

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios Internacionales

Tesis

**Oportunidades del uso de las herramientas de
inteligencia comercial en empresas exportadoras
de mates burilados. Caso de estudio: anexo Cochas
Chico hacia el mercado de Estados Unidos - 2022**

Lizeth Muñoz Gutierrez
José Manuel Armada Pacheco

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental
Tesis



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa
DE : José Manuel Armada Pacheco
Asesor de trabajo de investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación
FECHA : 2 de Diciembre de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

Oportunidades del uso de las herramientas de inteligencia comercial en empresas exportadoras de mates burilados. Caso de estudio: Anexo Cochabamba hacia el mercado de Estados Unidos-2022

URL / DOI:

<https://doi.org/10.61286/e-rms.v1i.36>

Autores:

1. Lizeth Muñoz Gutierrez – EAP. Administración y Negocios Internacionales
2. José Manuel Armada Pacheco – EAP. Administración

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 9 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores SI NO
Nº de palabras excluidas (en caso de elegir "SI"): 15
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

La firma del asesor obra en el archivo original
(No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)

Oportunidades del uso de las herramientas de inteligencia comercial en empresas exportadoras de mates burilados. Caso de estudio: Anexo Cochas Chico hacia el mercado de Estados Unidos-2022

Opportunities for the use of commercial intelligence tools in companies exporting burilated mates. Case study: Cochas Chico Annex towards the United States market-2022

Muñoz Gutiérrez, Lizeth y, Armada Pacheco, José Manuel

Universidad Continental, Huancayo, Perú.

Oportunidades del uso de las herramientas de inteligencia comercial en empresas exportadoras de mates burilados. Caso de estudio: Anexo Cochas Chico hacia el mercado de Estados Unidos-2022

Resumen

Los mates burilados son artesanías ornamentadas a base de frutos de calabaza en Perú, representan una expresión artística de las comunidades andinas desde la época prehispánica, hoy en día son exportados por microempresas al mercado internacional. Según reportes de COMEXPERU las microempresas representan el 54,8% de las empresas exportadoras, constituyendo un sector de relevancia económica nacional. El propósito de esta investigación fue conocer las oportunidades del uso de las herramientas de inteligencia comercial para la exportación de mates burilados en las empresas productoras de Huancayo (Anexo Cochas Chico) hacia el mercado de Estados Unidos-2022. Se realizó un estudio de casos, concreado mediante la entrevista a propietarios de 13 empresas ubicadas en el departamento de Junín (Huancayo), anexo Cochas Chico, dedicadas a la comercialización y fabricación de mates burilados, involucradas en temas de exportación. Los resultados exponen las categorías: perfil del emprendedor, capacidad de gestión operativa, capacidad económica y financiera, así como la cultura exportadora de las empresas en estudio.

Palabras clave: Herramientas de Inteligencia Comercial, Empresas Exportadoras, Mates Burilados.

Abstract

Buriled mates are ornate crafts made from pumpkin fruits in Peru. They represent an artistic expression of the Andean communities since pre-Hispanic times. Today they are exported by microenterprises to the international market. According to COMEXPERU reports, microenterprises represent 54.8% of exporting companies, constituting a sector of national economic relevance. The purpose of this research was to know the opportunities for the use of commercial intelligence tools for the export of burilado mates in the producing companies of Huancayo (Cochas Chico Annex) to the United States market-2022. A case study was carried out, created through interviews with owners of 13 companies located in the department of Junín (Huancayo), Cochas Chico annex, dedicated to the marketing and manufacturing of burilated mates, involved in export issues. The results expose the categories: entrepreneur profile, operational management capacity, economic and financial capacity, as well as the export culture of the companies under study.

Keywords: Commercial Intelligence Tools, Export Companies, Burilated Mates.

Introducción

En el mercado global, las herramientas de inteligencia comercial facilitan la toma de decisiones y capacidad administrativa en todas las organizaciones. En Perú, Cochas Chico representa un centro poblado ubicado en el distrito El Tambo, provincia de Huancayo-Junín, donde los pobladores a través del arte elaboran los famosos mates burilados, siendo estos el sustento para las familias, los mates burilados son valorados en mercados internacionales, en países como Alemania, Estados Unidos, Francia, Italia, Reino Unido y Suiza. El propósito de esta investigación fue conocer las oportunidades del uso de las herramientas de inteligencia comercial para la exportación de mates burilados en las empresas productoras de Huancayo (Anexo Cochas Chico) hacia el mercado de Estados Unidos-2022.

