



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS**

**FACTORES QUE INCIDEN EN LAS  
EXPORTACIONES DE JUGO DE MARACUYÁ EN LA  
REGIÓN LAMBAYEQUE, PERIODO 2011 – 2016.**

**AUTORES:**

**VILLEGAS CHERO ROBER ALFREDO  
YARLAQUÉ CAJUSOL LEYSI VERÓNICA**

**LAMBAYEQUE – PERU**

**2018**

**FACTORES QUE INCIDEN EN LAS EXPORTACIONES DE JUGO  
DE MARACUYA EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE, PERIODO 2011  
– 2016**

**Decreto de Sustentación N° 018-2018-U.I.- FACEAC**

**De fecha 9 de marzo del 2018**

---

ROBER ALFREDO VILLEGAS CHERO

Bachiller

---

LEYSI VERONICA YARLAQUE CAJUSOL

Bachiller

---

Eco. PEDRO YESQUEN ZAPATA

Asesor

Presentada para obtener el título profesional de: Licenciado en Comercio y Negocios  
Internacionales

**Aprobado por el jurado:**

---

Dra. Ana Cotrina Camacho

Presidente

---

Dr. Carlos Querevalu Morante

Secretario

---

Econ. Julio Romero Sánchez

Vocal

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a nuestras familias por el apoyo constante, por estar presentes en cada momento de nuestra vida universitaria; a nuestros docentes universitarios, en especial a nuestro asesor Pedro Yesquen Zapata por el apoyo constante, de igual manera a las empresas lambayecanas que accedieron a brindarnos la información que necesitábamos, a nuestros amigos por su aliento y apoyo en cada momento, por su compañerismo y amistad.

Gracias a todas las personas que nos brindaron su apoyo y por las que de alguna u otra manera logramos el presente trabajo de investigación.

## DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a mi señora madre Lucy, por su apoyo constante en todo momento, por haber sido mi soporte y por el ánimo en todo el proceso de la investigación. Así mismo a mis tíos–padres, Juan y Emma, por todos estos años junto a ellos, ya que me educaron desde muy niño con valores y principios, con la humildad y perseverancia para poder alcanzar mis metas trazadas.

A nuestro distinguido profesor y asesor el Eco. Pedro Yesquen Zapata por su constante apoyo y guía en nuestra culminación de tesis.

***Rober Alfredo Villegas Chero***

La presente tesis se la dedico a mis queridos padres José y Juana por su apoyo constante, por estar presente en cada momento de mi vida universitaria; a los docentes universitarios, en especial a nuestro profesor asesor el Eco. Pedro Yesquen Zapata por el apoyo constante, a mis amigos por su aliento y apoyo en cada momento, por su compañerismo y amistad.

Gracias a todas las personas que me brindaron su apoyo y por las que de alguna u otra manera contribuyeron a la culminación de tesis.

***Leysi verónica Yarlaqué Cajusol***

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

ÍNDICE GENERAL .....	v
RESUMEN .....	10
ABSTRACT .....	11
INTRODUCCIÓN .....	12
CAPITULO I EL PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	13
1.1 Planteamiento del problema .....	13
1.2 Formulación del problema .....	18
1.3 Objetivos.....	18
1.4 Preguntas de investigación.....	18
1.5 Justificación del estudio .....	19
1.6 Viabilidad del estudio .....	20
CAPITULO II MARCO TEORICO.....	20
2.1 Antecedentes del problema .....	20
2.2 Base teórica .....	25
2.2.1. Exportación.....	25
2.2.2. Factores de exportación. ....	32
2.3 Variables .....	39
2.4 Hipótesis.....	42
2.4.1 Hipótesis General .....	42
CAPITULO III METODOLOGIA.....	42
3.1 Diseño de la Investigación .....	42
3.1.1 No Experimental.....	42
3.1.2 Longitudinal.....	42
3.2 Población Y Muestra.....	43
3.2.1 Población.....	43

3.2.2 Muestra.....	43
3.3 Recolección de Datos.....	43
3.4 Análisis de Datos.....	43
CAPITULO IV RESULTADOS .....	44
4.1 Evaluación de factores críticos de las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, durante el periodo 2011 – 2016. ....	44
4.2 Conocimiento de los tipos de factores que incidieron en las exportaciones de jugo de Maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.....	59
4.3 Determinación de la manera en que inciden los factores en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016. ....	67
4.4 Determinación de los factores de mayor incidencia en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016. ....	68
CAPÍTULO V DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	70
CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	71
6.1. Conclusiones .....	71
6.2. Recomendaciones .....	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
ANEXOS .....	78
ANEXO N°01: Matriz de consistencia .....	79
ANEXO N°02: Instrumento .....	81

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ventajas y desventajas de exportar.....	28
Tabla 2 Operacionalizacion de la variable 1 .....	40
Tabla 3 Operacionalizacion de la variable 2.....	41
Tabla 4 Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de la región Lambayeque durante el periodo 2011-2016.....	44
Tabla 5 Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Agroindustrias AIB en el 2011 .....	48
Tabla 6 Exportación de jugo de maracuyá en valor FOB de Lambayeque 2011-2016 .....	53
Tabla 7 Exportación de jugo de maracuyá en valor FOB de las empresas de Lambayeque 2011-2016 .....	54
Tabla 8 Precio del mercado nacional e internacional del jugo de maracuyá .....	56
Tabla 9 Tabla comparativa de precios entre las empresas Lambayecanas, periodo 2011 – 2016. ....	56
Tabla 10 Incidencia de los factores internos en el nivel de exportación de jugo de maracuyá de las empresas de Lambayeque .....	59
Tabla 11 Nivel de exportación de jugo de maracuyá de las empresas de Lambayeque: competencia local. ....	60
Tabla 12 Incidencia de los factores del entorno de la industria local en las exportaciones de jugo de maracuyá de las empresas de Lambayeque.....	62
Tabla 13 Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Lambayeque y Perú durante el periodo 2011-2016.....	62
Tabla 14 Incidencia de los factores del entorno de la industria nacional en las exportaciones de jugo de maracuyá de las empresas de Lambayeque. ....	63
Tabla 15 Incidencia de los factores del entorno de la industria internacional en las exportaciones de jugo de maracuyá de las empresas de Lambayeque. ....	65
Tabla 16 Participación de las exportaciones lambayecanas en el mundo. ....	65
Tabla 17 Rangos .....	67
Tabla 18 Estadísticos de contraste .....	67
Tabla 19 Influencia de los factores internos y externos en las exportaciones de jugo de maracuyá de las empresas lambayecanas. ....	68

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Factores que influyen en la compra de productos – Estados Unidos. Food and Agriculture Organization (2009).....	14
Figura 2. Exportación de jugo de Maracuyá – 2015 (FOB %). AgrodataPeru (2015) .....	15
Figura 3. Beneficios de los Incoterms.....	26
Figura 4. Evolución de las exportaciones de jugo de maracuyá en Tn de la región de Lambayeque durante el periodo 2011-2016.....	45
Figura 5. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Quicornac SAC en el 2012 .....	46
Figura 6. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Quicornac SAC en el 2013 .....	46
Figura 7. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Quicornac SAC en el 2014, 2015 y 2016, respectivamente .....	47
Figura 8. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Agroindustrias AIB en el 2012 .....	48
Figura 9. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Agroindustrias AIB en el 2013 .....	49
Figura 10. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Agroindustrias AIB en el 2014, 2015 y 2016 respectivamente.....	49
Figura 11. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Frutos Tongorrape en el 2012 .....	51
Figura 12. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Frutos Tongorrape en el 2013-2016, respectivamente .....	52
Figura 13. Evolución del valor FOB de las exportaciones de jugo de maracuyá durante el periodo 2011-2016.....	53
Figura 14. Figura comparativa entre evolución de exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque en valor Toneladas y valor FOB.....	55
Figura 15. Ranking de los principales países importadores de jugo de maracuyá de Lambayeque 2011-2016 .....	58



Figura 16. Competencia local de las empresas exportadoras de jugo de maracuyá 2011-2016 .....	61
Figura 17. Competencia nacional de las empresas exportadoras de jugo de maracuyá 2011-2016 .....	64
Figura 18. Competencia internacional de las empresas exportadoras de jugo de maracuyá 2011-2016.....	66

## RESUMEN

La presente investigación enunciada Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016, tuvo por objetivo general determinar cuáles son los factores de mayor incidencia en las exportaciones de jugo de Maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016. El tipo de investigación fue no experimental y longitudinal. El diseño de la investigación fue descriptiva explicativa. Su población fue constituida por todas las empresas ubicadas en la región Lambayeque que se han dedicado a la exportación de jugo de frutas en el periodo 2011-2016. La muestra fueron las empresas ubicadas en la región Lambayeque que se han dedicado a la exportación de jugo de jugo de maracuyá en el periodo 2011-2016, específicamente son tres empresas: Quicornac SAC, Frutos Tongorrape SA y Agroindustrias AIB SA. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la encuesta y el análisis documental. Los instrumentos fueron el cuestionario (encuesta) y la guía de análisis documental. El resultado más relevante fue que los contactos empresariales son el factor de mayor influencia, seguido de Educación, los Costos de fletes y transporte, la Documentación y trámites requeridos para exportar y la Competencia internacional. En conclusión, los factores externos que han incidido en las exportaciones de jugo de maracuyá del periodo 2011-2016 de las empresas analizadas han sido las características del sector a nivel local pues se apreció evidencia de una evolución de exportaciones fuertemente concentrada en Quicornac SAC y es la que tiene una tendencia más afín con la oferta peruana.

**Palabras claves:** factores de la exportación, jugo de maracuyá, Lambayeque

## ABSTRACT

The present research stated Factors that affect the of exports of passion fruit juice in the Lambayeque region, period 2011 - 2016, had as general objective to determine which are the factors of greater incidence in the exports of juice of passion fruit in the Lambayeque region, period 2011 - 2016. The type of investigation was non-experimental and longitudinal. The research design was descriptive explanatory. Its population was constituted by all the companies located in the Lambayeque region that have been dedicated to the export of fruit juice in the period 2011-2016. The sample of the companies located in the Lambayeque region that have been dedicated to the export of juice of morocco in the period 2011-2016, specifically are three companies: Quicornac SAC, Frutos Tongorrape SA and Agroindustrias AIB SA. The techniques of data collection used were the survey and the documentary analysis. The instruments were the questionnaire and the documentary analysis guide. The most important result was that business contacts are the most influential factor, followed by Education, freight costs and transportation, Documentation and procedures required for export and International competition. In conclusion, the external factors that have affected the exports of passion fruit juice of the period 2011-2016 of the companies analyzed have been the characteristics of the sector of a local level since the evidence of an export evolution strongly concentrated in Quicornac SAC And is the one that has a trend more related to the Peruvian offer.

**Key words:** export factors, passion fruit juice, Lambayeque

## **INTRODUCCIÓN**

La presente tesis titulada Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016, ha sido desarrollada sobre la base de documentación descriptiva.

El capítulo I contiene el planteamiento del problema, la formulación del problema, los objetivos, las preguntas de investigación, la justificación del estudio y la viabilidad del estudio.

El capítulo II abarca los antecedentes del problema, la base teórica, las variables y la hipótesis.

El capítulo III muestra el diseño de la investigación, la población y muestra, recolección de datos y análisis de datos.

El capítulo IV expone los resultados para lo cual se hizo el análisis e interpretación correspondiente a cada objetivo planteado en la investigación.

El capítulo V muestra las conclusiones a las que se llegaron y propone algunas recomendaciones.

## CAPITULO I EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

### 1.1 Planteamiento del problema

La exportación desde una perspectiva comercial, se ha convertido en un factor de crecimiento no solo desde una perspectiva macroeconómica por el crecimiento económico que ésta representa, sino también a nivel empresarial, ya que la exportación incrementa la capacidad productiva de la empresa y fortalece los resultados a nivel de gestión e innovación en de productos y procesos. Asimismo existen factores que influyen en dichas exportaciones tanto internas como externas.

En ese sentido, menciona La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2017) que los índices de los precios se ha visto disminuido en el mes de abril del 2017 en un promedio de 1.8% en comparación a mes de marzo (disminución de 168,0 puntos), pero 10% más que en abril del año anterior (15,2 puntos); este índice es una medida de la variación mensual de los precios internacionales de una canasta de productos los cuales se ponderan con las cuotas medias de exportación; por otro lado cuando nos referimos a factores internos Escandón y Hurtado (2014) identificaron como factores positivos del desarrollo exportador de las pymes a ciertas características del emprendedor como la edad, experiencia, actitud al riesgo y formación profesional. Además, como factores internos de la organización asociados al perfil exportador son el tamaño de las ventas, las expectativas de crecimiento empresarial, inversión en I+D y por sobre todo, la percepción positiva de los empresarios frente a las posibilidades de crecimiento y oportunidades de exportación. Por otro lado, dentro de los factores externos que ejercen efectos sobre ese tipo de internacionalización se encuentra el sector económico, el entorno empresarial, y la innovación.

Por otro lado, menciona Vidal (2010), en Norteamérica existe una tendencia la cual año a año se va incrementando, productos orgánicos como las frutas y hortalizas son los más comprados, y que en mayor porcentaje son adquiridos en supermercados, tiendas de productos orgánicos, entre otros. El perfil del

consumidor de productos frescos de Estados Unidos muestra los principales factores que influyen en la compra.

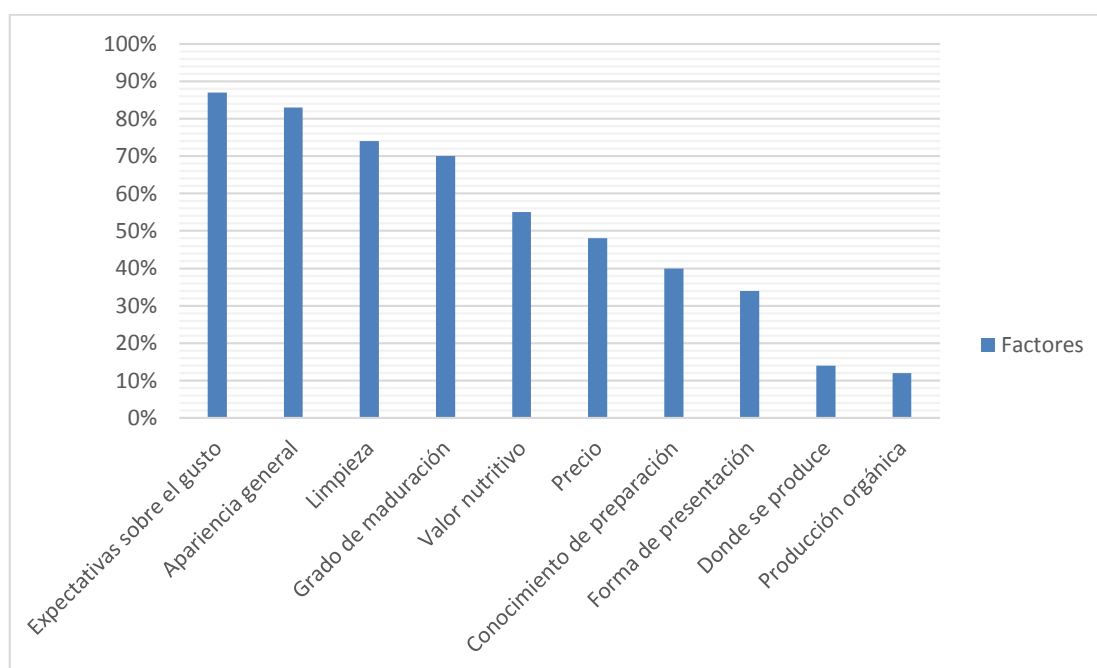


Figura 1. Factores que influyen en la compra de productos – Estados Unidos. Food and Agriculture Organization (2009).

En el contexto Latinoamericano el cual se ha caracterizado por su potencial exportador basado en la posesión de gran diversidad de recursos naturales, por lo cual, es más común encontrar empresas dedicadas a actividades de agroexportación, que entre otros casos, han diversificado e industrializado su producción. Es así que de Enero a Mayo del presente año las exportaciones agrarias peruanas se incrementaron en 4% en relación al su periodo similar en el 2015, significando una recuperación del 96% de la balanza comercial hasta mayo del 2016. En enero las exportaciones estuvieron lideradas por arándanos rojos 230%, jugo de maracuyá en 165% (El Comercio, 2016). Mientras que a mediados de año, las estadísticas muestran que los artículos con mayor incremento en su nivel de exportaciones han sido las paltas frescas (29%), jugo de maracuyá (7%), entre otros. (Andina, 2016).

