



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado
estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORES:

Ipanaque Ipanaque, Yakelin (orcid.org/0000-0001-8753-327X)
Olaya Sandoval, Reyna Elizabeth (orcid.org/0000-0002-2490-0340)

ASESORA:

Dra. Michca Maguiña Mary Hellen Mariela (orcid.org/0000-00017282-5595)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA — PERÚ

2023

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicado con todo mi corazón a Dios por permitirme culminar satisfactoriamente este trabajo, seguidamente a mis padres que me apoyaron en todo lo que propongo lograr, ya que su bendición a lo largo de mi vida me protege y me guía por buen camino, con esto me demuestran siempre que me quieren mucho.

AGRADECIMIENTO

Estoy agradecida con Dios porque es grande y maravilloso en hacer posible que llegue hasta este punto de mi vida, presentando esta tesis ya terminada, también a mis padres, ya que me han brindado su apoyo incondicional para realizar todo lo que me propongo. Además, ellos son mi inspiración a seguir adelante.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MICHCA MAGUIÑA MARY HELLEN MARIELA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023", cuyos autores son IPANAQUE IPANAQUE YAKELIN, OLAYA SANDOVAL REYNA ELIZABETH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 27 de Diciembre
del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MICHCA MAGUIÑA MARY HELLEN MARIELA DNI: 41478652 ORCID: 0000-0001-7282-5595	Firmado electrónicamente por: MMICHCAM el 29-12-2023 10:37:53

Código documento Trilce: TRI - 0709364



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, IPANAQUE IPANAQUE YAKELIN, OLAYA SANDOVAL REYNA ELIZABETH estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
REYNA ELIZABETH OLAYA SANDOVAL DNI: 76037842 ORCID: 0000-0002-2490-0340	Firmado electrónicamente por: REOLAYASA el 29-12- 2023 21:49:57
YAKELIN IPANAQUE IPANAQUE DNI: 75539506 ORCID: 0000-0001-8753-327X	Firmado electrónicamente por: YIPANAQUEI el 29-12- 2023 21:49:18

Código documento Trilce: TRI - 1447746

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	iv
Declaratoria de Originalidad de los Autores	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables y Operacionalización	11
3.3. Población, muestra y muestreo	12
3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	12
3.5. Procedimiento	13
3.6. Método de análisis de datos.....	13
3.7. Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS.....	15
V. DISCUSIÓN	22
VI. CONCLUSIONES	26
VII. RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS.....	28
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: <i>Distribución de frecuencias de crecimiento comercial</i>	18
Tabla N° 2: <i>Distribución de frecuencias de exportación</i>	19
Tabla N° 3: <i>Distribución de frecuencias de crecimiento comercial con exportación</i>	20
Tabla N° 4: <i>Correlación de Spearman entre crecimiento comercial con exportación</i>	22
Tabla N° 5: <i>Correlación de Spearman entre crecimiento comercial con volumen de exportación</i>	23
Tabla N° 6: <i>Correlación de Spearman entre crecimiento comercial con valor exportado</i>	24
Tabla N° 7: <i>Correlación de Spearman entre crecimiento comercial con distribución</i>	24

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: <i>Niveles de crecimiento comercial</i>	18
Figura N° 2: <i>Niveles de exportación</i>	19
Figura N° 3: <i>Niveles de crecimiento comercial con exportación</i>	20

RESUMEN

En la presente tesis, tuvo como objetivo general determinar la relación entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. La metodología empleada fue cuantitativa, tipo aplicada, nivel correlacional y diseño no experimental - Transversal. La técnica usada para la recolección de datos fue la encuesta, asimismo, el instrumento fue el cuestionario. La población estuvo conformada por 60 trabajadores de la pyme agroexportadora, el muestreo es no probabilístico por conveniencia. Se utilizó dos cuestionarios validados por juicio de expertos, asimismo se utilizó el programa SPSS para el alfa de Cronbach obteniendo un coeficiente alfa de 0.814 para el crecimiento comercial y para exportación 0.812, por tanto, indica que los instrumentos son aplicables, también se utilizó el Spearman donde se obtuvo que existe una correlación positiva moderada entre las variables con un coeficiente de correlación de 0.575 y con un nivel de significancia de $p.000$. En conclusión, existe relación positiva entre la variable crecimiento comercial y exportación, es decir los procesos que forman parte de la exportación de uva de una pyme, como el proceso de volumen exportado, valor exportado y distribución, pueden influir en las exportaciones.