Los mates burilados en el Perú representan las tradiciones y creencias de las comunidades andinas. Estas forman parte de la expresión artística peruana y su origen se remonta a la época prehispánica. El término mate proviene del *quechua mati*, que significa plato de calabaza. En la actualidad hay gran versatilidad en su bella producción y gracias a la creatividad de los artesanos, se ven diversas expresiones contemporáneas en cada uno de ellos.

Se destaca que las debilidades en el uso de herramientas de inteligencia comercial, pueden representar barreras para la internacionalización comercial de productos. De este modo es preciso conocer la importancia que representan las oportunidades del uso de las herramientas de inteligencia comercial para la exportación de mates burilados en las empresas productoras de Huancayo (Anexo Cochas Chico) hacia el mercado de Estados Unidos-2022. En el recorrido investigativo se presenta una fase explicativa de la metodología utilizada en el estudio. En una segunda fase los fundamentos y resultados del hecho investigativo, para establecer en una tercera fase la discusión de los resultados.

En el Perú, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2013), la artesanía ha evolucionado hasta ser entendida como la elaboración de piezas artísticas de origen popular, dichas piezas representan un sector económico importante con amplias perspectivas de crecimiento. Junín es uno de los departamentos que tiene participación en cuanto a exportaciones de productos artesanales, tiene una diversidad de artesanías y son atraídas por turistas nacionales como internacionales.

Dado a lo expuesto en la investigación pretende dar a conocer las oportunidades que representa para el sector artesanal, hacer uso de las herramientas de inteligencia comercial para la exportación de los mates burilados de la región Junín (Huancayo) hacia los Estados Unidos, debido a que dicha región posee riquezas en el tema de producción de mates burilados y se deberían aprovechar al máximo. Ahora bien, el conocimiento del cómo entrar al mercado internacional, debe ser aprovechado por los pequeños productores para dar a conocer todas las oportunidades que representa la exportación artesanal hacia país Estados Unidos.

Materiales y Métodos

Se realiza un estudio de tipo cualitativo mediante el método de estudio de casos cualitativos, el cual se centra en el conocimiento de la particularidad y complejidad del caso, para llegar a comprender su actividad en algunas circunstancias. El escenario de indagación fue un centro poblado de Perú, denominado Cochas Chico ubicado en el distrito El Tambo, provincia de Huancayo-Junín. Se fundamentó en la medida del carácter crítico que tiene el uso de las herramientas de inteligencia comercial para la exportación de mates burilados, que permita

confirmar, cambiar, modificar o ampliar el conocimiento sobre el objeto de estudio, lo que puede ser un factor importante para la construcción teórica. Se estudiaron las categorías apriorísticas de que surgieron de los propósitos con el fin de analizarlas para poder dar respuestas y alcanzar los resultados de la investigación. Los informantes del estudio fueron 13 representantes de las empresas ubicadas en el departamento de Junín (Huancayo), anexo Cochas Chico, dedicados a la comercialización y fabricación de mates burilados y que estén involucradas en temas de exportación. Como técnica de recopilación de la información, se utilizó la entrevista semiestructurada, como técnica que sirve por excelencia a la investigación de corte cualitativo, cuyo guion permitió conocer el proceso de comercialización de mates burilados ubicados en “La casa del artesano” - Huancayo

Resultados

Los Mates Burilados son artesanías ornamentadas de forma artesanal hechos a base de los frutos de la calabaza, producto que crece en el norte de nuestro país, pero que en su gran mayoría se elaboran en el Valle del Mantaro en la región Junín. Existen varias formas de elaborar mates, los principales son: los burilados, los pirograbados y los pintados. Esta artesanía logró llamar la atención de grandes importadores como es el país de Estados Unidos, con el cual contamos con un tratado de libre comercio (TLC) que entró en vigencia el 1 de febrero del 2009. En el tratado se consolida el acceso preferencial del Perú a la economía más grande del mundo, lo que le permite ganar competitividad frente a otros países que no gozan de preferencias similares y ponerse en igualdad de condiciones frente a aquellos que sí gozan de ellas. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2010).