El Perú en ese contexto, es uno de los países con mayor incremento en su comercialización internacional de jugo de maracuyá, y tiene como zonas de producción a nivel nacional a Piura, Lambayeque y Lima. (Siicex, 2016). De ellos,

según la Asociación Macrorregional de Exportadores (AMPEX), Lambayeque lleva la delantera en cuanto a producción y exportación de jugo de maracuyá; siendo Quicornac SAC la principal empresa exportadora de la región a nivel nacional, con una participación de mercado del 33% en el 2014 y del 49.3% en el 2015; que junto a su homólogo Frutos Tongorrape SA, con una participación del 13% en el 2014 y del 12.3% al 2015, representan más del 50% del mercado de jugo de maracuyá. (AMPEX, 2014 y AgrodataPerú, 2015)

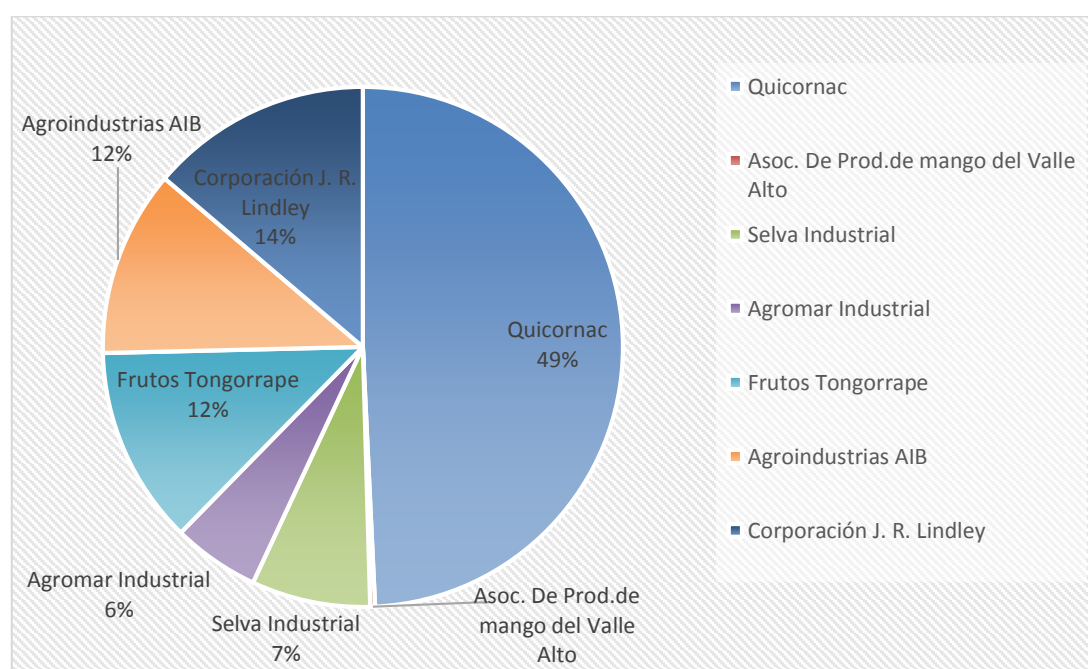


Figura 2. Exportación de jugo de Maracuyá – 2015 (FOB %). AgrodataPeru (2015)

El jugo de maracuyá entonces, desde siempre ha evidenciado una gran oportunidad de emprendimiento, solo las empresas lambayecanas Quicornac SAC, Frutos Tongorrape SA y Agroindustrias AIB SA quienes representan el 73,2% de las exportaciones nacionales de jugo de maracuyá, en contraste con lo exportado por Selva industrial SA y Corporación Jose R. Lindey SA, ambas ubicadas en la región Lima, cuyas exportaciones suman 21,2%; y finalmente la región Piura con 5,7% de lo exportado por parte de las empresas Agromar industrial SA y la Asociación de productores de mango del Valle Alto Piura. (AgrodataPerú, 2015)

De este modo, como lo indica AMPEX (2014), la región Lambayeque lleva la delantera gracias a la calidad de concentración del jugo de maracuyá que procede

principalmente del rendimiento productivo de la maracuyá de la Asociación de pequeños productores de Tongorrape – APPT, mejores precios del mercado local, asistencia técnica que les permite constantemente mejorar su nivel de productividad, además del uso de maquinarias agrícolas propias; factores que agregan valor y resaltan la competitividad del jugo de maracuyá de la región Lambayeque.

Asimismo, en el mercado mundial, actualmente en el continente americano se produce el 90% de maracuyá, siendo Brasil el país que mayor cosecha, dado que cuenta con las condiciones climáticas ideales para producir todo el año, este país comercializa el 70% como fruta y el 30% como jugo y concentrado, la producción total de maracuyá en dicho país es de aproximadamente 12t/ha. (Rojas, 2012)

Ecuador es el segundo país que concentra la producción de maracuyá en la región, su producción está destinada al concentrado de maracuyá, así como en jugo dado que cuenta con industrias bien establecidas y un clima favorable, su producción es aproximadamente de 49t/ha. (Rojas, 2012)

Colombia es otro de los países importantes en la exportación de maracuyá, este país cultiva dos variedades del producto, uno es el maracuyá amarillo y el maracuyá rojo, siendo del total el 70% de la producción es destinada a la exportación y el 30% se usa para el mercado interno; su producción total es de aproximadamente 20t/h. (Rojas, 2012)

Por otro lado, Perú presenta un ciclo de vida más largo del producto en comparación a Colombia y Brasil, ya que el maracuyá peruano obtiene rendimientos altos incluso durante el quinto año, su productividad media es de 36t/ha en un ciclo de 3 años. Actualmente la producción destina el 70% al mercado en fresco y un 30% a la agroindustria. Sin embargo, se presentan factores que dificultan el crecimiento de la exportación de maracuyá en la región, debido a la estacionalidad de la producción durante el año ya que los meses de junio a diciembre es donde se concentra la producción mientras que en los demás meses no existe más producción lo cual dificulta la comercialización de la fruta; existe escasa



asesoría, capacitación y una tecnología de cultivo que satisfaga los estándares de producción de la maracuyá; se presenta una alta susceptibilidad del producto frente a plagas; precaria presencia investigativa, agronómica, genética y tecnológica de transformación y conservación del producto; los productores se ven limitados a extender su cultivo ya que no cuentan con capital propio disponible, además el dificultoso acceso a un crédito financiero, entre otros factores internos. (Rojas, 2012)

Como dificultades externas se presenta la ventaja competitiva tanto de Brasil como de Ecuador como uno de los principales exportadores esto debido a su clima favorable y sus excelentes terrenos lo que les da una estabilidad de cosecha por todo el año; cuentan con suficiente capacidad tecnológica, modernidad de equipos, las fincas se encuentran cerca de las industrias procesadoras; además de que el mercado de jugos y frutas tropicales es muy competitivo actualmente donde no siempre es posible alcanzar los volúmenes de producto en relación a las calidades que los mercados internacionales exigen, entre otros factores externos. (Rojas, 2012)

Por ello nace la necesidad de conocer que las exportadoras han incrementado sus exportaciones en materia de jugo de maracuyá, esto se debe a distintos factores tanto internos como externos, sin embargo también existen factores que mitigan un crecimiento eficiente para que puedan competir con exportadoras líderes de la línea de maracuyá tanto en Brasil como Ecuador; estos conocimientos servirá de base a las empresas del rubro agroexportador así como las nuevas empresas que deseen incursionar en el rubro exportador, sobretodo, en lo concerniente a la exportación de jugo de maracuyá y su proceso de constitución como empresa exportadora, y de esta manera logren maximizar sus exportaciones y sus niveles de calidad, dado que Lambayeque es hoy por hoy el tercer productor y exportador a nivel nacional de maracuyá, con la posibilidad de incrementar su rendimiento su producción de 23t/ha hasta 40t/ha; esto conllevaría a la región Lambayeque a acentuar su desarrollo y así poder liderar en el sector exportador, impulsando la competitividad, el dinamismo económico y brindando más puesto de trabajo.

De ese modo, tras lo mencionado anteriormente, nace la necesidad de conocer cuáles son los factores que inciden en las exportaciones del jugo de maracuyá de la región Lambayeque.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Cuáles son los factores que incidieron en las exportaciones del jugo de Maracuyá en la región Lambayeque, en el periodo 2011 – 2016?

## **1.3 Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar cuáles son los factores de mayor incidencia en las exportaciones de jugo de Maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.

### **Objetivo específico**

Evaluar factores críticos de las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, durante el periodo 2011 – 2016.

Conocer qué tipo de factores incidieron en las exportaciones de jugo de Maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.

Determinar de qué manera inciden los factores en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.

## **1.4 Preguntas de investigación**

¿Cuáles fueron los factores críticos de las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016?

¿Qué tipo de factores incidieron en las exportaciones de jugo de Maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016?

¿De qué manera incidieron los factores en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, período 2011 – 2016?

## **1.5 Justificación del estudio**

### **Justificación por relevancia social**

La presente investigación se justifica socialmente por el aporte que brindará a las empresas dedicadas no solo a la producción, sino también a la exportación de productos como el jugo de las frutas; para que conozcan los factores que inciden en que puedan tener mayores niveles de exportación, más allá del conocimiento empírico de tales factores.

### **Justificación Teórica**

Asimismo, justificamos el estudio teóricamente, gracias al uso de teorías de otros autores sobre las variables de estudio y el tema en general, aplicado a distintos contextos, que en nuestro caso, llenará el vacío de conocimiento de estudios profesionales sobre el tema de investigación en nuestra región Lambayeque.

### **Justificación Metodológica**

Se justifica metodológicamente, debido al uso de instrumentos de recolección de datos como el cuestionario y guía de análisis documental, con los cuales obtendremos la información relevante sobre las exportaciones, la situación actual de las empresas dedicadas a la exportación de jugo de maracuyá y el porqué de dicha situación en torno a sus exportaciones. Los resultados obtenidos podrán ser tomados como referentes para otros investigadores e instituciones interesados en analizar el tema desarrollado.

### **Justificación Práctica**

La justificación de carácter práctico de la presente investigación radica en la descripción y análisis de aquellos factores que incidieron en el crecimiento de las exportaciones del jugo de maracuyá por parte de la región Lambayeque, durante el periodo 2011- 2016, de modo que nuestro estudio permita obtener y brindar información verídica y rico en detalles importantes para una mejor toma de decisiones de todas las empresas productoras y exportadoras de jugo de maracuyá.

## **1.6 Viabilidad del estudio**

La investigación planteada está avalada a conseguir sus objetivos ya que se dispone de recursos humanos, recursos financieros, materiales y recursos cognitivos necesarios para llevar a cabo el desarrollo final y dar solución a la problemática planteada.

# **CAPITULO II MARCO TEORICO**

## **2.1 Antecedentes del problema**

### **A nivel internacional**

Nicolás (2014) en su tesis “Factores asociados al éxito exportador de las Pymes industriales argentinas”, (tesis de grado), de la Universidad Nacional del Mar del Plata, Argentina; tuvo como objetivo indagar sobre los factores que se asocian al comportamiento exportador desigual de las pequeñas y medianas empresas industriales argentinas, identificando distintos factores en los niveles macroeconómico y sectorial. Sus resultados mostraron que la probabilidad de que una pyme exporte en mayor medida aumenta conforme posea certificaciones de calidad y/o gestión de su proceso productivo; así también, un mayor tamaño de la empresa, elevados niveles de productividad y actividades innovativas. Respecto de factores sectoriales, el nivel de exportaciones varía de acuerdo a la actividad industrial a la que se dedica la empresa.

Escandón y Hurtado (2014) en su artículo “Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia”, de la Universidad de Icesi, Colombia; tuvieron como objetivo identificar qué factores relacionados al desarrollo exportador influyen en la internacionalización temprana de las empresas colombianas. Su investigación les permitió concluir que características propias e empresario, (como la edad, la experiencia, la formación profesional y la actitud al riesgo), los factores internos de la empresa (como el tamaño de ventas, las expectativas de crecimiento y la inversión en actividades de I + D), las características del sector y del entorno, innovación y capacidades, determinan un mejor proceso de internacionalización temprana de las pymes en Colombia.

Respecto de factores externos, los de mayor influencia encontrado por los autores son el sector económico y el entorno empresarial.

Horta (2012) en su artículo “Algunos determinantes internos y externos del resultado exportador a nivel de firmas: análisis de empresas agroindustriales uruguayas” de la Universidad Católica del Uruguay, tenía como objetivo analizar la incidencia de los factores internos: características empresariales y capacidades competitivas de las empresas, en el nivel de exportaciones de la empresas agroindustriales de Uruguay, en conjunto con los factores externos del ambiente. Sus conclusiones confirman que la experiencia expresada en años exportando, el tamaño de la empresa, la estructura organizativa de la empresa y el precio competitivo, se asocian positivamente con el resultado exportador. En cuanto a los factores externos, constató una relación significativa entre la percepción de los empresarios sobre el entorno, en especial la disponibilidad de mano de obra y acceso a recurso humano especializado, y las exportaciones. Un factor que se relaciona negativamente sin embargo, es la lentitud en los trámites para exportar y las regulaciones del mercado de trabajo.

Monreal (2009), en su tesis “Análisis del comportamiento exportador de la empresa española desde el enfoque de los recursos y capacidades” (tesis doctoral), de la Universidad de Murcia, España; tuvo como objetivo general identificar los factores que explican la internacionalización de las empresas exportadoras, para lo cual utilizó como muestra 1111 (año 2001), y 1197 (año 2005), empresas manufactureras exportadoras españolas. La conclusión a la cual llegó esta investigación es que los factores que explican la internacionalización de las empresas exportadoras son: la disponibilidad de recursos propios, la inversión en I + D, la utilización de tecnologías avanzadas, la innovación de los productos o procesos, la investigación de mercado, las características y diseño de los productos y las actividades de promoción y publicidad que desarrollan dichas empresas.

Beltramino (2008), en su tesina “Factores asociados con el éxito competitivo de las PYMES que conforman los grupos exportadores de la ciudad de Rosario”, de la Universidad Abierta Interamericana de Rosario, Argentina; tuvo como objetivo general identificar los factores que inciden en la permanencia y el éxito en la

actividad exportadora de las PYMES que conforman los grupos exportadores de la ciudad de Rosario; para lo cual utilizo como población y muestra a cuatro grupos exportadores conformados por diferentes números de empresas que se encuentran dentro de la categoría de PYMES. La principal conclusión a la cual llego esta investigación es que los factores que inciden en la permanencia y éxito de las PYMES exportadoras son: el plan de exportación, el marketing mix, la diversificación de mercados, las actividades de inteligencia comercial, las herramientas de promoción, la diferenciación y diversificación de productos y la inversión en I + D.

#### **A nivel nacional:**

Larco (2015) en su tesis “Determinantes de la oferta exportable de espárrago de la economía peruana: periodo 2005 – 2013” (tesis de pregrado), de la Universidad Nacional de Trujillo, Perú; tuvo como objetivo identificar qué determina la exportación de espárrago fresco en el periodo estudiado. Su investigación fue de diseño no experimental y de corte longitudinal a fin de inferir conclusiones de evolución, causas y efectos; así mismo, es de carácter explicativo en torno al porqué de la influencia positiva o negativa de dichos factores. Esta investigación llego a la conclusión de que los determinantes de la oferta exportable de espárrago fresco peruano durante el periodo analizado son solamente el precio de las exportaciones y el índice de remuneración mínima vital, determinando en su evaluación que determinantes como el precio de las exportaciones es un factor de incidencia positiva en las cantidades exportadas y el costo de producción es un factor de incidencia negativa en la cantidad de espárrago exportado.

Albuquerque (2014) en su tesis “Factores que determinan la demanda internacional del espárrago fresco del Perú, periodo 1992-2013” (tesis de pregrado), de la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú; tuvo como objetivo principal demostrar cuáles son los factores que determinan la demanda internacional del espárrago, como éstos se relacionan y que tan representativos son en cuanto a las exportaciones de dicho producto; para lo cual esta investigación explicativa correlacional, utilizó como muestra toda la información de las exportaciones de espárragos frescos peruanos durante el periodo 1992 – 2013. La evidencia que presenta demuestra una gran influencia inversamente proporcional al

precio internacional, directamente del PBI de España, de productos sustitutos como el brócoli y espárrago congelado; relación inversa con el precio de la arveja y el PBI de Estados Unidos.

Astete (2012) en su tesis “Factores que inciden en la calidad de la oferta exportable del pisco del valle de Ica para atender la demanda del mercado de Nueva York en Estados Unidos” (tesis de pregrado), de la Universidad San Martín de Porres de Lima, Perú; tuvo como objetivo principal determinar la situación actual de la oferta exportable del pisco del Valle de Ica y como es que factores como la tecnología, tercerización de bodegas, promoción y deficiente gestión por parte de los empresarios pisqueros inciden en su nivel de competitividad para abastecer la demanda del mercado de Nueva York en los Estados Unidos. Esta investigación descriptiva de corte transversal llegó a la conclusión de que el impacto de la promoción estatal y privada durante los últimos 5 años han tenido un mayor efecto en el mercado interno que en el mercado extranjero; además que la falta de una legislación y de penalidades ha incrementado el nivel de informalidad, el cual junto al poco conocimiento de negociación y asociatividad vuelve débil al producto frente a la demanda creciente y exigencias del mercado internacional.

Chipana (2011) en su tesis “Factores que inciden en la exportación de mandarina W. Murcott a la República Popular China, en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú-China” (tesis de pregrado), de la Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú, tuvo como objetivo primordial identificar los requisitos fitosanitarios, imitaciones de exportación y barreras internas del mercado chino en una metodología de investigación mixta. Como instrumento de recolección de datos utilizó la entrevista a profundidad, cuestionarios a funcionarios de empresas exportadoras de mandarina y expertos, además de la guía de análisis documental. Sus resultados muestran factores de incidencia en la exportación de mandarina al lugar de producción certificaciones fitosanitarias, logística internacional, precios, calidad de las frutas, idioma, cultura de negocios, competencia y los impuestos y aranceles.

Espinoza (2009) en su tesis “Factores de crecimiento de las exportaciones de aceituna de mesa sevillana (olea europeas) a Sao Paulo – Brasil (2004 – 2008)”

(tesis de pregrado), de la Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú, tuvo como objetivo principal la determinación de los factores de crecimiento de las exportaciones de aceituna de mesa sevillana (olea europea) a Sao Paulo – Brasil, en el periodo 2004 – 2008. La conclusión a la cual llegó esta investigación es que los factores de crecimiento que permiten el incremento de las exportaciones de aceitunas de mesa sevillanas son el aumento de la producción de aceitunas en el Perú, la participación de empresas locales productoras de aceitunas en ferias internacionales y las alianzas estratégicas locales entre entidades públicas y privadas; sin embargo también se encontró que el principal limitante de las exportaciones es la presentación y promoción del producto ante potenciales clientes.

#### **A nivel local:**

Larios (2017), en su tesis “Factores económicos que inciden en la exportación de ají paprika triturada o pulverizada del departamento de Lambayeque año 2014” (tesis de pregrado), de la Universidad de Lambayeque, Chiclayo, Perú; tuvo como objetivo general identificar los factores económicos que inciden en la exportación de ají paprika triturada o pulverizada del departamento de Lambayeque; para lo cual esta investigación de diseño correlacional, utilizó como población y muestra a las tres empresas exportadoras de paprika de la región Lambayeque: Dirose S.A.C., Mecainnova S.A.C., y Gandules INC, S.A.C. La conclusión a la cual llegó esta investigación es que los factores económicos influyeron en las exportaciones de ají paprika triturado o pulverizado durante el año 2014; destacando la influencia positiva en dichas exportaciones del tipo de cambio real bilateral y el producto bruto interno de los Estados Unidos.

Vásquez y Zapata (2015), en su tesis “Estudio de los factores que influyen en la asociatividad de los productores de mango del valle Motupe – Olmos” (tesis de pregrado), de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo, Perú; tuvo como objetivo principal identificar los factores que influyen en la asociatividad de los productores de mango de dicho valle; para lo cual esta investigación descriptiva exploratoria utilizó como muestra a 250 productores de mango del valle Motupe – Olmos. La conclusión a la cual llegó esta investigación es que los productores de mango no cuentan con asistencia técnica para el cultivo



de sus productos, y tampoco tienen conocimientos del mercado internacional. Además se encontró que son pocos los productores que logran exportar más de la mitad de su producción, y existe una falta de financiamiento para el cultivo de mango, generando un bajo nivel asociativo en dichos productores.

## **2.2 Base teórica**

### **2.2.1. Exportación.**

El comercio exterior según Aduanas (2014) es el intercambio de bienes o servicios entre dos o más naciones, regulado por normas internacionales, que buscan satisfacer sus necesidades de mercado y cubrir la demanda interna resultante del no abastecimiento completo de la producción nacional. La apertura comercial tiene un efecto positivo en el crecimiento económico, el empleo y la reducción de la pobreza, así, existen teorías de comercio internacional como la teoría clásica del comercio internacional, en la que Smith (1776) configura principios que indican una interacción entre comercio y crecimiento económico, según lo cual, los bienes producidos y exportados desde el país con menor coste de producción (ventaja absoluta). De otro lado, David Ricardo plantea la especialización como potenciador de la capacidad productiva y consumo de las naciones, es decir, que por la misma cantidad de trabajo se obtienen mayores volúmenes de mercancías (ventaja comparativa). (González, 2011)

Es por ello que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010), define a la exportación como la venta de productos nacionales a un mercado internacional, ya sea a través de un intermediario o directamente. Mientras que para Araujo et al. (2009), la exportación constituye la acción o efecto de vender un producto o servicio realizado en un país diferente a donde fue creado. En ese sentido se podría decir que la exportación es la salida física de las mercaderías dentro del territorio aduanero, hacia un país diferente. De esta manera Cabello y Cabello (2013) expresan que la exportación es el intercambio de bienes y servicios con los mercados del exterior, las mismas que están sujetas a normas arancelarias. Por lo que se podría resumir que la exportación es el intercambio comercial internacional de mercancías, respetando las leyes y normas para este tipo de negociaciones de todos los países intervinientes.

Por su parte la Fundación Contra el Hambre (2013), considera a las exportaciones como transacciones comerciales de bienes o servicios a nivel internacional, es decir transacciones comerciales que se realizan entre dos o más países respetando la normativa internacional, dentro de las cuales destaca la utilización de los Incoterms, los cuales son fundamentales para el comercio internacional, y son definidos y elaborados por la Cámara Internacional de Comercio (CIC), con el objetivo de establecer un lenguaje estandarizado que pueda ser utilizado tanto por los compradores, como por los vendedores que participan en transacciones internacionales. En ese sentido la Fundación Contra el Hambre (2013), presenta algunos de los beneficios de utilizar los Incoterms dentro de las operaciones de comercio internacional:

*Figura 3. Beneficios de los Incoterms.*

Definen el punto en el cual se transferirán los riesgos del vendedor hacia el comprador en el proceso de envío de mercancías (riesgos de pérdida, deterioro, hurto de las mercancías), lo cual le permite al encargado de asumir los riesgos tomar las medidas preventivas que considere necesarias, para minimizar o evitar estos riesgos.

Indicar cuál de las partes tiene que realizar los trámites.

Indicar cuál de las partes asumirá los gastos logísticos y administrativos en las diferentes etapas del proceso de exportación.

Determinar quién está a cargo del embalaje, el marcado de la mercancía, las operaciones de manutención, de carga y descarga de las mercancías, o la carga o transferencia del contenido de los contenedores, al igual que las operaciones de inspección.

Fijar las obligaciones respectivas de cada una de las partes, para la realización de las formalidades de exportación y/o importación, el pago de los derechos e impuestos de importación, al igual que el suministro de los documentos.

Fuente: Fundación Contra el Hambre (2013).

Así también, para Scott, Bruce y Cere (2011), las exportaciones son el proceso de venta de un producto al extranjero por parte las empresas que decidieron ampliar sus fronteras de comercialización para crecer en volúmenes de producción y mayores ingresos económicos. Es por ello que Pérez (2010), manifiesta que las exportaciones permiten a los países mejorar su grado de apertura económica, permitiendo comercializar sus productos en mercados más competitivos y contar con una mayor demanda en el exterior. Es por ello que Jerez y García (2010) manifiestan que las exportaciones de países emergentes, en donde se presentan menores costos de productividad, tienen una mayor ventaja que la de otros países

ya que tienen mayor acceso a los mercados, por lo que han presentado importantes aumentos en los volúmenes de exportaciones, permitiendo contribuir al crecimiento de su economía y al crecimiento de la producción mundial.

### **Ventajas y desventajas de exportar.**

Albizu (2003), manifiesta que exportar cuenta con ciertas ventajas para las empresas que desean realizar estas actividades, sin embargo también manifiesta que las exportaciones no solo generan ventajas para la empresa, ya que también se cuenta con desventajas, detallándose cada una de ellas a continuación:

*Tabla 1 Ventajas y desventajas de exportar.*

Nº	Ventajas de exportar	Desventajas de exportar
1.	Permite diversificar el riesgo. Es decir reduce la dependencia de una empresa a un determinado grupo de clientes, ya que permite contar con nuevos clientes en el mercado internacional. De este modo se puede conseguir más mercados donde vender sus productos y servicios.	Obliga a modificar sus productos, o su envase, o su presentación.
2.	Permite incrementar los ingresos de la empresa, lo cual genera una mayor rentabilidad, haciéndola más competitiva en el mercado. Esto debido a que en el mercado internacional existe una mayor demanda insatisfecha a la cual puede aspirar satisfacer la empresa exportadora.	Necesidad de conseguir la estandarización de sus productos en los países de destino.
3.	Permite aprender y crecer, ya que el acceder a nuevos mercados supone nuevas oportunidades y nuevos retos para la empresa; lo cual significara la	Contratar a nuevo personal especializado con conocimiento de idiomas y comercio internacional.

empresa obtenga una visión complementaria de nuevas ideas, nuevos productos, nuevas formas de operar. Es decir genera que la empresa sea más flexible y más adaptable a los cambios y los diferentes entornos que el mercado pueda ofrecer.

4. Permite alargar la vida útil del producto, presentando nuevas oportunidades en el mercado internacional; lo cual asegura la sostenibilidad de la empresa durante el tiempo. Organizar una logística que siempre va a ser más complicada que la nacional.
5. Reduce los costos unitarios de fabricación. Ya que fabricar una mayor cantidad de productos a una mejor calidad dirigido al mercados internacionales, obliga a las empresas a mejorar la utilización de su capacidad productiva, lo que puede permitir mejorar la productividad y por ende reducir los costos unitarios del producto realizado. Necesidad de tener certificaciones especiales de calidad en la gestión de los procesos.
6. Permite estar modernizados y evolucionar al igual que la globalización. De esta manera permite a la empresa crear una mejor imagen y prestigio. Su presencia en el exterior y la proyección internacional es un valor en sí mismo para la imagen y prestigio de la Necesidad de diseñar un plan estratégico de exportación, dada la diversidad y complejidad de los mercados exteriores.

empresa, tanto a nivel nacional como internacional.

- |     |   |
|-----|---|
| 7.  | Tener que realizar nuevas inversiones para mejorar sus procesos, para lo cual tiene que recurrir al financiamiento ya sea de capital propio o capital obtenido de las empresas financieras. |
| 8.  | Dedicar tiempo y costos para los viajes y contratos exteriores.   |
| 9.  | Mayores costos administrativos.   |
| 10. | Mayores riesgos tanto económicos, legales como políticos al ser mercados ubicados en otros países.  |
| 11. | Riesgos de impago, pérdida o deterioro de la mercancía, riesgos políticos, corrupción, etc.   |

---

Fuente: Albizu (2003).

Como se puede observar en la tabla 1 Albizu (2003) considera que existe un mayor número de desventajas que ventajas para las empresas que deseen realizar exportaciones, sin embargo se debe tener en cuenta que algunas de las “desventajas”, hacen referencia al incremento de costos o inversiones; sin embargo estos en el mediano y largo plazo pueden generar mayores ganancias para la empresa, convirtiendo estos costos e inversiones en un mayor margen de rentabilidad para la empresa. Por ejemplo la primera “desventaja” menciona que la empresa se verá obligada a modificar sus productos o su envase, lo cual significaría un costo en el corto plazo, pero en el mediano y largo plazo se convertiría en una ventaja competitiva que le permitiría abarcar un buen segmento de mercado en un mundo globalizado.

## **Tipos de exportación.**

### **A. Exportación directa.**

La exportación directa según Araujo et al. (2009) es la venta de productos nacionales al mercado internacional, de manera directa, es decir pasando de la fábrica a los consumidores finales o grandes mayoristas internacionales; en ese sentido los fabricantes mismos realizan el proceso exportador en lugar de delegarla en otras empresas intermediarias. De esta manera el autor manifiesta que la exportación directa involucra todas las actividades del proceso exportador como son: la investigación de mercados, distribución física, documentación de la exportación, fijación de precios, etc., las cuales se deben llevar a cabo desde el área de exportación de la empresa.

### **B. Exportación indirecta.**

En cuanto a las exportaciones indirectas Araujo et al. (2009), manifiesta que estas suponen simplemente una venta local a un tercero, ya que todas las actividades de comercialización exterior las realizan organizaciones intermediarias que pueden contar hasta con sucursales, almacenes, medios de transporte, etc. En ese sentido la exportación indirecta, en general, responde a una venta nacional y su principal inconveniente es que la empresa no realiza ninguna actividad internacional, por lo que su procedimiento de ventas es igual en todas sus operaciones, mientras que las empresas que exportan directamente si tienen que cambiar sus procedimientos de ventas para la exportación de sus productos; sin embargo, a pesar de ello, la exportación indirecta puede suponer un importante estímulo, ya que muchas veces los precios internacionales, son muchos mejores que los precios locales.

## **Evaluación de las exportaciones.**

A. Volumen de exportaciones. El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP, 2017), manifiesta que el volumen de exportaciones refleja la cantidad de mercancías exportadas en relación a un determinado periodo, las cuales pueden estar reflejadas en toneladas exportadas (cantidades), y valor FOB exportado (precios).

- a. Exportaciones en toneladas. En ese sentido las exportaciones en toneladas son la cantidad total en toneladas de las exportaciones realizadas en determinado periodo de tiempo.
  - b. Volumen FOB. Por su parte el volumen FOB es la cantidad exportada, pero en términos monetarios, es decir la cantidad exportada expresada en una determinada moneda (mayormente es en dólares), en un determinado periodo de tiempo.
- B. País de destino de las exportaciones. Según la Superintendencia Nacional de Aduana y Administración Tributaria (SUNAT 2017), el país de destino es el lugar de residencia de los consignatarios o clientes internacionales al cual están destinadas las exportaciones peruanas. En ese sentido se medirá esta dimensión de acuerdo a los principales países compradores internacionales de los productos peruanos.

### 2.2.2. Factores de exportación.

Por lo que un primer paso para la decisión de exportar, es el análisis de la oferta. Pindyck (2009) refiere que la oferta es la producción y venta de productos en base a la cantidad de recursos y tecnología. Solo se producirá oferta cuando resulte lucrativo hacerlo, así, la Ley de oferta indica que cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofertada; siempre que los demás factores que influyen permanecen constantes. Por su parte Bringas (2001) manifiesta que existe numerosos limitantes que pueden generar un bajo nivel de exportación o factores que impulsen dichas exportaciones, en ese sentido el autor sintetiza los factores determinantes del potencial exportador en *Estrategia internacional, Organización – Producto, Tipo de cambio, País de origen, Política oficial y Demanda internacional*. Sin embargo, una clasificación más aunada a la revisión literaria es la siguiente:

- A. **Factores externos:** Cualquier tipo de empresa está condicionada al medio donde se desenvuelve, ya que éste le ofrece oportunidades pero del mismo



modo le presenta restricciones permanentes. Bringas (2001) reúne investigaciones anteriores y caracteriza a los factores externos en ventaja relativa del país, política oficial de promoción de exportaciones, tipo de cambio, oportunidad en un mercado de exportación concreto. En la ventaja relativa del país hace referencia a los recursos, el clima y la estructura de costo de la economía. Para aprovechar estas ventajas regionales y del país, el empresario debe tener en cuenta las oportunidades propias de sus productos de la naturaleza y de su ubicación geográfica, mantenerse informado de la coyuntura económica nacional e internacional y como ello implica en su región; además de participar en actividades empresariales y políticas de negociaciones para disminuir amenazas del contexto y/o adaptarse a él.

La política oficial de promoción de exportaciones también es importante ya que constituyen parte del fomento de la exportación mediante políticas fiscales, planes financieros, programas de información e incentivos; pero no solo de fomento, sino también de obstáculos al exportador en cuanto a procedimientos burocráticos, restricciones e incluso mala imagen con el extranjero, etc. En el caso de América Latina, existen barreras reales y exclusivas como la corrupción, elevados impuestos y tarifas, inestabilidad política, económica y macroeconómica, bajo nivel de inversión en ciencia y tecnología, recurso humano poco calificado, etc. Además los empresarios deben conocer el tipo de cambio existente, analizar la tendencia de las monedas de los mercados con los que tienen interés de comercializar y determinar lo más certero posible el resultado monetario de las operaciones internacionales. Finalmente para analizar la capacidad exportadora de la empresa se debe realizar una investigación de mercado, confrontar dicha información con las posibilidades de la empresa, diseñar una estrategia de ingreso con características propias de ese nuevo mercado y principalmente, contar con asesoría profesional (Bringas, 2001).

Por su parte Monreal (2009) manifiesta que muchos investigadores dividen a los factores externos entre el mercado doméstico, es decir el mercado interno y el mercado internacional. Dentro del mercado interno se hace referencia al papel principal de la industria en la que opera el exportador, teniendo en cuenta características como la competencia, los proveedores y la legislación; mientras

que en el mercado internacional el autor menciona que se deben analizar factores como la legislación internacional (el gobierno del país de destino), la situación económica del mercado, las características de la demanda y la información. En ese sentido los factores externos que pueden incidir en las exportaciones de un producto son los siguientes:

- a. Factores del entorno de la industria a nivel local. Dentro del entorno de la industria se considera al entorno de la industria a nivel local, en la que destacan la competencia local, los proveedores, el reglamento municipal y la disponibilidad de mano de obra.
  - i. Competencia local. Según Monreal (2009), se hace referencia a las empresas locales consideradas como competidores directos de la empresa exportadora, que podrían ser una amenaza u oportunidad para esta empresa, ya que pueden competir por el mismo sector del mercado o pueden formar una alianza exportadora (clúster), para volverse más competitivos en el mercado internacional.
  - ii. Proveedores. En cuanto a los proveedores Monreal (2009), manifiesta que son los encargados de mantener a la empresa con la mercancía necesaria para abastecer al mercado, por lo que cada una de las empresas exportadoras, debería tener asegurado a sus proveedores, para que no le falta mercancía y pueda realizar sus procesos de exportación de manera consecutiva y normal.
  - iii. Reglamentos municipales. Monreal (2009) considera a este punto como la legislación, que en este caso hace referencia únicamente, al reglamento municipal sobre el sector en el cual se desenvuelve la empresa, y con relación a las actividades de exportación.
  - iv. Disponibilidad de mano de obra. Escandón y Hurtado (2014) agregan que al igual que determinar la disponibilidad de proveedores se debe determinar la disponibilidad de mano de obra, tanto calificada, para la

parte de gestión y administración estratégica; como no calificada para la parte operativa.

- b. Factores del entorno de la industria a nivel nacional. Por otro lado en lo que se refiere a la industria a nivel nacional solamente se toma en cuenta a la competencia nacional y la legislación existente en relación al sector y a las exportaciones.
  - i. Competencia nacional. Al igual que en la competencia regional Monreal (2009) destaca a todas las empresas que pueden convertirse en una amenaza u oportunidad de la empresa exportadora a nivel nacional.
  - ii. Legislación nacional. En cuanto a la legislación nacional Monreal (2009) hace referencia a las leyes existentes a nivel nacional, tanto para el sector como para las exportaciones. Además agrega que muchos gobiernos buscan impulsar las actividades exportadoras, por lo que recurren a leyes que brindan ciertos beneficios fiscales u otro tipo de beneficios que genera que la empresa pueda contar con ventajas competitivas en relación a la competencia internacional.
- c. Factores del entorno del mercado internacional. Monreal (2009) manifiesta que los factores del entorno del mercado internacional que más importancia o mayor influencia presentan en las exportaciones son la legislación internacional, la situación económica del mercado, las características de la demanda y la información del mercado.
  - i. La legislación internacional. En este punto el autor considera que al igual que hay gobiernos que buscan impulsar sus exportaciones, existen gobiernos que buscan limitar el ingreso de productos a sus mercados, a través de la creación de un arancel a las importaciones o a través de la imposición de barreras no arancelarias. En ese sentido la empresa exportadora debe conocer la legislación internacional (como los Incoterms) y el proceso de ingreso al mercado de destino (legislación del país de destino).

- ii. La situación económica del mercado. Monreal (2009) manifiesta que la situación económica del mercado de destino puede afectar al ritmo exportador de una empresa. En ese sentido la evolución de factores como la tasa de riesgo, el tipo de cambio o el nivel de proteccionismo de un país puede acelerar, desacelerar e incluso acabar con la actividad exportadora de la empresa.
- iii. Las características de la demanda. En este punto Monreal (2009) manifiesta que características como el tamaño del mercado y características específicas del segmento del mercado al que está destinado las exportaciones pueden impulsar o limitar las exportaciones de una empresa.
- iv. La información del mercado. Monreal (2009) manifiesta que la información puede ser fundamental para una empresa exportadora, ya sea de forma positiva o negativa, ya que con el avance de la tecnología las empresas puede contar con información actualizada de cualquier parte del mundo; sin embargo si esta es bien utilizada será muy provechoso para la empresa, caso contrario las empresas competidoras sacaran provecho de ello y la información se convertirá en un punto negativo para la empresa exportadora. Esto toma mucho más relevancia debido a que organismos internacionales e incluso los mismos gobiernos brindan información actualizada y muy útil para cualquier exportador, sin ningún tipo de restricción, lo cual genera que la información solo sea una ventaja competitiva si y solo si es bien aprovechada por la empresa para diferenciarse del resto de competidores.

**B. Factores internos:** Bringas (2001) los conceptualiza como factores propios de la empresa, factores que determinan la posibilidad de acceder a nuevos mercados exteriores. Por su parte Horta (2012) manifiesta que los factores internos explica las características de las empresas exportadoras teniendo en cuenta la estrategia de la organización, las competencias internas y las características de las

empresas; por lo que dentro de los factores internos se evalúa tanto al empresario como a la empresa, ya que de estos depende las estrategias, competencias y características de la empresa exportadora.

- a. Factores a nivel de empresa. Horta (2012) manifiesta que dentro de los factores a nivel de empresa se debe evaluar los siguientes indicadores:
  - i. Tamaño de la empresa. Dicho autor manifiesta que otros autores como Verwaal y Donkers (2002), Aaby y Slater (1989) afirman que las empresas más grandes tienen ventajas relacionadas con el tamaño, y que por lo tanto cuenta con las capacidades para operar más eficazmente en la exportación de sus productos. En ese sentido se considera que a mayor tamaño de la empresa, mejor desempeño en el proceso exportador.
  - ii. Años de experiencia exportando. De la misma manera que el indicador anterior Horta (2012), manifiesta que los años de experiencia en actividades de exportación de las empresas también influye en las exportaciones de la misma, por lo que dicha experiencia exportadora debería generar mejores resultados en las actividades de exportación de la empresa.
  - iii. Estructura organizacional. Horta (2012) manifiesta que las empresas que se comprometen con la exportación de sus productos, invierten en la creación de departamentos dedicados al desarrollo eficiente de estas actividades, por lo que cuentan con una estructura apta para el desarrollo de actividades de comercio internacional.
  - iv. Innovación. Escandón y Hurtado (2014) manifiesta la innovación tiene tres indicadores, los cuales son: a) Innovación del producto: mide el nivel de innovación en el producto de la empresa (todos, algunos o ningún cliente considera el producto nuevo). b) Capacidad innovadora: mide el grado de innovación de las empresas mediante el análisis de cuántas empresas ofrecen un producto desconocido o poco familiar para sus

clientes potenciales. c) Innovación del sector: número de empresas que ofrecen el mismo producto en el mercado.

b. Factores a nivel del empresario. Monreal (2009) manifiesta que para que la empresa se desenvuelva en el entorno idóneo y cuente con los recursos y características adecuadas para el proceso de exportación es necesario contar con un directivo o empresario capacidad cuyas características deberán contribuir a lograr los objetivos de la empresa. En ese sentido Escandón y Hurtado (2014) manifiestan que indicadores como la edad y experiencia del empresario, su actitud al riesgo, su nivel de educación y los contactos con los que cuentan puede influir positivamente en el desarrollo de actividades de exportación de las empresas exportadoras.

i. Edad y experiencia. En ese sentido Monreal (2009) considera que son los directivos jóvenes los que mayores aspiraciones a internacionalizarse presentan, mientras que Escandón y Hurtado (2014), manifiesta que a mayor experiencia del directivo, mejor desempeño exportador presentara la empresa.

ii. Género. Tanto Monreal (2009) como Escandón y Hurtado (2014), manifiestan que este indicador es subjetivo ya que son pocos los autores que consideran que el género de un directivo puede influir en el desarrollo del proceso exportador de una empresa.

iii. Educación. En este indicador Monreal (2009) y Escandón y Hurtado (2014) coinciden al manifestar que mientras más preparado se encuentre el directivo o emprendedor, mejores resultados obtendrá, de las actividades que realiza.

iv. Contactos. Monreal (2009) hace referencia a este punto como la exposición internacional, para lo cual es necesario contar con contactos internacionales que permitan ingresar a los diferentes mercados, por lo que acá se pone de manifiesto la experiencia en el establecimiento de relaciones de los directivos de las empresas exportadoras.

### 2.3 Variables

**Variable Dependiente:** Exportaciones

**Variable Independiente:** Factores de exportación

*Tabla 2 Operacionalización de la variable 1*

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Sub dimensiones	Indicadores
Factores de exportación	Elementos e indicadores que contribuyen con el desarrollo económico del país a través de la actividad de exportación.	Factores constituidos por el mismo contexto oriundo donde el producto se desarrolla.	Factores internos		Tamaño de la empresa
				Factores a nivel de empresa	Años de experiencia exportando
					Estructura organizacional
					Innovación
				Factores a nivel del empresario	Edad y experiencia
					Género
			Educación		
			Factores externos	Factores del entorno de la industria a nivel local	Contactos
					Competencia local
					Proveedores
				Factores del entorno de la industria a nivel nacional	Reglamentos municipales
					Disponibilidad de mano de obra
Competencia nacional					
Factores del entorno del mercado internacional	Legislación nacional				
	Situación económica				
	Características de la demanda				
	La información del mercado				
Legislación internacional					



Fuente: Elaboración propia

*Tabla 3 Operacionalización de la variable 2*

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Exportaciones</b>	Tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero.	Cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional	Volumen de exportaciones	Exportaciones en toneladas Volumen FOB
			País de destino de las exportaciones	Principales compradores

Fuente: Elaboración propia

## **2.4 Hipótesis**

### **2.4.1 Hipótesis General**

Ha: Los factores internos tienen mayor incidencia significativa en la variación positiva de las exportaciones de jugo de maracuyá de la región Lambayeque, periodo 2011-2016.

H0: los factores internos no tendrán mayor incidencia significativa en la variación positiva de las exportaciones de jugo de maracuyá de la región Lambayeque, periodo 2011-2016.

## **CAPITULO III METODOLOGIA**

### **3.1 Diseño de la Investigación**

#### **3.1.1 No Experimental**

La investigación es no experimental ya que las variables de estudio no serán manipuladas, solo estudiadas tal cual se presentan en su contexto.

Asimismo, el diseño al que pertenece la investigación es descriptiva explicativa ya que se busca describir las variables de estudio en primera instancia, para luego determinar y explicar cuáles fueron los factores que incidieron en el crecimiento de la exportación de jugo de Maracuyá de la región Lambayeque durante el periodo 2011 – 2016.

#### **3.1.2 Longitudinal**

La investigación es longitudinal debido a que se estudiará la variable según las fluctuaciones ocurridas durante los periodos dados desde el 2011 hasta el 2016.

## **3.2 Población Y Muestra**

### **3.2.1 Población**

La población estará constituida por todas las empresas ubicadas en la región Lambayeque que se han dedicado a la exportación de jugo de frutas en el periodo 2011-2016.

### **3.2.2 Muestra**

La muestra estará constituida por todas las empresas ubicadas en la región Lambayeque que se han dedicado a la exportación de jugo de maracuyá en el periodo 2011-2016. Éstas son en número, tres empresas: Quicornac SAC, Frutos Tongorrape SA y Agroindustrias AIB SA.

## **3.3 Recolección de Datos**

Para el desarrollo de la presente investigación se usarán las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos:

**Técnicas:** Encuesta y Análisis documental.

**Instrumentos:** Cuestionario y Guía de análisis documental.

## **3.4 Análisis de Datos**

Para el procesamiento de la información extraída de los instrumentos de recolección de datos, se hará uso de la estadística a través de programas computarizados como Microsoft Excel y SPSS; los mismos que serán presentados con tablas y gráficos para el mejor entendimiento de los resultados, discusiones y conclusiones.

## CAPITULO IV RESULTADOS

### 4.1 Evaluación de factores críticos de las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, durante el periodo 2011 – 2016.

A continuación, se muestran los resultados de la investigación seccionados de acuerdo a las dimensiones propuestas para la variable Exportación en el cuadro de Operacionalización. Así mismo, cada dimensión presenta resultados por indicador, con su debida organización de información en tablas y gráficos, de manera general pero también por cada una de las empresas que forman parte de la muestra de estudio como son Quicornac S.A.C., Agroindustrias AIB S.A. y Frutos Tongorrape S.A.

#### Dimensión Volumen de exportaciones

##### **Indicador Exportaciones en toneladas**

*Tabla 4 Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de la región Lambayeque durante el periodo 2011-2016*

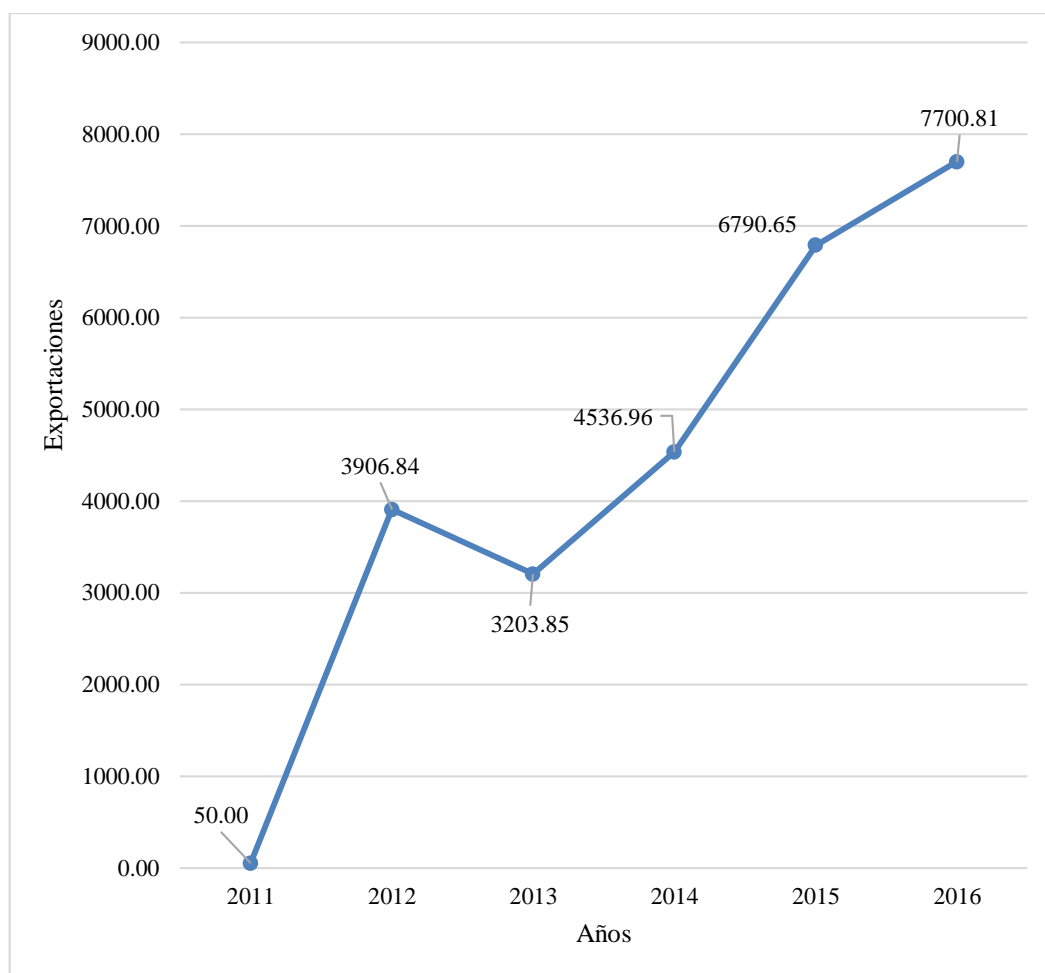
<b>Año</b>	<b>Total Lambayeque Kg</b>	<b>Total Lambayeque Tn</b>
2011	50000.00	50.00
2012	3906837.50	3906.84
2013	3203846.80	3203.85
2014	4536956.05	4536.96
2015	6790650.25	6790.65
2016	7700806.05	7700.81

Fuente: Infotrade

Con la información de la Tabla 4 se puede apreciar un crecimiento sostenible del monto de las exportaciones de jugo de maracuyá tanto en Kilogramos como en toneladas, a lo largo del periodo de estudio 2011- 2016, a excepción del 2013 en la que se registró una única caída de las exportaciones lambayecanas en un 20% respecto del año anterior. Del inicio del periodo (2011) hasta el año 2016, las

exportaciones de jugo de maracuyá se han incrementado en un 153%, una evolución que es visiblemente apreciable en el gráfico 1:

*Figura 4. Evolución de las exportaciones de jugo de maracuyá en Tn de la región de Lambayeque durante el periodo 2011-2016.*

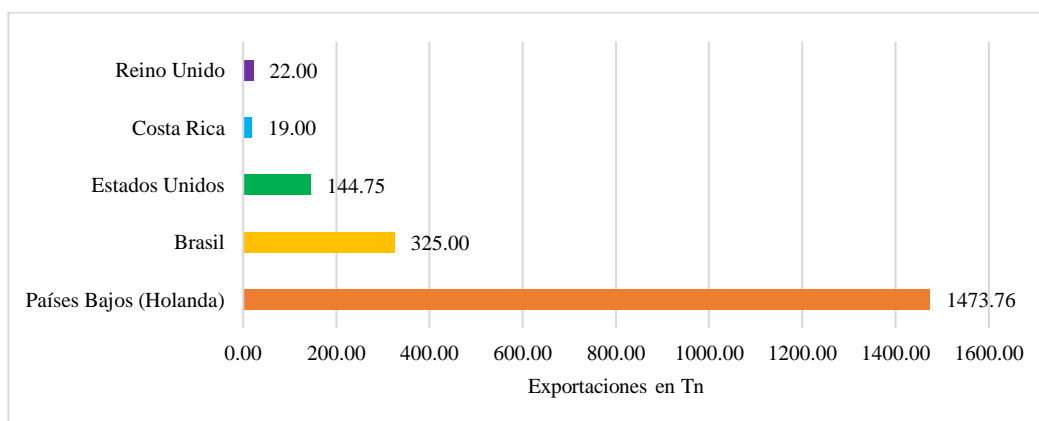


Fuente: Tabla 4

Lo anteriormente mencionado hace referencia a las exportaciones de maracuyá de Lambayeque a modo general, por lo cual, se ha procedido a evaluar el indicador “Exportaciones en toneladas” por cada una de las empresas que forman parte de la muestra de investigación y en cada año del periodo estudiado.

### Empresa 1: Exportaciones en Tn de Quicornac S.A.C.

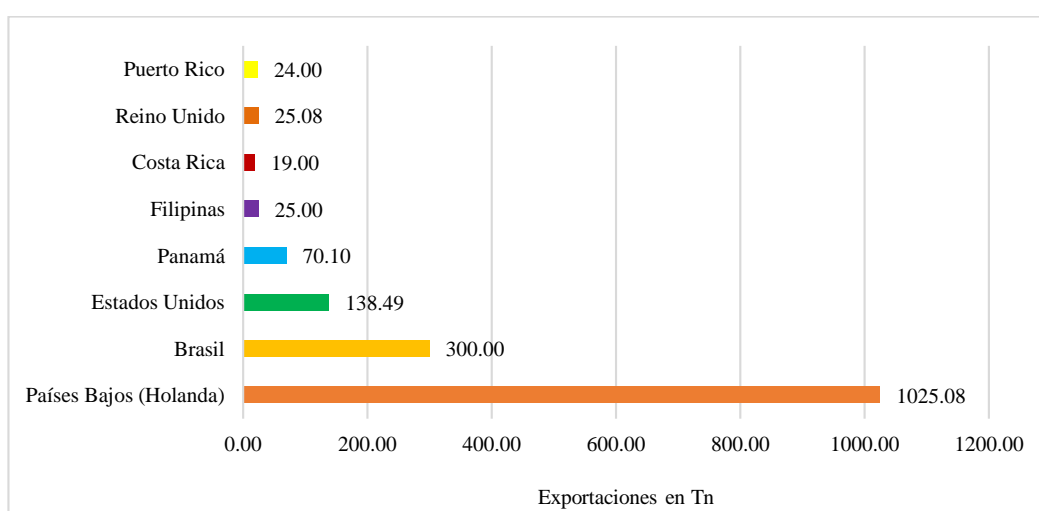
Figura 5. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Quicornac SAC en el 2012



Fuente: Infotrade

Quicornac SAC no registró exportaciones de jugo de maracuyá en el 2011 por lo que su evaluación se ha realizado en el periodo 2012-2016. En el año 2012 la empresa exportó un total de 1984.51 Tn de jugo de maracuyá, las cuales fueron distribuidas en un 74.26% a Países Bajos (Holanda), 16.38% a Brasil, 7.3% a Estados Unidos y el otro 2,07% a Costa Rica y Reino Unido.

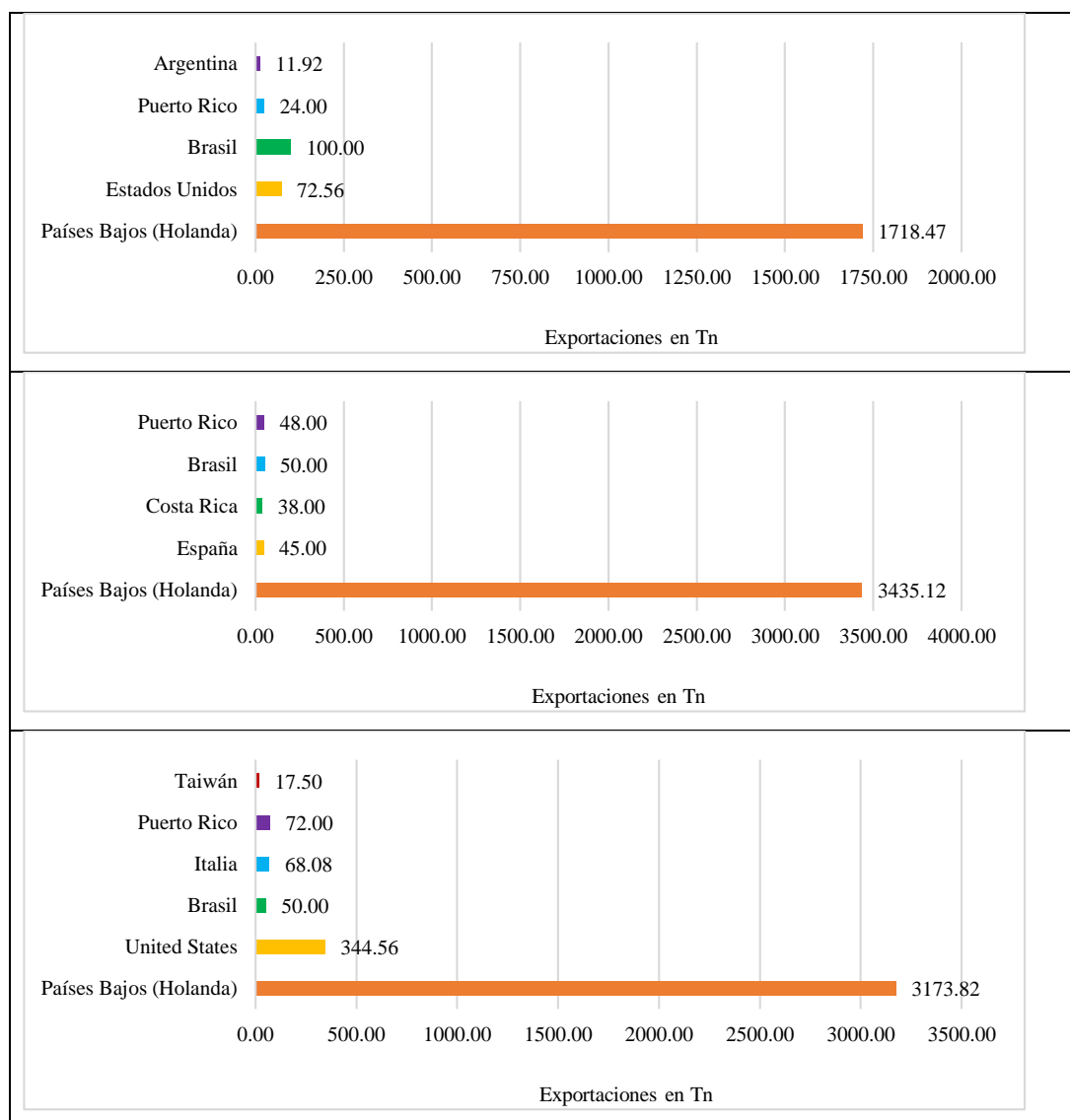
Figura 6. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Quicornac SAC en el 2013



Fuente: Infotrade

Al año 2013, Quicornac SAC exportó un total de 1626.75 Tn de jugo de maracuyá, una caída de 18,03% respecto al 2012 y cuyas toneladas fueron distribuidas en un 63.01% a Países Bajos (Holanda).

Figura 7. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Quicornac SAC en el 2014, 2015 y 2016, respectivamente



Fuente: Infotrade

En los años 2014-2016, Quicornac SAC incrementó constantemente su nivel de Tn de jugo de maracuyá exportadas y en su mayoría, las toneladas fueron distribuidas a Países Bajos (Holanda).

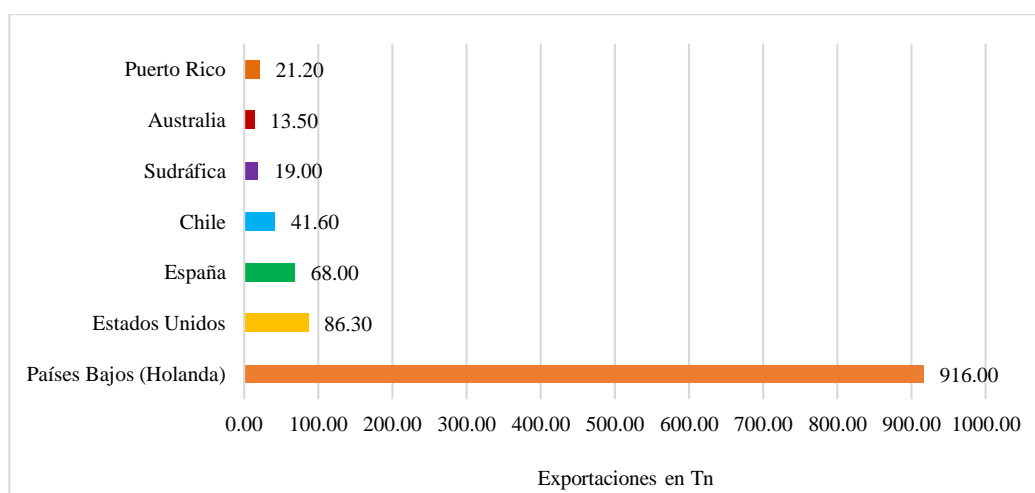
## Empresa 2: Exportaciones de la empresa Agroindustrias AIB

*Tabla 5 Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Agroindustrias AIB en el 2011*

País	Valor FOB USD	Peso Neto (Kg)	Tn
Países Bajos (Holanda)	\$ 175,750.00	50000.00	50

Agroindustrias AIB SA, fue la única empresa que registró exportaciones de jugo de maracuyá en el 2011 por un total de 50 Tn y un valor FOB de \$175,750.00. Al año siguiente, 2012 la empresa incrementó su nivel exportador en un 22.31%, es decir, exportó un total de 1165.61 Tn de jugo de maracuyá, siendo su principal comprador también Países Bajos (Holanda) a quién se le exportó el 78.59% de su producción, como se observa en la figura 8:

*Figura 8. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Agroindustrias AIB en el 2012*

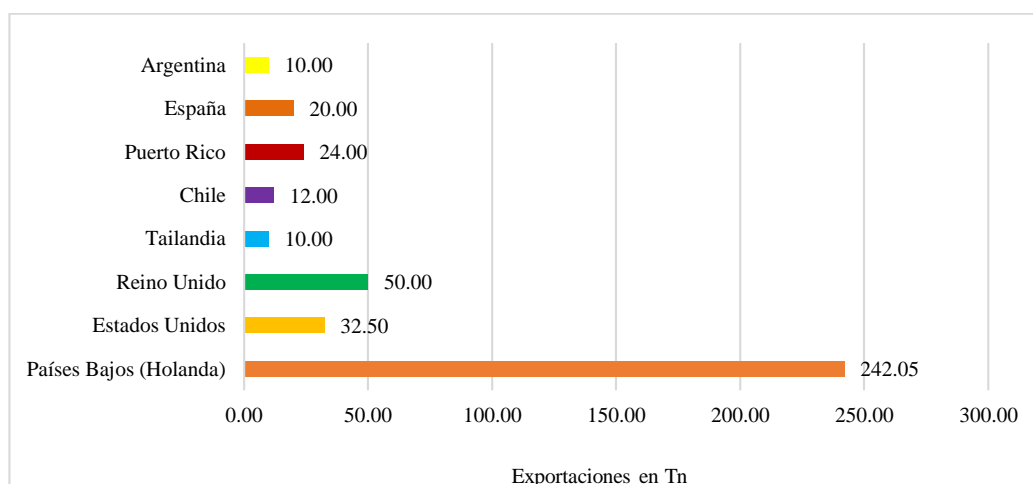


Fuente: Infotrade

Para el año 2013, Agroindustrias AIB SA registró una fuerte caída en sus exportaciones de jugo de maracuyá, al reducirse en un 65,64% su nivel exportado. Pasó de 1165.61 Tn en el 2012 a 400.55 Tn en el 2013; aun así, Países Bajos (Holanda) continuó siendo su principal comprador al adquirir el 60.43% del total exportado de parte de esta empresa.



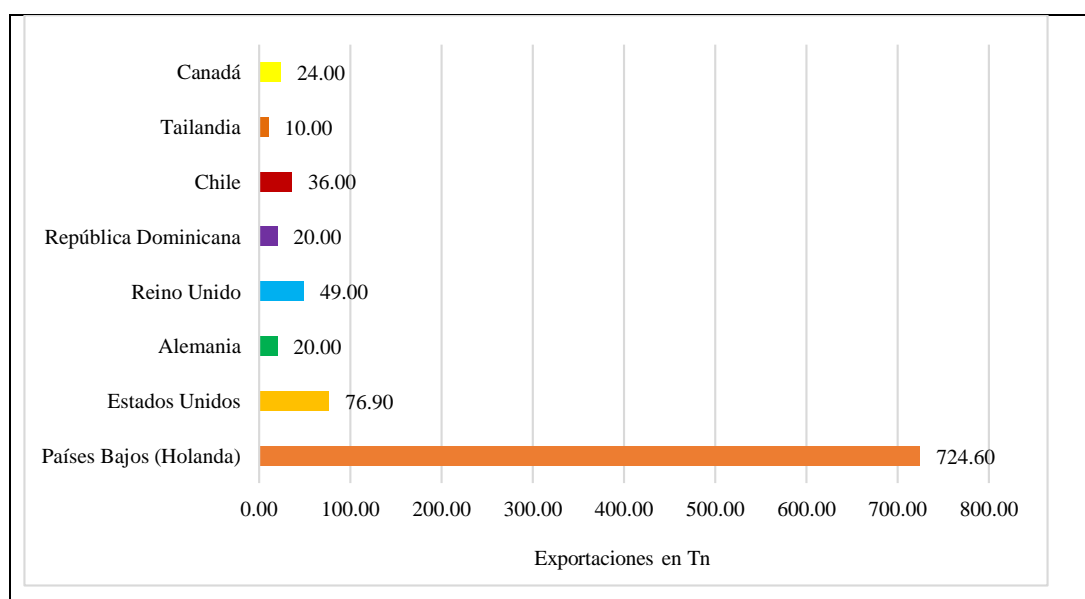
Figura 9. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Agroindustrias AIB en el 2013



Fuente: Infotrade

Para el año 2014 la exportaciones aumentaron pero no al nivel que lograron en el 2012 (960.50 Tn vs 1165.61 Tn), y aunque en el 2015 se acercaron bastante a dicho nivel, recién en el 2016 lograron recuperar y elevar las toneladas de jugo de maracuyá exportadas en el 2012.

Figura 10. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Agroindustrias AIB en el 2014, 2015 y 2016 respectivamente



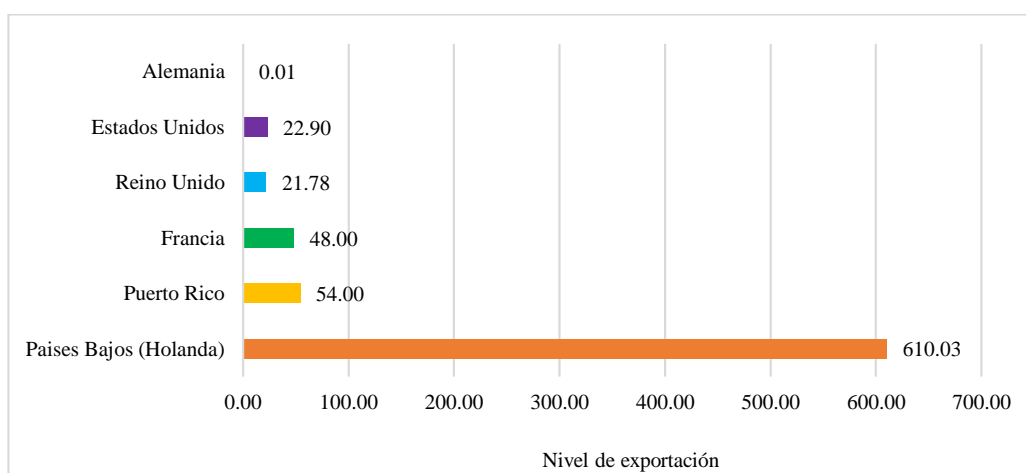


Fuente: Infotrade

### Empresa 3: Exportaciones de la empresa Frutos Tongorrape SA

Frutos Tongorrape S.A., al igual que Quicornac SAC, no registró exportaciones en el año 2011, por lo que los siguientes datos se expresan a partir del 2012 hasta el 2016. De las tres empresas estudiadas, ésta es la que tuvo menor nivel de toneladas exportadas en el 2012 (756.72 Tn vs 1165.61 Tn de Agroindustrias AIB y 1984.51 Tn de Quicornac SAC).

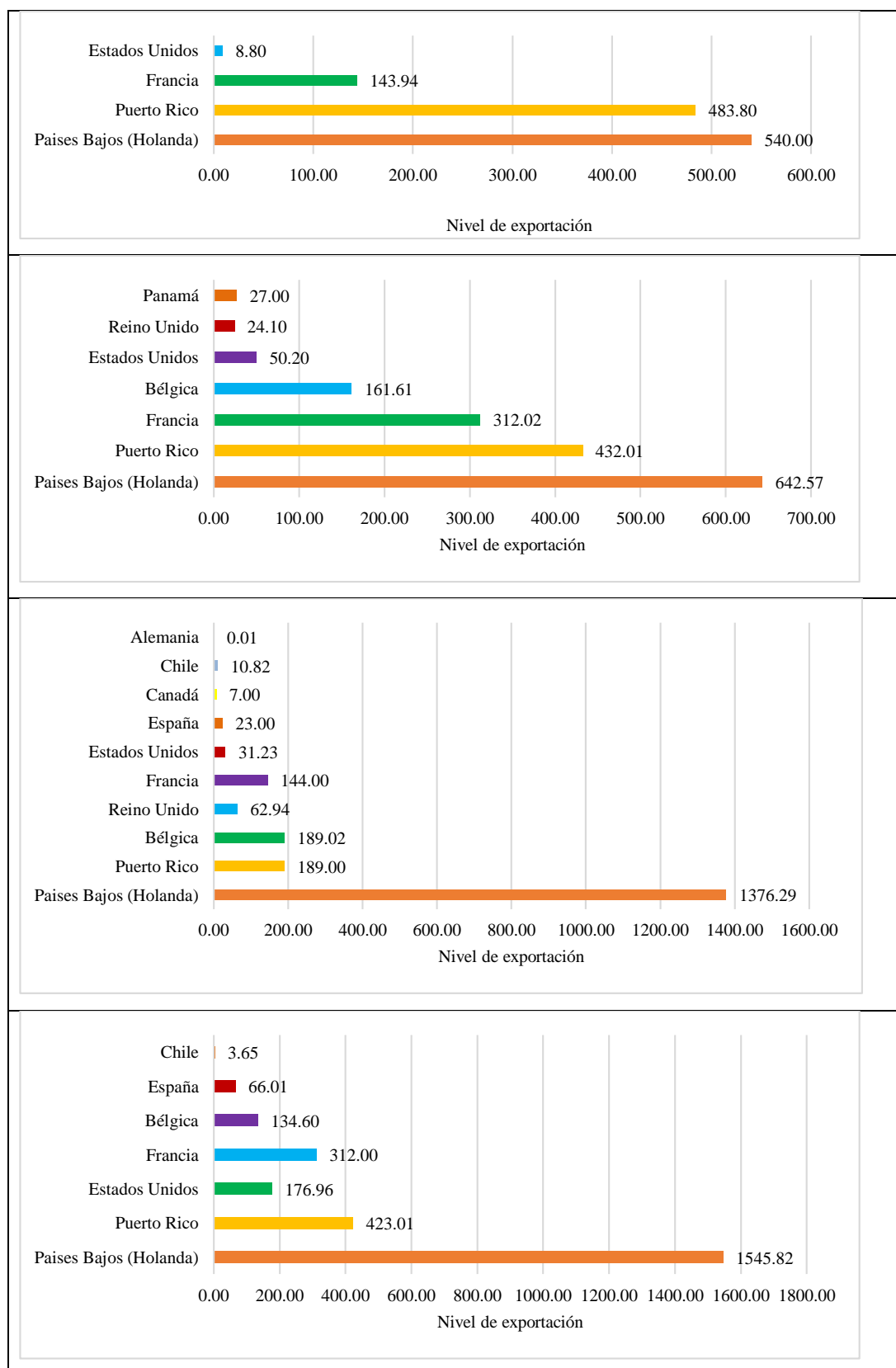
*Figura 11.* Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Frutos Tongorrape en el 2012



Fuente: Infotrade

La figura 11 muestra que del total exportado por Frutos Tongorrape SA en el 2012, el 80.62% fue comprado por Países Bajos (Holanda), otro 7% y 6% correspondieron a Puerto Rico y Francia, mientras que el 7% restante se repartió entre Reino Unido, Estados Unidos y Alemania. Ya a partir del año 2013 sus exportaciones se incrementaron considerablemente en un 55,48%, pasando de 756.72 Tn a 1176.54 Tn al 2013; un incremento del 40.20% al 2014 pasando a 1649.52 Tn; otro incremento del 23,37% al 2015 al llegar a exportar 2033.31 Tn; y un incremento final de 30.92% al 2016 registrando 2662.04 Tn exportadas. Todas sus exportaciones a partir del 2013 fueron superiores a las de Agroindustrias AIB pero en menor proporción a Quicornac SAC. Así mismo, Países Bajos (Holanda) fue el principal destino de las exportaciones en todos los años.

Figura 12. Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Frutos Tongorrape en el 2013-2016, respectivamente



Fuente: Infotrade

## Indicador Volumen FOB

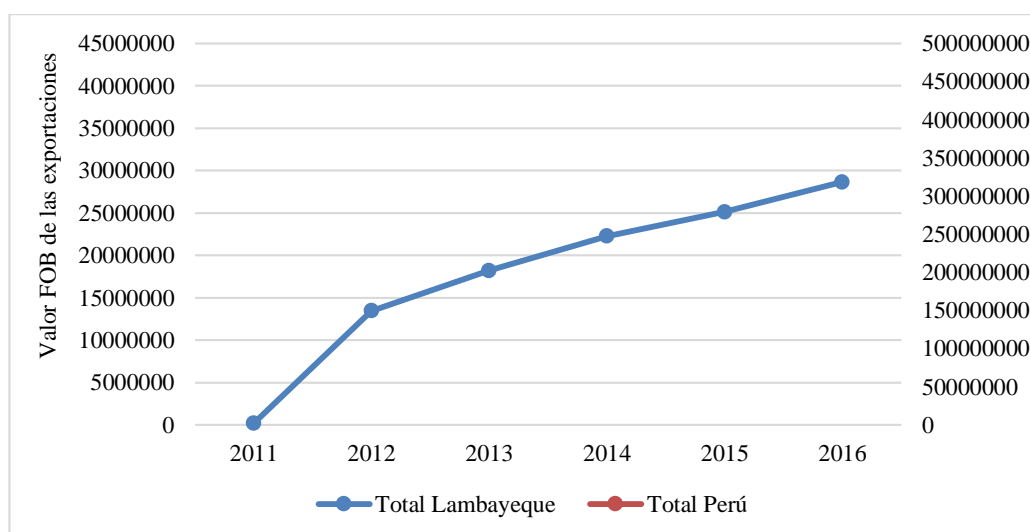
Tabla 6 Exportación de jugo de maracuyá en valor FOB de Lambayeque 2011-2016

Año	Total Lambayeque	Total Perú	% participación Lambayeque
2011	\$ 175,750.00	\$ 46,331,749,495.51	0.0004%
2012	\$ 13,455,625.78	\$ 46,360,751,526.76	0.0290%
2013	\$ 18,193,328.34	\$ 42,568,440,866.43	0.0427%
2014	\$ 22,269,048.86	\$ 38,641,390,831.19	0.0576%
2015	\$ 25,139,681.85	\$ 33,686,474,816.69	0.0746%
2016	\$ 28,656,433.12	\$ 36,042,159,484.56	0.0795%

Fuente: Infotrade

La Tabla 6 permite apreciar un crecimiento sostenible del valor FOB de las exportaciones de jugo de maracuyá de la región Lambayeque a lo largo del periodo de estudio 2011- 2016, una situación que no traspasa al mercado nacional, ya que como se aprecia, en tal periodo el valor FOB de las exportaciones peruanas disminuyeron a excepción del 2016 pero el incremento fue solo de un 7%.

Figura 13. Evolución del valor FOB de las exportaciones de jugo de maracuyá durante el periodo 2011-2016



Fuente: Infotrade

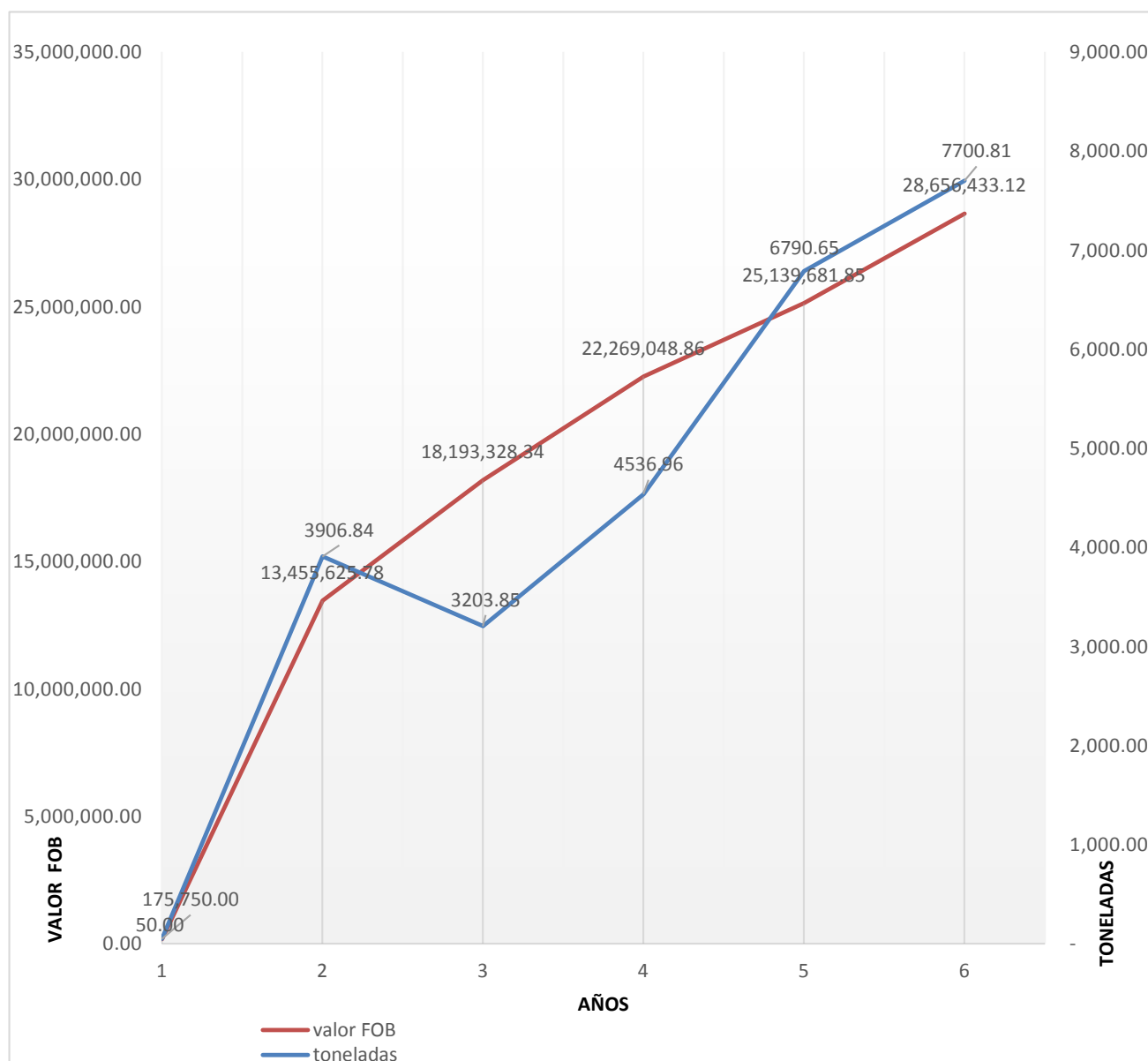
*Tabla 7 Exportación de jugo de maracuyá en valor FOB de las empresas de Lambayeque 2011-2016*

<b>Año</b>	<b>Quicornac S.A.C.</b>	<b>Agroindustrias AIB S.A.</b>	<b>Frutos Tongorrape S.A.</b>	<b>Procesadora Perú S.A.C.</b>	<b>Caballero Carmelo IMPEX EIRL</b>	<b>Total Lambayeque</b>
2011		\$ 175,750.00				\$ 175,750.00
2012	\$ 7,839,436.58	\$ 3,960,321.79	\$ 1,655,867.41			\$ 13,455,625.78
2013	\$ 12,363,163.80	\$ 2,312,551.54	\$ 3,517,613.00			\$ 18,193,328.34
2014	\$ 11,976,733.70	\$ 5,283,709.25	\$ 5,008,605.91			\$ 22,269,048.86
2015	\$ 15,047,647.44	\$ 5,134,500.71	\$ 4,956,033.70		\$ 1,500.00	\$ 25,139,681.85
2016	\$ 15,388,313.90	\$ 5,990,571.16	\$ 7,227,198.46	\$ 50,349.60		\$ 28,656,433.12

Fuente: Infotrade

Es apreciable un ligero crecimiento sostenible del valor FOB de las exportaciones de jugo de maracuyá de las empresas de la región Lambayeque en los últimos años del periodo de estudio. En el año 2015 hace su incursión a la lista de empresas lambayecanas exportadoras de jugo de maracuyá, Caballero Carmelo IMPEX EIRL, pero con un valor FOB mínimo de \$1,500.00 incluso menor a lo exportado por Agroindustrias AIB SA en el 2011. Procesadora Perú SAC hizo su ingreso al mercado en el año 2016 con un valor FOB exportado de \$50,390.60.

*Figura 14 Figura comparativa entre evolución de exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque en valor Toneladas y valor FOB.*



Fuente: Elaboración propia

En la figura 14 podemos observar la evolución de las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016. Así mismo se puede distinguir que las toneladas fueron mayores hasta el año 2012, después de lo cual disminuyeron hasta su recuperación a partir del año 2015. En cuanto al valor FOB el crecimiento ha sido constante durante todo el periodo de estudio.

*Tabla 8 Precio del mercado nacional e internacional del jugo de maracuyá*

<b>MERCADO</b>		<b>PRECIO (\$)</b>			
<b>LOCAL</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	
Región Lambayeque*	0.66	0.71	0.87	0.96	
<b>INTERNACIONAL</b>					
Brasil	0.63	0.72	0.77	0.93	
Ecuador	0.75	1.01	1.1	0.99	
Colombia	0.74	0.97	0.76	0.94	

\*Promedio del precio de exportación

Elaboración propia

Fuente: Ministerio de Agricultura de cada uno de los países mencionados

En la tabla 8 se puede apreciar un ligero crecimiento a lo largo del periodo estudiado del precio local del jugo de maracuyá, en comparación con los demás países, el Perú se nota en una constante competitividad con sus precios la cual hace muy atractivo las exportaciones de jugo de maracuyá.

*Tabla 9 Tabla comparativa de precios entre las empresas Lambayecanas, periodo 2011 – 2016.*

<b>AÑOS</b>	<b>AGROINDUSTRIAS</b>	<b>FRUTOS</b>	<b>QUICORNAC</b>
	<b>A&amp;B</b>	<b>TONGORRAPE SA</b>	<b>SAC</b>
2011	3.52	-	-
2012	3.40	2.19	3.95
2013	5.77	2.99	7.60
2014	5.50	3.04	6.56
2015	4.50	2.44	4.16
2016	4.62	2.71	8.42

Fuente: Elaboración propia

En la tabla comparativa 9, de precios de las empresas Lambayecanas, periodo 2011-2016 podemos observar a las tres principales empresas exportadoras de jugo de maracuyá de la región Lambayeque. El precio es liderado por la empresa Quicornac SAC seguido de Agroindustrias AIB SA y finalmente Frutos Tongorrape SA. Si bien es



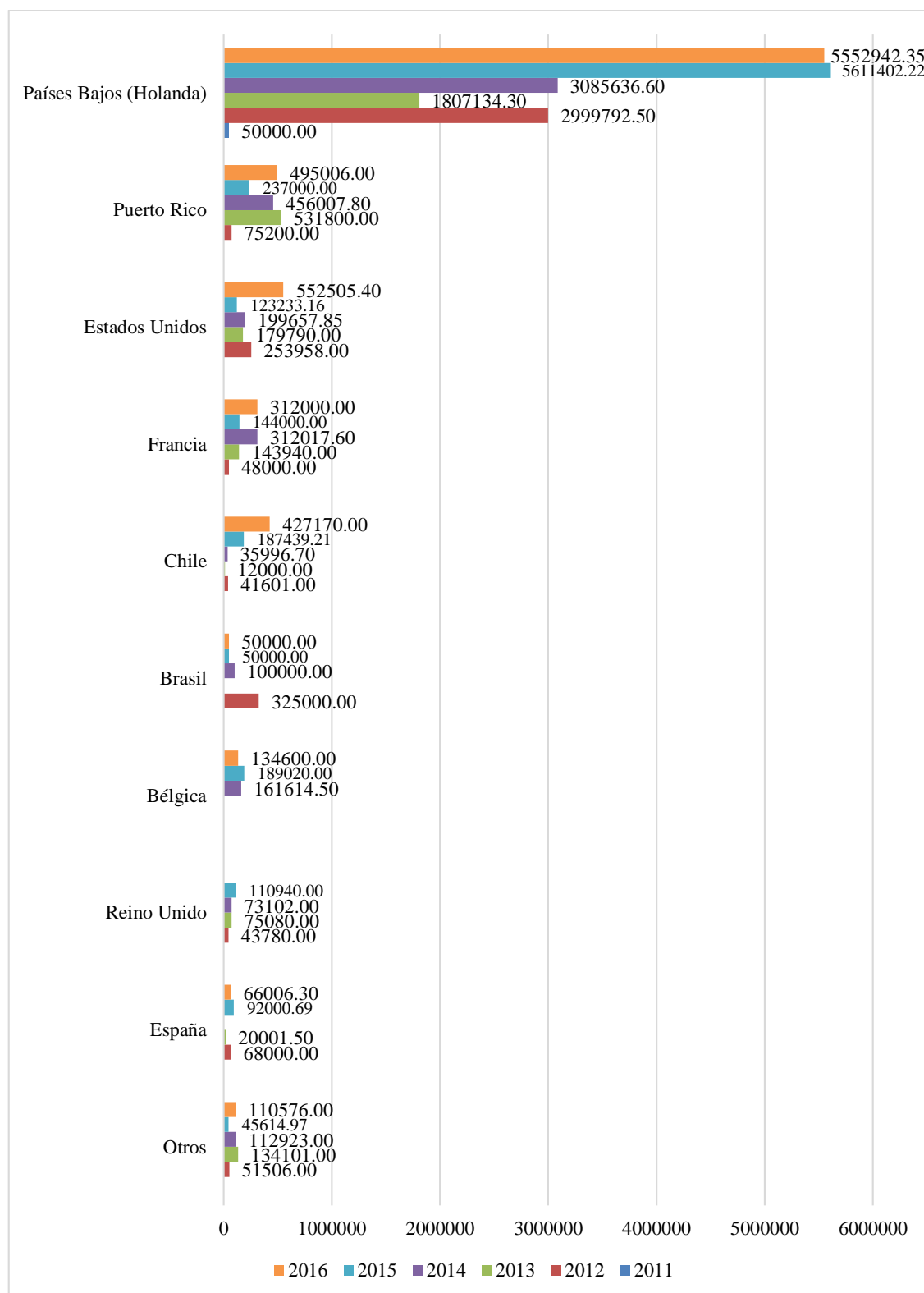
cierto la empresa Frutos Tongorrape SA en el año 2016 exportó más toneladas que la empresa Quicornac SAC, pero, Quicornac SAC sigue liderando en los precios locales.

### **Dimensión País de destino de las exportaciones**

#### **Indicador Principales compradores**

A continuación se muestra un ranking de los principales países importadores de jugo de maracuyá lambayecano. El ranking fue elaborado a partir de la información obtenida de Infotrade sobre los países destino de las exportaciones de cada empresa y en el periodo de estudio 2011-2016. En la figura 14 muestra que es Países Bajos (Holanda) el principal importador en todos los años estudiados y representa el mayor porcentaje de volumen exportado frente a los demás países. Le siguen Puerto Rico, Estados Unidos, Francia y Chile.

Figura 15. Ranking de los principales países importadores de jugo de maracuyá de Lambayeque 2011-2016



Fuente: Infotrade

## 4.2 Conocimiento de los tipos de factores que incidieron en las exportaciones de jugo de Maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.

### Dimensión Factores Internos

*Tabla 10 Incidencia de los factores internos en el nivel de exportación de jugo de maracuyá de las empresas de Lambayeque*

Sub dimensión	Indicador	AIB SA	Frutos Tongorrape SA	Quicornac SAC	Promedio
Factores a nivel de empresa	Tamaño de la empresa	4	4	5	4.33
	Experiencia exportando	5	4	5	4.67
	Estructura organizacional	4	4	5	4.33
	Innovación	3	4	4	3.67
Factores a nivel del empresario	Edad y experiencia de los empresarios	4	3	4	3.67
	El género de los empresarios	2	4	1	2.33
	Educación	4	4	5	4.33
	Los contactos empresariales	5	5	5	5.00

Fuente: Resultados de las encuestas

Se observa que entre ambas sub dimensiones, son los factores a nivel del empresario los factores que tienen mayor influencia en las exportaciones según los encuestados, especialmente por el indicador de “contactos empresariales” en el cual todos coinciden en su gran valor y suma influencia. Gracias a los contactos empresariales con los que el empresario a cargo cuenta, se pueden realizar mayores conexiones con nuevos mercados y por ende, ampliar su visión exportadora. El indicador de menor influencia resultó ser el género del empresario.

## **Dimensión Factores Externos**

### **Sub Indicador Factores del entorno de la industria local:**

#### **Indicador Competencia local:**

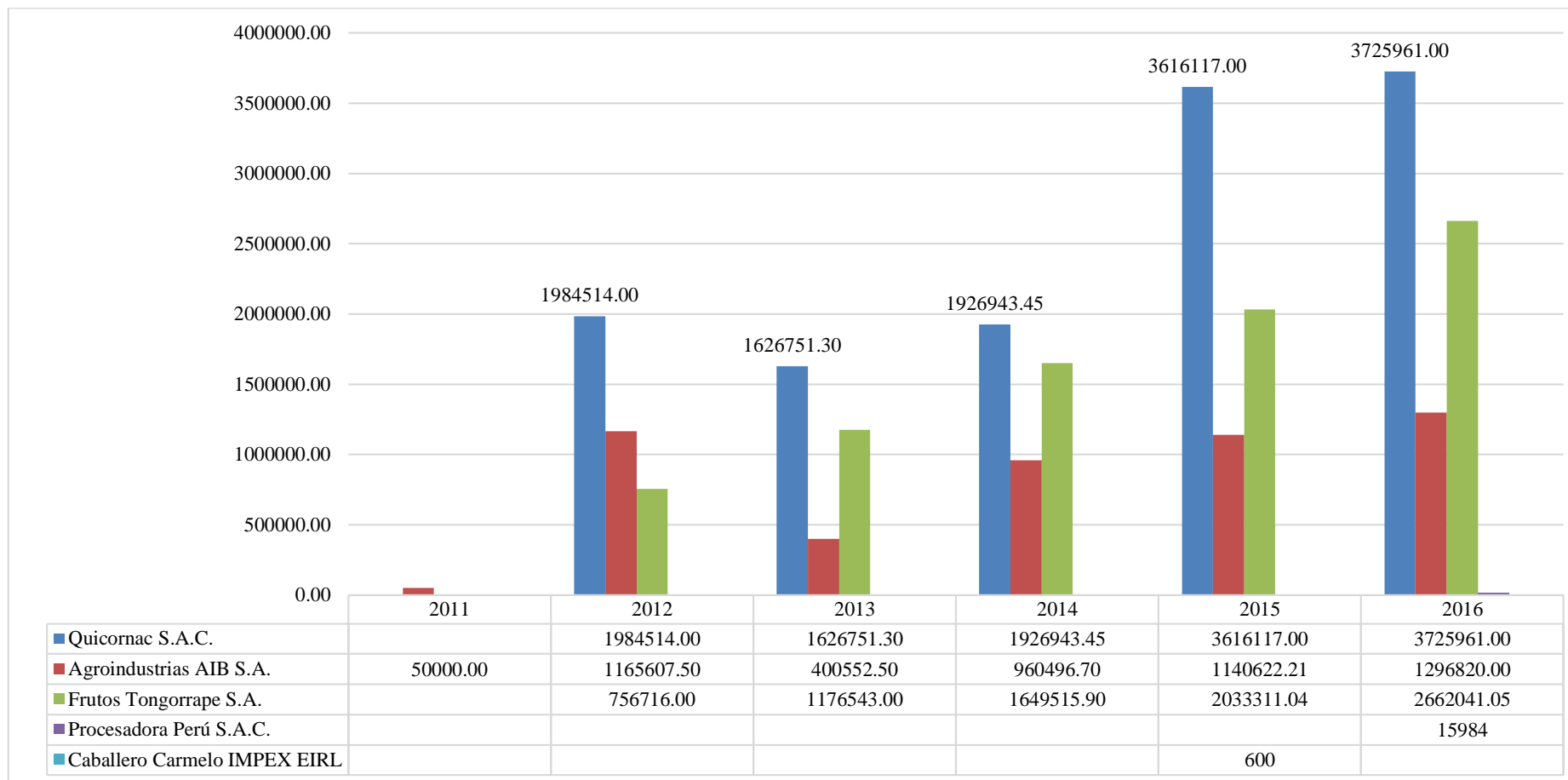
*Tabla 11 Nivel de exportación de jugo de maracuyá de las empresas de Lambayeque: competencia local.*

<b>Año</b>	<b>Quicornac S.A.C.</b>	<b>Agroindustrias AIB S.A.</b>	<b>Frutos Tongorrape S.A.</b>	<b>Procesadora Perú S.A.C.</b>	<b>Caballero Carmelo IMPEX EIRL</b>	<b>Total Lambayeque</b>
2011		50000.00				50000.00
2012	1984514.00	1165607.50	756716.00			3906837.50
2013	1626751.30	400552.50	1176543.00			3203846.80
2014	1926943.45	960496.70	1649515.90			4536956.05
2015	3616117.00	1140622.21	2033311.04		600	6790650.25
2016	3725961.00	1296820.00	2662041.05	15984		7700806.05

Fuente: Infotrade

Se observa en la tabla 11 y figura 16 que de las empresas analizadas durante el periodo de estudio es Quicornac SAC la principal exportadora de jugo de maracuyá de la región Lambayeque, seguida de Agroindustrias AIB S.A. y en tercer lugar Frutos Tongorrape S.A.

Figura 16. Competencia local de las empresas exportadoras de jugo de maracuyá 2011-2016



Fuente: Elaboración propia

*Tabla 12 Incidencia de los factores del entorno de la industria local en las exportaciones de jugo de maracuyá de las empresas de Lambayeque.*

Sub dimensión	Indicador	AIB SA	Frutos Tongorrape SA	Quicornac SAC	Promedio
Factores del entorno de la industria local	Competencia local	3	2	2	2.33
	Proveedores	4	5	4	4.33
	Reglamentos municipales	4	4	4	4.00
	Disponibilidad de mano de obra	3	3	3	3.00

Fuente: Resultados de las encuestas

De los factores antes mencionados en la sub dimensión “entorno de la industria local”, son los proveedores los de mayor influencia., seguido de los reglamentos municipales, en tercer lugar la disponibilidad de mano de obra, para finalmente aparecer la competencia local.

#### **Sub Indicador Factores del entorno de la industria nacional:**

*Tabla 13 Cantidad exportada de jugo de maracuyá en Tn de Lambayeque y Perú durante el periodo 2011-2016.*

Año	Total Lambayeque	Total Perú	% participación Lambayeque
2011	50000.00	50000.00	100.00%
2012	3906837.50	8,085,236.09	48.32%
2013	3203846.80	5,493,826.41	58.32%
2014	4536956.05	7,694,015.11	58.97%
2015	6790650.25	11,611,760.11	58.48%
2016	7700806.05	12,580,421.59	61.21%

La Tabla 12 muestra que Lambayeque representa una considerable participación del total de jugo de maracuyá exportado a lo largo del periodo de estudio 2011-2016.

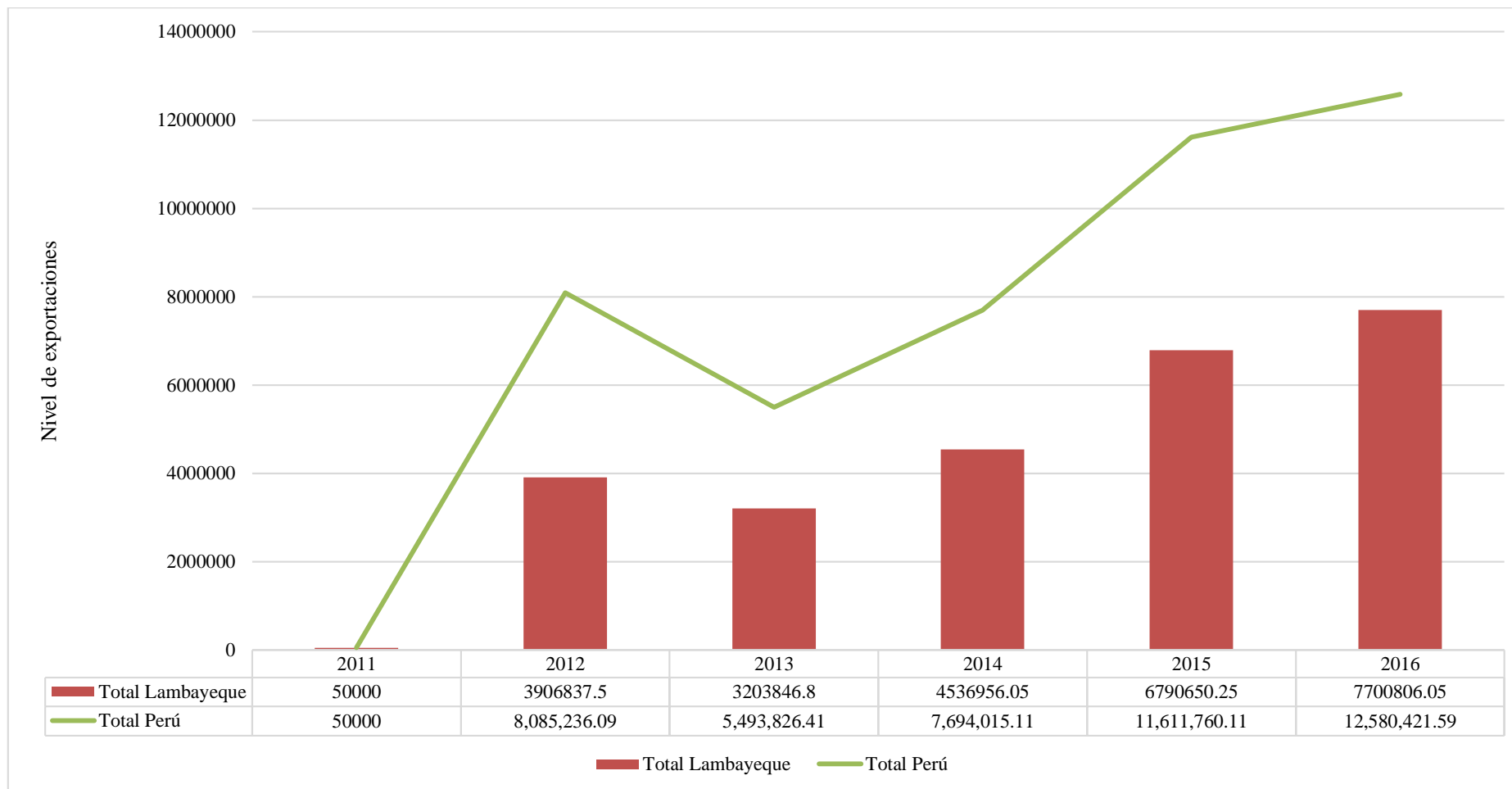
*Tabla 14 Incidencia de los factores del entorno de la industria nacional en las exportaciones de jugo de maracuyá de las empresas de Lambayeque.*

Sub dimensión	Indicador	AIB SA	Frutos	Quicornac SAC	Promedio
			Tongorrape SA		
Factores del entorno nacional	Competencia nacional	3	2	2	2.33
	Legislación nacional	3	4	4	3.67

Fuente: Resultados de las encuestas

De los factores antes mencionados en la sub dimensión “entorno de la industria nacional”, es la legislación nacional la que parece tener mayor influencia según los encuestados. La competencia nacional no resulta ser un factor de importante influencia dado que la región Lambayeque en conjunto es la que tiene mayor participación en las exportaciones nacionales de jugo de maracuyá.

Figura 17. Competencia nacional de las empresas exportadoras de jugo de maracuyá 2011-2016



Fuente: Elaboración propia



### Sub Indicador Factores del entorno del mercado internacional:

*Tabla 15 Incidencia de los factores del entorno de la industria internacional en las exportaciones de jugo de maracuyá de las empresas de Lambayeque.*

Sub dimensión	Indicador	AIB SA	Frutos Tongorrape SA	Quicornac SAC	Promedio
Factores del entorno internacional	Situación económica del mercado	4	4	5	4.33
	Características de la demanda	4	4	4	4.00
	La información del mercado	4	4	4	4.00
	Legislación internacional	3	4	4	3.67

Fuente: Resultados de las encuestas

De los factores antes mencionados en la sub dimensión “entorno de la industria internacional”, es la situación económica, las características de la demanda y la información del mercado son los de mayor influencia según los encuestados. La legislación nacional es también un factor de importante influencia.

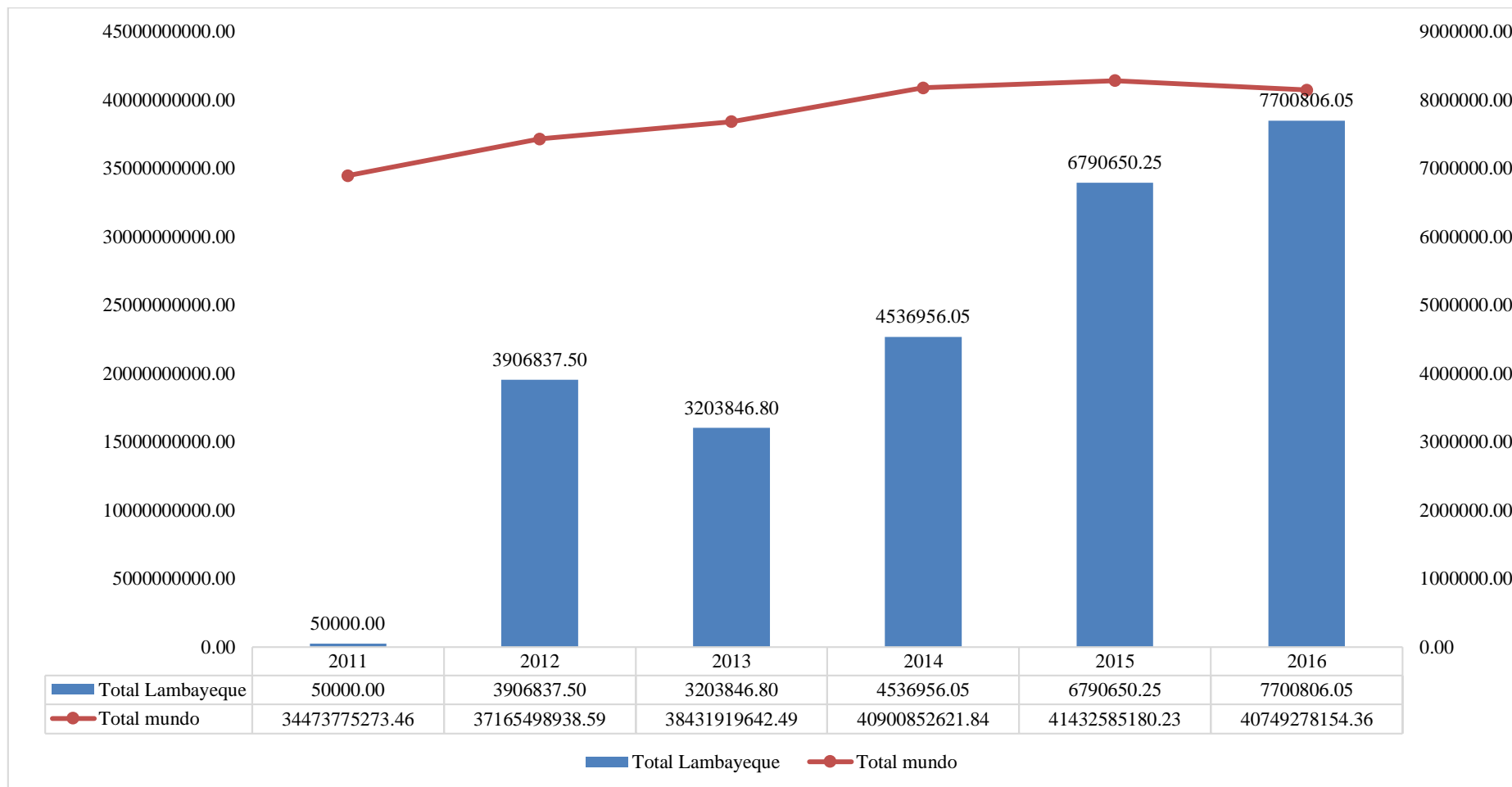
**En general, son los factores del entorno de la industria local los que han ejercido mayor influencia sobre las exportaciones de jugo de maracuyá en el periodo estudiado.**

*Tabla 16 Participación de las exportaciones lambayecanas en el mundo.*

Año	Total Lambayeque	Total Mundo	% participación Lambayeque
2011	50000.00	34473775273.46	0.0001%
2012	3906837.50	37165498938.59	0.0105%
2013	3203846.80	38431919642.49	0.0083%
2014	4536956.05	40900852621.84	0.0111%
2015	6790650.25	41432585180.23	0.0164%
2016	7700806.05	40749278154.36	0.0189%

Fuente: Elaboración propia

Figura 18. Competencia internacional de las empresas exportadoras de jugo de maracuyá 2011-2016



Fuente: Elaboración propia

### 4.3 Determinación de la manera en que inciden los factores en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.

*Tabla 17 Rangos*

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Valores_factor - Toneledas	Rangos negativos	6 <sup>a</sup>	3.50	21.00
	Rangos positivos	0 <sup>b</sup>	.00	.00
	Empates	0 <sup>c</sup>		
	Total	6		
a. Valores_factor < Toneledas				
b. Valores_factor > Toneledas				
c. Valores_factor = Toneledas				

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 18 Estadísticos de contraste*

	Valores_factor - Toneledas
Z	-2.201 <sup>b</sup>
Sig. asintótica (bilateral)	.028
a. Prueba de Wilcoxon de los rangos con signo	
b. Se basa en rangos positivos.	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 17 y tabla 18 se observa que la prueba Z es -2.201, y tiene una probabilidad menor a 0.05 por lo que se afirma que existe relación entre los factores y las exportaciones del jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.

#### 4.4 Determinación de los factores de mayor incidencia en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.

A continuación, en la Tabla 19 se muestran los resultados de la encuesta a las empresas AIB, Frutos Tongorrape y Quicornac SAC, donde 1 significa que el factor consultado no ha influido y 5 es el valor de mayor influencia.

*Tabla 19 Influencia de los factores internos y externos en las exportaciones de jugo de maracuyá de las empresas lambayecanas.*

<b>Factores</b>	<b>AIB</b>	<b>Frutos Tongorrape</b>	<b>Quicornac</b>	<b>Promedio</b>
Los contactos empresariales	5	5	5	5.00
Experiencia exportando	5	4	5	4.67
Tamaño de la empresa	4	4	5	4.33
Situación económica del mercado	4	4	5	4.33
Estructura organizacional	4	4	5	4.33
Proveedores	4	5	4	4.33
La información del mercado	4	4	4	4.00
Características de la demanda	5	4	4	4.00
Educación del empresario	4	4	4	4.00
Reglamentos municipales	4	4	4	4.00
Innovación	3	4	4	3.67
Edad y experiencia de los empresarios	4	3	4	3.67
Legislación nacional	3	4	4	3.67
Legislación internacional	3	4	4	3.67
Disponibilidad de mano de obra	3	3	3	3.00
El género de los empresarios	2	4	1	2.33
Competencia local	3	2	2	2.33
Competencia nacional	3	2	2	2.33

Fuente: Resultados de las encuestas Anexo 2

La tabla 19 se encuentra ordenada de mayor a menor respecto del valor promedio de los valores respondidos en las encuestas a las tres empresas. Se puede apreciar que son los contactos empresariales el factor de mayor influencia, seguido de o años de experiencia exportando y el tamaño de la empresa, la situación económica del mercado,

y la estructura organizacional. Los últimos factores en el orden de influencia son, el género de los empresarios y la competencia local y nacional.

## **CAPÍTULO V DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

De acuerdo al análisis documentario se pudo notar un crecimiento de las exportaciones tanto en toneladas exportadas como en su valor monetario de exportación; crecimiento que no es continuo, pero si constante, debido a la estabilidad del entorno en la que las empresas desarrollan sus actividades. Esta teoría es similar a la que plantea Nicolás (2014) quien plantea que los factores externos e internos inciden directamente en el crecimiento de las exportaciones, además plantea que tenerlos bien identificados sirve para identificar el comportamiento del mercado a mediano o largo plazo. Además, coincide con la teoría que planteo Escandón y Hurtado (2014) quien afirma que los factores internos de la empresa, características del sector y del entorno, innovación y capacidades, determinan un mejor proceso de internacionalización temprana, es decir, para el caso, de las exportaciones peruanas.

Se pudo notar una coincidencia en que los factores internos como la innovación tienen mucho que ver con el desarrollo de las exportaciones puesto que le brinda a las empresas exportadores importadoras importantes herramientas acerca de cómo debe realizar sus operaciones. Situación similar es la que observamos en la teoría planteada por Horta (2012), sostiene que confirman que la experiencia expresada en años exportando, el tamaño de la empresa, la estructura organizativa de la empresa y el precio competitivo, se asocian positivamente con el resultado exportador.

Según Larco (2015), los factores de competitividad externos, se encuentran asociados con determinantes como el precio de las exportaciones como factor de incidencia positiva y el costo de producción como factor de incidencia negativa en la cantidad ofertada. Lo importante de la aplicación o correcto desarrollo de los factores externos, es que, en cuanto se alcance la estabilidad, la empresa debe de proceder con el desarrollo de nuevas y mejores ideas, estrategias, productos así como la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado que le permitan mantener su competitividad a largo plazo.

## CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1. Conclusiones

Las principales empresas exportadoras de jugo de maracuyá en Lambayeque han tenido un crecimiento tanto en cantidad exportada como en su valor FOB, explicado en gran parte por el incremento del número de mercados a los que han tenido acceso, siendo Países Bajos (Holanda) el principal importador para estas empresas. Además, el precio ha fluctuado a niveles promedio que les han permitido tener esa evolución.

Los factores internos que tienen incidencia directa y positiva con la exportación de jugo de maracuyá de las empresas lambayecanas durante el periodo de estudio han sido en especial los contactos empresariales, seguido de los años de experiencia exportando. El desarrollo o potenciación de dichos factores será vital para la sostenibilidad en el tiempo de las exportaciones de jugo de maracuyá.

Existe una incidencia de los factores en las exportaciones de maracuyá, debido que el valor Z es -2.201 y el valor de significancia es menor a 0.05.

Finalmente, los factores externos que han incidido en las exportaciones de jugo de maracuyá del periodo 2011-2016 de las empresas analizadas han sido las características del sector a nivel local pues se apreció evidencia de una evolución de exportaciones fuertemente concentrada en Quicornac SAC y es la que tiene una tendencia más afín con la oferta peruana.

## **6.2. Recomendaciones**

Se sugiere la asistencia constante de las empresas exportadoras a ferias internacionales, así mismo también se sugiere la realización de screening para hallar nichos de mercados de exportación, por último se sugiere realizar misiones comerciales esto con el objetivo de captar potenciales clientes de este fruta exótica natural.

Se sugiere realizar un estudio y análisis de los factores internos con incidencias en las exportaciones de jugo de maracuyá, esto para evaluar herramientas que nos permitan mejorar factores como la innovación, los recursos internos (capital humano, capitales tecnológicos, etc.). Realizar un estudio de la manera como mejorar indicadores de estos factores nos ayudará a ser más competitivo en las exportaciones.

Se sugiere realizar un análisis de los factores externos competitivos, en primer lugar, para elaborar estrategias para que las empresas puedan superar adversidades que el ambiente externo le plantea, por último, se debe elaborar estrategias para que las empresas exportadoras elaboren estrategias competitivas para lograr acaparar mayores mercados internacionales.