Palabras clave: Crecimiento comercial, exportaciones, PYMES.

ABSTRACT

In this thesis, the general objective was to determine the relationship between commercial growth and export of grapes to the US market of an agro-exporting SME, Piura 2023. The methodology used was quantitative, applied type, correlational level and non-experimental design - Cross-sectional. The technique used for data collection was the survey, likewise, the instrument was the questionnaire. The population was made up of 60 workers from the agro-exporting SME, the sampling is non-probabilistic for convenience. Two questionnaires validated by expert judgment were used, the SPSS program was also used for Cronbach's alpha, obtaining an alpha coefficient of 0.814 for commercial growth and 0.812 for export, therefore, indicating that the instruments are applicable, the Spearman where it was obtained that there is a moderate positive compensation between the variables with a compensation coefficient of 0.575 and with a significance level of p.000. In conclusion, there is a positive relationship between the variable commercial growth and export, that is, the processes that are part of the grape export of an SME, such as the process of exported volume, exported value and distribution, can influence exports.

Keywords: Commercial growth, exports, PYMES.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente el proceso de globalización conduce ahora a la búsqueda de nuevos parámetros que rijan las empresas. El crecimiento comercial está relacionado con los resultados de interacciones corporativas desarrolladas por la PYME, permite a las exportadoras de uva a crecer en EE. UU. (Pérez, 2018); Los consumidores estadounidenses poseen características asociadas con los países desarrollados: tienen más educación (el 28% de la población completa la universidad), tienen familias más pequeñas (2,1 niños por hogar) y viven más tiempo. (Sistema de Inteligencia Comercial. [LEGISCOMEX], 2010).

Existen ferias internacionales, una de ellas organizado por Provid Perú, este es llamado The global Produce and Foral Show, es realizado con el objetivo de mostrar el avance de la uva peruana en el mercado internacional. Dicha feria se ha realizado en el año 2022 en Orlando Florida. (Provid-Perú realizó el Congreso Internacional de la Uva, 2023). Las nuevas variedades de uva están generando interés entre los consumidores, pero la tendencia es reemplazar las variedades más antiguas en lugar de expandir el mercado. (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ], 2020). EE.UU el país con mayor demanda en exportaciones de uva, ya que para los niños es muy beneficioso para la vista, la hipertensión, la diabetes y los problemas intestinales Según (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2022). Los principales exportadores de Uvas fueron Perú (\$1,23MM), Chile (\$953M), Italia (\$886M), Sudáfrica (\$745M), y Estados Unidos (\$739M). (Asociación de Exportadores [ADEX], 2020).

Con respecto a exportaciones del Perú, en los últimos años, se mostró que hay mayor crecimiento de exportaciones en el rubro de uva que ha conquistado el mercado peruano debido a su sabor y calidad que lo caracteriza Gutiérrez, A (2021); con el hecho de que los agrarios utilizan tecnología moderna, como tractores agrícolas, para su proceso de producción. López (2018).

En el ámbito regional, la uva es la fruta con mayor crecimiento en las regiones costeras por sus condiciones climáticas que favorece a la región. García (2019). Piura lidera grandes exportaciones de uva, al emitir los traslados por \$605 millones (32%) y \$488 millones (10%), correlativamente (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. [MINCETUR], 2022). SENASA inició la certificación de los sitios de producción de uva en Piura en Chulucanas, Castilla, La Unión, Sullana y

Tambogrande, según (Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú [SENASA], 2020). El proyecto parte de la realidad problemática, teniendo en cuenta el entorno de la producción de uva al adaptarse a los cambios que no favorecen al crecimiento de la misma, por lo tanto, se busca persistencia, así la pyme logre mantenerse en el mercado teniendo un valor agregado que se diferencie de otras pymes y logre un crecimiento máximo en sus exportaciones a EE.UU. (Velázquez, 2020).

Como problema general se tiene; ¿Qué relación existe entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023?, como problema específico 1 se tiene; ¿Qué relación existe entre crecimiento comercial y Volumen de exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023?, como problema específico 2 se tiene; ¿Qué relación existe entre crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023?, como problema específico 3 se tiene; ¿Qué relación existe entre crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023?

La presente investigación contiene justificación práctica porque se analizó el Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, realizando recolección de datos para facilitar la información en mejora de las pymes. Según Arias (2022) “Es crucial realizar un aporte significativo, directo o indirecto, relacionado con la problemática estudiada”. La justificación teórica, se fundamentó a través de teorías y modelos teóricos sobre la investigación, permite conocer la relación de las variables crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. Según Olmo (2023) “Genera reflexión del conocimiento a través de teorías validadas”. En la justificación metodológica se busca brindar información relevante en la contribución de conocimientos para el desarrollo de investigaciones futuras en relación a crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, Según Bernal (2018) “Indagó nuevos métodos para generar conocimientos, se buscaron nuevas formas de hacer investigación”. Con respecto a la justificación social se interactúa con el cliente en

la entrega de la uva y que llegue a su destino a tiempo y en las mejores condiciones relacionando a crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, Según Baptista (2018) “Tener relevancia social, siendo trascendente de proyección social”.

Como objetivo general se tiene como; Determinar la relación que existe entre Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, como objetivo específico 1 se tiene; Determinar la relación que existe entre el crecimiento comercial y volumen de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, como objetivo específico 2 se tiene; Determinar la relación que existe entre el crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, como objetivo específico 3 se tiene; Determinar la relación que existe entre el crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.

Para ello tenemos la hipótesis principal y su respectiva contrastación: Ha existe relación entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. H0 no existe relación entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. Como hipótesis específicas 1 se tiene; Ha existe relación entre el crecimiento comercial y volumen de exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, H0 no existe relación entre el crecimiento comercial y volumen de exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, como hipótesis específico 2 se tiene; Ha existe relación entre el crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, H0 no existe relación entre el crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, como hipótesis específico 3 se tiene; Ha existe relación entre el crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. H0 no existe relación entre el crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.

II MARCO TEÓRICO

Para la siguiente investigación se ha tomado como referencia al crecimiento comercial de la uva en el mercado, teniendo a distintos estudios como Espinosa y Godoy. (2020), Sandoval et ál. (2019), Baldárrago et ál. (2022) y Gutiérrez (2022) que investigan los términos fundamentales que favorecen al crecimiento comercial de la uva en el mercado. Los estudios realizados de diversas de sus investigaciones desarrollaron metodología no experimental con enfoque cuantitativo y según a la encuesta aplicada a 35 empresas con el proceso de análisis a través del programa SPSS muestra rango de 0.456, se obtiene que el crecimiento en el mercado es favorable por los distintos términos que estos son: la competitividad, la demanda, estrategias y herramientas innovadoras que aportan a una gestión eficiente y de éxito; de no contar con estos términos fundamentales, no existirá un crecimiento competitivo en el mercado.

Las siguientes investigaciones se enfocan en las exportaciones de la uva, sustenta Gonzáles Puelles et ál. (2020) y Aroquipa (2019) investigaron el análisis de la oferta exportable orientado a las estrategias de exportaciones de uva que impacta a los mercados internacionales. Así mismo, el diseño metodológico es experimental. La muestra fue de 26 empresas registradas en Trademap, aplicando el programa SSPS con el método de Rho de Spearman, obteniendo un rango del 0.553, los estudios encontrados nos muestran que la pyme utiliza estrategias de innovación para los bienes y servicios ofrecidos al mercado esto se verá con el fin de ver una mejora para las exportaciones, lograr ser competitiva y a la vez obtener clientes fidelizados.

Valencia et ál. (2020) y Duana (2019), nos menciona sobre el crecimiento comercial en las exportaciones de uva, con el objetivo de determinar las ventajas que conducen a las grandes exportaciones, por lo que el diseño de estudio fue cuantitativo y no experimental, la derivación se procesaron con el apoyo del programa estadístico SPSS, teniendo una correlación de 0.675 de Spearman, esto muestra relación positiva en el crecimiento comercial y exportación de uvas frescas de la zona agrícola a los Países Bajos, ya que esto aumentaría las ventas si se utiliza correctamente las dimensiones.

Por consiguiente, partiendo de la rama del crecimiento comercial se ven estudios sobre el volumen de exportación de uva, tenemos a Zúñiga y Vega (2018),

Polo et ál. (2020) y Chow et ál.(2020) realizaron el estudio del crecimiento comercial de volumen de exportación analizando las condiciones de cumplimiento de exportaciones al entregar los productos o servicios a manos del comprador. Estudio de metodología cuantitativa y no experimental, población de 65 empresas exportadoras de uva. Como resultado de dicha investigación se obtuvo 0.350, lo cual se generó análisis con el programa SPSS, este resultado indica que existe relación entre el crecimiento comercial y volumen de exportación siguiendo un proceso eficiente para generar rentabilidad y el trato a los clientes debe ser óptimo para el crecimiento de exportaciones de uva con los clientes generando una buena imagen empresarial.

Además, el valor exportado de uva influye en la elección y compra del cliente con el producto ofrecido que es la uva. Los autores Meza y Donayre (2021) Manuel et ál. (2019) y Agosin et ál. (2019) determinaron los diferentes componentes de la venta teniendo en cuenta los precios establecidos. Así mismo se destaca que los autores tienen una metodología de tipo cuantitativo. La confiabilidad resultó ser 0.629 de confiabilidad del alfa de Rho de Spearman, afirmaron una relación positiva del valor exportado a los clientes ofreciendo precios equivalentes de ganancia y satisfacción para los clientes, que además esto genera gran impacto para que los productos sean escogidos por el usuario y se llegue a un acuerdo de compra y venta.

Por otra parte, Hurtado et ál. (2018), Villanueva et ál. (2022) y Castro et ál. (2021) observaron la relevancia de las estrategias de exportaciones de uva. En estos estudios se utilizó un enfoque cuantitativo. Se utilizan como población 60 empresas y la muestra está formada por 20 empresas exportadoras de uva. También se utilizaron como método las encuestas. Para la obtención de resultados se usó el programa SPSS, 0.729 de las preguntas fueron respondidas mediante el Rho de Spearman, afirmaron la relación positiva, por lo que es necesario el uso de estrategias para mantenerse en el mercado exterior con una amplia gama de clientes potenciales, mantener innovación y realizar el proceso de exportación de manera eficiente con la entrega del producto a su destino.

Por lo consiguiente, sustenta, Bañuelos et ál. (2019), Hernández et ál. (2019) y Águila et ál.(2020) indagaron la relevancia de exportaciones de uva de variedad Red globe. En las tres investigaciones se utilizó la metodología de

enfoque cuantitativo y no experimental. La muestra se realizó a los jefes del sector exportador, es decir, 44 empresas que exportan uvas frescas. Donde se utilizó el programa SSPS dando un resultado de confiabilidad de 0.520, y se explicó que hay relación entre las exportaciones ya que son muy importantes para lograr un buen desempeño en el mercado teniendo así una buena productividad del producto a ofrecer, por lo que se tienen que ver las diferentes situación o complicaciones a la hora de exportar los productos, tomando siempre en cuenta las mejores decisiones por el biende la empresa, logrando así un buen posicionamiento en el mercado de productos agrarios.

Por último, tenemos a Campi et ál. (2020), Hurtado et ál. (2018), en su artículo indica sobre la relación que existe entre crecimiento comercial y distribución de uva en Hermosillo, Pesqueira, Sonora; su objetivo es describir la logística y su trascendencia en su crecimiento local para los exportadores de uva de mesa en su país, su metodología es cuantitativa, no experimental consistió en aplicar una encuesta a 15 jefes de la entidad exporta de uva fresca; los resultados muestran 0.420 de confiabilidad de Rho de Spearman que la distribución es un proceso esencial en el funcionamiento de las empresas exportadoras, concluyó que la logística se está desarrollando de acuerdo a lo que propone la logística internacional con connotaciones especiales que han obligado a los empresarios a buscar mecanismos de eficiencia para satisfacer las demandas del mercado.

Respecto a la teoría propuesta para la primera variable tenemos a (Zárate, 2019) acerca de la teoría de Administración de comercialización estructurada por A. Kotler – también llamada como “Marketing Management” menciona que en esta teoría el papel del proceso administrativo en una empresa es proporcionar dirección a la empresa. La teoría del Administración de comercialización enfatiza que las operaciones de una empresa deben centrarse en satisfacer un segmento de sus clientes que sean rentables. Proceso administrativo eficaz, que persigue este objetivo de ser rentable y realizar los cambios que se produzcan.

La teoría planteada para la segunda variable es conocida como teoría de Uppsala, sustenta Rodríguez (2018) se orienta en sus actividades en el exterior. Los autores creen que una empresa aumentará sus activos a medida que gane experiencia en el mercado. La Compañía anticipa que a medida que gane

experiencia con sus operaciones en un país, continuará aumentando sus recursos gradualmente en ese país. El desarrollo de las operaciones internacionales se da en una serie de etapas que indican la creciente participación en las operaciones de la empresa.

Entre las bases conceptuales propuestas para el primer variable crecimiento comercial de los cuales destacan las siguientes: Según Aguilera (2019) nos dice que comprende actividades muy diversas, como el crecimiento de una pyme que viene hacer el crecimiento en ventas de un producto o servicio. El crecimiento también es el progreso que tiene una empresa según sus clientes, empleados, infraestructura, tecnología, producción y ventas; Además según The Flash (2023) explica que el crecimiento se desarrolla con autonomía de gestión para poder evaluar y gestionar otras variables que tienen un impacto menor pero mayor en la estrategia comercial futura, como la satisfacción del cliente y la experiencia de compra. Finalmente, Dane (2018) este estudio se enfoca en evaluar la existencia tradicional entre el crecimiento e innovación y tiene en cuenta el vínculo entre la estrategia de innovación y la generación de valor agregado porque esto genera productividad de la organización e impulsa el avance de la pyme.

Por ende, la teoría sustentada presenta las siguientes dimensiones N^o1 Nivel de producción Córdova (2023) comentó que el nivel de producción implica hacer las elecciones que hace la pyme en cuanto a la cantidad y volumen de producción, esta despachó más de 12.5 toneladas en un mes de campaña del 2023, el proceso de la uva conlleva en cultivar, congelar, almacenar y finalmente comercializar. Finalmente, Flores (2020) explica que para realizar una buena función del nivel de producción se debe determinar la cantidad de bienes que produce la pyme y cantidad comercializada. Por lo tanto, se han mencionados los siguientes indicadores: a) producto, b) costos, c) procesos operativos. Para el indicador a) producto; según Aguirre (2019) considera que el producto es el bien o servicio que va a satisfacer las necesidades del consumidor. Así mismo para el indicador b) costos; según Westreicher (2021), los costos son los medios que paga la empresa sobre sus responsabilidades para continuar el proceso de producción. Como último indicador c) procesos operativos; Mallar (2019) se refiere a la misión de la organización relacionado con el evento principal si tomamos como ejemplo la cadena de valor, ventas, producción, etc.

Por lo tanto, en la teoría sustentada se presentan las siguientes dimensiones N. °2 participación de mercado, según (Montero, 2020) La reducción de uvas frescas por parte de los competidores de la pyme como Pedregal Sac, Proagro, Ecosac, ha permitido al Perú producir más productos sin afectar los precios, y seguirá haciéndolo. Siendo esta fruta la más preciada como la variedad Sweet globe, y Red Globe teniendo una participación en el mercado del 15%. La fortaleza exportadora de esta pyme se basa en implementar estrategias de adaptación en el mercado según los países a los que exporta para superar estos desafíos e identificar las mejores oportunidades en los mercados internacionales. Por otro lado, Ortega (2021) menciona que la cuota de mercado es una de las métricas más importantes que utilizan las empresas para medir la eficacia de cualquier actividad potencialmente generadora de ingresos. Se menciona los siguientes indicadores A-competidores, B-Fidelización de clientes y C-estrategias. Para el indicador a) competidores; según Tomas (2020), explica lo primero que debe evaluar al iniciar un negocio es observar el panorama competitivo que enfrentará para identificar obstáculos, la investigación de mercado es muy recomendable para averiguar quiénes y cuáles son los competidores de la empresa. Como indicador b) Fidelización clientes; según Ospina (2020), menciona que supone conservar a los clientes existentes que adquieren sus productos a causa de una experiencia positiva que genera confianza. Como último indicador c) estrategias; según López (2019), una estrategia es un plan dirigido a lograr una meta. Cabe resaltar que la estrategia es la actividad manifestada, en cambio la táctica es la forma de llevarse a cabo la actividad.

Dimensión N. 3 Ventas de producto, según Valdés (2023), indica que el proceso de venta de un producto son actividades que lleva a cabo una pyme para cerrar un trato final. Es por ello que Alayo (2019) el año 2018 en una semana se vendió 1.790 toneladas de uva, un año anterior se vendieron 6% más y en una campaña en quince días se exportaron 3.795 toneladas, rentabilidad del 20% mayor que el año pasado. Se menciona los siguientes indicadores, para el indicador a) facturación; según Mañaga (2021) explica sobre la facturación que se refiere a todas las actividades relacionadas con la preparación, registro, envío y cobro de facturas. Indicador b) clientes; según Pozo (2019) indica que es aquella persona que acepta bienes y servicios de un vendedor. Por último, el indicador c)

Volumen de ventas, según: Llamas (2020), es la cantidad total de unidades del producto que se han vendido en un período de tiempo específico.

Por otro lado, las teorías conceptuales propuestas para la segunda variable Exportación, destacan las siguientes: Según Hernández (2021) da a conocer la relación con la globalización de la economía, el sector exportador es de gran importancia ya que es un motor de crecimiento esencial, generador de empleo y promotor del desarrollo del país. Por lo consiguiente Vásquez, (2019) recalca sobre el desarrollo de la globalización económica, reflejadas mayormente en las exportaciones productos con la ayuda del progreso tecnológico del país. Para Krugman (2018) explica las condiciones políticas proactivas de implementar inversiones y exportar de la mejor manera para mostrar las mejores perspectivas de crecimiento en el área. Se indica las siguientes dimensiones: 1) volumen de exportación, según Rodríguez (2023) Perú rompió un nuevo récord en el volumen de exportaciones siendo una pyme que durante la campaña 2022/2023 se enviaron 4.036 contenedores y 9.155.211 cajas (8,2 kg) de uva a EE. UU siendo este incremento gracias a la variedad sweet globe. Culminando, Toledo (2018) para seguir diversificando las cifras de crecimiento del producto, la empresa determina la cantidad disponible para el mercado exterior, ya que debe ser una cantidad que pueda suministrar de manera constante. Por lo tanto, se han mencionado los siguientes indicadores: a) cantidad del producto, b) transacciones, c) tecnología. Para el indicador a) cantidad del producto; según Florencio (2018) son unidades vendidas a los consumidores, ellos adquieren o elaboran en un momento dado. Así mismo para el indicador b) transacciones, según Martínez (2019) expresa que los procesos de transacciones de exportación requieren una planificación cuidadosa y cumplir requerimientos legales, logísticos y financieros. Finalmente, para el indicador c) tecnología; según Santibáñez (2019) considera que los recursos tecnológicos pueden dotar a la economía una rentabilidad más productiva, brandando ventajas de costos a través de eficientes procesos de producción, estas se basan a la diferenciación de productos innovadores que permiten la entrega de acuerdo a los requerimientos del cliente. La dimensión N° 2 valor exportado, según (Asociación de Exportadores. [ADEX], 2023) destacamos el precio de la uva que ofrece una pyme siendo \$ 2.6 por kg para el mercado estadounidense lo cual varía al referirse a otro mercado, Por otra parte,

tenemos a Añamuro y García (2022) siendo Estados Unidos el mercado destino de la uva fresca, en los primeros cinco años se registró un valor neto de \$86.992,34, una tasa interna de retorno del 129%, con inversión de \$28.416; se estima una rentabilidad económica de una pequeña empresa. Se mencionan los siguientes indicadores: a) calidad, b) precio, c) rentabilidad, para el indicador a) calidad, según Málaga (2019) explica la calidad que es lo que los consumidores perciben de ella, también viene a ser la perspectiva que tienen los clientes a la hora de comprar estos productos. Por lo consiguiente, para el indicador b) precio, según Pacherez (2018) el precio permite al productor/exportador cubrir los gastos de administración y financieros relacionados con las exportaciones. Finalmente, para el indicador c) rentabilidad, según Flores (2019) indica que depende de la capacidad que tiene las organizaciones al momento de exportar sus productos a otros países o mercados con el fin de obtener beneficios.

Dimensiones N. 3 Distribución, según Vázquez (2018) indica que para la distribución de la uva en la pyme utiliza medio de transporte terrestre el 30% para mercados locales aéreos y marítimo el 70% para mercados internacionales, estos son exportados en contenedores Reefer de 40' HC, sus puertos de embarque son Paita y Callao. Por otro lado, Morales (2021) ve la distribución como parte del marketing para poner a disposición los productos para los consumidores, lo que hace posible la accesibilidad al mercado de destino. Por lo tanto, hacemos mención a los indicadores: a) Cumplimiento de pedidos, b) Almacenamiento, c) Transporte, para el indicador a) Cumplimiento de pedidos, tenemos a Fulfillbot (2023) Indica que el cumplimiento de pedidos es difícil, pero este ayuda a mantener su negocio a flote. Por lo consiguiente para el indicador b) Almacenamiento, tenemos a Rodríguez (2021) es la gestión de inventarios y técnicas administrativas para el control de bienes a estar próximos a la distribución. Por último, para el indicador c) Transporte, según Salazar (2021) el transporte es una necesidad para la empresa debido a que es importante el traslado de comercializar lo requerido por el cliente.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Indagación aplicada, tratan de usar los medios para identificar las necesidades a través de la investigación, es lo que aportó el (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica [CONCYTEC] 2018).

La investigación es no experimental, para Velázquez (2023) el diseño no experimental es la indagación sistemática por lo cual el investigador no realizó manipulación de variables, así también se observó el entorno en el que se desarrolló el fenómeno y proceder al análisis para conseguir información.

La investigación es de enfoque cuantitativo. Hernández (2018) hizo referencia sobre la investigación cuantitativa que se centró en recopilar y generalizó datos numéricos entre diferentes poblaciones o explicar fenómenos específicos. Esta investigación se aplicó de nivel correlacional porque según Gonzales (2022) implica que se estudió la correlación de dos variables. A través del método, lo que le sucede a una variable se encuentra cuando otra representa modificaciones.

3.2. Variables y Operacionalización

La Variable Crecimiento comercial, quedó delimitada de acuerdo con las siguientes dimensiones: Dimensión 1 Nivel de producción, que tuvo 3 indicadores: producto, costos y procesos operativos. Dimensión 2 Participación de mercado, sus indicadores: competidores, fidelización de clientes y estrategias. Dimensión 3 Ventas del producto con tres indicadores: Facturación, clientes y volumen de ventas. En el trabajo de campo se gestionó el cuestionario, y una encuesta estructurada, a su vez, como técnica se utilizó la encuesta comprendida por 18 preguntas y como escala, Likert. Siguiendo variable de Exportación, estuvo compuesta por 3 dimensiones, teniendo como: Dimensión 1 volumen de exportación, que tuvo como indicadores, cantidad del producto, transacciones y tecnologías. Dimensión 2 valor exportado que sus indicadores son calidad, precio y rentabilidad. Dimensión 3 distribución sus indicadores, cumplimiento de pedidos, almacenamiento y transporte. En el trabajo de campo se empleó el cuestionario como instrumento y como técnica se utilizó la encuesta elaborada por 18 preguntas

y la escala de medición de Likert. La escala de medición de dicha investigación fue ordinal, según Hernández (2020) comenta que una escala ordinal es un índice de grado que proporcionó la estructura de datos sin especificar su variación.

3.3. Población, muestra y muestreo

Integrada por 60 empleados de pyme agroexportadora de Piura. En Población, según Pineda (2018) indicó que es un grupo de personas u objetos que pretende conocer en su investigación. "El universo y la población estuvo formado por humanos, animales y registros médicos.

Según (Comisión de Promoción del Perú [PROMPERU], 2023) indica que existen 15 empresas exportadoras de uva frescas en el departamento de Piura, de acuerdo a estas empresas se aplicó los criterios de inclusión y exclusión.

Como Criterios de inclusión, se ha considerado el conjunto de colaboradores que laboran en la pyme exportadora de uva, empresas que tienen años de trayectoria laborando, de las diversas áreas: logística, producción, exportación y administración.

En los Criterios de exclusión, no se ha considerado las empresas importadoras, empresa que exportan otro tipo de fruto, los que no trabajan en la empresa, los proveedores a los clientes, ya que no están actos para el estudio.

Se utilizó una muestra probabilística censal, a los 60 colaboradores de una pyme agroexportadora de uva que laboran en el área de exportación, logística y producción, que tienen conocimiento y experiencia que ayudaron para encontrar el vínculo entre las dos variables estudiadas. Es por ello por lo que Gómez (2020) indicó que la muestra censal es aquella que fue parte de nuestro estudio de población, por lo tanto, la muestra de 60 trabajadores de la pyme de ambos sexos de una pyme agroexportadora de Piura en base a los criterios que se utilizó.