Para mayor conocimiento del proceso de elaboración de los mates burilados como producto artesanal de exportación se presenta el siguiente esquema:

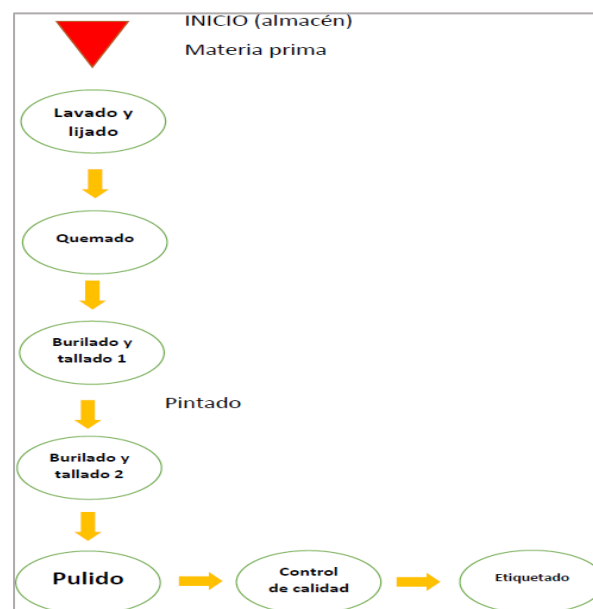


Figura 1. Flujograma de los “Mates burilados”. Elaboración propia

Nota. En la exportación de mates burilados, la empresa exportadora debe enfocarse en la presentación de su producto, es decir, en el etiquetado y empaquetado.

El procedimiento consiste en colocar una etiqueta con el código de barras a cada producto,

armar las cajas de cartón de dimensiones 40 cm x 40 cm, colocar planchas de plástico de embalaje para evitar que los artículos sufran daños durante los traslados, colocar los productos dentro de las cajas, sellarlas con cinta de embalaje y colocar el rótulo impreso en cada caja indicando el contenido, el propietario y el destinatario. Las mismas tareas se realizan en el caso de las cajas individuales de 14 cm. x 14 cm. de los productos.

Dinámica en el mercado internacional

Los mates que son decorados en los Andes peruanos han conseguido tener una continuidad cultural desde el período pre cerámico hasta la actualidad, en cuanto a sus usos, técnicas y decoración, los cuales han sido influidos por los procesos de cambio histórico ocurridos en el Perú en sus diferentes etapas. Según este libro a partir del siglo XIX los mates sobresalen en la zona de Ayacucho, Huancavelica y Junín. Desde este siglo, a consecuencia de la creciente producción industrial y oferta comercial de utensilios domésticos de otros materiales, disminuye la demanda utilitaria de mates, que han pasado a ser, cada vez más, piezas decorativas con gran desarrollo técnico y plástico. Actualmente se decoran y ofrecen mates en la sierra central y centro-sur, y en la costa norte del Perú a un público conformado mayormente por sectores urbanos y turistas. (Rios, 2019)

Junín es una de las regiones que sobresalen en la producción de mates burilados, es por eso que vimos la oportunidad que posee esta región en relación a comercializar este producto no solo a nivel nacional sino también de poder entrar al mercado internacional. Según Siicex los principales mercados importadores de mates burilados provenientes de Perú son los siguientes:

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019) en su libro titulado “Artesanías del Perú historia, tradición e innovación”, señala que el Perú como país posee una gran riqueza cultural fruto de las diferentes sociedades que habitaron y habitan en las diferentes regiones naturales. Este hecho permitió el desarrollo de una diversidad cultural que hoy en día ha adquirido protagonismo frente a la globalización. La artesanía de un país es el producto de la cultura material que resume el conocimiento y estética de los pueblos, esta es considerada como un elemento propio de las culturas regionales, pero también como un recurso turístico (Rios, 2019).

Tabla 1

Principales mercados importadores de mates burilados a nivel Perú

Mercado	% var 20 - 19	% Part. 20	FOB - 20(miles US\$)
Estados unidos	-47%	55%	374.90
Argentina	2%	17%	119.30
Ecuador	-56%	8%	54.07
Chile	341%	5%	36.86
Colombia	-35%	3%	19.78
Alemania	76%	3%	17.32
Antigua y Barbuda	71%	2%	13.38
Italia	82%	2%	10.48

Bolivia	7%	1%	8.44
Otros países (18)	--	4%	29.11

Nota. Los tres principales mercados importadores de mates burilados son: Estados Unidos con 56% de participación, Argentina con 17% de participación y Ecuador con un 8% de participación.