Se recomienda a las empresas exportadoras de jugo de maracuyá aprovechar el incremento de la demanda extranjera para así adentrarse a más mercados para que se sigan posicionándose y a su vez siendo más competitivos.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aduanas (Agosto de 2014). *Aduanas*. Recuperado de:  
[http://dspace.unitru.edu.pe:8080/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/941/larcobuchelli\\_yoana.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe:8080/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/941/larcobuchelli_yoana.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Aduanas (Agosto de 2014). Recuperado de:  
[http://dspace.unitru.edu.pe:8080/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/941/larcobuchelli\\_yoana.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe:8080/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/941/larcobuchelli_yoana.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

AgrodataPerú (2015). *Maracuyá Jugos Perú Exportación Abril 2015*. Perú. Recuperado de: <http://www.agrodataperu.com/2015/05/maracuya-jugos-peru-exportacion-abril-2015.html>

Agrodata (2016). *Maracuyá Perú Exportación Diciembre 2015*. Perú. Recuperado de: <http://www.agrodataperu.com/2016/01/maracuya-peru-exportacion-diciembre-2015.html>

Albizu (2003). *Empezando a exportar*. Madrid, España: Expomadrid. Recuperado de: <http://www.exportmadrid.com/documents/10157/fb4c1fcc-fbbd-47d2-a32b-fc9413ad5f99>

Albuquerque, M. (2014). *Factores que determinan la demanda internacional del espárrago fresco del Perú, periodo 1992-2013*. (Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo. Perú). Recuperado de: [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/326/1/ALBUQUERQUE\\_MARIA\\_FACTORES\\_DEMANDA\\_ESPARRAGO.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/326/1/ALBUQUERQUE_MARIA_FACTORES_DEMANDA_ESPARRAGO.pdf)

Ampex (2014). *Lambayeque lodera exportación de jugo de maracuyá*.

Andina (2016). *Exportaciones agrarias alcanzan US\$ 1,859 millones entre enero-mayo*. (10 de Julio) Recuperado de: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-exportaciones-agrarias-alcanzan-1859-millones-entre-eneromayo-620677.aspx>

Araujo, R., et al (2009). *El derecho aduanero en el siglo XXI*. Bogotá: Editorial Legts.

Astete, C. (2012). *Factores que inciden en la calidad de la oferta exportable del pisco del valle de Ica para atender la demanda del mercado de Nueva York en Estados Unido*. (Tesis de pregrado, Universidad San Martin de Porres, Lima, Perú). Recuperado de: [http://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/sites/9/2014/02/Dossier-Tesis-de-Investigaci%C3%B3n-de-Pregrado\\_-Bionegocios.pdf](http://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/sites/9/2014/02/Dossier-Tesis-de-Investigaci%C3%B3n-de-Pregrado_-Bionegocios.pdf)

Banco Central de Reserva del Perú (BCRP 2017). *Glosario de términos económicos*. BCRP. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/i.html>

Beltramino, M. (2008). *Factores asociados con el éxito competitivo de las PYMES que conforman los grupos exportadores de la ciudad de Rosario*. (Tesina de pregrado, Universidad Abierta Interamericana: Rosario, Argentina). Recuperado de: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC081556.pdf>

Bringas, G. (2001). *Decisión de exportar, recomendaciones para el empresario pyme*. Argentina, Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto.

Cabello, M.; y Cabello, J. (2013). *Procesamientos aduaneros I. conceptos básicos*. (1ª edición). España: Grupo Taric.

Chipana, R. (2011). *Factores que inciden en la exportación de mandarina W. Murcott a la República Popular China, en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú-China*. (Tesis de pregrado, Universidad San Martin de Porres, Lima, Perú). Recuperado de: [http://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/sites/9/2014/02/Dossier-Tesis-de-Investigaci%C3%B3n-de-Pregrado\\_-Bionegocios.pdf](http://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/sites/9/2014/02/Dossier-Tesis-de-Investigaci%C3%B3n-de-Pregrado_-Bionegocios.pdf)

Escandón, D. y Hurtado, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales*. Madrid, España: Elsevier, 30(131), 172-183. Recuperado de:

[https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/1796/HTML](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1796/HTML)

Espejo, A., Núñez, J. y Fuentes, F. (2016). Factores determinantes del éxito exportador: Causas internas empresariales. *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche*, 1(11), 190-207. Recuperado de: <https://revistasocialesyjuridicas.files.wordpress.com/2016/03/11-tm-03.pdf>

Espinoza, D. (2009). Factores de crecimiento de las exportaciones de aceituna de mesa sevillana (olea europeas) a Sao Paulo – Brasil (2004 – 2008). (Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú). Recuperado de: [http://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/sites/9/2014/02/Dossier-Tesis-de-Investigaci%C3%B3n-de-Pregrado\\_-Bionegocios.pdf](http://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/sites/9/2014/02/Dossier-Tesis-de-Investigaci%C3%B3n-de-Pregrado_-Bionegocios.pdf)

Fundación Contra el Hambre (2013). Exportación e importación en la empresa. Fundación Contra el Hambre. Recuperado de: [http://vivesproyecto.org/upload/38/80/U.D.9\\_Exportacion\\_importacion.pdf](http://vivesproyecto.org/upload/38/80/U.D.9_Exportacion_importacion.pdf)

González, R. (2011). *Diferentes teorías del comercio internacional*. España: IC Editorial, PUCP.

Horta, R. (2012). Algunos determinantes internos y externos del resultado exportador a nivel de firma: análisis de empresas agroindustriales uruguayas. *Cuaderno de economía*, (1), 67-84. Uruguay. Recuperado de: <http://revistas.ucu.edu.uy/index.php/cuadernodeeconomia/article/view/427/405>

Jerez, J. & García, A. (2010). *Marketing internacional*. (1ª Ed.). Editorial ESIC Madrid. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=XcoF1sLycu0C&pg=PA75&dq=conocimiento+de+las+exportaciones&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi0xaymm\\_PNAhXC6x4KHTFiB70Q6AEINzAF#v=onepage&q=conocimiento%20de%20las%20exportaciones&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=XcoF1sLycu0C&pg=PA75&dq=conocimiento+de+las+exportaciones&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi0xaymm_PNAhXC6x4KHTFiB70Q6AEINzAF#v=onepage&q=conocimiento%20de%20las%20exportaciones&f=false)

- Larco, Y. (2014). *Determinantes de la oferta exportable de espárrago de la economía peruana: periodo 2005 – 2013*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú). Recuperado de: [http://dspace.unitru.edu.pe:8080/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/941/larcobuche\\_lli\\_yoana.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe:8080/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/941/larcobuche_lli_yoana.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Larios, M. (2017). *Factores económicos que inciden en la exportación de ají paprika triturada o pulverizada del departamento de Lambayeque año 2014*. (Tesis de pregrado, de la Universidad de Lambayeque, Chiclayo, Perú). Recuperado de: <http://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/74/1/INFORME%20-LARIOS%20PEDRAZA%202017.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010). Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a la Unión Europea. Lima, Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado de: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req\\_ue.pdf](http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_ue.pdf)
- Monreal, J. (2009). *Análisis del comportamiento exportador de la empresa española desde el enfoque de los recursos y capacidades*. (Tesis doctoral, de la Universidad de Murcia, España). Recuperado de: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/11003/MonrealPerez.pdf?sequence=1>
- Nicolás, J. (2014). Factores asociados al comportamiento exportador de las Pymes industriales argentinas. (Tesis de grado, Universidad Nacional de Mar del Plata; Mar del Plata, Argentina). Recuperado de: [http://nulan.mdp.edu.ar/1944/1/nicolas\\_ji\\_2014.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1944/1/nicolas_ji_2014.pdf)
- Pérez F. (2010). *La medición de la integración comercial de una economía globalizada*. (1ª ed.). Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=jxYAfsKlCagC&printsec=frontcover&dq=como+se+mide+la+evolucion+de+la+exportacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUK Ewjz3aCGI4\\_OAhVGKB4KHT6cDFsQ6AEILDAC#v=onepage&q=como%20se%20mide%20la%20evolucion%20de%20la%20exportacion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=jxYAfsKlCagC&printsec=frontcover&dq=como+se+mide+la+evolucion+de+la+exportacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUK Ewjz3aCGI4_OAhVGKB4KHT6cDFsQ6AEILDAC#v=onepage&q=como%20se%20mide%20la%20evolucion%20de%20la%20exportacion&f=false)

Pindyck, R. (2009). *Microeconomía*. Madrid, España: Pearson Educación, S.A.

Scott, M, Bruce T. y Cere, R. (2011). *Éxito comercial* (5ª ed.). Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=2Yeh1kmKyq4C&printsec=frontcover&dq=exportacion+definicion&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjB8Ja9io\\_OAhVHpB4KHfDyC1cQ6AEIIzAA#v=onepage&q=exportacion%20&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=2Yeh1kmKyq4C&printsec=frontcover&dq=exportacion+definicion&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjB8Ja9io_OAhVHpB4KHfDyC1cQ6AEIIzAA#v=onepage&q=exportacion%20&f=false)

Siicex (2016). Partida arancelaria de Maracuyá. Recuperado de: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?\\_page\\_=172.17100&\\_portletid\\_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=228&pnomproducto=Jugo](http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=228&pnomproducto=Jugo)

Superintendencia Nacional de Aduana y Administración Tributaria (SUNAT 2017). Glosario de términos. Aduanet. Recuperado de: <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/glosario/glosarioA-Z.htm>

Vásquez, P., y Zapata, J. (2015). Estudio de los factores que influyen en la asociatividad de los productores de mango del valle Motupe – Olmos. (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú). Recuperado de: [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/27/1/TL\\_VasquezMarrufoPilar\\_ZapataMedinaJoseLuis.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/27/1/TL_VasquezMarrufoPilar_ZapataMedinaJoseLuis.pdf)

## **ANEXOS**

## ANEXO N°01: Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Sub dimensiones	Indicadores	Técnica e Instrumentos
Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.	¿Cuáles son los factores que incidieron en las exportaciones del jugo de Maracuyá de la región Lambayeque, durante el periodo 2011 – 2016?	<b>General.</b> Determinar cuáles son los factores de mayor incidencia en las exportaciones de jugo de Maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.	<b>Factores de exportación</b>	Factores internos	Factores a nivel de empresa	Tamaño de la empresa Años de experiencia exportando Estructura organizacional Innovación	<b>Técnicas:</b> Encuesta Análisis documental  <b>Instrumento:</b> Cuestionario Guía de
		Factores a nivel del empresario			Edad y experiencia Género Educación Contactos		
		Factores externos		Factores del entorno de la industria a nivel local	Competencia local Proveedores Reglamentos municipales Disponibilidad de mano de obra		
				Factores del entorno de la industria a nivel nacional	Competencia nacional Legislación nacional		

		factores incidieron en las exportaciones de jugo de Maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.			Factores del entorno de la industria a nivel internacional	Situación económica Características de la demanda La información del mercado Legislación internacional	análisis documental
		- Determinar de qué manera inciden los factores en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.	<b>Exportación</b>	Volumen de exportaciones	Volumen de exportaciones en toneladas	Volumen FOB Exportaciones en toneladas	
					País de destino de las exportaciones	Principales compradores	



**ANEXO N°02: Instrumento****UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO****TEMA: FACTORES QUE INCIDEN EN LAS EXPORTACIONES DE JUGO DE MARACUYÁ EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE, PERIODO 2011 – 2016**

Empresa: \_\_\_\_\_

Cargo del encuestado: \_\_\_\_\_

La presente encuesta tiene solo fines investigativos, y se encuentra amparada en los criterios de confidencialidad para la determinación de los factores limitantes de las exportaciones de jugo de maracuyá de la región Lambayeque.

Para el llenado del formulario con respecto a la empresa que usted representa, debe seguir las instrucciones de cada sección y cualquier consulta comunicársela al investigador. El desarrollo del formulario es personal y la entrega del mismo es directa a los investigadores.

# **I. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA**

Instrucciones: consigne los datos solicitados a continuación conforme con sea necesario y lo más actualizado posible.	
1.1. RUC	1.2. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA
1.3. AÑO DE INICIO DE ACTIVIDADES	1.4. A. DISTRITO
1.5. INDIQUE LA ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LA EMPRESA	1.4.B. PROVINCIA
1.6. ORGANIZACIÓN JURÍDICA	1.4.C. DEPARTAMENTO
1.7. DIRECCIÓN	

## II. FACTORES INTERNOS

### 2.1. FACTOR PRODUCTIVO

Instrucciones: registre la información correspondiente según se solicita en el ítem.

2.1.1. ¿Cuánto es el nivel de producción del jugo de maracuyá de la empresa?

1. Escriba un porcentaje: \_\_\_\_\_

2.1.2. ¿Cuánto es el porcentaje de capacidad instalada en la empresa?

1. Escriba un porcentaje: \_\_\_\_\_

2.1.3. ¿Cuánto es el porcentaje de merma del jugo de maracuyá?

1. 1% - 3%

2. 3% - 5%

3. Otro porcentaje: \_\_\_\_\_

2.1.4. ¿En qué medida señala usted la calidad del producto?

1. Alta \_\_\_\_\_

2. Media \_\_\_\_\_

3. Baja \_\_\_\_\_

2.1.5. ¿La empresa cuenta con alguna certificación internacional?

1. SI \_\_\_\_\_

2. NO \_\_\_\_\_

Si (1), ¿Qué certificación/es? \_\_\_\_\_

### 2.2. FACTOR TECNOLÓGICO

Instrucciones: registre la información correspondiente según se solicita en el ítem.

2.2.1. ¿La empresa actualmente cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos?

1. SI \_\_\_\_\_

2. NO \_\_\_\_\_

Si (1), ¿Qué tipo de tecnología? \_\_\_\_\_

2.2.2. ¿De dónde obtiene la tecnología de sus equipos?

1. ¿Importaciones?: \_\_\_\_\_

2. ¿Nivel local?: \_\_\_\_\_

2.2.3. ¿Se está innovando el constantemente el producto de exportación de la

empresa?

\_\_\_\_\_

### 2.3.FACTOR FINANCIERO

Instrucciones: registre la información correspondiente según se solicita en el ítem.

2.3.1. ¿Qué tipo de endeudamiento tiene la empresa?

1. Bancario \_\_\_\_\_
2. No bancario \_\_\_\_\_
3. Otro: \_\_\_\_\_

2.3.2. ¿Qué tipo de tasa utilizan?

1. Tasa de interés nominal \_\_\_\_\_
2. Tasa de interés anual efectiva \_\_\_\_\_

2.3.3. ¿Cuál es el criterio que utilizan para fijar los precios de los productos o servicios exportados?

1. Costo de venta \_\_\_\_\_
2. Precio por competencia \_\_\_\_\_
3. Elasticidad del mercado \_\_\_\_\_

2.3.4. ¿En qué medida se tiene conocimiento de los beneficios financieros y financieros de exportar?

1. Alta \_\_\_\_\_
2. Media \_\_\_\_\_
3. Baja \_\_\_\_\_

### 2.4. FACTOR LEGAL

Instrucciones: registre la información correspondiente según se solicita en el ítem.

2.4.1. ¿La empresa tiene barreras arancelarias hacia algún mercado internacional?

1. SI \_\_\_\_\_
2. NO \_\_\_\_\_

Si (1), ¿Qué barreras arancelarias? \_\_\_\_\_

2.4.2. ¿La empresa sujeta a algún tratado internacional?

1. SI _____	2. NO _____
Si (1), ¿Qué tratado? _____	

## 2.4. FACTOR DE RRHH

Instrucciones: registre la información correspondiente según se solicita en el ítem.

2.5.1. ¿Cuentan con expertos que asesoran a la empresa en temas aduaneros? 1. SI _____ 2. NO _____ Si (1), ¿Cada que tiempo? _____
2.5.2. ¿La capacitación de los funcionarios es permanente? 1. SI _____ 2. NO _____ Si (1), ¿Cada que tiempo? _____
2.5.3. ¿La empresa destina cursos que sirvan para la capacitación de los trabajadores en el área de comercio exterior? 1. SI _____ 2. NO _____ Si (1), ¿Qué cursos? _____
2.5.4. ¿Cuál es la capacidad del nivel de sus trabajadores? 1. Alta _____ 2. Media _____ 3. Baja _____
2.5.5. ¿Cómo calificaría el clima laboral en la empresa? 4. Alta _____ 5. Media _____ 6. Baja _____

## 2.5. FACTOR ORGANIZACIÓN

Instrucciones: registre la información correspondiente según se solicita en el ítem.

2.6.1. ¿La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior? 1. SI _____ 2. NO _____ Si (1), ¿Cuántos trabajadores tienen? _____
---

2.6.2. ¿La empresa ha participado en ferias o exposiciones de productos o servicios de exportación?

1. SI \_\_\_\_\_ 2. NO \_\_\_\_\_

Si (1), ¿A cuántas exposiciones asiste al año? \_\_\_\_\_

Si (1), ¿Qué tipo de exposiciones? \_\_\_\_\_

2.6.3. ¿La empresa pertenece a alguna asociación de exportación?

1. SI \_\_\_\_\_ 2. NO \_\_\_\_\_

Si (1), ¿Qué asociación? \_\_\_\_\_

## 2.6. FACTOR MERCANCIA

Instrucciones: registre la información correspondiente según se solicita en el ítem.

2.6.1. ÚLTIMO MES DE EXPORTACIÓN:	2.6.2. VENTAS NETAS DE MERCADERÍA	
	2015	2016
<p>2.6.3. Del total de ventas del mes de referencia, qué porcentaje comercializa en:</p> <p>Mercado _____% Mercado _____%</p> <p>Nacional Externo</p>		
<p>2.6.4. ¿En el caso de que la demanda de exportación aumentara, la empresa tendría la capacidad para abastecer la demanda?</p> <p>1. SI _____ 2. NO _____</p>		
<p>2.6.5. ¿En qué porcentaje se da el costo de adaptación de su producto en el mercado extranjero? _____</p>		

## III. FACTORES EXTERNOS

3.1. ¿En qué medida afecta la inestabilidad política a la promoción de las exportaciones?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3.2. ¿La empresa está expuesta a la varianza del tipo de cambio?

3. SI \_\_\_\_\_ 4. NO \_\_\_\_\_

Fundamente: \_\_\_\_\_

#### IV. SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN

Instrucciones: Marque con una aspa (“X”), en el recuadro que indique mejor su apreciación sobre en qué medida cada uno de los siguientes factores de exportación inciden en su actividad exportadora.

Siendo 1 “no influye” y 5 “influye totalmente”:

<b>FACTORES DE EXPORTACIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>FACTORES INTERNOS</b>					
El tamaño de la empresa					
Experiencia exportando					
La estructura organizacional de la empresa					
Innovación					
Edad y experiencia de los empresarios					
El nivel de educación de los empresarios					
El género de los empresarios					
Los contactos empresariales					
<b>FACTORES EXTERNOS</b>					
Competencia local					
Proveedores					
Los reglamentos municipales.					
Disponibilidad de mano de obra					
Competencia nacional					
La legislación nacional.					
La legislación internacional.					
Situación económica					
Características de la demanda					
La información del mercado					