matriz de consistencia.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- b. Matriz de operacionalización de variables.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- c. Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- d. Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 28 de marzo del año 2017.



 Firma del Experto Informante.
 DNI. N° 32117673

REGISTRO NACIONAL DE
GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Resultados

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
DNI 32117672	MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN 04-08-2012*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCO
DNI 32117673	DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN 05-03-2014*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCO
DNI 32117675	BACHILLER EN COOPERATIVISMO 05-06-1982*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCO
DNI 32117677	LICENCIADO EN COOPERATIVISMO 05-10-1984*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCO
DNI 32117679	LIC. COOPERATIVISMO 05-10-1984*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCO

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO

DATOS GENERALES:

- Apellidos y Nombres del Informante: Bamberger Vargas, Braggi Alfredo
- Cargo e Institución donde labora: Docente en Universidad San Ignacio de Loyola.
- Título de la investigación: "LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONOMICO-FINANCIERO DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERIA DE PLATA".
- Nombre del instrumento:
 - a. Matriz de consistencia.
 - b. Matriz de operacionalización de variables.
 - c. Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
 - d. Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos.
- Autor de los Instrumentos: Mg. Decio Rubio Urrelo.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- a. Matriz de consistencia.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- b. Matriz de operacionalización de variables.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- c. Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- d. Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 28 de marzo del año 2017.

Firma del Experto Informante.
DNI. N° 03304515

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
DNI 09204515	DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS 11-07-2014*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN Y ARTES
DNI 09204515	LICENCIADO EN EDUCACIÓN	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN Y ARTES
DNI 09204515	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN Y ARTES
DNI 09204515	LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN 01-03-1990*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN Y ARTES
DNI 09204515	BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN 16-07-1990*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN Y ARTES
DNI 09204515	MAESTRO EN FINANZAS Y MERCADOS FINANCIEROS 28-08-2009*	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN Y ARTES

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO

DATOS GENERALES:

- Apellidos y Nombres del Informante: Casavilca Maldonado, Edmundo Rafael
- Cargo e Institución donde labora: Docente en Universidad San Ignacio de Loyola.
- Título de la investigación: "LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PERUANAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONOMICO-FINANCIERO DE LAS MYPES EXPORTADORAS DE JOYERIA DE PLATA".
- Nombre del instrumento:
 - a. Matriz de consistencia.
 - b. Matriz de operacionalización de variables.
 - c. Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
 - d. Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos.
- Autor de los Instrumentos: Mg. Decio Rubio Urrelo.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- a. Matriz de consistencia.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- b. Matriz de operacionalización de variables.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- c. Instrumento de investigación: Formato de encuesta, toma de muestra.
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- d. Fichas de opinión de expertos: Entrevista en profundidad a expertos
 - (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 - (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 28 de marzo del año 2017.



Firma del Experto Informante.
DNI. N° 06598217

RESULTADO ACADÉMICO

GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Aplicativo

100%

RESULTADO

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
DNI 06598217	MAESTRÍA EN ECONOMÍA	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA
DNI 06598217	INGENIERO INDUSTRIAL (07/12/94*)	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA
DNI 06598217	BACHILLER EN INGENIERÍA INDUSTRIAL (05/05/1997*)	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA
DNI 06598217	DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS (09/09/2014*)	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA