



**UNIVERSIDAD ANDINA**  
**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**



**EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS**  
**TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO**  
**TITICACA PUNO 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

**Bach. SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**

**JULIACA – PERÚ**

**2025**



**UNIVERSIDAD ANDINA**

**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS  
TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO  
TITICACA PUNO 2024**

**TESIS PRESENTADA POR:**

**Bach. SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**APROBADA POR EL JURADO REVISOR:**

**PRESIDENTE**

:

  
Dr. SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO

**PRIMER MIEMBRO**

:

  
Dr. ROBERTO PAYE COLQUEHUANCA

**SEGUNDO MIEMBRO**

:

  
Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

**ASESOR DE TESIS**

:

  
Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ECONOMÍA INTERNACIONAL (5310-UNESCO)**



**UNIVERSIDAD ANDINA**  
**"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"**

**RESOLUCIÓN N°140-2025-D-FCA-UANCV-J**

Juliaca, 13 de junio de 2025

**VISTOS:**

El Expediente N° 3607, presentado por **SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ**, quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación y defensa de la tesis titulado: **EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO TITICACA PUNO 2024**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**.

**CONSIDERANDO:**

**Que**, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado

**Que**, al haber cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Y estando**, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO. – DECLARAR APTO** para la sustentación presencial del informe Final de la investigación (borrador de Tesis), del (la) bachiller: **SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTICULO SEGUNDO. – NOMINAR JURADOS** para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

- \* PRESIDENTE : Dr. SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO
- \* 1er. MIEMBRO : Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
- \* 2do. MIEMBRO : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- \* ASESOR DE TESIS : Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

**ARTICULO TERCERO. – PROGRAMAR FECHA Y HORA** de sustentación como se detalla:

- \* Lugar : salón de Grados y Títulos
- \* Fecha : martes, 17 de junio de 2025
- \* Hora : 09:00 a.m.

**ARTICULO CUARTO. – DISPONER** que la comisión de Grados y Títulos de la Facultad, Secretaría Académica, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

**DISTRIBUCIÓN:**  
- Unid Inv. (1)  
- Jurados (3)  
- Interesado (1)  
- Asesor de Tesis (1)  
- Archivo FCA (1)

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA  
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"  
**Dr. Sc.S. Licimaco Aguilar Pinto**  
DECANO (e)  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



## RESOLUCIÓN N° 697-2024-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 13 de diciembre 2024

### **VISTOS:**

El Expediente 2024-CU-17938 de fecha 03 de diciembre de 2024, del **Bach. SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ**, quien solicita Revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) y el **Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales.

### **CONSIDERANDO:**

**Que**, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

**Que**, el (la) **Bach. SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ**, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulado: **EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO TITICACA PUNO 2024**, conducente para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**.

**Que**, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Que**, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable al Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis).

**Que**, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del ASESOR Dra. **YENNY ROSARIO ACERO APAZA**.

**Estando**, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

### **SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS)**, para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema titulado: **EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO TITICACA PUNO 2024**, correspondiente a la Línea de Investigación **ECONOMÍA INTERNACIONAL (5310-UNESCO)** presentado por el (la) **Bach. SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO. - RATIFICAR**, como **ASESOR** a la Dra. **YENNY ROSARIO ACERO APAZA**.

**ARTÍCULO TERCERO. - DISPONER**, que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

UNIVERSIDAD ANDINA  
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ  
DIRECCIÓN  
UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN  
JULIACA - PERÚ  
Dr. Sc. S. **Lizetaco Aguilar Pardo**  
DIRECTOR  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:  
- Decanatura  
- Interesado (1)  
- Archivo FCA (1)  
- SLAP/



## RESOLUCIÓN N° 409-2024-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 06 de setiembre 2024

### VISTOS:

El Expediente: **2024-CU-6532** de fecha 03 de junio del 2024, el cual solicita Revisión de propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**.

### CONSIDERANDO:

**Que**, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

**Que**, el (la) **Bach. SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ**, quien solicita la revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación de **Título: EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO TITICACA PUNO 2024**, conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**.

**Que**, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Que**, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la Propuesta de Investigación.

**Que**, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, corroboró la propuesta del ASESOR **Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA**, quien debe ser acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis).

**Estando**, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

### SE RESUELVE:

**ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**, titulado: **EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO TITICACA PUNO 2024**, presentado por el (la) **Bach. SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ**, en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER**, como ASESOR a la **Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA**.

**ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER** que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



DISTRIBUCIÓN:  
- Decanatura  
- Interesado (1)  
- Archivo FCA (1)  
- SLAP/




Metadatos complementarios - UANCV



<b>EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO TITICACA PUNO 2024</b>	
<b>Datos de autor</b>	
Nombres y apellidos	SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70244555
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0008-7019-1857">https://orcid.org/0009-0008-7019-1857</a>
<b>Datos de asesor</b>	
Nombres y apellidos	YENNY ROSARIO ACERO APAZA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	01324434
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-9783-7733">https://orcid.org/0000-0002-9783-7733</a>
<b>Datos del jurado</b>	
<b>Presidente del jurado</b>	
Nombres y apellidos	SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02291995
<b>Miembro del jurado 1</b>	
Nombres y apellidos	ROBBINS FLORES AGUILAR
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02426851
<b>Miembro del jurado 2</b>	
Nombres y apellidos	ROBERTO PAYE COLQUEHUANCA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02145441
<b>Datos de investigación</b>	



Línea de investigación	ECONOMÍA INTERNACIONAL (5310-UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú  Departamento: Puno  Provincia: San Román  Distrito: Juliaca</p> <p>Coordenadas:  Latitud: -15.835268081946964  Longitud: -70.01479865680373  <a href="https://maps.app.goo.gl/YhsYi8knYdhjqbey6">https://maps.app.goo.gl/YhsYi8knYdhjqbey6</a></p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Septiembre 2024 – Junio 2025
URL de disciplinas OCDE	<p><b>Negocios, Administración</b>  <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</a></p> <p><b>Administración pública</b>  <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.02">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.02</a></p>

UNIVERSIDAD ANDINA  
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ  
  
Dr. Benigno Callata Quispe  
DIRECTOR  
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ, identificado con DNI Nro. 70244555 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
- Programa de Segunda Especialidad,**
- Programa de Maestría o Doctorado**

ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

informo que he elaborado el/la  **Tesis** o  **Trabajo de Investigación**,  **Trabajo Académico** denominada:  
EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO TITICACA PUNO 2024

Asesorado por: Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

Es un tema original.

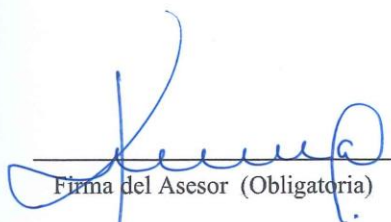
Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 25 de Junio del 2025

  
Firma del Asesor (Obligatoria)

  
FIRMA (Obligatoria)



Huella



### **DEDICATORIA**

Primeramente, a nuestro amado Dios por guiarme y darme fuerzas para seguir adelante también a mis queridos padres, haberme enseñado buenos valores para ser una buena persona y un buen estudiante.

También dedicar este logro a mi pareja Jose Eduardo Huayta Acencio y suegra por su apoyo y aliento para no decaer en momentos difíciles, también a mi querido hijo Santiago Huayta Quincho quien me motiva para seguir adelante.



### **AGRADECIMIENTO**

Al concluir este trabajo de investigación, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a los docentes de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UANCV, cuya orientación, dedicación y paciencia fueron fundamentales para el desarrollo de esta investigación. También extendo mi gratitud a mis amigos y compañeros de clase, quienes con su apoyo y motivación contribuyeron significativamente.



## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	xii

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Delimitación de la investigación.....	2
1.2.1. Delimitación espacial.....	2
1.2.2. Delimitación social .....	3
1.2.3. Delimitación temporal .....	3
1.3. Formulación del problema .....	3
1.4. Justificación del estudio .....	4

### CAPÍTULO II

#### OBJETIVOS

2.1. Objetivo general.....	5
2.2. Objetivos específicos .....	5



**CAPÍTULO III**

**MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

3.1. Antecedentes de la investigación ..... 6

    3.1.1. A nivel internacional..... 6

    3.1.2. A nivel nacional ..... 8

    3.1.3. A nivel local o regional..... 11

3.2. Bases teóricas ..... 12

3.3. Marco conceptual..... 48

**CAPITULO IV**

**HIPÓTESIS**

4.1. Hipótesis general..... 51

4.2. Hipótesis específica ..... 51

4.3. Variables ..... 51

4.4. Operacionalización de variables ..... 52

**CAPÍTULO V**

**PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN**

5.1. Enfoque de la investigación ..... 53

5.2. Método aplicado a la investigación..... 53

5.3. Tipo de investigación ..... 53

5.4. Nivel de investigación..... 54

5.5. Diseño de investigación ..... 54

5.6. Población y muestra..... 54



5.6.1. Población.....	54
5.6.2. Muestra .....	55
5.7. Técnicas e instrumentos .....	55
5.7.1. Técnica.....	55
5.7.2. Instrumento .....	55
5.8. Confiabilidad y validez del instrumento .....	55
5.8.1. Confiabilidad.....	55
5.8.2. Validez .....	56
5.9. Procedimiento de tratamiento de datos .....	56
5.10. Contrastación de hipótesis .....	56
<b>CAPÍTULO VI</b>	
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	
6.1. Presentación de resultados .....	61
6.2. Discusión de resultados.....	68
CONCLUSIONES .....	71
RECOMENDACIONES .....	72
REFERENCIAS.....	74
ANEXOS .....	79
Matriz de consistencia.....	80
Matriz de datos.....	82
Instrumento .....	83
Validez de instrumento .....	85



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables.....	52
Tabla 2. Estadística de confiabilidad del instrumento .....	55
Tabla 3. Contraste de la HG.....	57
Tabla 4. Contraste de la HE1 .....	58
Tabla 5. Contraste de la HE2 .....	59
Tabla 6. Contraste de la HE3 .....	60
Tabla 7. Prueba de normalidad .....	61
Tabla 8. Interpretaciones de las correlaciones .....	62
Tabla 9. Correlación entre la exportación y la calidad de vida.....	62
Tabla 10. Correlación entre el acceso a mercados y la calidad de vida.....	64
Tabla 11. Correlación entre la capacitación comercial y la calidad de vida.....	65
Tabla 12. Correlación entre la adaptación del producto y la calidad de vida .....	67



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de dispersión entre la exportación y la calidad de vida .....	63
Figura 2. Diagrama de dispersión entre el acceso a mercados y la calidad de vida .....	64
Figura 3. Diagrama de dispersión entre la capacitación comercial y la calidad de vida .....	66
Figura 4. Diagrama de dispersión entre la adaptación del producto y la calidad de vida.....	67



## RESUMEN

Esta tesis titulada: Exportación y calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024. Tuvo como propósito establecer la relación entre la exportación y la calidad de vida de las artesanas textiles. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un método deductivo, tipo de investigación básica, nivel correlacional y diseño no experimental, trabajando con una muestra censal de 25 artesanas. Los datos se recolectaron mediante un cuestionario cuya confiabilidad fue validada con un Alfa de Cronbach de 0,866. Los resultados estadísticos revelaron una correlación positiva alta entre la (Rho de Spearman = 0,760,  $p = 0,000$ ), lo que confirma que el fortalecimiento de las actividades de exportación se traduce en mejoras significativas en el bienestar económico, social y emocional de las artesanas. Se concluye que la exportación se relaciona significativamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

**Palabras clave:** Exportación, calidad de vida



## ABSTRACT

This thesis, titled: Exportation and Quality of Life of Textile Artisans from the Port of Lake Titicaca, Puno, 2024, aimed to establish the relationship between exportation and the quality of life of textile artisans. It was conducted using a quantitative approach, with a deductive method, basic research type, correlational level, and non-experimental design, working with a census sample of 25 artisans. Data were collected through a questionnaire, whose reliability was validated with a Cronbach's Alpha of 0.866. The statistical results revealed a high positive correlation (Rho de Spearman = 0.760,  $p = 0.000$ ), confirming that strengthening export activities leads to significant improvements in the economic, social, and emotional well-being of the artisans. It was concluded that exportation is significantly related to the quality of life of textile artisans from the Port of Lake Titicaca, Puno, 2024.

**Key word:** Exportation, quality of life



## INTRODUCCIÓN

La región de Puno, situada en el altiplano peruano, destaca no solo por su extraordinaria riqueza cultural, sino también por su profundo legado en la producción artesanal, especialmente en el ámbito textil. En las comunidades que rodean el majestuoso Lago Titicaca, las manos de mujeres artesanas tejen historias, tradiciones y sueños a través de cada hilo. Estas mujeres no solo mantienen vivas las técnicas ancestrales heredadas de generaciones pasadas, sino que también desempeñan un papel esencial en la economía local, siendo pilares fundamentales de sus hogares y comunidades. Según el Registro Nacional Artesanal del Perú, más de 5,000 artesanos están registrados en Puno, y más del 90% de ellos son mujeres que trabajan con fibras naturales como la alpaca y la oveja, combinando talento y dedicación para crear piezas únicas.

Sin embargo, detrás de estas creaciones llenas de significado, se ocultan desafíos que reflejan la vulnerabilidad social y económica que muchas de estas artesanas enfrentan. A pesar de su valiosa contribución al patrimonio cultural y económico, la mayoría de estas mujeres lidia con condiciones de pobreza, limitada accesibilidad a mercados justos y una falta de reconocimiento adecuado. Estas adversidades limitan su capacidad de salir adelante y de asegurar un futuro mejor para sus familias. No obstante, el comercio internacional de productos textiles se presenta como una oportunidad esperanzadora.

El trabajo se organiza en seis capítulos: el capítulo I, plantea el problema, delimitando su alcance y justificando su importancia. El capítulo II, establece los objetivos generales y específicos. El capítulo III, desarrolla el marco teórico con antecedentes, bases conceptuales y teóricas. El capítulo IV, expone las hipótesis, variables y su operacionalización. El capítulo V, detalla el enfoque, método, diseño, población, muestra y herramientas de investigación, así como el tratamiento y análisis de datos. El capítulo VI, presenta los resultados, su discusión y finaliza con conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.



## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema

En el ámbito global, el comercio de artesanías textiles ha demostrado ser una herramienta poderosa para el desarrollo económico y social en comunidades vulnerables. En México, por ejemplo, las exportaciones de textiles artesanales han logrado posicionarse como un motor de empoderamiento económico para mujeres indígenas, especialmente en estados como Oaxaca y Chiapas. A través de asociaciones y el acceso a mercados internacionales, las artesanas mexicanas han transformado sus vidas y las de sus comunidades al generar ingresos sostenibles. Sin embargo, desafíos como la falta de capacitación en comercio exterior, el acceso limitado a tecnologías de producción y la competencia desleal con productos industrializados siguen siendo barreras significativas. Estas experiencias resaltan la necesidad de políticas públicas inclusivas que potencien el rol de las mujeres en las cadenas de valor artesanal (Arellano y Bocanegra, 2021).

En el Perú, las artesanías textiles representan no solo un legado cultural inestimable, sino también una oportunidad para reducir brechas económicas y sociales. A pesar de ser un país reconocido por la riqueza de su herencia textil, muchas artesanas enfrentan dificultades para acceder a mercados más amplios debido a la falta de infraestructura comercial y de capacitación en exportación. Las exportaciones peruanas de productos artesanales han mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, especialmente en mercados como



Estados Unidos y Europa, lo que demuestra un interés internacional por productos auténticos y de alta calidad. Sin embargo, este crecimiento no siempre se traduce en mejoras directas en la calidad de vida de las artesanas, quienes continúan enfrentando problemas como bajos ingresos, inequidad de género y la falta de reconocimiento de su trabajo en las cadenas de valor globales (Lindo, 2023).

En el caso del Puerto del Lago Titicaca, Puno, las artesanas textiles desempeñan un papel esencial en la economía local. Sus productos, que incorporan técnicas tradicionales y diseños únicos, poseen un gran potencial para captar mercados internacionales. No obstante, muchas de estas mujeres enfrentan condiciones adversas, como la falta de acceso a tecnologías de producción, barreras lingüísticas y un limitado conocimiento sobre procesos de exportación. Además, los beneficios económicos derivados de la exportación no siempre se reflejan en mejoras tangibles en su calidad de vida, ya que las ganancias suelen estar desigualmente distribuidas entre intermediarios y las productoras. Esta situación limita su capacidad para acceder a servicios básicos, educación y condiciones laborales dignas, perpetuando un círculo de pobreza.

## **1.2. Delimitación de la investigación**

### ***1.2.1. Delimitación espacial***

La investigación se desarrolló en el Puerto del Lago Titicaca, ubicado en la región Puno, Perú. Este espacio geográfico fue seleccionado debido a su relevancia como centro de producción textil artesanal y su conexión directa con actividades económicas relacionadas con el turismo y la exportación. Las artesanas textiles de esta zona, que preservan técnicas tradicionales en sus creaciones, representaron un grupo ideal para analizar la relación entre exportación y calidad de vida, en un contexto donde la riqueza cultural contrasta con limitaciones económicas.



### ***1.2.2. Delimitación social***

El estudio se enfocó en las artesanas textiles del Puerto del Lago Titicaca, quienes forman parte de comunidades locales que dependen significativamente de la comercialización de productos artesanales. Estas mujeres, guardianas de un legado cultural ancestral, enfrentan desafíos relacionados con la falta de acceso a mercados internacionales, desigualdad económica y limitaciones en el desarrollo personal y profesional.

### ***1.2.3. Delimitación temporal***

La investigación abarcó el periodo comprendido durante el año 2024. Este marco temporal permitió analizar las dinámicas recientes de exportación y su impacto en la calidad de vida de las artesanas textiles, considerando los cambios económicos y sociales actuales.

## **1.3. Formulación del problema**

### ***1.3.1. Problema general***

¿De qué forma se relaciona la exportación con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024?

### ***1.3.2. Problemas específicos***

- ¿De qué manera se relaciona el acceso a mercados con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024?
- ¿De qué manera se relaciona la capacitación comercial con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024?
- ¿De qué manera se relaciona la adaptación del producto con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024?



## 1.4. Justificación del estudio

### *Justificación teórica:*

La investigación se fundamentó en la necesidad de comprender cómo la exportación podía influir en la calidad de vida de las artesanas textiles del Puerto del Lago Titicaca, Puno. Estudios previos habían resaltado que las actividades económicas orientadas a mercados internacionales podían ser un catalizador para el empoderamiento social y económico de las mujeres en comunidades vulnerables. Sin embargo, se detectó una brecha significativa en el conocimiento sobre cómo estas dinámicas económicas afectaban directamente aspectos concretos de su bienestar, como ingresos, educación y acceso a servicios básicos.

### *Justificación práctica:*

El propósito práctico de la investigación fue identificar estrategias que mejoraran la calidad de vida de las artesanas textiles a través de un enfoque en la exportación de sus productos. Al analizar esta relación, se buscó proporcionar herramientas y recomendaciones que ayudaran a optimizar los procesos productivos, la comercialización y la distribución de los beneficios económicos de manera más equitativa. Además, se pretendió sensibilizar a los actores locales y nacionales sobre la importancia de apoyar a las mujeres artesanas como guardianas del patrimonio cultural y agentes de cambio social.

### *Justificación metodológica:*

La investigación se llevó a cabo mediante un nivel de investigación relacional, que permitió explorar y analizar la conexión entre la exportación de textiles y los indicadores de calidad de vida de las artesanas. Se utilizó un diseño no experimental, ya que no se manipularon las variables, y se aplicaron técnicas cuantitativas para medir la magnitud y dirección de esta relación. A través de encuestas, entrevistas y análisis de datos secundarios, se recogieron evidencias directamente desde la comunidad de artesanas.



## CAPÍTULO II

### OBJETIVOS

#### 2.1. Objetivo general

Establecer la relación entre la exportación y la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

#### 2.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre el acceso a mercados y la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.
- Analizar la relación entre la capacitación comercial y la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.
- Identificar la relación entre la adaptación del producto y la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.



## CAPÍTULO III

### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 3.1. Antecedentes de la investigación

##### 3.1.1. A nivel internacional

Cruz et al. (2021) en su estudio “Modelo econométrico: Análisis del impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Ecuador, 2009-2019”. El artículo analiza el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico de Ecuador durante el periodo 2009-2019, con el objetivo de determinar la conexión entre ambas variables. Utilizando un enfoque descriptivo y bibliográfico, se empleó un modelo de regresión lineal, donde las exportaciones representaron la variable independiente y el PIB la dependiente. Los hallazgos revelaron una interrelación positiva media (Pearson = 0.477) y un coeficiente de determinación ( $R^2$ ) de 0.228, lo que sugiere que las exportaciones contribuyen al crecimiento del PIB. La conclusión señala que las exportaciones, especialmente de crudo y derivados, son relevantes para la economía ecuatoriana.

Molina (2024) en su estudio “Desarrollo Sostenible y Competitividad: El Impacto de la Certificación Orgánica en la Exportación de Productos Agrícolas de Pequeña Escala en Ecuador”. El estudio tuvo como objetivo analizar cómo la certificación orgánica influye en el desarrollo sostenible y la competitividad del sector exportador agrícola en Ecuador. Utilizando un diseño metodológico cualitativo, se realizaron entrevistas a actores clave del sector y se complementaron con análisis documentales. Los hallazgos destacan que la certificación



orgánica permite mejorar la calidad de vida de los agricultores al facilitar el acceso a mercados internacionales, aumentar sus ingresos y promover prácticas sostenibles. Entre las conclusiones más relevantes, se resalta que la certificación orgánica es esencial para fortalecer la seguridad alimentaria, promover la sostenibilidad ambiental y garantizar la competitividad de los productos ecuatorianos en el mercado global.

Escalante et al. (2021) en su estudio “Análisis de la estructura productiva de la economía ecuatoriana: Exportaciones del Sector Agrícola”. El estudio se enfocó en analizar la estructura productiva de las exportaciones agrícolas en Ecuador, destacando su importancia en la economía nacional. A través de un enfoque documental empírico, utilizando datos del Banco Central del Ecuador, se evaluó el desempeño de productos como banano, cacao, café y flores. Los resultados proyectaron un crecimiento paulatino en las exportaciones de banano y flores naturales. En contraste, el cacao mostró crecimiento con mayor variabilidad, mientras que el café presentó una proyección decreciente. Se concluye que, aunque las exportaciones agrícolas son clave para el PIB ecuatoriano, es necesario diversificar y agregar valor a estos productos para incrementar su competitividad en mercados internacionales.

Alama (2021) en su estudio “Estudio de mercado para la exportación de joyas de plata a la ciudad de Samborondón, Guayaquil. Ecuador 2017”. El estudio tuvo como objetivo realizar un análisis de mercado para la exportación de joyas de plata hacia Samborondón, Guayaquil, Ecuador. La metodología empleada fue descriptiva y no experimental, con una muestra de 195 personas. Los hallazgos destacaron una preferencia mayoritaria por las joyas nacionales (59%) y los modelos más demandados fueron gargantillas y anillos. Desde el análisis financiero. Se concluye que el mercado de Samborondón ofrece condiciones favorables para la aceptación de joyas peruanas, representando una oportunidad de inversión rentable, aunque se recomienda fortalecer la capacitación de artesanos y optimizar procesos de comercialización para consolidar su competitividad en mercados internacionales.



Romero (2023) en su estudio “Análisis de las exportaciones no tradicionales y su influencia en el crecimiento económico del Ecuador, en el periodo 1990 – 2021”. El estudio analizó la conexión entre las exportaciones no tradicionales y el crecimiento económico de Ecuador. Utilizó un enfoque y herramientas econométricas como modelos VAR y VEC para evaluar interrelaciones de corto y largo plazo. Los hallazgos mostraron una conexión efectiva y sustancial entre las exportaciones no tradicionales y el crecimiento económico, destacando su papel en el desarrollo del país. En conclusión, las exportaciones no tradicionales contribuyen al crecimiento económico, pero se requiere un enfoque estratégico en políticas públicas que promuevan la innovación, el fortalecimiento de infraestructura y la formación del capital humano para potenciar su impacto.

Chiatchoua et al. (2022) en su estudio “Contribución de las exportaciones en la reducción de la pobreza en México, 2008-2018”. La investigación evaluó cómo las exportaciones impactaron en la reducción de la pobreza en México entre 2008 y 2018, utilizando un modelo econométrico de panel dinámico para analizar datos de las 32 entidades federativas. Los hallazgos mostraron que las exportaciones contribuyen sustancialmente a reducir la pobreza, especialmente cuando se combinan con factores como el gasto público. Sin embargo, los efectos varían entre entidades más desarrolladas, que logran mayores beneficios, y aquellas menos desarrolladas, donde el impacto positivo es más limitado. Se concluye que, para aprovechar plenamente este potencial, es necesario implementar reformas económicas y políticas de descentralización que empoderen a los gobiernos locales y fortalezcan las capacidades institucionales.

### ***3.1.2. A nivel nacional***

Millones y Nieto (2020) en su estudio “Relación del comercio justo con las exportaciones peruanas de banano orgánico de la región Piura: Variación de las exportaciones, calidad de vida, certificaciones y desarrollo de capacidades, durante el periodo 2014 - 2018. El



estudio analizó cómo el Comercio Justo impacta en la calidad de vida de las comunidades exportadoras de banano, así como en la adquisición de certificaciones y capacidades técnicas. Se aplicó una metodología mixta para analizar datos de 14 comunidades. Los hallazgos evidenciaron una conexión efectiva notable, lo que contribuyó al incremento de las exportaciones durante el periodo estudiado. Se concluyó que el Comercio Justo es una herramienta efectiva para impulsar el desarrollo sostenible y la competitividad de los pequeños productores.

Minaya (2022) en su estudio “El rol del Estado en exportaciones de café y el mejoramiento de calidad de vida en agricultores de Junín, 2022”. El estudio tuvo como finalidad determinar la conexión entre la gestión estatal en exportaciones de café y la mejora de la calidad de vida de los agricultores en la región. Se aplicó un enfoque cuantitativo, abarcando un muestreo de 75 trabajadores públicos de la Municipalidad de Pangoa. Su usaron cuestionarios, los hallazgos mostraron una conexión positiva elevada (Rho de Spearman = 0.736,  $p < 0.05$ ). El análisis evidenció deficiencias en la articulación y alcance de políticas públicas en comunidades alejadas, limitando el impacto positivo de las exportaciones. En conclusión, se resalta la necesidad de fortalecer las estrategias de gobernanza y promoción directa de exportaciones para maximizar los beneficios sociales y económicos en estas comunidades agrícolas.

Quispe (2021) en su estudio “La certificación Fairtrade para mejorar la exportación de artesanía textil: caso Galería Arte Taller Llapamaki SAC. Ayacucho – 2021”. El estudio analizó cómo la certificación Fairtrade influye en las exportaciones de artesanías textiles en la Galería Arte Taller Llapamaki. El enfoque fue mixto, evaluando una población de 20 artesanas. Los hallazgos demostraron que la certificación tiene un impacto significativo en las exportaciones, destacándose mejoras en las dimensiones económica, social, ambiental e institucional. Estadísticamente, se observó una conexión efectiva elevada (Rho de Spearman



=0.76,  $p < 0.05$ ). En conclusión, la certificación Fairtrade no solo amplía mercados, sino que también mejora las condiciones de vida de las artesanas, promoviendo prácticas sostenibles y un desarrollo más inclusivo en la industria textil artesanal.

Corthorn (2023) en su estudio “Plan de Marketing para la exportación peruana de polvo de yacón orgánico al mercado alemán”. El estudio busca desarrollar un plan de marketing para promover la exportación del polvo de yacón orgánico peruano hacia el mercado alemán. Utilizando un enfoque estratégico basado en análisis interno y externo, se identificaron factores clave como la tendencia al consumo saludable en Alemania, un mercado con altas tasas de crecimiento para productos orgánicos. El plan propone posicionar la marca Yakua como líder en el mercado alemán, destacando sus beneficios para la salud, compromiso con la sostenibilidad y conexión cultural. Se concluye que el polvo de yacón tiene gran potencial para ser un "superfood" competitivo, y se sugiere continuar con acciones promocionales enmarcadas en la estrategia de marca país "Superfoods Perú".

Lama (2024) en su estudio “Crecimiento económico exportador, bienestar social y desarrollo económico: Un análisis departamental para el Perú, 2005 – 2019”. El estudio explora la relación entre las exportaciones, el bienestar social y el desarrollo económico en Perú. A través de un enfoque cuantitativo, se examinaron exportaciones tradicionales y no tradicionales. Los hallazgos mostraron que las exportaciones no tradicionales tienen un impacto significativo en el bienestar social, medido a través del índice de bienestar de Sen, mientras que las exportaciones tradicionales y no tradicionales inciden en el desarrollo económico. Sin embargo, se encontró que estos efectos son heterogéneos a nivel departamental. Se concluye que la diversificación de las exportaciones y la inversión en capital humano y físico son fundamentales para mejorar tanto el bienestar como el desarrollo económico, destacándose la importancia de políticas públicas adaptadas a las características específicas de cada región.



Peña (2022) en su estudio “Demanda de exportaciones e importaciones en el Perú: estimación de elasticidades precio e ingreso, enero 2012-febrero 2022”. El análisis estudió cómo las elasticidades precio e ingreso influyen en las exportaciones e importaciones de Perú entre 2012 y 2022, utilizando un modelo ARDL. Los hallazgos mostraron que las exportaciones reales aumentaron significativamente durante la crisis del Covid-19, mientras que las importaciones experimentaron incrementos más modestos. Las elasticidades de ingreso fueron positivas a corto plazo y negativas a largo plazo, mientras que las elasticidades precio fueron inelásticas en ambos horizontes. Se concluyó que las políticas deben enfocarse en diversificar las exportaciones y mejorar la infraestructura para potenciar la competitividad y el comercio internacional, especialmente en contextos de incertidumbre económica.

### ***3.1.3. A nivel local o regional***

Huacani et al. (2024) en su estudio “Talento humano en la calidad de exportación de artesanía en fibra de alpaca”. El estudio se centró en cómo las capacidades y características del talento humano inciden en la calidad de las exportaciones de artesanías elaboradas con fibra de alpaca en Puno, Perú. Mediante un enfoque cuantitativo, transversal y no experimental, se trabajó con una muestra de 103 artesanos, se utilizaron encuestas. Los hallazgos estadísticos mostraron una conexión notable con un valor de 0.67 ( $p < 0.01$ ). Se concluyó que fortalecer el talento humano es crucial para mejorar la competitividad y calidad de las exportaciones, sugiriéndose estrategias como capacitaciones continuas y programas de incentivos para optimizar el desempeño de los artesanos y la aceptación de sus productos en mercados internacionales.

Gutiérrez y Surco (2020) en su estudio “Efecto positivo del Comercio Justo en la comunidad puneña con respecto a las exportaciones de quinua hacia Francia, dentro del marco de vigencia del Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea, durante los años 2008 – 2018”. La investigación se centra en evaluar el impacto de las políticas de Comercio Justo



sobre las exportaciones de quinua peruana hacia Francia y su efecto en la calidad de vida de las comunidades productoras en Puno. Con un enfoque mixto, se acopiaron datos mediante entrevistas. Los hallazgos denotaron que el Comercio Justo mejoró significativamente las condiciones económicas y sociales de los productores, aumentando sus ingresos y acceso a servicios básicos como salud y educación. Se concluye que las políticas de Comercio Justo tienen un efecto positivo en el desarrollo sostenible, pero requieren mayor inclusión y apoyo institucional para maximizar sus beneficios.

Maza (2020) en su estudio “Impacto de las políticas gubernamentales en la producción y exportación de quinua en la región de Puno, 2014 – 2018”. El estudio se centró en evaluar cómo las políticas gubernamentales afectaron la producción y exportación de quinua en Puno, utilizando un enfoque mixto. Se seleccionó una muestra de 60 integrantes de cuatro asociaciones de productores de quinua, evaluando su percepción mediante encuestas. Los hallazgos mostraron que, si bien las políticas mejoraron aspectos como la capacitación y financiamiento, los agricultores percibieron falta de planificación, insuficiencia en la promoción internacional y poca efectividad en enfrentar fenómenos climáticos. En conclusión, aunque las políticas gubernamentales contribuyeron parcialmente al desarrollo del sector, no lograron su máximo impacto debido a limitaciones en su implementación y alcance en las comunidades rurales.

## **3.2. Bases teóricas**

### ***3.2.1. Exportación***

La exportación es el proceso mediante el cual se comercializan bienes o servicios producidos en un país hacia mercados internacionales, permitiendo que estos productos crucen fronteras para satisfacer las necesidades de consumidores en otros lugares del mundo. Este proceso implica no solo la fabricación y transporte de los bienes, sino también el cumplimiento de diversas normativas, estándares de calidad y requisitos legales establecidos por los países



de destino. La exportación es un puente que conecta la oferta local con la demanda global, representando una oportunidad para generar ingresos, expandir mercados y posicionar culturalmente los productos de una región en el escenario internacional (Montes, 2015).

Según Montes (2015) las características principales de la exportación incluyen:

### **1. Intercambio internacional de bienes y servicios:**

La exportación se basa en el intercambio internacional de productos y servicios, lo que implica que los bienes producidos en un país se transfieren a otro para satisfacer las necesidades de mercados internacionales. Este proceso no solo permite a las empresas acceder a una mayor demanda, sino que también les ofrece la oportunidad de diversificar su clientela y alcanzar nuevas posibilidades de crecimiento. Las exportaciones abren puertas a mercados más amplios y facilitan la expansión de las empresas a nivel global, generando una interconexión entre países que fomenta el desarrollo económico mutuo.

### **2. Cumplimiento de normativas y estándares:**

El proceso de exportación no es simplemente una cuestión de vender productos al extranjero; implica un cumplimiento estricto de normativas y estándares tanto en el país exportador como en el importador. Las empresas deben adherirse a requisitos legales, regulatorios y de calidad, que varían de un país a otro. Esto incluye certificaciones específicas, como las ISO, permisos gubernamentales y pruebas de calidad que garantizan que los productos cumplan con los estándares internacionales. Este cumplimiento asegura que los productos sean aceptados en el mercado extranjero y que las relaciones comerciales se mantengan transparentes y confiables.

### **3. Participación en mercados globales:**

Una de las principales ventajas de la exportación es que permite a las empresas locales acceder a mercados globales, mucho más amplios que los nacionales. Esto es especialmente relevante para países con un mercado interno pequeño o limitado, ya que la exportación rompe



esas barreras geográficas y económicas. Al participar en mercados globales, las empresas pueden expandir su alcance, diversificar sus riesgos y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento en regiones extranjeras, aumentando así sus ingresos y consolidando su presencia internacional.

#### **4. Generación de ingresos y divisas:**

La exportación tiene un impacto significativo en la economía nacional. Al enviar productos y servicios a otros países, las empresas generan ingresos en divisas extranjeras, lo que contribuye al fortalecimiento de la balanza comercial de un país. Estos ingresos adicionales son esenciales para la estabilidad económica y el desarrollo de la nación. Además, las exportaciones permiten que las empresas diversifiquen sus fuentes de ingresos, haciéndolas menos dependientes de las fluctuaciones en el mercado interno.

#### **5. Promoción de la identidad cultural:**

La exportación no solo se trata de la transacción comercial; también es una herramienta para promover la identidad cultural. A través de los productos que exportan, las empresas tienen la oportunidad de llevar al mundo los valores, tradiciones y características únicas de su región de origen. Esto no solo ayuda a posicionar los productos en mercados internacionales, sino que también permite que las culturas locales sean reconocidas globalmente. Esta dimensión cultural agrega un valor emocional a los productos, lo que puede aumentar su atractivo y diferenciación en los mercados internacionales.

#### **6. Logística y transporte:**

La logística y el transporte internacional son elementos esenciales en el proceso de exportación. Asegurar que los productos lleguen de manera segura, eficiente y puntual a su destino final es crucial para el éxito de la operación. Esto involucra la gestión de la cadena de suministro internacional, que incluye el embalaje, almacenamiento, transporte y gestión



aduanera. Una logística bien organizada reduce riesgos, evita demoras y asegura la satisfacción del cliente, fortaleciendo la relación comercial y la reputación de la empresa a nivel global.

Exportar se refiere a la acción de enviar bienes o servicios desde un país a otro, donde el productor o comercializador (conocido como exportador) establece una relación comercial con un tercero, ubicado en un país diferente (el importador), con el objetivo de que estos productos sean adquiridos o utilizados en el mercado de destino. En esencia, es un puente que conecta la oferta de un país con las necesidades y demandas de consumidores en otro, trascendiendo fronteras y culturas. Este proceso no solo implica el simple traslado de bienes; también abarca una serie de etapas que incluyen la negociación, la preparación de los productos para cumplir con los estándares y regulaciones del país receptor, y la logística para asegurar que lleguen en las condiciones adecuadas (Gallardo, 2024).

De acuerdo con Gallardo (2024) existen dos tipos de exportaciones:

La exportación directa:

Es una forma de comercio internacional donde el productor o proveedor vende sus bienes o servicios de manera directa al comprador ubicado en otro país, sin necesidad de intermediarios. Este enfoque permite al exportador tener un control más completo sobre cada etapa del proceso, desde la negociación de precios y términos comerciales hasta la logística y distribución en el país destino. Además, facilita una relación más cercana y personalizada con el cliente extranjero, lo que no solo ayuda a comprender mejor las necesidades y preferencias del mercado, sino que también fortalece la confianza entre ambas partes.

La exportación directa permite a las empresas llevar sus productos a mercados internacionales sin la intervención de intermediarios. Esta modalidad ofrece más control sobre el proceso de ventas y la relación con el cliente, lo que puede generar mayores márgenes de beneficio y fortalecer la marca. A continuación, se detallan las principales vías de exportación directa que las empresas pueden considerar:



## **1. Utilizando el propio equipo comercial desde el país de origen:**

Una de las formas más tradicionales de realizar una exportación directa es mediante el uso de un equipo comercial propio en el país de origen. Este equipo se encarga de identificar oportunidades de negocio, negociar con clientes internacionales y gestionar todas las actividades necesarias para asegurar la venta y entrega de productos en el extranjero. Esta opción ofrece a la empresa control total sobre la comercialización de sus productos, pero también requiere una inversión significativa en personal capacitado, formación continua y el desarrollo de una red de contactos internacionales. La principal ventaja es que la empresa puede personalizar su enfoque de ventas y adaptarlo a las necesidades específicas de cada mercado, sin depender de terceros.

## **2. Creando una filial en el país destino:**

Otra estrategia efectiva para la exportación directa es la creación de una filial o sucursal en el país de destino. Este enfoque permite a la empresa establecer una presencia física en el mercado extranjero, facilitando la distribución de productos, el marketing local y el servicio al cliente. Además, la filial ofrece una mayor autonomía para manejar las operaciones diarias, adaptarse a las regulaciones locales y formar relaciones comerciales más cercanas con los clientes y proveedores. Si bien este modelo implica una inversión considerable en infraestructura y personal, puede ser especialmente útil en mercados con alta demanda o donde el contacto directo y el conocimiento local son esenciales para el éxito.

## **3. Vendiendo directamente al consumidor final en el extranjero a través del comercio electrónico:**

El comercio electrónico ha abierto nuevas oportunidades para las empresas que buscan realizar exportaciones directas de manera más accesible y con menos costos operativos. Vender directamente al consumidor final en el extranjero a través de plataformas de e-commerce como Amazon, eBay, o creando una tienda online propia, permite a las empresas llegar a mercados



globales sin necesidad de una infraestructura física. Esta modalidad, que está en auge, ofrece ventajas como bajos costos operativos, mayor alcance y la capacidad de gestionar las ventas de manera flexible.

La exportación indirecta:

Es un modelo de comercio internacional en el que el exportador utiliza intermediarios, generalmente ubicados en el país de destino, para llevar a cabo la operación comercial. En este caso, los bienes o servicios no son vendidos directamente al cliente final por el exportador, sino que son gestionados por agentes, distribuidores, empresas comercializadoras u otras entidades que actúan como enlace entre el exportador y el mercado extranjero. Este enfoque facilita el acceso a mercados internacionales, especialmente para empresas con menos experiencia, ya que los intermediarios suelen encargarse de aspectos clave como la logística, la comercialización y el cumplimiento de normativas locales, reduciendo así la complejidad del proceso.

Empresas que optan por la exportación indirecta:

La exportación indirecta es una estrategia utilizada por muchas empresas, especialmente aquellas que enfrentan ciertos retos o que se encuentran en mercados muy competidos. Esta modalidad suele ser preferida por empresas que buscan entrar en mercados internacionales sin realizar grandes inversiones o asumir riesgos elevados.

Las empresas que generalmente optan por la exportación indirecta suelen tener ciertas características, como:

**Productos estándar y alta competencia:** Las empresas que venden productos muy estandarizados, en sectores donde la competencia es feroz y no es fácil diferenciar el producto, tienden a elegir la exportación indirecta. Cuando hay muchas empresas ofreciendo productos similares, la exportación directa puede ser costosa y difícil, ya que las barreras para penetrar en nuevos mercados son más altas y se necesita mucho conocimiento del mercado local.



Además, no siempre es posible ofrecer un producto tan diferenciado que atraiga directamente al consumidor.

**Mercados poco conocidos o con pocos recursos:** Si la empresa no tiene experiencia en el mercado al que quiere ingresar, la exportación indirecta es una forma más sencilla de probar el terreno sin asumir el riesgo de abrir una nueva operación directamente. Este tipo de exportación también es útil cuando los costos de operación son elevados, ya que no requiere una inversión significativa en infraestructura ni la contratación de personal en el país destino.

**Ventajas de la exportación indirecta:**

**Bajo nivel de inversión y menor riesgo:** La principal ventaja de la exportación indirecta es que requiere una inversión inicial mucho menor que la exportación directa. Las empresas no necesitan establecer filiales en el extranjero ni crear redes comerciales costosas. Al contar con intermediarios (agentes, distribuidores, o empresas especializadas en comercio exterior), las empresas pueden expandirse internacionalmente sin comprometer grandes recursos financieros.

**Facilidad para expandirse a nuevos mercados:** La exportación indirecta permite a las empresas aumentar su presencia internacional sin necesidad de tener un conocimiento profundo de cada mercado. Al trabajar con intermediarios que ya tienen experiencia en esos mercados, las empresas pueden llegar a diversos países sin la complejidad de crear operaciones locales, acelerando el proceso de internacionalización.

**Menos responsabilidad en la logística y la distribución:** Los intermediarios se encargan de muchos aspectos cruciales, como la logística, el marketing, la distribución y la gestión de la relación con los clientes. Esto alivia a la empresa exportadora de la gestión diaria y de los retos administrativos asociados con el comercio internacional.



### 3.2.2. Acceso a mercados

El acceso a mercados se refiere a la posibilidad que tienen los productores y emprendedores de llegar a diversos canales, plataformas o espacios donde sus productos pueden ser comercializados, ya sea a nivel local, nacional o internacional. Este concepto incluye factores como la infraestructura logística, las políticas de comercio, la existencia de acuerdos comerciales y la demanda en los mercados objetivos. Garantizar un acceso efectivo a estos espacios no solo amplía las oportunidades de venta, sino que también fomenta la competitividad y permite que los productos lleguen a audiencias más amplias, generando beneficios económicos para las comunidades productoras (Itto, 2024).

Según Itto (2024) las características principales del acceso a mercados incluyen:

#### **1. Diversificación de canales de venta:**

El acceso a mercados se ve enriquecido por la diversificación de canales de venta. En un mundo cada vez más globalizado, las empresas tienen la opción de utilizar una combinación de plataformas físicas y digitales para llegar a consumidores de diferentes localidades. Ya sea a través de tiendas físicas, e-commerce, aplicaciones móviles o plataformas de distribución digital, las empresas deben estar preparadas para explorar y aprovechar todos estos canales. Esta diversificación no solo amplía el alcance, sino que también permite a las empresas adaptarse mejor a las preferencias y necesidades del consumidor, independientemente de su ubicación.

#### **2. Dependencia de la infraestructura logística:**

El acceso efectivo a los mercados está estrechamente vinculado con la calidad de la infraestructura logística disponible. Esto incluye sistemas eficientes de transporte, almacenamiento y distribución. Una red logística robusta asegura que los productos lleguen de manera oportuna y en buen estado a los consumidores. Sin una infraestructura adecuada, incluso los mejores productos pueden fallar en llegar a su destino o a tiempo, lo que afecta la



satisfacción del cliente y puede generar pérdidas económicas. Además, una infraestructura de logística bien desarrollada permite reducir costos operativos y ofrecer precios más competitivos en mercados internacionales.

### **3. Relación con las políticas comerciales:**

El acceso a mercados internacionales está también condicionado por la interacción de las empresas con las políticas comerciales de los países involucrados. Factores como aranceles, regulaciones, acuerdos de libre comercio y normativas aduaneras pueden facilitar o dificultar la entrada de productos a ciertos mercados. Las empresas deben estar al tanto de las políticas comerciales vigentes en las regiones a las que desean acceder, ya que estos factores influyen directamente en los costos adicionales de exportación e importación, así como en las barreras comerciales.

### **4. Conexión con la demanda del mercado objetivo:**

Para acceder a un mercado de manera efectiva, es fundamental que las empresas comprendan y respondan adecuadamente a las necesidades y preferencias de los consumidores en los mercados objetivo. Este entendimiento no solo implica ofrecer productos que sean de interés, sino también alinearse con las expectativas culturales y sociales de esos consumidores. Conectar con la demanda del mercado significa crear una oferta que resuene con las audiencias locales, lo que genera una mayor aceptación y lealtad hacia la marca. Las empresas que logran entender estas demandas tienen una ventaja competitiva significativa.

### **5. Impulso a la competitividad:**

El acceso eficiente a mercados no solo mejora la distribución de productos, sino que también impulsa la competitividad. La capacidad de ingresar a mercados más grandes o más variados permite a las empresas mejorar la calidad de sus productos y servicios para competir en una escala global. Este acceso genera una presión positiva sobre las empresas para innovar constantemente, mejorar sus procesos y ofrecer productos que superen las expectativas del



consumidor. A medida que las empresas compiten en mercados más amplios, se ven motivadas a optimizar sus operaciones, lo que finalmente beneficia a los consumidores con mejores productos a precios más competitivos.

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI, 2002) un enfoque integral y coherente de desarrollo y comercio exterior es crucial para que los países en desarrollo puedan aprovechar las oportunidades del comercio internacional, mejorando su participación en el mercado global y fomentando su crecimiento económico. Este enfoque debe incluir tanto políticas comerciales que abran mercados para estos países como políticas de desarrollo que les proporcionen las herramientas necesarias para acceder y competir efectivamente en esos mercados. A continuación, se detallan los componentes esenciales de este enfoque:

### **1. Acceso oportuno, generoso y predecible a los mercados:**

Uno de los componentes fundamentales de un enfoque eficaz en comercio exterior es asegurar que los países en desarrollo, especialmente los más pobres, tengan acceso directo a los mercados internacionales. Este acceso debe ser oportuno, generoso y predecible, permitiendo que las exportaciones de estos países puedan llegar sin barreras excesivas a los mercados globales. Este componente está directamente relacionado con la liberalización del comercio multilateral, un proceso que busca eliminar aranceles y otros obstáculos comerciales. Además, las normas multilaterales que guían este comercio deben ser sólidas y equitativas, garantizando que los países en desarrollo no enfrenten discriminación o restricciones injustas que los limiten en su participación comercial.

Este acceso libre y justo a los mercados internacionales permite a los países en desarrollo diversificar sus economías, crear nuevas fuentes de ingresos y mejorar sus condiciones de vida, impulsando el desarrollo económico y reduciendo la pobreza.



## **2. Reforma de los regímenes agrícolas en países industriales:**

Otro aspecto crucial es la necesidad de llevar a cabo una reforma profunda de los regímenes agrícolas en los países industriales. Muchos de estos países aplican subsidios y barreras comerciales que distorsionan el comercio agrícola global, perjudicando gravemente a los países en desarrollo. Las distorsiones en los mercados agrícolas, como los aranceles elevados y los subsidios a los productos agrícolas de los países industrializados, hacen que los productos de los países en desarrollo no puedan competir justamente en los mercados internacionales.

Eliminar estas distorsiones contribuiría a una competencia más equitativa y abriría nuevos mercados para los productos agrícolas de los países en desarrollo. Al reformar estas políticas, se permitiría a los países más pobres exportar sus productos a precios justos, aumentando sus ingresos y mejorando su sostenibilidad económica.

## **3. Asistencia para el fortalecimiento de capacidades:**

Un aspecto esencial de este enfoque es la asistencia para el fortalecimiento de capacidades en los países en desarrollo. Esto implica proporcionar recursos técnicos, financieros y educativos para ayudar a estos países a aprovechar las oportunidades de comercio internacional. Fortalecer las capacidades productivas, mejorar la calidad de los productos y mejorar las competencias comerciales son áreas clave en las que los países en desarrollo necesitan apoyo.

La asistencia técnica puede incluir capacitación en gestión empresarial, negociación internacional, certificación de calidad y acceso a tecnología avanzada, lo que mejora significativamente su competitividad. Esta asistencia también debe ayudar a fortalecer las infraestructuras logísticas, como el transporte y la cadena de suministro, para garantizar que los productos lleguen de manera eficiente a los mercados internacionales.



#### **4. Políticas asertivas y coherentes en comercio y desarrollo:**

Finalmente, los países en desarrollo deben implementar políticas acertadas y coherentes en materias comerciales y en áreas relacionadas, como educación, salud y infraestructura, que reflejen sus estrategias de desarrollo. Estas políticas deben estar alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible y las estrategias de reducción de la pobreza, asegurando que las reformas económicas y comerciales estén diseñadas para mejorar el bienestar social y económico de la población.

Es crucial que las políticas comerciales y de desarrollo estén bien integradas, asegurando que las decisiones de política comercial no solo fomenten el comercio, sino también el bienestar social. Las políticas deben ser inclusivas, promoviendo la participación de las comunidades vulnerables y fomentando un desarrollo económico que beneficie a todos los sectores de la sociedad, reduciendo así las desigualdades.

##### ***3.2.3. Capacitación comercial***

La capacitación comercial es un proceso de formación diseñado para dotar a las personas de las habilidades, herramientas y conocimientos necesarios para gestionar de manera eficiente la promoción, venta y distribución de bienes o servicios. A través de estas capacitaciones, los participantes aprenden estrategias de marketing, negociación, análisis de mercado y cumplimiento de normativas, fortaleciendo sus competencias para desenvolverse en un entorno comercial competitivo. Este aprendizaje no solo incrementa la profesionalización de los productores, sino que también impulsa la confianza en sus capacidades, generando un impacto directo en la calidad de los procesos y resultados de sus actividades económicas (Casarotto, 2021).

Un plan de capacitación comercial bien estructurado es clave para el éxito de cualquier equipo de ventas. Según Casarotto (2021) la creación de este plan debe seguir una serie de pasos que no solo empoderarán al equipo de ventas, sino que también mejorarán su desempeño



y habilidades comerciales. A continuación, se detallan los 8 pasos fundamentales para crear un plan de capacitación comercial efectivo.

### **1. Identifica las necesidades del equipo de ventas:**

El primer paso crucial es identificar las necesidades de aprendizaje del equipo de ventas. Antes de cualquier tipo de capacitación, es esencial comprender dónde están las brechas en las habilidades y conocimientos de tu equipo. Esto se puede lograr a través de evaluaciones de desempeño, entrevistas con los vendedores, o incluso revisando métricas clave de ventas. Solo al identificar estas necesidades podrás desarrollar un plan de capacitación que sea relevante y específico para los retos que enfrenta tu equipo.

### **2. Conoce el perfil de tu equipo de ventas:**

La capacitación no solo se trata de las habilidades que necesitan aprender, sino también de cómo piensan y actúan tus vendedores. Cada miembro del equipo tiene un perfil único: motivaciones, puntos fuertes, áreas de mejora, y formas de aprender. Entender estos aspectos te permitirá diseñar una formación personalizada, que se adapte a las características de cada vendedor. Además, es útil conocer sus dificultades diarias, cómo obtienen su información y qué motivaciones los impulsan. Esto hará que el entrenamiento sea más efectivo y alineado con sus necesidades reales.

### **3. Define los objetivos de formación en ventas:**

Con las necesidades y el perfil del equipo claramente definidos, el siguiente paso es establecer los objetivos de formación. ¿Qué quieres lograr con la capacitación? ¿Mejorar la técnica de cierre de ventas, gestionar objeciones, o tal vez mejorar el conocimiento de productos? Establecer objetivos claros y medibles, como aumentar las conversiones o reducir el ciclo de ventas, te permitirá medir el éxito de la capacitación. Los objetivos deben ser realistas y específicos, adaptados a las necesidades identificadas en el paso anterior.



#### **4. Define el formato de formación:**

El formato de formación es otro componente clave del plan de capacitación. En esta etapa, decide cómo se impartirá el entrenamiento. ¿Será presencial, virtual, blended (combinación de ambos), o a través de microaprendizajes? Considera la naturaleza del contenido y las preferencias de aprendizaje del equipo. Algunos vendedores pueden beneficiarse más de las sesiones prácticas, mientras que otros prefieren lecciones teóricas. El formato elegido debe ser flexible, accesible y alineado con los objetivos de aprendizaje establecidos.

#### **5. Define quiénes son los instructores:**

Elegir a los instructores adecuados es esencial para el éxito del plan de capacitación. Los instructores deben ser expertos en ventas y contar con la experiencia necesaria para ofrecer una formación valiosa. Puedes optar por instructores internos con experiencia práctica en el equipo de ventas, o por entrenadores externos que aporten una perspectiva fresca y conocimiento de las últimas tendencias del mercado. Los instructores externos también pueden ayudar a eliminar los vicios internos y ofrecer una visión más objetiva. Sea cual sea la opción, los instructores deben tener la habilidad de motivar e inspirar a los participantes.

#### **6. Desarrolla materiales de aprendizaje:**

El siguiente paso es crear los materiales de aprendizaje que apoyen la capacitación. Estos pueden incluir presentaciones interactivas, videos, audios, libros electrónicos, o incluso casos prácticos que permitan a los vendedores aplicar lo aprendido en situaciones reales. Los materiales deben ser claros, relevantes y fáciles de entender. El objetivo es ofrecer contenido que no solo sea informativo, sino también enganchante para que los vendedores se mantengan comprometidos con el proceso de aprendizaje.



## **7. Implementa las actividades de capacitación:**

Con todo el plan diseñado, es momento de poner en marcha las actividades de formación. Es importante comunicar claramente los detalles de la capacitación a tu equipo para garantizar su participación activa. La implementación debe incluir la difusión de la formación, asegurando que los comerciales estén al tanto de los objetivos, los horarios y la logística. Las actividades deben estar bien estructuradas para maximizar el tiempo y los recursos, permitiendo que los vendedores puedan aplicar lo aprendido de inmediato.

## **8. Evalúa y optimiza la formación en ventas:**

Finalmente, después de implementar el plan de capacitación, es esencial evaluar los resultados. Esto puede implicar encuestas de satisfacción a los participantes, revisión de los resultados de ventas post-formación o la observación directa del rendimiento de los vendedores. Evaluar los puntos fuertes y débiles de la capacitación te permitirá ajustar y optimizar el programa para futuras ediciones. Además, proporcionar retroalimentación continua al equipo sobre su desempeño después de la capacitación asegura que las habilidades aprendidas se apliquen efectivamente en el día a día de las ventas.

Crear un plan de capacitación en ventas exitoso no es una tarea sencilla. Más allá de impartir teoría o hacer que los vendedores vean algunos videos, la capacitación debe ser estratégica, alineada con los objetivos del negocio y diseñada para transformar las habilidades del equipo. Sin embargo, a lo largo de este proceso, pueden surgir varios desafíos que dificultan la implementación exitosa de la capacitación. A continuación, Casarotto (2021) identifica algunos de los principales obstáculos y cómo se pueden superar de manera efectiva.

### **1. Resistencia del equipo:**

Uno de los principales desafíos al implementar un plan de capacitación en ventas es la resistencia al cambio. Muchos vendedores tienden a aferrarse a las técnicas y hábitos que ya dominan, incluso si estas prácticas no son las más efectivas a largo plazo. Esto se debe a la



comodidad que brinda lo familiar, y al temor de que nuevas metodologías impliquen más trabajo o no funcionen. Las frases como “Siempre lo hice de esta manera y siempre funcionó” o “Lo que hago ya es lo mejor” reflejan esta resistencia natural.

Para superar este obstáculo, la empresa debe ser capaz de comunicar claramente la importancia de la capacitación y cómo beneficiará tanto a los vendedores como a la organización. Es crucial que el equipo vea la formación no como una imposición, sino como una oportunidad de crecimiento personal y profesional. Además, al identificar las necesidades reales del equipo, los vendedores podrán percibir la relevancia de la formación y cómo contribuirá a mejorar sus resultados.

## **2. Presupuesto limitado:**

Otro desafío importante es el presupuesto limitado destinado a la formación en ventas. A menudo, los recursos asignados son insuficientes para cubrir programas de capacitación completos, lo que limita las opciones disponibles. Sin embargo, es crucial comprender que la capacitación no es un gasto, sino una inversión. Al mejorar las habilidades del equipo de ventas, se generará un retorno de inversión (ROI) al aumentar las ventas y mejorar la eficiencia del equipo.

Para superar este reto, es útil presentar la capacitación como una inversión estratégica. Además, se pueden explorar opciones más económicas, como cursos en línea o contenidos grabados, que suelen ser más asequibles que los programas presenciales o en vivo. A pesar de su menor costo, estas opciones deben ser evaluadas para asegurar que cumplen con los objetivos formativos necesarios.

## **3. Barreras geográficas:**

En un entorno laboral cada vez más digital, los equipos de ventas a menudo no se concentran en una sola ubicación, lo que puede generar barreras geográficas. La capacitación presencial puede ser costosa y poco práctica cuando los empleados están dispersos en distintas



ciudades, países o zonas horarias. Este desafío se intensifica cuando los equipos trabajan desde casa, ya que los recursos y materiales deben ser accesibles de manera remota.

La solución a este problema es la formación en línea, como cursos, seminarios web y materiales digitales. Estos formatos permiten que todos los miembros del equipo participen sin importar su ubicación geográfica. Además, deben tenerse en cuenta las diferencias culturales que pueden existir en las distintas regiones, como los hábitos, comportamientos y preferencias locales. Esto garantizará que la capacitación sea efectiva y relevante para todos los participantes, sin importar su contexto.

#### **4. Alineación del instructor:**

Si bien los instructores externos pueden ofrecer una perspectiva valiosa y externa del mercado, a menudo no están alineados con la realidad interna de la empresa. Es posible que no comprendan las dinámicas del negocio, los retos específicos del equipo de ventas, ni las características particulares del producto o mercado de la empresa. Esto puede hacer que la capacitación sea ineficaz, ya que los vendedores no pueden aplicar lo aprendido de manera práctica en su trabajo diario.

Para abordar este desafío, es recomendable seleccionar instructores que no solo tengan experiencia en el sector, sino que también comprendan la misión, los valores y la visión de la empresa. Instructores que ya hayan trabajado con el nicho específico o que tengan experiencia directa en el área de ventas de la organización pueden ofrecer una capacitación más práctica y relevante. Esto asegura que los vendedores reciban formación que se pueda aplicar directamente a sus tareas diarias y contribuya a mejorar su desempeño.

#### **3.2.4. Adaptación del producto**

La adaptación del producto consiste en realizar ajustes o modificaciones en los bienes que se producen para satisfacer las exigencias, preferencias y estándares específicos de los mercados a los que se busca acceder. Estos cambios pueden incluir aspectos como diseño,



materiales, empaques o certificaciones, que aseguren que el producto cumpla con las expectativas del consumidor y las normativas del mercado de destino. Este proceso es fundamental para que los bienes locales no solo sean aceptados, sino también valorados, permitiendo a los productores competir de manera efectiva en mercados globales y agregar valor a sus creaciones (Mozziconacci, 2017).

Cuando se busca adaptar un producto para ingresar a mercados internacionales o contextos variados, es fundamental realizar un análisis profundo de los factores que pueden influir en su éxito. Según Mozziconacci (2017) existen cinco áreas clave que las empresas deben considerar al ajustar sus productos. Estas no solo ayudan a alinear el producto con las necesidades del mercado, sino también a asegurar que las adaptaciones generen resultados positivos. Aquí se presentan estas áreas en un lenguaje más cercano y con un enfoque práctico.

### **1. Conociendo a los consumidores y usuarios finales:**

El primer paso para lograr un ajuste efectivo es entender quién usará realmente el producto. No basta con imaginar un perfil ideal de cliente, sino que es necesario investigar a fondo las preferencias, hábitos y necesidades de las personas que podrían comprarlo o utilizarlo. Por ejemplo, un producto diseñado para un clima cálido tendrá usuarios diferentes a los de un entorno frío. Las empresas deben preguntar: ¿Qué necesitan estas personas? ¿Cómo perciben el producto? Solo así se pueden diseñar adaptaciones que realmente resuenen con su estilo de vida y les ofrezcan soluciones reales.

### **2. Adaptándose al entorno global y local:**

Los mercados no existen en un vacío, sino que están profundamente influenciados por factores externos como la cultura, la economía y el clima. Las condiciones políticas y legales, así como las características geográficas, también pueden tener un impacto significativo. Por ejemplo, un producto pensado para un país con altos niveles de conectividad digital podría requerir ajustes importantes para funcionar en lugares donde el acceso a internet es limitado.



Aquí, la pregunta clave es: ¿Cómo se alinea el producto con las realidades de este nuevo entorno? Entender estas diferencias es esencial para adaptar no solo el diseño del producto, sino también su posicionamiento en el mercado.

### **3. Cumpliendo con las regulaciones y normas locales:**

Cada país tiene sus propias reglas, desde etiquetas obligatorias hasta restricciones de importación. Ignorar estas regulaciones no solo puede retrasar el lanzamiento de un producto, sino que podría incluso impedir su entrada al mercado. Las empresas deben analizar cuidadosamente las leyes locales relacionadas con el etiquetado, la propiedad intelectual, los impuestos y los estándares de calidad. Un producto que no cumpla con estas normativas podría enfrentar sanciones o perder la confianza del consumidor local. La pregunta esencial aquí es: ¿Qué cambios son necesarios para que el producto cumpla con todos los requisitos legales?

### **4. Entendiendo a la competencia:**

En cualquier mercado, conocer a los competidores es tan importante como conocer a los clientes. Esto no solo implica analizar el precio o la calidad de productos similares, sino también identificar aquello que hace único a tu producto. ¿Es más eficiente? ¿Tiene un diseño innovador? ¿Es más económico? Además, es crucial entender cómo los competidores ya establecidos manejan aspectos como el embalaje, las estrategias de marketing o la protección de patentes. Aquí, la pregunta clave es: ¿Qué hace que tu producto destaque frente a las alternativas disponibles en el mercado?

### **5. Evaluando los beneficios de los ajustes:**

Hacer ajustes a un producto no debe ser un fin en sí mismo, sino un medio para obtener resultados específicos, ya sea en términos de funcionalidad o aceptación en el mercado. Las empresas deben preguntarse: ¿Qué beneficios tangibles traerán estas modificaciones? Por ejemplo, un cambio en el diseño podría hacerlo más atractivo para un segmento de clientes específico, mientras que una mejora en su funcionalidad podría ampliar su rango de uso. Es



importante priorizar ajustes que realmente agreguen valor y generen un impacto positivo tanto para los usuarios como para la empresa.

Según Mozziconacci (2017) adaptar un producto a nuevos mercados internacionales es un proceso crucial para satisfacer las demandas físicas, sociales y regulatorias de esos mercados. La adaptación no se limita solo a las características técnicas del producto, sino que también involucra un entendimiento profundo de las condiciones locales, como el clima, la geografía y las regulaciones gubernamentales, así como las preferencias culturales de los consumidores. A continuación, se detalla cómo adaptar diversos aspectos del producto y la estrategia comercial para mercados extranjeros, según el área concernida:

### **1. Producto:**

El producto debe ser ajustado para cumplir con las exigencias físicas de los mercados, pero también con las preferencias culturales y normativas locales. Las características físicas, como el tamaño, el diseño y el empaque, deben ser modificadas para que se alineen con los estándares del mercado objetivo. Este proceso no se limita solo a cambiar el producto en sí, sino también a adaptarlo a las condiciones geográficas y climáticas específicas de cada región. Además, se debe tener en cuenta que los productos pueden necesitar modificaciones para cumplir con las normativas locales en cuanto a seguridad, calidad y rendimiento.

### **2. Información de producto:**

La información del producto, que incluye detalles en el embalaje y las instrucciones de uso, debe ser adaptada cuidadosamente para satisfacer las expectativas y normativas locales. Esto implica que las descripciones de producto y las instrucciones operativas sean precisas y estén en un idioma local que garantice la correcta comprensión. Es esencial utilizar servicios de traducción especializados que comprendan tanto el contexto técnico como las sensibilidades culturales del mercado. Además, los colores y los diseños del embalaje también deben ser



reconsiderados, ya que ciertos elementos visuales pueden tener diferentes significados en diversas culturas.

### **3. Marketing de comunicaciones:**

Adaptar las comunicaciones de marketing a las características culturales, sociales y económicas del mercado objetivo es fundamental para el éxito de un producto. Las estrategias de marketing deben ser relevantes y reflejar las preferencias locales para conectar efectivamente con los consumidores. A medida que una marca se introduce en un nuevo mercado, especialmente uno donde su presencia es limitada, el objetivo de las comunicaciones debe ser no solo informar sobre el producto, sino también educar al consumidor sobre sus beneficios.

### **4. Canales de marketing:**

Los canales de distribución y marketing son cruciales para la efectividad de la venta en nuevos mercados. En muchos casos, las empresas que tradicionalmente han operado con venta directa en su país de origen no tienen los recursos necesarios para mantener esta estrategia en mercados internacionales. En estos casos, elegir canales alternativos, como distribuidores locales o agentes especializados, puede ser una forma eficaz de acceder al mercado. Estos intermediarios no solo aportan conocimiento local sobre el mercado y sus consumidores, sino que también cuentan con redes de contacto y experiencia para acelerar el proceso de ventas.

### **5. Localización:**

La localización es uno de los pasos más importantes, aunque también puede ser el más desafiante. Adaptar un producto a las necesidades locales requiere un enfoque específico que considere las diferencias culturales, normativas legales y preferencias de los consumidores. Sin embargo, la localización no tiene que implicar la creación de un producto completamente nuevo para cada mercado. Externalizar ciertas partes de la adaptación a especialistas en



localización puede permitir que las empresas lleven sus productos a nuevos mercados de manera más rápida y eficiente.

### **3.2.5. Calidad de vida**

La calidad de vida es un concepto amplio que abarca el bienestar integral de las personas, incluyendo dimensiones materiales, sociales y emocionales que influyen directamente en su satisfacción y felicidad. Este estado de bienestar implica condiciones económicas estables, acceso adecuado a servicios básicos como salud, educación, vivienda y transporte, así como un equilibrio emocional que permita a las personas disfrutar de sus relaciones, actividades y logros. Es una medida que trasciende lo material para valorar qué tan plenas y significativas son las experiencias cotidianas, destacando la importancia de la dignidad y la oportunidad para vivir en condiciones justas y satisfactorias (Galván, 2024).

Según Galván (2024) el concepto de calidad de vida y bienestar social es complejo y abarca diversos aspectos que influyen en el desarrollo y satisfacción personal de un individuo. Estos aspectos se pueden clasificar en cinco campos clave que permiten entender y evaluar el bienestar de una persona en su contexto social y personal. Cada uno de estos campos tiene su propia importancia y contribuye de manera integral a la calidad de vida en general.

#### **1. Campo físico:**

El campo físico de la calidad de vida está directamente relacionado con la salud y la seguridad física del individuo. Esto incluye tener acceso a servicios de salud adecuados, la disponibilidad de atención médica oportuna y una infraestructura que garantice seguridad personal y comunitaria. La salud física no solo se refiere a la ausencia de enfermedades, sino también a las condiciones de vida que previenen el deterioro de la salud, como la seguridad en el entorno, la higiene, y la disponibilidad de espacios para la actividad física. Un individuo con un buen estado de salud física puede disfrutar de una vida más activa, satisfactoria y productiva.



## **2. Campo material:**

El campo material de la calidad de vida se refiere a los recursos físicos y materiales que una persona posee, los cuales permiten satisfacer sus necesidades básicas y más allá. Esto incluye tener una vivienda digna y propia, acceso a servicios básicos como agua potable, electricidad, y gas, así como la disponibilidad de alimentos suficientes y adecuados. Además, la movilidad a través de medios de transporte accesibles y eficientes también es un factor crucial en este campo. Las personas con un buen acceso a estos recursos pueden vivir de manera más cómoda, segura y autónoma, lo que mejora su bienestar general.

## **3. Campo educativo:**

El campo educativo es esencial para el desarrollo individual y colectivo. Tener acceso a una educación de calidad, desde la educación básica hasta niveles superiores, es fundamental para que las personas puedan ampliar sus conocimientos y desarrollar nuevas habilidades. La cercanía a instituciones educativas también juega un papel importante, ya que facilita el acceso a oportunidades de aprendizaje para las personas, sin que las distancias geográficas o económicas sean un obstáculo. Una educación adecuada no solo mejora la vida personal, sino que también permite a los individuos contribuir más plenamente a la sociedad.

## **4. Campo emocional:**

El campo emocional está relacionado con la salud mental y el bienestar psicológico de las personas. Este aspecto es fundamental para el crecimiento y la capacidad de interrelacionarse de manera eficaz con los demás. Las personas emocionalmente saludables son más capaces de gestionar el estrés, resolver conflictos y tener relaciones satisfactorias. La gestión emocional, el apoyo social, y la capacidad de disfrutar de una vida equilibrada son factores claves en este campo. Un estado emocional positivo contribuye a una mejor calidad de vida, ya que permite a los individuos afrontar las adversidades con resiliencia y disfrutar de las experiencias diarias con mayor satisfacción.



## **5. Campo social:**

El campo social se refiere a las relaciones interpersonales que un individuo tiene dentro de su entorno social. Esto incluye los vínculos con la familia, los amigos y otros grupos sociales importantes, como los compañeros de trabajo o la comunidad. Las conexiones sociales sólidas son esenciales para el apoyo emocional, la cooperación y el desarrollo personal. El aislamiento social, por otro lado, puede tener efectos negativos en la salud mental y física. El bienestar social también implica que las personas puedan interactuar y formar parte activa de sus comunidades, promoviendo así un desarrollo integral tanto individual como colectivo.

La calidad de vida se refiere al conjunto de condiciones que una persona requiere para sentirse plena, segura y cómoda en su entorno. Va más allá de lo material, abarcando aspectos como la salud, la educación, el acceso a servicios básicos, la estabilidad económica, y la posibilidad de disfrutar del tiempo libre, las relaciones personales y un entorno saludable. Se trata de vivir con dignidad, en un equilibrio que permita cubrir tanto las necesidades básicas como las aspiraciones individuales, asegurando bienestar físico, emocional y social. En esencia, la calidad de vida es un reflejo de cuánto una persona puede disfrutar y desarrollarse en las circunstancias en las que vive (Westreicher, 2024).

Según Westreicher (2024) además de los aspectos comúnmente reconocidos en el análisis de la calidad de vida, existen factores menos evidentes, pero igualmente importantes que juegan un papel significativo en el bienestar general de los individuos. Estos factores a menudo no se toman en cuenta de manera explícita, pero contribuyen de manera profunda al sentido de satisfacción y plenitud en la vida cotidiana.

### **1. Conexión con la naturaleza:**

El acceso a espacios naturales o verdes tiene un impacto considerable en la salud emocional. Estar en contacto con la naturaleza, ya sea a través de parques, jardines o paisajes naturales, reduce el estrés y mejora la salud mental. La tranquilidad que ofrecen estos espacios



naturales tiene un efecto restaurador, proporcionando un escape necesario de la rutina diaria y fomentando el bienestar general. Pasar tiempo en la naturaleza no solo mejora el ánimo, sino que también favorece la claridad mental y puede ayudar a aliviar síntomas de ansiedad y depresión. El entorno natural contribuye de manera sustancial a un equilibrio emocional saludable, lo que es esencial para una buena calidad de vida.

## **2. Participación comunitaria:**

El sentimiento de pertenencia y la participación activa en la comunidad juegan un papel crucial en la salud mental y emocional. Las actividades sociales, culturales o solidarias brindan la oportunidad de conectar con otros, compartir experiencias y formar relaciones significativas. Además, involucrarse en la comunidad permite a los individuos sentir que están aportando a algo más grande que ellos mismos, lo que aumenta el propósito y la satisfacción personal. La interacción social y la colaboración comunitaria refuerzan la identidad social y fomentan un sentido de apoyo mutuo, algo esencial para una vida equilibrada.

## **3. Diseño urbano inclusivo:**

El diseño de las ciudades tiene un impacto directo en la comodidad y autonomía de los habitantes. Un diseño urbano inclusivo, que contemple la accesibilidad de espacios públicos, transporte eficiente y adaptaciones para personas con discapacidades, mejora la calidad de vida de todos los ciudadanos. La accesibilidad es clave no solo para las personas con movilidad reducida, sino también para las familias, los ancianos y cualquier individuo que dependa de infraestructuras bien planificadas. Un entorno urbano inclusivo asegura que las personas puedan moverse libremente y disfrutar de los beneficios de la ciudad de manera cómoda y equitativa.

## **4. Calidad del sueño:**

La calidad del sueño es un factor frecuentemente subestimado, pero esencial para el bienestar físico y mental. Un buen descanso afecta directamente los niveles de energía, la



productividad diaria y la salud general. Dormir bien no solo mejora el rendimiento cognitivo y emocional, sino que también permite al cuerpo regenerarse, reduciendo el riesgo de enfermedades crónicas. La falta de sueño de calidad puede desencadenar efectos negativos tanto en la salud física como en la salud mental, por lo que garantizar un descanso adecuado es crucial para mantener un equilibrio en la vida cotidiana.

### **5. Acceso a la cultura:**

El acceso a la cultura y a las expresiones artísticas contribuye de manera significativa a la calidad de vida de los individuos. Participar en actividades culturales, ya sea asistiendo a eventos, explorando el arte o simplemente disfrutando de la música, enriquece la vida diaria. La creatividad estimulada por la cultura no solo amplía los horizontes personales, sino que también fortalece la identidad colectiva y promueve la cohesión social. Además, la posibilidad de disfrutar de diversas formas de arte y cultura fomenta una mentalidad abierta y la apreciación de la diversidad, elementos clave para el bienestar emocional y social.

### **6. Relaciones laborales saludables:**

El entorno laboral tiene un impacto profundo en la calidad de vida de las personas. Relaciones laborales saludables, donde predomina el respeto, la colaboración y el equilibrio entre la vida personal y profesional, son esenciales para el bienestar general. Un ambiente de trabajo positivo contribuye a la satisfacción personal y reduce los niveles de estrés. Las buenas relaciones entre compañeros, el apoyo mutuo y el reconocimiento del esfuerzo promueven la motivación y la autoestima. Además, el equilibrio entre el trabajo y la vida personal es fundamental para evitar el agotamiento y mantener una salud mental positiva, lo que en última instancia mejora la calidad de vida.

#### **3.2.6. Ingresos económicos**

Los ingresos económicos representan el flujo de recursos financieros que una persona obtiene de manera regular a través de su trabajo, actividades comerciales o inversiones. Estos



ingresos no solo son fundamentales para cubrir las necesidades básicas como alimentación, vivienda y vestimenta, sino que también proporcionan la capacidad de planificar el futuro, invertir en educación o mejorar las condiciones generales de vida. Más allá de su función económica, los ingresos regulares generan un sentido de seguridad y autonomía, permitiendo a las personas tomar decisiones sobre su bienestar y el de sus familias (Arévalo, 2021).

Según Arévalo (2021) los ingresos económicos son una parte esencial de la actividad financiera de cualquier individuo o ente económico. Se refieren a los beneficios monetarios que una persona recibe como resultado de su trabajo, comercio, inversiones o de otros medios. Existen diversas formas de ingresos que varían según la naturaleza de la actividad económica de cada persona. A continuación, se describen los principales tipos de ingresos que las personas pueden generar, según su situación laboral y financiera:

### **1. Ingresos salariales:**

Para las personas empleadas, los ingresos se obtienen a través de salarios, que son pagos regulares por el trabajo realizado en una empresa, almacén o fábrica. Este es el tipo de ingreso más común para la mayoría de las personas en el ámbito laboral, y se basa en el tiempo y la cantidad de trabajo realizado. Los ingresos salariales proporcionan seguridad y estabilidad financiera, aunque su monto puede variar dependiendo del puesto, la industria y la ubicación.

### **2. Ingresos por honorarios y comisiones:**

Para las personas que trabajan de forma independiente, como los freelancers, consultores o trabajadores por contrato, los ingresos provienen de honorarios por servicios prestados o de comisiones derivadas de ventas o negociaciones. Este tipo de ingresos suele ser más variable y dependiente del volumen de trabajo o de los negocios realizados. Las personas que dependen de estos ingresos deben ser capaces de gestionar bien su tiempo y establecer una red de clientes o proyectos que les garantice ingresos constantes.



### **3. Ingresos por pensión:**

Las personas jubiladas reciben ingresos a través de su pensión, que es una compensación económica otorgada a quienes han dejado su empleo activo después de alcanzar la edad de retiro o cumplir con los requisitos establecidos por su sistema de seguridad social. Este tipo de ingresos ofrece una fuente de apoyo económico a los individuos que ya no están en el mercado laboral, proporcionando un nivel básico de estabilidad financiera durante la jubilación.

### **4. Ingresos por rentabilidad de inversiones:**

Para los rentistas de capital, los ingresos provienen de la rentabilidad de su portafolio de inversiones. Estos ingresos son el resultado de tener activos, como acciones, bonos, propiedades u otros instrumentos financieros que generan rendimientos. La rentabilidad de estas inversiones puede ser pasiva, lo que significa que el individuo no tiene que trabajar activamente para obtener estos ingresos, pero depende de las decisiones de inversión que haya tomado y de las fluctuaciones del mercado.

### **5. Ingresos por remesas y apoyos familiares:**

Para algunas personas, los ingresos pueden llegar a través de remesas, donaciones, mesadas o manutención proporcionada por un tercero, como familiares que viven en el extranjero o en el país. Este tipo de ingresos puede ser una fuente significativa de apoyo para personas que no están trabajando o que no tienen otros medios de generar ingresos, especialmente en contextos de migración laboral o de situaciones de necesidad económica. Aunque estos ingresos no son producto directo del trabajo, juegan un papel importante en el bienestar financiero de muchas personas.

De acuerdo con Arévalo (2021) los ingresos económicos se pueden clasificar de acuerdo con su periodicidad, cantidad y capacidad de predicción. Esta clasificación permite comprender mejor cómo se gestionan los ingresos en las finanzas personales y facilita la



creación de presupuestos más ajustados y realistas. A continuación, se detallan los tres tipos principales de ingresos según esta clasificación clásica:

## **1. Ingresos Fijos:**

Los ingresos fijos son aquellos que se reciben de manera regular y con una cantidad constante durante un período determinado. Este tipo de ingreso es predecible y no está sujeto a fluctuaciones significativas. Ejemplos comunes de ingresos fijos incluyen los salarios, las pensiones, los subsidios y los arrendamientos de bienes raíces.

Estos ingresos son especialmente importantes para las finanzas personales, ya que proporcionan una base estable sobre la cual se pueden organizar los gastos recurrentes. Dado que los ingresos fijos se reciben con frecuencia constante, como mensual o quincenal, son fáciles de presupuestar y permiten planificar de manera efectiva los gastos del hogar o de una persona. No obstante, cuando estos ingresos ocurren en intervalos mucho más largos que el ciclo normal de gastos de la persona, como en el caso de algunas pensiones anuales o ingresos por arrendamiento con una periodicidad menos frecuente, deben considerarse como ingresos esporádicos.

## **2. Ingresos Variables:**

Los ingresos variables son aquellos que no se reciben de manera regular ni en una cantidad constante. Este tipo de ingreso está marcado por la incertidumbre, lo que lo hace difícil de predecir y de presupuestar. Ejemplos de ingresos variables incluyen horas extras, comisiones por ventas, bonificaciones, contratos de prestación de servicios y utilidades de un negocio.

La principal característica de los ingresos variables es la fluctuación tanto en su frecuencia como en la cantidad. A veces, puedes tener la certeza de que estos ingresos ocurrirán en una frecuencia determinada, como mensualmente, pero la cantidad de dinero que recibirás puede variar. Por ejemplo, un vendedor puede saber que recibirá una comisión mensual, pero



el monto dependerá de las ventas realizadas, lo cual no siempre se puede predecir con precisión. En otras ocasiones, los ingresos variables son más predecibles en cantidad, pero no en tiempo

### **3. Ingresos esporádicos:**

Los ingresos esporádicos son aquellos que, aunque se presentan de manera constante en cuanto a su periodicidad y magnitud, no coinciden con el ciclo normal de gastos de la persona o familia. Estos ingresos, a diferencia de los ingresos fijos, no se generan de manera recurrente o frecuente, pero pueden preverse con cierta exactitud.

Por ejemplo, un pago anual por un seguro o una herencia pueden ser considerados ingresos esporádicos, ya que ocurren con una frecuencia definida pero no se ajustan al ciclo normal de los gastos mensuales. Aunque su frecuencia puede ser conocida (anualmente, trimestralmente, etc.), no son fuentes de ingreso que se utilicen en el presupuesto diario. Debido a su naturaleza irregular, los ingresos esporádicos deben ser tratados de manera especial en la planificación financiera, ya que no se deben contar como ingresos permanentes ni recurrentes.

#### **3.2.7. Acceso a servicios básicos**

El acceso a servicios básicos implica la disponibilidad y el uso efectivo de recursos esenciales como salud, educación, vivienda, agua potable y transporte. Estos servicios son pilares fundamentales para garantizar una vida digna y plena, y su ausencia puede generar desigualdad y exclusión social. Contar con servicios básicos adecuados no solo mejora las condiciones materiales de las personas, sino que también les permite desarrollarse integralmente, acceder a oportunidades y participar activamente en la sociedad. Es un indicador clave de equidad y justicia social que refleja el compromiso de una comunidad con el bienestar colectivo (Jiménez, 2023).

Según Jiménez (2023) el acceso a los servicios básicos es un componente fundamental para garantizar el bienestar de la población y promover el desarrollo social y económico. Para



que estos servicios cumplan su función esencial, deben cumplir con varias características clave que aseguren su efectividad, equidad y sostenibilidad.

#### Disponibilidad universal:

Los servicios básicos deben ser accesibles para todas las personas, independientemente de su ubicación geográfica, condición económica o situación social. La equidad en el acceso es un principio fundamental para asegurar que no haya exclusiones o desigualdades en el suministro de servicios esenciales, como agua potable, energía, educación y atención sanitaria. El acceso universal significa que todas las personas, sin importar su contexto, tienen el derecho de disfrutar de estos servicios, lo que promueve la inclusión social y la igualdad de oportunidades.

#### Calidad adecuada:

No es suficiente con que los servicios básicos estén disponibles; deben cumplir con estándares de calidad que garanticen su eficacia y utilidad. La calidad se refiere a la capacidad del servicio de satisfacer de manera efectiva las necesidades esenciales de la población, garantizando que las infraestructuras y tecnologías utilizadas sean modernas, seguras y eficientes. Los servicios deben estar diseñados para asegurar el bienestar físico y emocional de las personas, promoviendo una salud óptima, educación efectiva y una calidad de vida mejorada.

#### Asequibilidad:

Los costos asociados a los servicios básicos deben ser razonables para garantizar que todos los sectores de la sociedad, especialmente aquellos con menos recursos económicos, puedan acceder a ellos. La asequibilidad no solo implica que el precio no sea excesivo, sino que se debe ajustar a las realidades económicas de la población, sin generar un obstáculo para su acceso. Si los servicios son inaccesibles económicamente, el riesgo es que las personas más



vulnerables queden excluidas de los beneficios fundamentales que estos servicios ofrecen, perpetuando la pobreza y la desigualdad social.

#### Sostenibilidad:

La sostenibilidad se refiere a la gestión responsable de los recursos naturales y la infraestructura necesaria para proveer servicios básicos, asegurando que puedan mantenerse a lo largo del tiempo. Esto incluye la preservación de recursos y el diseño de soluciones que no solo satisfagan las necesidades actuales, sino que también garanticen que las generaciones futuras puedan disfrutar de los mismos servicios sin comprometer su disponibilidad. La sostenibilidad también implica la implementación de políticas que promuevan la eficiencia energética, el cuidado ambiental y la innovación tecnológica en la gestión de estos servicios.

#### Impacto en el desarrollo humano:

El acceso adecuado a los servicios básicos tiene un impacto directo en el desarrollo humano. Garantizar el acceso a agua potable, educación de calidad, energía y atención sanitaria adecuada es esencial para el bienestar integral de las personas, contribuyendo a la reducción de desigualdades y mejorando la calidad de vida. Estos servicios fomentan oportunidades educativas, laborales y sociales, creando un ciclo de mejora continua que impulsa la autonomía y empoderamiento de las comunidades. Al mismo tiempo, contribuyen a la salud pública, la productividad económica y la cohesión social.

#### Interconexión entre servicios:

La efectividad de los servicios básicos está interrelacionada, lo que significa que el acceso a un servicio puede mejorar el uso y la efectividad de otros. Por ejemplo, el acceso al agua potable no solo mejora la salud física, sino que también facilita el acceso a educación (ya que las niñas no tienen que dedicar tiempo a la recolección de agua) y mejora la productividad laboral. Asimismo, una educación adecuada fomenta el uso eficiente de otros recursos



disponibles, como la energía y tecnologías sostenibles, lo que aumenta la eficacia de los servicios y contribuye a un desarrollo social y económico más equilibrado.

Medición de progreso social:

El acceso a servicios básicos es uno de los principales indicadores para medir el progreso social y justicia en una comunidad o región. La capacidad de una sociedad para garantizar el acceso universal y equitativo a estos servicios es un reflejo del nivel de desarrollo y de su compromiso con la reducción de desigualdades. Por lo tanto, la medición de la cobertura y calidad de estos servicios se convierte en un instrumento clave para las políticas públicas, que deben estar orientadas a garantizar el acceso a los derechos fundamentales de todos los ciudadanos, independientemente de su contexto.

### **3.2.8. Bienestar emocional**

El bienestar emocional es el estado de equilibrio psicológico y satisfacción que permite a una persona enfrentar las demandas de la vida cotidiana con resiliencia, optimismo y motivación. Este aspecto incluye elementos como la autoestima, la estabilidad emocional y las relaciones interpersonales saludables, que contribuyen a una percepción positiva de uno mismo y del entorno. Un bienestar emocional sólido no solo se traduce en felicidad personal, sino que también potencia la capacidad de las personas para alcanzar sus metas, construir vínculos significativos y superar desafíos con confianza y determinación. Es una dimensión clave del bienestar humano que refleja la calidad de la experiencia de vida de cada individuo (Lavandero, 2022).

Según Lavandero (2022) varios aspectos de nuestra vida cotidiana influyen profundamente en nuestro bienestar emocional. Estos factores están interrelacionados y afectan nuestra capacidad de lidiar con el estrés, mantener relaciones saludables y cuidar de nosotros mismos. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes:



## La familia:

La familia es nuestro primer entorno social y tiene un impacto fundamental en nuestro bienestar emocional. Las relaciones familiares, ya sea con padres, hermanos, abuelos u otros miembros cercanos, nos proporcionan el apoyo emocional y las bases necesarias para nuestro desarrollo. Sin embargo, no todas las familias cuentan con relaciones sanas o equilibradas, lo que puede generar tensiones y conflictos emocionales. Es crucial dedicar tiempo de calidad a nuestra familia, incluso en medio de la agitada vida cotidiana, y no permitir que el estrés o las responsabilidades laborales nos impidan mantener estos lazos.

## La vida social y relaciones personales:

Las relaciones sociales son otro pilar esencial para el bienestar emocional. Las interacciones con amigos, colegas y otras personas ayudan a crear un sentido de pertenencia y conexión, lo cual es vital para nuestra salud emocional. Abrirse a los demás y compartir experiencias no solo fomenta el desarrollo de nuevas perspectivas, sino que también nos ayuda a encontrar soluciones y afrontar juntos los desafíos de la vida. Es fundamental cuidar las amistades y relaciones personales, ya que, al igual que la familia, estas ofrecen apoyo emocional, y un círculo de amistades de calidad puede ser clave para alcanzar un equilibrio personal y emocional.

## El trabajo:

El trabajo tiene un impacto directo en nuestro bienestar emocional, ya que pasamos gran parte de nuestra vida laboral en un entorno que puede tener efectos tanto positivos como negativos en nuestra salud mental. Las condiciones laborales, las relaciones con compañeros de trabajo y la forma en que nos sentimos en nuestro puesto pueden ser factores de estrés o satisfacción. El aumento del estrés laboral, especialmente con el auge del teletrabajo, ha hecho que muchas personas sean más conscientes de la necesidad de equilibrar sus demandas laborales y su bienestar emocional. Los trabajos que requieren mucha presión, largas jornadas



o entornos conflictivos pueden contribuir a problemas de estrés crónico, que afectan tanto la productividad como la salud mental.

#### La alimentación:

Una alimentación adecuada es crucial no solo para nuestra salud física, sino también para mantener un bienestar emocional óptimo. Dietas poco saludables, cargadas de alimentos procesados y grasas saturadas, pueden alterar tanto nuestro estado físico como nuestra capacidad para manejar el estrés. Además, la mala alimentación puede afectar la calidad del sueño, lo que agrava aún más los problemas emocionales. Consumir más frutas, verduras y legumbres, reducir el consumo de proteínas animales y evitar los alimentos ultraprocesados son pasos importantes para mejorar tanto nuestra salud física como emocional.

#### El Sueño:

El descanso adecuado es indispensable para la recuperación emocional y el equilibrio mental. La falta de sueño o el insomnio pueden desencadenar una serie de problemas emocionales, como irritabilidad, fatiga y dificultades para manejar el estrés. La falta de sueño afecta nuestra energía, productividad y capacidad para regular nuestras emociones. Combatir los hábitos nocivos, reducir el estrés y crear un ambiente relajante para dormir son factores clave para mejorar la calidad del sueño.

#### El estrés y la ansiedad:

El estrés es uno de los mayores enemigos del bienestar emocional. Cuando las demandas del entorno superan nuestra capacidad de respuesta, el estrés se convierte en un problema serio que afecta nuestra salud física y mental. El estrés no solo provoca cambios biológicos y fisiológicos, como la reducción de las defensas del cuerpo, sino que también aumenta el riesgo de enfermedades y trastornos mentales. En muchos casos, el estrés crónico puede derivar en trastornos como la ansiedad o incluso la depresión. Cuando el estrés se



combina con experiencias traumáticas, puede dar lugar a trastornos postraumáticos, que afectan gravemente el bienestar emocional.

Según Lavandero (2022) conseguir el bienestar emocional no tiene que ser un proceso complicado, pero requiere un enfoque consciente en varias áreas de la vida diaria. A continuación, se destacan algunos enfoques clave que pueden ayudarnos a mejorar nuestro bienestar emocional:

#### Conocerse a uno mismo:

Uno de los pilares fundamentales para alcanzar el bienestar emocional es conocerse a uno mismo. Este proceso comienza con la autoaceptación y la disposición para explorar nuestras emociones y pensamientos. El autoconocimiento implica dedicar tiempo a escucharnos, ser honestos con nosotros mismos sobre lo que sentimos y reconocer lo que realmente nos gusta y lo que no. Esto no significa que debamos ser perfectos; al contrario, es aceptar nuestras imperfecciones y entender que todos somos vulnerables.

#### Relacionarse con los demás:

La interacción social es un medio poderoso para mejorar nuestro bienestar emocional. Tener relaciones de apoyo, donde podamos compartir nuestras preocupaciones sin miedo al juicio, ayuda a reducir el estrés y mejora nuestra perspectiva sobre las situaciones. Es vital rodearnos de personas que no solo nos escuchen, sino que nos entiendan a nivel profundo, percibiendo nuestros sentimientos tanto en palabras como en gestos. Este tipo de relaciones enriquecen nuestra vida y nos proporcionan un espacio seguro para expresarnos sin temor a ser rechazados.

#### Aceptarse a uno mismo

El proceso de aceptación personal es esencial para lograr la paz interior y el bienestar emocional. Muchas veces, los problemas emocionales nacen de nuestra incapacidad para aceptarnos tal como somos, con nuestras fortalezas y limitaciones. Aceptarse significa dejar de



lado las expectativas irreales y reconocer que, aunque no somos perfectos, somos suficientes tal y como somos. Esta aceptación profunda puede transformar nuestra relación con nosotros mismos, liberándonos del dolor innecesario de la autocrítica y ayudándonos a cuidar nuestra autoestima.

Buscar propósitos y metas:

La motivación es un motor esencial para el bienestar emocional. Cuando tenemos metas claras y propósitos en la vida, nos sentimos impulsados a seguir adelante y a crecer. No se trata solo de grandes objetivos, sino también de encontrar aquellos intereses y pasatiempos que nos hacen felices y que nos brindan un sentido de realización personal. Volver a hacer cosas que disfrutábamos en nuestra infancia o explorar nuevas actividades puede ser una manera poderosa de reconectar con lo que realmente nos llena de satisfacción.

Adoptar un estilo de vida saludable:

La salud física y mental están profundamente conectadas, y adoptar un estilo de vida saludable tiene un impacto directo en nuestro bienestar emocional. El ejercicio físico regular no solo mejora nuestra salud física, sino que también reduce el estrés y mejora nuestro estado de ánimo. Una alimentación equilibrada, rica en nutrientes, también juega un papel crucial, ya que el cuerpo y la mente dependen de una buena nutrición para funcionar de manera óptima.

### **3.3. Marco conceptual**

Artesanía:

La artesanía es la expresión creativa y cultural de una comunidad, plasmada en productos elaborados de manera manual que reflejan tradiciones, conocimientos y técnicas transmitidas de generación en generación. Estos objetos, únicos en diseño y funcionalidad, suelen estar ligados a la identidad y el patrimonio cultural de una región, representando tanto una fuente de ingresos económicos (Pérez y Gardey, 2021).



## Cadena de valor:

La cadena de valor es el conjunto de actividades interconectadas que se realizan desde la concepción de un producto hasta su entrega al consumidor final. Incluye procesos como el diseño, la producción, la logística, el marketing y la distribución, con el objetivo de agregar valor en cada etapa. En el contexto de la artesanía, la cadena de valor integra el conocimiento ancestral, la calidad de los materiales y la comercialización, destacando la importancia de optimizar cada paso para mejorar la competitividad (Santos, 2023).

## Competitividad:

La competitividad es la capacidad de un producto, empresa o región para destacar y mantenerse relevante en un mercado determinado, ofreciendo bienes o servicios que cumplen con los estándares de calidad, precio y demanda. En el ámbito de la artesanía, la competitividad depende de factores como la innovación en los diseños, la adaptación a las preferencias del mercado, la calidad de los materiales utilizados y la sostenibilidad de los procesos productivos (Díaz et al., 2021).

## Demanda internacional:

La demanda internacional es el interés o necesidad que existe en mercados extranjeros por productos o servicios específicos, influenciada por tendencias globales, calidad, innovación y autenticidad. Para los artesanos, atender esta demanda representa una oportunidad para posicionar sus creaciones en mercados globales, generando ingresos y promoviendo el reconocimiento de su cultura y habilidades (Landeta y Cadena, 2024).

## Empoderamiento:

El empoderamiento es el proceso mediante el cual las personas adquieren las herramientas, el conocimiento y la confianza necesarios para tomar el control de sus vidas, mejorar sus condiciones y participar activamente en su entorno social y económico. En el caso de las artesanas, el empoderamiento está estrechamente vinculado con su capacidad para



acceder a mercados, generar ingresos propios, tomar decisiones económicas y fortalecer su papel en la comunidad (Silva y Loreto, 2004)

#### Patrimonio cultural:

El patrimonio cultural comprende el conjunto de manifestaciones materiales e inmateriales que reflejan la historia, las tradiciones, los conocimientos y las expresiones creativas de una comunidad. Los productos artesanales son una expresión tangible de este patrimonio, transmitiendo identidad y valores a través de su diseño y elaboración. Preservar este legado no solo fomenta el sentido de pertenencia, sino que también promueve el respeto por la diversidad cultural (Instituto de gestión Cultural y Artística [IGECA], 2022).

#### Políticas públicas:

Las políticas públicas son acciones y decisiones adoptadas por gobiernos para resolver problemas y promover el bienestar social en diferentes áreas. En el ámbito de la artesanía, las políticas públicas pueden incluir el fomento de la producción sostenible, el acceso a financiamiento, la promoción en mercados internacionales y la protección del patrimonio cultural. Estas iniciativas son esenciales para fortalecer el sector artesanal y garantizar su sostenibilidad a largo plazo (García, 2021).



## CAPITULO IV

### HIPÓTESIS

#### 4.1. Hipótesis general

La exportación se relaciona significativamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

#### 4.2. Hipótesis específica

- El acceso a mercados se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.
- La capacitación comercial se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.
- La adaptación del producto se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

#### 4.3. Variables

V1. Exportación

V2. Calidad de vida



4.4. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN
V1: Exportación	Acceso a mercados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de canales de comercialización internacional.</li> <li>Participación en ferias o plataformas de exportación.</li> <li>Ventas realizadas en mercados internacionales.</li> </ul>	Ordinal
	Capacitación comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de talleres o cursos realizados.</li> <li>Nivel de conocimiento sobre procesos de exportación.</li> <li>Uso de herramientas tecnológicas en comercio.</li> <li>Cumplimiento de estándares internacionales.</li> </ul>	
V2: Calidad de vida	Adaptación del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Variedad de productos adaptados para exportación.</li> <li>Grado de aceptación del producto en mercados externos.</li> <li>Incremento en el ingreso mensual.</li> </ul>	
	Ingresos económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Porcentaje del ingreso proveniente de exportaciones.</li> <li>Diversificación de fuentes de ingreso.</li> </ul>	
	Acceso a servicios básicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Frecuencia de uso de servicios de salud y educación.</li> <li>Mejora en las condiciones de vivienda.</li> <li>Acceso al transporte público o privado.</li> <li>Percepción de satisfacción personal.</li> </ul>	
	Bienestar emocional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel de reconocimiento social en la comunidad.</li> <li>Grado de motivación para continuar produciendo textiles.</li> </ul>	

Nota. En estas tabla se establecen las variables, dimensiones e indicadores.



## CAPÍTULO V

### PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 5.1. Enfoque de la investigación

El enfoque aplicado fue el cuantitativo el cual se basa en la recopilación y análisis de datos numéricos. Este método permite observar y evaluar los resultados de manera estructurada, buscando mantener la objetividad en todo momento. Su finalidad principal es identificar patrones o tendencias entre las variables investigadas, sin dejar espacio a interpretaciones subjetivas. A través de este enfoque, se busca brindar claridad y precisión en las conclusiones, ayudando a comprender cómo las variables interactúan entre sí (Sanfeliciano, 2023).

#### 5.2. Método aplicado a la investigación

El método usado fue el deductivo el cual sigue un razonamiento lógico que comienza con conceptos o teorías amplias para aplicarlos a situaciones específicas y concretas. Este proceso se parece a construir un puente entre las ideas generales y la realidad práctica que se estudia. Es una forma de analizar los datos con una estructura clara, conectando lo que ya se sabe con lo que se quiere descubrir, siempre adaptándose al contexto en el que se desarrolla la investigación (Segundo, 2018).

#### 5.3. Tipo de investigación

El tipo aplicado fue el básico el cual se enmarca dentro de un tipo de investigación que busca generar conocimientos teóricos, centrándose en comprender cómo están relacionadas



ciertas variables. No tiene como objetivo inmediato encontrar aplicaciones prácticas o soluciones directas, sino más bien aportar al entendimiento profundo de estas relaciones. Es como explorar un mapa para identificar las conexiones clave antes de decidir hacia dónde avanzar (Muntanet, 2010).

#### **5.4. Nivel de investigación**

El nivel aplicado fue el correlacional el cual está enfocado en analizar y describir las relaciones entre las variables sin pretender establecer una conexión de causa y efecto. En otras palabras, busca responder preguntas como "¿qué tanto están asociadas estas variables?" en lugar de "¿qué provoca qué?". Este enfoque es ideal para obtener una visión clara y fundamentada de cómo interactúan los elementos estudiados, dejando abierta la posibilidad de estudios futuros más detallados (Siddharth, 2011).

#### **5.5. Diseño de investigación**

El diseño usado fue el no experimental el cual se centra en observar las condiciones tal como ocurren en la realidad, sin intervenir ni modificar los factores que se están estudiando. Es un enfoque que permite recolectar información genuina, respetando el entorno natural de los fenómenos analizados. La idea es capturar una fotografía fiel de la situación para luego interpretarla, lo que garantiza que los hallazgos sean representativos y reflejen lo que realmente está sucediendo (Bonilla, 2015).

#### **5.6. Población y muestra**

##### **5.6.1. Población**

La población de este estudio estuvo compuesta por 25 artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca. Estas mujeres representan un grupo específico y único dentro de la comunidad, ya que su trabajo artesanal no solo preserva técnicas tradicionales, sino que también aporta significativamente al desarrollo cultural y económico de la región.



**5.6.2. Muestra**

Debido a que la población era reducida, se decidió trabajar con una muestra censal, incluyendo a las 25 artesanas textiles en el proceso de recolección de datos. Este enfoque permitió garantizar que cada voz y experiencia fueran consideradas, asegurando que el análisis reflejara de manera integral las condiciones y realidades del grupo.

**5.7. Técnicas e instrumentos**

**5.7.1. Técnica**

La técnica empleada fue la encuesta, que facilitó la recopilación de información directa de las participantes.

**5.7.2. Instrumento**

El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado, diseñado específicamente para recoger datos relacionados con las variables del estudio. Este instrumento permitió obtener respuestas claras y comparables.

**5.8. Confiabilidad y validez del instrumento**

**5.8.1. Confiabilidad**

La confiabilidad del cuestionario se evaluó utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach, que es ampliamente reconocido por medir la consistencia interna del instrumento. Este análisis confirmó que el cuestionario era fiable para el propósito del estudio.

**Tabla 2**

*Estadística de confiabilidad del instrumento*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,866	18

*Nota.* La confiabilidad establecida en esta tabla indica que el instrumento es bueno.



Interpretación:

Según los resultados presentados en la tabla 2, el coeficiente Alfa de Cronbach obtenido es de 0,866. Este valor indica que el instrumento utilizado para la recolección de datos posee una buena confiabilidad.

### **5.8.2. Validez**

La validez del instrumento fue asegurada mediante juicio de expertos. Especialistas en el tema revisaron el cuestionario para garantizar que las preguntas fueran claras, pertinentes y adecuadas para medir las variables de interés.

## **5.9. Procedimiento de tratamiento de datos**

Los datos recolectados fueron procesados y analizados utilizando el software estadístico SPSS versión 25. Este programa permitió realizar análisis correlacional de manera eficiente y precisa, facilitando la interpretación de los resultados en función de los objetivos.

## **5.10. Contrastación de hipótesis**

Planteamiento de la HG:

H0: La exportación no se relaciona significativamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

H1: La exportación se relaciona significativamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

Alfa seleccionado:

0,05.

Prueba estadística:

**Tabla 3***Contraste de la HG*

		Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,641	,119	5,296	,000
N de casos válidos		25			

*Nota.* Esta tabla establece una significancia estadística significativa ( $p < 0,05$ ).

Decisión:

Los resultados reflejados en la tabla 3 presentan un p-valor de 0,000, el cual es inferior al alfa de 0,05, lo que proporciona pruebas suficientes para aceptar la hipótesis alterna. Esto establece que la exportación se relaciona significativamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

Planteamiento de la HE1:

H0: El acceso a mercados no se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

H1: El acceso a mercados se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

Alfa seleccionado:

0,05.

Prueba estadística:

**Tabla 4**

*Contraste de la HE1*

		Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,438	,130	3,285	,001
N de casos válidos		25			

*Nota.* Esta tabla establece una significancia estadística significativa ( $p < 0,05$ ).

Decisión:

En la tabla 4, el p-valor de 0,001, el cual es inferior al alfa de 0,05, esto confirma que hay suficientes evidencias para aceptar la hipótesis alterna, estableciendo que el acceso a mercados se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

Planteamiento de la HE2:

H0: La capacitación comercial no se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

H1: La capacitación comercial se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

Alfa seleccionado:

0,05.

Prueba estadística:

**Tabla 5***Contraste de la HE2*

		Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,367	,157	2,289	,022
N de casos válidos		25			

*Nota.* Esta tabla establece una significancia estadística significativa ( $p < 0,05$ ).

Decisión:

La tabla 5 muestra un p-valor de 0,022, el cual es menor al alfa de 0,05, lo que también respalda la aceptación de la hipótesis alterna. Esto indica que la capacitación comercial se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

Planteamiento de la HE3:

H0: La adaptación del producto no se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

H1: La adaptación del producto se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

Alfa seleccionado:

0,05.

Prueba estadística:



**Tabla 6**

*Contraste de la HE3*

		Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,512	,105	4,714	,000
N de casos válidos		25			

*Nota.* Esta tabla establece una significancia estadística significativa ( $p < 0,05$ ).

Decisión:

Finalmente, los datos de la tabla 6 presentan un p-valor de 0,000, el cual es inferior al alfa de 0,05, proporcionando pruebas sólidas para aceptar la hipótesis alterna. Esto establece que la adaptación del producto se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.



## CAPÍTULO VI

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 6.1. Presentación de resultados

**Tabla 7**

*Prueba de normalidad*

Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.
Exportación	,966	25	,541
Calidad de vida	,944	25	,044

*Nota.* Esta tabla establece los rangos de normalidad de las variables estudiadas.

Interpretación:

De acuerdo con los resultados reflejados en la tabla 7, se determinó que la primera variable cumple con el supuesto de normalidad, ya que el valor de significancia (Sig.) supera el umbral de 0,05. Esto indica que los datos correspondientes a esta variable están distribuidos de manera normal, lo cual es un requisito fundamental para aplicar pruebas estadísticas paramétricas. Por otro lado, la segunda variable no cumple con el supuesto de normalidad, ya que su valor de significancia es inferior a 0,05. Ante esta situación, se consideró adecuado y metodológicamente correcto emplear estadísticas no paramétricas para analizar los datos del estudio.



**Tabla 8**

*Interpretaciones de las correlaciones*

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

*Nota.* Estas interpretaciones provienen de Martínez y Campos (2015).

**Tabla 9**

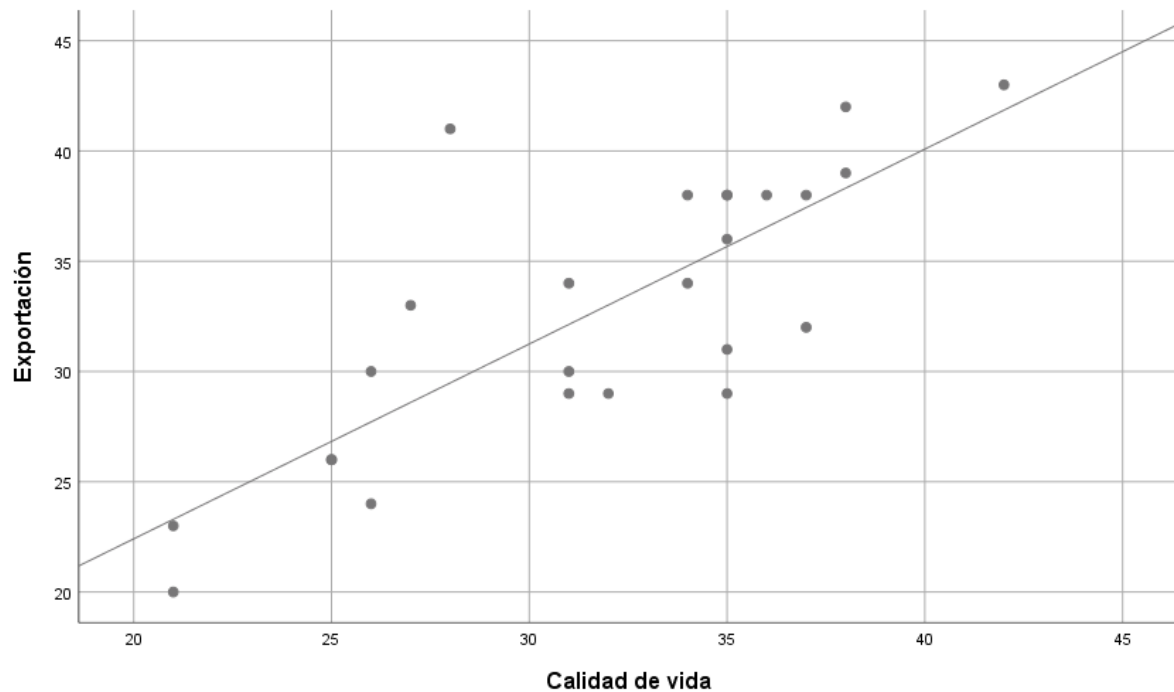
*Correlación entre la exportación y la calidad de vida*

		Exportación	Calidad de vida
	Coefficiente de correlación	1,000	,760**
Rho de Spearman	Exportación		
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	25	25

*Nota.* En esta tabla se observa que se alcanzó una correlación del 76%.

**Figura 1**

*Diagrama de dispersión entre la exportación y la calidad de vida*



*Nota.* Esta figura proviene de la tabla 9.

**Interpretación:**

El análisis estadístico reflejado en la tabla 9 muestra un valor de Rho de Spearman de 0,760, lo que indica una correlación positiva alta entre la exportación y la calidad de vida de las artesanas textiles. Este hallazgo sugiere que, al fortalecerse las actividades de exportación, se generan mejoras significativas en la calidad de vida. Por ejemplo, una mayor participación en mercados internacionales puede traducirse en ingresos más constantes, mejor acceso a servicios básicos y un mayor bienestar emocional. Esto destaca la relevancia de promover iniciativas que impulsen las oportunidades de exportación, ya que estas pueden transformar de manera positiva las condiciones de vida de las artesanas.

**Tabla 10**

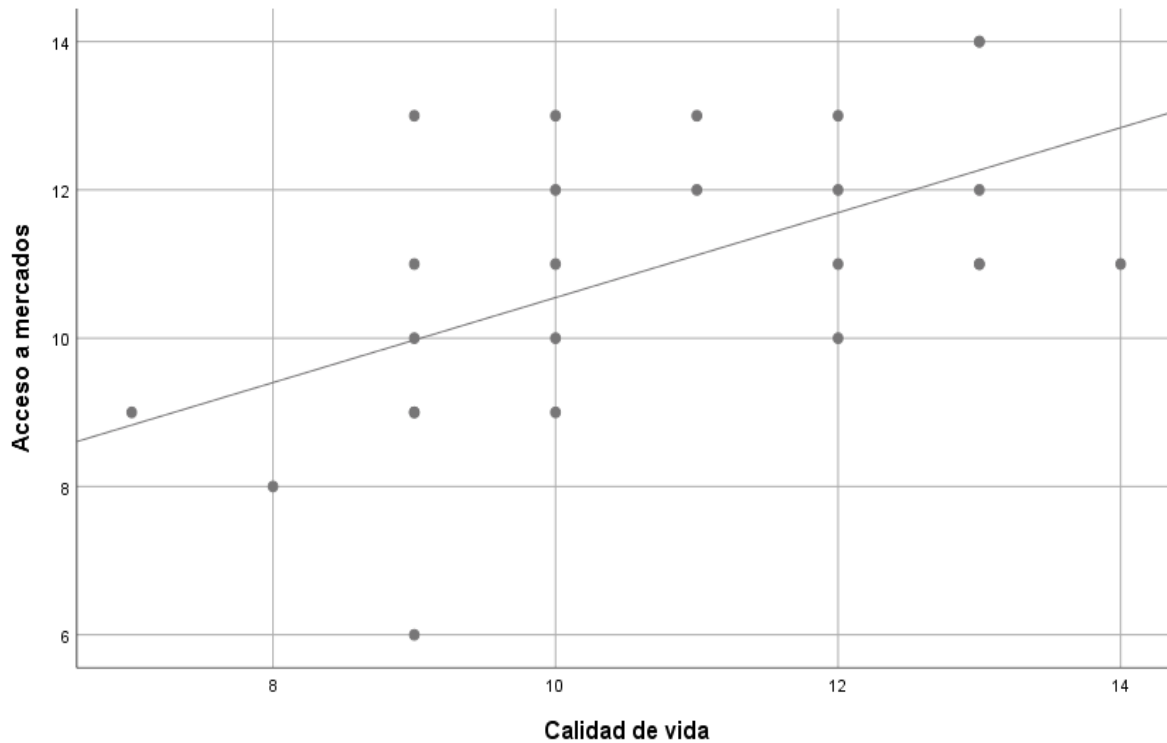
*Correlación entre el acceso a mercados y la calidad de vida*

		Acceso a mercados	Calidad de vida
	Coefficiente de correlación	1,000	,560**
Rho de Spearman	Acceso a mercados	.	,004
	Sig. (bilateral)		
	N	25	25

*Nota.* En esta tabla se observa que se alcanzó una correlación del 56%.

**Figura 2**

*Diagrama de dispersión entre el acceso a mercados y la calidad de vida*



*Nota.* Esta figura proviene de la tabla 10.



### Interpretación:

Según lo presentado en la tabla 10, el valor de Rho de Spearman de 0,560 señala una correlación positiva moderada entre el acceso a mercados y la calidad de vida. Esto implica que facilitar el acceso de las artesanas a mercados internacionales puede mejorar directamente su bienestar. Una mayor conectividad con mercados globales no solo incrementa sus ingresos, sino que también contribuye al reconocimiento de su trabajo, fortaleciendo su autoestima y motivación. Este resultado resalta la necesidad de crear plataformas inclusivas y accesibles que permitan a las artesanas expandir sus horizontes comerciales y, a su vez, mejorar su calidad de vida.

**Tabla 11**

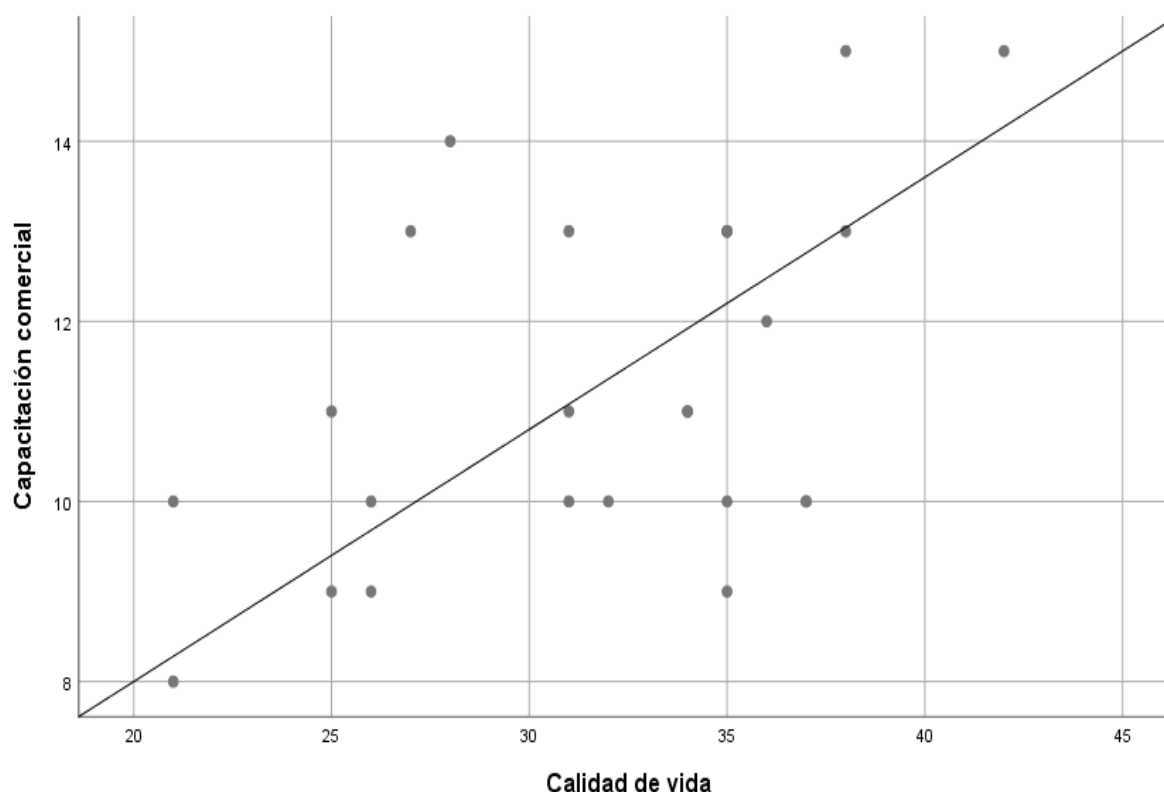
*Correlación entre la capacitación comercial y la calidad de vida*

		Capacitación comercial	Calidad de vida
	Coefficiente de correlación	1,000	,466*
Rho de Spearman	Capacitación comercial	.	,019
	Sig. (bilateral)		
	N	25	25

*Nota.* En esta tabla se observa que se alcanzó una correlación del 46%.

### Figura 3

*Diagrama de dispersión entre la capacitación comercial y la calidad de vida*



*Nota.* Esta figura proviene de la tabla 11.

#### Interpretación:

En la tabla 11, el valor de Rho de Spearman de 0,446 evidencia una correlación positiva moderada entre la capacitación comercial y la calidad de vida. Este resultado pone de manifiesto que cuando las artesanas reciben formación sobre procesos comerciales y de exportación, experimentan un impacto favorable en su bienestar. La capacitación no solo fortalece sus competencias para interactuar con mercados exigentes, sino que también les permite gestionar de manera más eficiente sus recursos. Este hallazgo subraya la importancia de invertir en programas educativos que impulsen la autonomía económica y el crecimiento personal de las artesanas.

**Tabla 12**

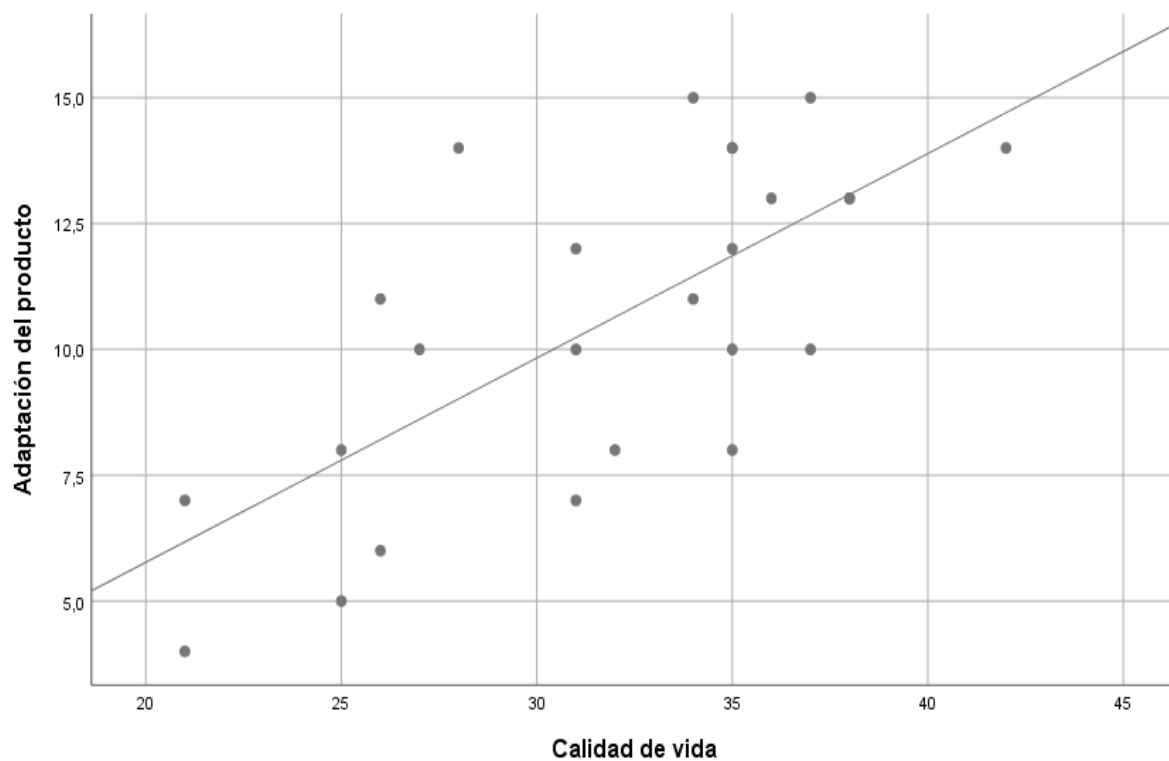
*Correlación entre la adaptación del producto y la calidad de vida*

		Adaptación del producto	Calidad de vida
	Coefficiente de correlación	1,000	,655**
Rho de Spearman	Adaptación del producto	.	,000
	Sig. (bilateral)		
	N	25	25

*Nota.* En esta tabla se observa que se alcanzó una correlación del 65%.

**Figura 4**

*Diagrama de dispersión entre la adaptación del producto y la calidad de vida*



*Nota.* Esta figura proviene de la tabla 12.



## Interpretación:

La tabla 12 muestra un valor de Rho de Spearman de 0,655, que indica una correlación positiva moderada entre la adaptación del producto y la calidad de vida. Este resultado destaca que cuando las artesanas ajustan sus productos para cumplir con los estándares y demandas del mercado, se generan mejoras significativas en su bienestar. Las adaptaciones no solo aumentan la aceptación de sus productos en mercados internacionales, sino que también potencian su reconocimiento y confianza en su trabajo. Esto enfatiza la necesidad de fomentar la innovación y la creatividad como estrategias clave para mejorar tanto los ingresos como la satisfacción personal de las artesanas.

## 6.2. Discusión de resultados

Los resultados de esta investigación, que muestran una correlación positiva y significativa entre la exportación y la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca, encuentran resonancia en estudios previos, aunque bajo contextos y enfoques diferentes. La discusión se centra en cómo las exportaciones impactan en dimensiones económicas y sociales, destacando patrones comunes y diferencias relevantes.

Cruz et al. (2021) demostraron que las exportaciones en Ecuador tienen un impacto directo, aunque moderado, en el crecimiento económico del país. A través de un modelo econométrico, concluyeron que las exportaciones de productos como crudo y derivados contribuyen al Producto Interno Bruto (PIB). Este hallazgo encuentra eco en la presente investigación, ya que los ingresos generados por actividades de exportación, aunque no directamente ligados al PIB, se traducen en mejoras económicas tangibles para las artesanas textiles. Similar a Ecuador, donde las exportaciones son clave, en Puno también pueden ser un motor de cambio social cuando se gestionan adecuadamente.

Por su parte, Romero (2023) abordó la importancia de las exportaciones no tradicionales en Ecuador, señalando que estas tienen una conexión sustancial con el



crecimiento económico, especialmente en contextos de innovación y fortalecimiento de infraestructura. En relación a las artesanías del Lago Titicaca, este enfoque subraya la importancia de diversificar la producción textil, adaptando los productos a las demandas internacionales. Esta diversificación puede no solo aumentar los ingresos, sino también fortalecer la identidad cultural y las oportunidades de mercado, replicando los beneficios observados en Ecuador.

Chiatchoua et al. (2022) exploraron cómo las exportaciones pueden contribuir a la reducción de la pobreza en México, destacando que los beneficios dependen en gran medida de las condiciones locales y las políticas de apoyo. Este hallazgo es relevante para las artesanías textiles de Puno, ya que la mejora en su calidad de vida gracias a la exportación depende de factores como el acceso a mercados, la capacitación y el respaldo institucional. Si bien las exportaciones pueden ser un camino para salir de la pobreza, este proceso requiere una estrategia integral que aborde las disparidades regionales y garantice un impacto más equitativo.

Estudios como el de Gutiérrez y Surco (2020) y Maza (2020) resaltan la importancia de las políticas gubernamentales y del Comercio Justo en el sector agroexportador de Puno. En ambos casos, los resultados indicaron que, aunque las políticas han generado beneficios como mayores ingresos y acceso a servicios básicos, su implementación ha sido limitada. Para las artesanías textiles, esto sugiere que las iniciativas orientadas al comercio justo o a la capacitación deben diseñarse con una planificación más integral, asegurando que lleguen de manera efectiva a quienes más las necesitan. Además, al igual que en el caso de los productores de quinua, las artesanías podrían beneficiarse de un mayor enfoque en la promoción internacional y en estrategias para enfrentar desafíos estructurales como el acceso limitado a mercados.



Si bien estos estudios se centraron en contextos diversos desde exportaciones de crudo en Ecuador hasta quinua en Puno, todos destacan que las exportaciones son un catalizador para el desarrollo económico y social. En este sentido, los hallazgos de la presente investigación aportan una nueva perspectiva, al enfocarse en el sector artesanal, donde las exportaciones no solo impactan en la economía, sino también en la autoestima, el reconocimiento y la preservación cultural de las artesanas textiles. Este enfoque humano complementa las conclusiones previas al destacar que el éxito económico no se limita a los ingresos, sino que también incluye aspectos cualitativos como el bienestar emocional y social.

En resumen, los resultados de esta investigación coinciden con estudios previos en que las exportaciones tienen un impacto positivo, pero su efectividad depende de factores complementarios como la capacitación, el acceso a mercados y las políticas de apoyo. Para maximizar estos beneficios, es crucial implementar estrategias integrales que no solo promuevan la exportación, sino que también fortalezcan las capacidades de las artesanas y las conecten con mercados globales de manera sostenible y equitativa. Este enfoque no solo mejorará su calidad de vida, sino que también contribuirá al desarrollo económico de la región de Puno.



## CONCLUSIONES

PRIMERA. En esta tesis se estableció que existe una relación positiva alta entre la exportación y la calidad de vida de las artesanas. Este hallazgo está respaldado por un p-valor de 0,000 y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0,760. Revela que a medida que las actividades de exportación se fortalecen, se generan mejoras en su calidad de vida. Por ende, se concluye que la exportación se relaciona significativamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

SEGUNDA. En este estudio se determinó que existe una relación positiva moderada entre el acceso a mercados y la calidad de vida de las artesanas textiles. Este hallazgo está respaldado por un p-valor de 0,001 y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0,560. Indica que cuando se incrementa el acceso a mercados, las artesanas experimentan mejoras en sus calidad de vida, por ende, se concluye el que acceso a mercados se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.

TERCERA. En esta tesis se analizó que existe una relación positiva moderada entre la capacitación comercial y la calidad de vida de las artesanas textiles. Este hallazgo está respaldado por un p-valor de 0,022 y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0,446. Esto demuestra que la formación en temas comerciales potencia las habilidades de las artesanas, por ende, se concluye que la capacitación comercial se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024

CUARTA. En este estudio se identificó que existe una relación positiva moderada entre la adaptación del producto y la calidad de vida de las artesanas textiles. Este hallazgo está respaldado por un p-valor de 0,000 y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0,655. Esto indica que ajustar los productos a las demandas y estándares del mercado mejora la aceptación comercial, por ello se concluye que la adaptación del producto se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.



## RECOMENDACIONES

PRIMERA. Se recomienda al director: Reynaldo Yucra Lopez de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) Puno desarrollar programas específicos que promuevan las exportaciones de productos artesanales textiles mediante alianzas estratégicas con mercados internacionales. Esto podría incluir la organización de ferias comerciales internacionales donde las artesanas puedan exhibir y vender sus productos directamente, así como la creación de plataformas digitales que conecten a las artesanas con compradores extranjeros.

SEGUNDA. Se recomienda al director: Reynaldo Yucra Lopez de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) Puno implementar políticas que mejoren el acceso de las artesanas textiles a mercados locales, nacionales e internacionales. Esto puede incluir la creación de redes de comercialización que reduzcan la intervención de intermediarios y maximicen las ganancias de las productoras. Además, sería beneficioso desarrollar talleres y capacitaciones sobre estrategias de negociación y uso de tecnologías para comercializar productos, como el comercio electrónico.

TERCERA. Se recomienda al director: Reynaldo Yucra Lopez de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) Puno promover programas de formación continua en temas de comercio internacional, marketing y gestión empresarial para las artesanas textiles. Estos programas deberían adaptarse a las necesidades específicas de las artesanas, considerando su nivel de formación y experiencia. Asimismo, sería ideal facilitar el acceso a mentores o expertos en exportación que puedan guiarlas en la mejora de sus procesos comerciales.

CUARTA. Se recomienda al director: Reynaldo Yucra Lopez de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) Puno trabajar en el fortalecimiento de las capacidades de las artesanas textiles para adaptar sus productos a los estándares y demandas



de los mercados internacionales. Esto podría incluir talleres de diseño innovador, uso de nuevos materiales sostenibles y cumplimiento de normas de calidad. Además, sería importante facilitar el acceso a certificaciones que respalden la autenticidad y calidad de los productos, lo que incrementaría su valor en el mercado.