Por otro lado, se tiene las dificultades de los productores y/o pequeñas empresas (MYPES) que desean exportar, esto se reflejó en el año 2018 ya que la mayor parte de empresas dedicadas a la exportación en el país fueron las microempresas (54.8%), seguidas por las pequeñas (26.7%) y las medianas y grandes (18.5%). Sin embargo, los envíos al exterior de las Mype exportadoras representan apenas un 1.8% del total de exportaciones peruanas.



Figura 1 Porcentaje de participación de las empresas exportadoras en el Perú según el tamaño de la organización. Tomado de Comex Perú (2019). MYPE PERUANA INTERNACIONAL: ¿LISTA PARA EL RETO?

Desde el punto de vista de las MYPES exportadoras de mates burilados, las barreras se reflejan como obstáculos mayores, ya que el tipo empresa mencionado dispone de recursos financieros, humanos y técnicos más limitados que las empresas con mayor experiencia y más grandes, además debido a la falta de recursos, estas empresas por lo general no cuentan con una estructura organizacional compleja, lo cual dificulta una toma de decisiones eficiente.

Participación de empresas peruanas en el comercio exterior

En un artículo publicado por COMEXPERU en septiembre 06, 2019. Se menciona que, en el año 2018, la mayor parte de empresas que exportaban en el país fueron las microempresas (54.8%), seguidas por las pequeñas (26.7%) y las medianas y grandes (18.5%). Sin embargo, los envíos al exterior de las Mypes exportadoras representan apenas un 1.8% del total de exportaciones peruanas.

Del total de las Mypes exportadoras en el rubro no tradicional, un 17.6% realizaron

envíos metalmecánicos, lo que significó un incremento del 2.6% con respecto a 2017. A este rubro le siguió la exportación de bienes del sector textil y confecciones (13.3%; +2.4%) y la exportación de productos agropecuarios (13%; +1.7%). Con esto queda claro que las Mypes que ya vienen facturando por envíos internacionales son aquellas dedicadas principalmente a la producción y extracción de bienes. De los micro y pequeños negocios que exportan, tan solo un 35% son empresas consolidadas, es decir, empresas que han exportado continuamente durante los últimos 5 años y se concentran en 7 regiones que exportan el 80% del total.

Cabe resaltar que estas empresas exportadoras son formales, con lo cual el universo sobre el que se analizan es bastante limitado, si consideramos que sólo un 13% de las empresas dedicadas a la producción de bienes o extracción de materias primas son formales.

Herramientas de inteligencia comercial

Según Rojas (2016), en su libro *Inteligencia comercial aplicada a los negocios internacionales*, define a la inteligencia comercial como una visión del futuro sustentada en datos históricos (pasado) e información presente, con el objeto de poner un rumbo a una idea de negocio a través de la interpretación de las señales del valor del mercado.

SIICEX

El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) es un portal que proporciona a la comunidad empresarial, especialmente a los exportadores peruanos, información actualizada y clasificada para fortalecer e integrar sus negocios al mundo, la misma que está organizada por perfiles en los siguientes módulos:

Inteligencia de mercado

Estadísticas de Comercio Exterior: Reportes nacionales e internacionales de exportación e importación. Información de Mercado / Producto: Estudios, perfiles y reportes. Precios Referenciales Internacionales. Ficha País: Información general y comercio exterior.

Promoción comercial

Directorio de Compradores Extranjeros: Más de 300 mil compradores. Sistema de Oportunidades de Negocios: Demandas internacionales. Red de Misiones en el Exterior: Portal con información de embajadas y oficinas en el exterior. Eventos Comerciales: Ferias, misiones y otros eventos. Inteligencia de Eventos Internacionales. Proyectos de Inversión.

Oferta exportable

Directorio de Exportadores Peruanos: Más de 2.500 empresas clasificadas por sectores y productos. Fichas por Producto: Información técnica. Biocomercio. Facilitación: Directorios de instituciones y organizaciones facilitadoras del comercio nacional e internacional. Logística. Exportación de Servicios. Regiones.

Negociaciones y acceso a mercado Políticas de Comercio Exterior.