## REFERENCIAS

- Alama, M. (2021). *Estudio de mercado para la exportación de joyas de plata a la ciudad de Samborondón, Guayaquil. Ecuador 2017*. (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo).  
Repositorio institucional.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62961>
- Arellano, B., y Bocanegra, C. (2021). E-pymes de exportación textil artesanal mexicana, en tiempos de integración virtual y economías digitales. *Indiciales*, 1(1), 77–93.  
<https://doi.org/10.52906/ind.v1i1.12>
- Arévalo, D. (2021). *¿Qué son los ingresos en mis finanzas personales y familiares?*  
<https://www.tributi.com/mis-finanzas-personales/que-son-los-ingresos-en-mis-finanzas-personales-y-familiares>
- Bonilla, A. (2015). *Investigación no experimental*.  
<https://prezi.com/yz41asnhijvi/investigacion-no-experimental/>
- Casarotto, C. (2021). *Plan de capacitación de ventas: conoce los pasos para capacitar a tus vendedores*.  
<https://rockcontent.com/es/blog/plan-de-capacitacion-de-ventas/#:~:text=La%20formaci%C3%B3n%20comercial%20es%20una,empleados%20hasta%20la%20formaci%C3%B3n%20peri%C3%B3dica.>
- Chiatchoua, C., García, V., y Neme, O. (2022). Contribución de las exportaciones en la reducción de la pobreza en México, 2008-2018. *Análisis económico*, 37(97), 61-77.  
<https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v37n96/chiatchoua>
- Corthorn, D. (2023). *Plan de Marketing para la exportación peruana de polvo de yacón orgánico al mercado alemán*. (Tesis de maestría, Universidad de Barcelona).  
Repositorio institucional.  
<https://renati.sunedu.gob.pe/bitstream/renati/6970/1/CorthornNavarroD.pdf>



- Cruz, J., Cartuche, L., y León, L. (2021). Modelo econométrico: Análisis del impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Ecuador, 2009-2019. *Polo del conocimiento*, 6(9), 2076-2095. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i9.3156>
- Díaz, G., Quintana, M., y Fierro, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145–161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Escalante, M., Urbina, S., Banderas, V., Farinango, R., y Sotomayor, K. (2021). Análisis de la estructura productiva de la economía ecuatoriana: Exportaciones del Sector Agrícola. *Sociedad & Tecnología*, 4(3), 380–398. <https://doi.org/10.51247/st.v4i3.144>
- Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2002). *Mejorar el acceso a los mercados: Mayor coherencia entre la ayuda y el comercio exterior*. <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2002/esl/032102s.htm>
- Gallardo, A. (2024). *¿Qué es exportar? Tipos de exportación*. <https://www.creditoycaucion.es/es/blog/detalle/que-es-exportar>
- Galván, M. (2024). *¿Que Es Calidad De Vida?* <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa2/n2/m2.html>
- García, K. (2021). *Gestión de políticas públicas y seguridad ciudadana del gobierno autónomo descentralizado Municipal del Cantón Quevedo, Ecuador, año 2021. (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo)*. Repositorio institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/73167>
- Gutiérrez, A., y Surco, A. (2020). *Efecto positivo del Comercio Justo en la comunidad puneña con respecto a las exportaciones de quinua hacia Francia, dentro del marco de vigencia del Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea, durante los años 2008 – 2018. (Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas)*. Repositorio institucional. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/651628>



- Huacani, Y., Mamani, J., Mamani, A., y Copari, R. (2024). Talento humano en la calidad de exportación de artesanía en fibra de alpaca. *Revista Alfa*, 8(24), 815–822. <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v8i24.305>
- Instituto de gestión Cultural y Artística [IGECA]. (2022). *La importancia de la conservación y restauración del patrimonio cultural*. <https://igeca.net/blog/490-la-importancia-de-la-conservacion-y-restauracion-del-patrimonio-cultural>
- Itto. (2024). *Acceso al mercado*. [https://www.itto.int/es/economic\\_market/market\\_access/#:~:text=El%20acceso%20al%20mercado%20es,mutuos%20entre%20los%20socios%20comerciales.](https://www.itto.int/es/economic_market/market_access/#:~:text=El%20acceso%20al%20mercado%20es,mutuos%20entre%20los%20socios%20comerciales.)
- Jiménez, G. (2023). *El acceso a servicios básicos y la limitación de capacidades en la ruralidad desde la perspectiva del desarrollo humano*. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/21148>
- Lama, M. (2024). Crecimiento económico exportador, bienestar social y desarrollo económico: Un análisis departamental para el Perú, 2005 - 2019. *Semestre Económico*, 13(1), 2024.
- Landeta, D., y Cadena, S. (2024). Análisis de las Tendencias de Mercado Internacional para el 2024, para una Mediana Empresa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 5191-5215. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i1.9852](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9852)
- Lavandero, C. (2022). *En qué consiste el bienestar emocional*. <https://canalsalud.imq.es/guias/bienestar-emocional-que-es-como-conseguirlo>
- Lindo, N. (2023). *Impacto de las exportaciones artesanales en el crecimiento económico de Perú, periodo 1994-2021*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Frontera). Repositorio institucional. <https://repositorio.unf.edu.pe/items/27e8887a-c57a-4cde-870c-4b4b34344176>
- Martínez, A., & Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos



- Mayores. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, 36(3), 181-191.  
<https://doi.org/10.17488/RMIB.36.3.4>
- Maza, A. (2020). *Impacto de las políticas gubernamentales en la producción y exportación de quinua en el región de Puno durante el periodo 2014 - 2018*. (Trabajo de investigación, Universidad Tecnológica del Perú). Repositorio institucional.  
<https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/3333>
- Millones, A., y Nieto, J. (2020). *Relación del comercio justo con las exportaciones peruanas de banano orgánico de la región Piura: Variación de las exportaciones, calidad de vida, certificaciones y desarrollo de capacidades, durante el periodo 2014 - 2018*. (Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). Repositorio institucional. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/653378>
- Minaya, E. (2022). *El rol del Estado en exportaciones de café y el mejoramiento de calidad de vida en agricultores de Junín, 2022*. (Tesis de maestría, Universidad César Vallejo). Repositorio institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/133046>
- Molina, M. (2024). Desarrollo Sostenible y Competitividad: El Impacto de la Certificación Orgánica en la Exportación de Productos Agrícolas de Pequeña Escala en Ecuador. *Sapientia Technological*, 5(2), 26–32. <https://doi.org/10.58515/027RSPT>
- Montes, J. (2015). *Exportación: Qué es, importancia e historia*.  
<https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Mozziconacci, L. (2017). *La importancia de la adaptación de producto en las estrategias de internacionalización de las marcas*. <https://checkin-networks.com/2017/03/25/la-importancia-la-adaptacion-producto-las-estrategias-internacionalizacion-las-marcas/>
- Muntanet, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Revista andaluza de patología digestiva*, 33(3), 221-227. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3270590>



- Peña, D. (2022). Demanda de exportaciones e importaciones en el Perú: estimación de elasticidades precio e ingreso, enero 2012-febrero 2022. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*(38), 47-93. <https://doi.org/10.35319/lajed.20223845>
- Pérez, J., y Gardey, A. (2021). *Artesanía - Qué es, competencia, definición y concepto*. <https://definicion.de/artesania/>
- Quispe, S. (2021). *La certificación Fairtrade para mejorar la exportación de artesanía textil: caso Galería Arte Taller Llapanmaki SAC. Ayacucho - 2021*. (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo). Repositorio institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/71837>
- Romero, G. (2023). *Análisis de las exportaciones no tradicionales y su influencia en el crecimiento económico del Ecuador, en el periodo 1990 – 2021*. (Tesis de maestría, Universidad Nacional de Loja). Repositorio institucional. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/28574>
- Sanfeliciano, A. (2023). La investigación cualitativa y cuantitativa: <https://lamenteesmaravillosa.com/disenos-de-investigacion-enfoque-cualitativo-y-cuantitativo/>
- Santos, D. (2023). *Qué es la cadena de valor, su importancia, análisis y ejemplo*. <https://blog.hubspot.es/marketing/cadena-de-valor>
- Segundo, J. (2018). *Método deductivo*. <https://humanidades.com/metodo-deductivo/>
- Siddharth, K. (2011). *Estudio correlacional*. Retrieved 2024, from Estudio correlacional: <https://explorable.com/es/estudio-correlacional>
- Silva, C., y Loreto, M. (2004). *Psykhe (Santiago)*, 13(2), 29-39. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22282004000200003>
- Westreicher, G. (2024). *Calidad de vida: qué es y factores clave*. <https://economipedia.com/definiciones/calidad-de-vida.html>



# ANEXOS



Matriz de consistencia

TÍTULO: EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO TITICACA PUNO 2024

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>PROBLEMA GENERAL:</b> ¿De qué forma se relaciona la exportación con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b> Establecer la relación entre la exportación y la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL:</b> La exportación se relaciona significativamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.</p>	<p><b>VARIABLE 1: Exportación</b> DIMENSIÓN: Acceso a mercados: INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Número de canales de comercialización internacional.</li> <li>Participación en ferias o plataformas de exportación.</li> <li>Ventas realizadas en mercados internacionales.</li> </ul> <p>DIMENSIÓN: Capacitación comercial: INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Número de talleres o cursos realizados.</li> <li>Nivel de conocimiento sobre procesos de exportación.</li> <li>Uso de herramientas tecnológicas en comercio.</li> </ul> <p>DIMENSIÓN: Adaptación del producto: INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de estándares internacionales.</li> <li>Variedad de productos adaptados para exportación.</li> <li>Grado de aceptación del producto en mercados externos.</li> </ul>	<p><b>Enfoque de investigación:</b> Cuantitativo. <b>Método:</b> Deductivo. <b>Tipo de investigación:</b> Básico. <b>Nivel de investigación:</b> Correlacional. <b>Diseño de investigación:</b> No experimental. <b>Muestra:</b> 25 artesanas. <b>Técnica:</b> Encuesta. <b>Instrumento:</b></p>
<p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b> ¿De qué manera se relaciona el acceso a mercados con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto</p>	<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b> Determinar la relación entre el acceso a mercados y la calidad de vida de las artesanas textiles del</p>	<p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</b> El acceso a mercados se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del</p>		



<p>del Lago Titicaca Puno, 2024?</p> <p>¿De qué manera se relaciona la capacitación comercial con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024?</p> <p>¿De qué manera se relaciona la adaptación del producto con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024?</p>	<p>puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.</p> <p>Analizar la relación entre la capacitación comercial y la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.</p> <p>Identificar la relación entre la adaptación del producto y la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.</p>	<p>puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.</p> <p>La capacitación comercial se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.</p> <p>La adaptación del producto se relaciona directamente con la calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del Lago Titicaca Puno, 2024.</p>	<p><b>VARIABLE 2: Calidad de vida</b></p> <p>DIMENSIÓN: Ingresos económicos:</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en el ingreso mensual.</li> <li>• Porcentaje del ingreso proveniente de exportaciones.</li> <li>• Diversificación de fuentes de ingreso.</li> </ul> <p>DIMENSIÓN: Acceso a servicios básicos:</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia de uso de servicios de salud y educación.</li> <li>• Mejora en las condiciones de vivienda.</li> <li>• Acceso al transporte público o privado.</li> </ul> <p>DIMENSIÓN: Bienestar emocional:</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepción de satisfacción personal.</li> <li>• Nivel de reconocimiento social en la comunidad.</li> <li>• Grado de motivación para continuar produciendo textiles.</li> </ul>	<p>Cuestionario.</p>
---	---	--	---	----------------------

Nota. Elaboración propia.



### Matriz de datos

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Pérdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	VAR0001	Númerico	8	0	¿Considera que tiene acceso suficiente a plataformas o canales que facilitan la venta de sus productos en mercados internacionales?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	VAR0002	Númerico	8	0	¿Cree que participa con regularidad en ferias o eventos que promueven sus productos en el exterior?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	VAR0003	Númerico	8	0	¿Piensa que los intermediarios apoyan de manera efectiva la comercialización de sus textiles?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	VAR0004	Númerico	8	0	¿Considera que ha recibido la capacitación necesaria sobre normativas internacionales relacionadas con exportación?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	VAR0005	Númerico	8	0	¿Cree que tiene suficiente conocimiento para utilizar herramientas tecnológicas en la promoción y venta de sus productos?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	VAR0006	Númerico	8	0	¿Considera que los talleres o capacitaciones en comercio exterior han mejorado sus habilidades como artesana exportadora?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	VAR0007	Númerico	8	0	¿Piensa que modifica sus diseños o técnicas adecuadamente para cumplir con las exigencias de los mercados internacionales?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	VAR0008	Númerico	8	0	¿Cree que sus productos cumplen con los estándares de calidad requeridos por los compradores extranjeros?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	VAR0009	Númerico	8	0	¿Piensa que la retroalimentación de compradores internacionales ha sido útil para mejorar sus productos?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	VAR0010	Númerico	8	0	¿Cree que los ingresos obtenidos por la exportación de sus productos han mejorado su situación económica?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	VAR0011	Númerico	8	0	¿Considera que sus ingresos actuales le permiten cubrir sus necesidades básicas?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	VAR0012	Númerico	8	0	¿Piensa que ha diversificado sus fuentes de ingreso gracias a la exportación de textiles?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	VAR0013	Númerico	8	0	¿Cree que la exportación de sus productos le ha permitido mejorar el acceso a servicios de salud?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	VAR0014	Númerico	8	0	¿Considera que los ingresos obtenidos le han permitido invertir en educación para usted o su familia?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	VAR0015	Númerico	8	0	¿Piensa que la calidad de su vivienda ha mejorado en los últimos años debido a sus ingresos por exportación?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	VAR0016	Númerico	8	0	¿Se siente satisfecha con el reconocimiento que recibe por su trabajo como artesana?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	VAR0017	Númerico	8	0	¿Cree que su labor como artesana le genera motivación y orgullo personal?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	VAR0018	Númerico	8	0	¿Piensa que el comercio internacional le ha permitido mejorar su calidad de vida en general?	{1, Totalme...	Ninguno 8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	V1	Númerico	8	0	Exportación	Ninguno	Ninguno 10	Derecha	Escala	Entrada
20	V2	Númerico	8	0	Calidad de vida	Ninguno	Ninguno 10	Derecha	Escala	Entrada
21	D1	Númerico	8	0	Acceso a mercados	Ninguno	Ninguno 10	Derecha	Escala	Entrada
22	D2	Númerico	8	0	Capacitación comercial	Ninguno	Ninguno 10	Derecha	Escala	Entrada
23	D3	Númerico	8	0	Adaptación del producto	Ninguno	Ninguno 10	Derecha	Escala	Entrada
24	D4	Númerico	8	0	Ingresos económicos	Ninguno	Ninguno 10	Derecha	Escala	Entrada
25	D5	Númerico	8	0	Acceso a servicios básicos	Ninguno	Ninguno 10	Derecha	Escala	Entrada
26	D6	Númerico	8	0	Bienestar emocional	Ninguno	Ninguno 10	Derecha	Escala	Entrada
27										

Visible: 26 de 26 variables

	VAR0000 1	VAR0000 2	VAR0000 3	VAR0000 4	VAR0000 5	VAR0000 6	VAR0000 7	VAR0000 8	VAR0000 9	VAR0000 0	VAR0001 1	VAR0001 2	VAR0001 3	VAR0001 4	VAR0001 5	VAR0001 6	VAR0001 7	VAR0001 8	V1	
1	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	1	4	38
2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	1	23	
3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	1	38	
4	4	4	4	1	4	4	4	5	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	31	
5	2	3	4	3	4	2	2	3	3	2	4	3	1	4	2	2	3	4	26	
6	4	5	4	2	4	4	5	5	5	5	4	1	5	4	4	5	5	4	38	
7	3	4	4	5	4	4	3	4	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	36	
8	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	3	38	
9	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	1	5	5	4	5	5	42	
10	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	1	5	5	4	5	4	4	39	
11	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43	
12	2	2	5	4	2	3	2	2	2	3	2	4	3	2	3	2	2	5	24	
13	5	3	4	2	4	5	5	5	5	4	5	4	1	4	5	5	5	1	38	
14	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	2	2	2	3	3	4	5	41	
15	4	4	3	4	3	3	3	1	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	29	
16	2	2	2	4	3	3	1	2	1	3	3	3	1	1	4	2	2	2	20	
17	4	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	32	
18	3	3	5	4	3	4	5	1	1	3	3	4	1	4	5	3	3	5	29	
19	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34	
20	4	4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4	1	30	
21	4	3	3	5	4	2	2	2	1	2	4	3	2	3	2	3	3	3	26	
22	2	3	4	5	3	2	3	4	4	3	2	2	4	4	2	2	3	4	30	
23	4	4	2	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4	1	1	4	4	1	33	
24	3	3	3	5	5	3	4	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	34	
25	5	3	3	3	3	4	3	1	4	2	2	5	5	4	3	5	3	3	29	
26																				



### Instrumento

### Cuestionario

Escala de valoración.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

ÍTEMS		Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
Vr. 1. Exportación	Dimensión 1. Acceso a mercados					
	1. ¿Considera que tiene acceso suficiente a plataformas o canales que facilitan la venta de sus productos en mercados internacionales?					
	2. ¿Cree que participa con regularidad en ferias o eventos que promueven sus productos en el exterior?					
	3. ¿Piensa que los intermediarios apoyan de manera efectiva la comercialización de sus textiles?					
	Dimensión 2. Capacitación comercial					
	4. ¿Considera que ha recibido la capacitación necesaria sobre normativas internacionales relacionadas con exportación?					
	5. ¿Cree que tiene suficiente conocimiento para utilizar herramientas tecnológicas en la promoción y venta de sus productos?					
	6. ¿Considera que los talleres o capacitaciones en comercio exterior han mejorado sus habilidades como artesana exportadora?					
	Dimensión 3. Adaptación del producto					
	7. ¿Piensa que modifica sus diseños o técnicas adecuadamente para cumplir con las exigencias de los mercados internacionales?					
8. ¿Cree que sus productos cumplen con los estándares de calidad requeridos por los compradores extranjeros?						



	9. ¿Piensa que la retroalimentación de compradores internacionales ha sido útil para mejorar sus productos?					
<b>Vr. 2. Calidad de Vida</b>	Dimensión 4. Ingresos económicos					
	10. ¿Cree que los ingresos obtenidos por la exportación de sus productos han mejorado su situación económica?					
	11. ¿Considera que sus ingresos actuales le permiten cubrir sus necesidades básicas?					
	12. ¿Piensa que ha diversificado sus fuentes de ingreso gracias a la exportación de textiles?					
	Dimensión 5. Acceso a servicios básicos					
	13. ¿Cree que la exportación de sus productos le ha permitido mejorar el acceso a servicios de salud?					
	14. ¿Considera que los ingresos obtenidos le han permitido invertir en educación para usted o su familia?					
	15. ¿Piensa que la calidad de su vivienda ha mejorado en los últimos años debido a sus ingresos por exportación?					
	Dimensión 6. Bienestar emocional					
	16. ¿Se siente satisfecha con el reconocimiento que recibe por su trabajo como artesana?					
	17. ¿Cree que su labor como artesana le genera motivación y orgullo personal?					
	18. ¿Piensa que el comercio internacional le ha permitido mejorar su calidad de vida en general?					



ANEXO 3

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO DE TESIS: *Exportación y Calidad de vida de las artesanas textiles del puerto del lago Titicaca Puno 2024*

I. REFERENCIAS

- EXPERTO NOMBRES Y APELLIDOS: *Roberto, Payé Colquhuanca*
- PROFESIÓN : *Dr. en administración*
- CARGO ACTUAL: *Secretario General - facultad de ciencias Administrativas*
- GRADO ACADÉMICO: *Docente*

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5

III. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

.....

IV. RESOLUCIÓN

a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75)

b. Desaprobado (C < 75% = 0.75)

Lugar y fecha:.....

*Roberto Payé Colquhuanca*  
 Firma del experto  
 DNI N° *02145441*  
 N° celular: *996993377*



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital [X]

Fecha de entrega: 25-06-20

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: SANDRA VERONICA QUINCHO NUÑEZ

Dirección: Psj. Jazmines 106 VILLA FLORIDA

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 70244555

Teléfono: 964 297 888 email: veronikveronik14@gmail.com

Nombres y Apellidos:

Dirección:

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°:

Teléfono: email:

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Escuela Profesional o Mención: ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Título o Grado Académico a optar: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Asesor: Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación [ ] Tesis [X] Trabajo de Suficiencia Profesional [ ] Trabajo Académico [ ]

Título: EXPORTACIÓN Y CALIDAD DE VIDA DE LAS ARTESANAS TEXTILES DEL PUERTO DEL LAGO TITICACA PUNO 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Exportación, Calidad de vida

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV 1,2? 2

1 Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

2 Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller  Titulo  2da Especialidad  Maestría  Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.  
 Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): \_\_\_\_\_  
 No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

Sí autorizo  
 No autorizo



### Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ECONOMÍA INTERNACIONAL (5310-UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

25 de Junio 2025

Fecha