- Acuerdos Comerciales y Negociaciones.
- Calidad, Normas y Regulaciones.
- Información para el negociador.
- Programas de capacitación
- Cursos presenciales y virtuales de los programas de promoción y difusión de la cultura exportadora. Capacitación en línea, a través del curso E- learning, sobre exportaciones y temas relacionados al comercio internacional.
- Comunicación permanente

Ahora los exportadores peruanos tendrán una ventana de comunicación permanente con: Un consultor de PROMPERÚ. Un negociador de MINCETUR para transmitir sus inquietudes en temas de acceso a mercados. Los consejeros comerciales del Perú en el exterior

Herramientas de interacción

Boletines especializados, encuestas y mensajes de correo para estar siempre en contacto.

Trade Map

Trade Map proporciona, en forma de tablas, gráficos y mapas, indicadores sobre el desempeño de las exportaciones, la demanda internacional, mercados alternativos y mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras.

Trade Map cubre 220 países y territorios y 5300 productos del Sistema Armonizado. Los flujos comerciales mensuales, trimestrales y anuales están disponibles desde el nivel más agregado hasta el nivel de la línea arancelaria.

El uso de esta herramienta de inteligencia comercial es el siguiente:



1° Seleccionar la opción de exportación o importación según la necesidad

2° Seleccionar si se desea buscar servicio o producto

3° Ingresar la partida arancelaria del producto que se desea buscar 4° Seleccionar el país o grupo de países con que se desea consultar 5° Seleccionar Indicadores y aparecerá la información requerida

En esta herramienta de inteligencia comercial se puede encontrar información sobre:

- Base de datos en línea de flujos y barreras comerciales
- Valor de exportaciones e importaciones
- Cantidades comerciadas • Valores unitarios
- Evolución reciente y tendencias de crecimiento
- Aranceles enfrentados
- Participación en el mercado
- "Rankings" a partir de diversos criterios Para cada producto y país en un ambiente completamente interactivo

Market Access Map

Market Access Map es un portal analítico gratuito que permite a los usuarios acceder, comparar, analizar y descargar aranceles aduaneros, contingentes arancelarios, soluciones comerciales y medidas no arancelarias aplicables a un bien específico en cualquier mercado del mundo. La aplicación web es interactiva, simple y fácil de usar.

Puede tener varias utilidades, ya que está enfocada a cumplir varias funciones, en este caso resaltamos las que más influyen el proyecto de investigación:

- Si es exportador o importador:
 - Encuentre información sobre tarifas y otros requisitos de acceso al mercado de forma rápida, sencilla y gratuita en la página de inicio.
 - Compare los aranceles aduaneros impuestos a sus productos en múltiples mercados utilizando gráficos y mapas interactivos.
 - Compare los aranceles aduaneros que enfrentan sus competidores en el mercado de destino y vea si tiene una ventaja arancelaria con respecto a ellos.
- Si es negociador comercial
 - Acceda a los aranceles aduaneros de los años pasados y presentes bajo los regímenes general (si corresponde), de nación más favorecida (NMF) y preferencial, y descargue datos mediante consultas personalizadas
 - Analizar más de 400 acuerdos comerciales que se encuentran vigentes, así como sus textos, cronogramas y partes.
 - Buscar socios potenciales en nuevos acuerdos comerciales e identificar qué productos / sectores deberían incluirse.

El uso de esta herramienta de inteligencia comercial es el siguiente:

ITC MARKET ACCESS MAP
Mejorando la transparencia en el comercio internacional y el acceso a mercados

Búsqueda rápida | Análisis avanzado | Descarga de datos | Análisis de país | Opciones | Materiales de apoyo

Inicio > Búsqueda rápida > Encontrar aranceles

Encontrar aranceles
Paso 1/2

Busque aquí los aranceles aplicados (aranceles de Nación Más Favorecida (aranceles de NMF) y preferencias arancelarias), contingentes arancelarios y sus equivalentes ad valorem (EAV) aplicados por un **país importador** a uno o todos los **países exportadores**.

País importador: Israel **Colocar país importador**
 Año: Último disponible: 2015 **Colocar año**
 Producto: SA6 - Código de línea arancelaria nacional **Colocar código arancelario**
 44021000 - Wood charcoal (including shell or nut charcoal), whet
 País exportador: Paraguay **Colocar país exportador**
 Fuente de datos seleccionada: Datos del ITC (MÁcMap) complementados por datos de la OMC (BID) para los país-años faltantes
 Usted puede cambiar su configuración predeterminada aquí.

Realizar simulación Proceder

Tomado de Red de Inversiones y exportaciones (2019)

- Colocar país importador
- Colocar año
- Colocar código arancelario
- Colocar país exportador
- Realizar la búsqueda

La falta del conocimiento para poder usar las herramientas de inteligencia comercial también puede ser considerada como barrera de exportación, ya que el riesgo y la probabilidad de fracaso sería mucho mayor cuando se desconoce características de los competidores y el mercado hacia el cual se desea dirigir. Los propósitos de la investigación son: a-Conocer el perfil emprendedor de las empresas productoras de mates burilados de Huancayo (Anexo Cochas Chico) hacia el mercado de Estados Unidos- 2022, b-Indagar en la capacidad de gestión operativa de las empresas productoras de mates burilados de Huancayo (Anexo Cochas Chico) hacia el mercado de Estados Unidos-2022, c- Develar la capacidad económica y financiera de las empresas productoras de mates burilados de Huancayo (Anexo Cochas Chico) hacia el mercado de Estados Unidos-2022, e-Interpretar la cultura exportadora de las empresas productoras de mates burilados de Huancayo (Anexo Cochas Chico) hacia el mercado de Estados Unidos- 2022

Discusión

Teniendo en cuenta que las empresas son unidades económicas que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, las microempresas artesanales de Cochas Chico pueden diversificar sus productos de exportación de artesanías. Pero según Klamer (2012) La artesanía a nivel mundial no ha recibido la atención necesaria, indica que las actividades artesanales se le han visto relegadas a un plano secundario para el desarrollo y crecimiento de la economía. Sin embargo, oportunidades de negocios en el extranjero en el campo de decoraciones, hogar y

regalos, debido a que estas artesanías se venden en una variedad de formas, tamaños, llavero, decoración navideña, servilletero, entre otros.

Para este propósito, artesanos y exportadores necesitan innovar y combinar sus suministros de exportación en línea con la tendencia del mercado objetivo. Según Andina (2016) los Mates Burilados ingresaron con gran éxito al mercado de Estados Unidos, el Ministerio de Comercio y Turismo (MINCETUR), informó que los mates burilados de la región Junín, ingresaron al mercado estadounidense bajo la marca Kuntur Designs, mediante la empresa TJX Companies Inc., líder en ventas de ropa y decoración para el hogar en Estados Unidos y en el mundo. En este artículo publicado por Andina (ob.cit), se señala que los artesanos de esta línea artesanal que más destacan provienen de la región Junín (Huancayo), debido a que estos artesanos ejercen con gran maestría esta técnica en mates burilados. Todo esto permite ver que la demanda de este producto (mate burilado) cada vez se viene diversificando ya que empresas con gran reconocimiento en el extranjero exactamente en el país de Estados Unidos vienen demandando los mates burilados debido a que tienen una perspectiva de un gran valor cultural de nuestro país especialmente de la región Junín, donde Huancayo tiene una gran fortaleza, pues posee a artesanos reconocidos a nivel nacional e internacional y la producción de los Mates Burilados va aumentando año a año.

La información recabada, permite afirmar que algunas de las pequeñas empresas o productores de Mates Burilados por desinformación o limitaciones no pueden llegar a internacionalizarse, pues presentan barreras en el uso de herramientas inteligentes de comercialización. En función a esto, Leonidou (2004) expresa que “ las limitaciones o barreras pueden ser clasificadas en internas y externas. Las internas están asociadas a la insuficiencia de los recursos y capacidades organizacionales de la empresa mientras que las barreras externas son las que se derivan del ambiente en donde la empresa va a operar; es decir, tanto del mercado de exportación o del entorno nacional. De acuerdo a reportes nacionales , en el Perú esto se ve reflejado en las exportaciones de las pequeñas empresas, en el primer bimestre del año 2015 el número de micro y pequeñas empresas (mypes) exportadoras fue de 3,204, 6% menos respecto a similar periodo del 2014 cuando sumaron 3,419, informó la Gerencia de Pymeadex de la Asociación De Exportadores (ADEX). Lo cual crea un referente para sumar esfuerzos en la implementación de estrategias para la comercialización de artesanías que eleven sus cifras de exportación

En el estudio citado , Roberto Molero, gerente de Pymeadex, refirió que, del total, 2,338 fueron microempresas y 866 pequeñas empresas. “Esta tendencia a la baja también se mostró en el monto despachado, los envíos de las MYPES sumaron US\$ 659 millones, que representó una caída de -15.5% respecto a los dos primeros meses del año 2017”, además Molero afirma que pese a que las MYPES cumplen un rol fundamental en el crecimiento de las exportaciones, ya que constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y en la generación de empleo, el monto FOB US\$ despachado solo significó el 12.8% de las exportaciones peruanas en el año 2018, dichas cifras presentaron un declive el año pasado, ya que las exportaciones peruanas se vieron afectadas por la pandemia COVID - 19.

A partir de ello, se analizan las oportunidades del uso de las herramientas de inteligencia comercial en la exportación de mates burilados de la región Junín (Huancayo) hacia el mercado de Estados Unidos - 2021 , las cuales representan parte de las alternativas de solución a las ciertas limitaciones o barreras tanto internas y externas que tienen las

pequeñas empresas o agricultores para poder internacionalizarse. En los hallazgos se evidencia, que este sector se ha dedicado a la producción y comercialización de mates burilados de modo tradicional ancestral, pero no cuenta con los conocimientos suficientes para realizar un uso eficiente de las herramientas de inteligencia comercial e incrementar los índices de exportación en el sector. Hecho que se evidencia en cadenas de comercialización local, como las que se realizan en ferias a visitantes nacionales y extranjeros. Se destaca, que el estado peruano está brindando apoyo al Sector Artesanía, pero Cochabamba como enclave no se está siendo favorecido con el impacto económico que requiere, para la comercialización de exportación y la promoción de sus artesanías en el Mercado Internacional.

Agradecimientos

Agradecemos a la Universidad Continental y a nuestros docentes formadores.

Conflicto de intereses

No se reporta conflicto de intereses.

Referencias

- Almeida Tejeda M. (2017) Factores de la Oferta Exportable en las Empresas Productoras de Mates Burilados del Anexo de Cochabamba. 2019. Tesis. Licenciatura en Administración y Negocios Internacionales, Huancayo, Perú
- Andina. (2016). Mates Burilados Ingresan con Éxito al Mercado Estadounidense. Perú ESAN (2016). La situación económica y financiera de una empresa. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/09/09/la-situacion-economico-yfinanciera-de-una-empresa/>
- Ficha Comercial. (s. f.). SIICEX. Recuperado 28 de octubre de 2021, de https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sficha_productoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=120&pnomproducto=Mate
- Gonzales, E. (2013). Acerca del estado de la Cuestión o Sobre un Pasado Reciente en la Investigación Cualitativa con Enfoque Hermenéutico. *Uni-pluriversidad*, 13(1), 60- 63
- Isotools (2015). ¿Qué es la Gestión Operativa de una Empresa y cómo Mejorarla? Recuperado de: <https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-ycomo-mejorarla/>
- López Flores y Omar Villegas (2021). Barreras de Exportación de Mates Burilados en el Anexo de Cochabamba, Huancayo en el año 2020. Tesis. Licenciatura en Administración, Huancayo, Perú.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). Artesanías del Perú Historia, Tradición e innovación. Perú
- Nolazco, JL (2020). Efectos entre Innovación, Exportación y Productividad: un análisis de las empresas manufactureras peruanas
- Nolazco, JL (2020). Efectos entre Innovación, Exportación y Productividad: un Análisis de las empresas manufactureras peruanas

- Poncio, D. (2010). Animarse a emprender. Villa María, Argentina: Eduvim Editorial Universitaria
- Puchol, L. (2012). El libro del Emprendedor: Cómo crear tu Empresa y Convertirte en tu Propio Jefe. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Revista Economía (2018). Inteligencia Comercial para el Éxito Exportador de las Mypes peruanas. Recuperado de: <https://www.revistaeconomia.com/inteligencia-comercial-para-elexito-exportador-de-las-mypes-peruanas/>
- Yin, Robert K. (1984). Case Study Research: Design and Methods, Applied Social Research Methods Series, Newbury Park, C.A. Sage. Anexo