3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Para este estudio se usó una encuesta, para esto Alaminos (2019), Una "encuesta" consistió básicamente en hacer una serie de preguntas a un grupo de participantes de forma individual previamente seleccionados para representar la muestra representante de la compañía. La idea básica es que al hacer esto, este procedimiento permitió cuantificar y descubrir ciertos rasgos que existen en la

sociedad. Tenemos que Santos (2022) comentó que las encuestas son datos que se recopilaron directamente de los participantes de la investigación para obtener sus opiniones y sugerencias. Seguidamente se conocieron los resultados deseados con esta técnica, es importante aclarar los objetivos de la investigación.

Para dicha investigación se verificó la confiabilidad del instrumento en el programa SPSS, donde se ejecutó la confiabilidad de la prueba final con los 60 colaboradores de la empresa donde se obtuvo un coeficiente alfa de 0.814 para la primera variable conformada por 18 ítems, y para la segunda variable se obtuvo un grado de confiabilidad de 0.812 conformada por 18 ítems. Por lo cual se indica que los instrumentos son aplicables, Por lo tanto, una investigación confiable es estable, consistente, igual en diferentes momentos y predecible para el futuro. (Martínez, 2006).

3.5. Procedimiento

Esta investigación se desarrolló de forma digital utilizando las aplicaciones como el correo electrónico. La muestra cumplió con lo deseado del estudio, que se encuentren trabajando en la pyme agroexportadora, en el proceso de la encuesta se realizó con honestidad los empleados de la empresa.

La Validez de todos los instrumentos aplicados a nuestro proyecto de investigación, se otorgó por medio de juicio de expertos, que revisaron la coherencia de los Ítems, la relación con objetivos planteados en nuestra presente investigación; por lo que también se midió cada uno de los indicadores de ambas variables respectivamente. Los encuestados tuvieron la seguridad y confianza de realizar la encuesta que hasido con su consentimiento para la información del estudio. Para la aplicación de la encuesta con anticipación se solicitó el permiso correspondiente a la empresa para utilizar este instrumento y así se efectuó las encuestas a sus trabajadores, siendo la empresa la principal fuente para desarrollar correctamente este estudio.

3.6. Método de análisis de datos

Se gestionó prueba piloto a 20 colaboradores de la empresa, y se procesó su valides por el SSPS aplicando el alfa de Cronbach, confiabilidad teniendo un rango de 0.821 para la primera variable conformada por 18 ítems, y

para la segunda variable teniendo una confiabilidad de 0.852 conformada por 18 ítems lo cual significa que son aceptables, esto se aplicó para corregir y verificar el cuestionario. Además, medir el grado de correlación mediante Rho Spearman, mediante este se encontró un 0.543, dando así una relación positiva alta entre las variables dadas. Ortega (2023) es una estadística descriptiva que expresa cómo llevar a cabo la recolección de información a través de tablas, gráficos.

3.7. Aspectos éticos

Señala Segundo (2022), generó respeto en protección de datos y los aspectos éticos que estos promueven el avance de entendimiento de la humanidad a causa de los estudios científicos, se agregó confiabilidad y privacidad de la investigación, se aplicó la ética de investigación profesional para el apoyo de la presente Investigación, como la honestidad y la transparencia para la redactar la Investigación. Destaca Salinas (2020) que existen reglas formales para escribir textos académicos y/o universitarios. Además, que estos representan una serie de requisitos necesarios para este tipo de trabajo. A su vez respeta y protege la propiedad intelectual de los autores en la información, las teorías aplicadas y el contenido de texto citados con normas APA (7ª edición).

El estudio respetó y consideró el Código de Ética al cumplir con la integridad científica de la investigación, de manera que este estudio forma parte de la universidad César Vallejo, garantizando responsabilidad y honestidad en los estudios del proyecto sin necesidad de plagio. Se ha hecho uso de indagaciones honestas, por el cual se respetaron los protocolos del Comité de Ética. Saavedra (2019), comentó que, para los fines de estos Términos, Turnitin es una Plataforma tecnológica que brinda servicio de comparación, se utilizó el programa Turnitin para corroborar que no hay proceso de plagio en la investigación.

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo

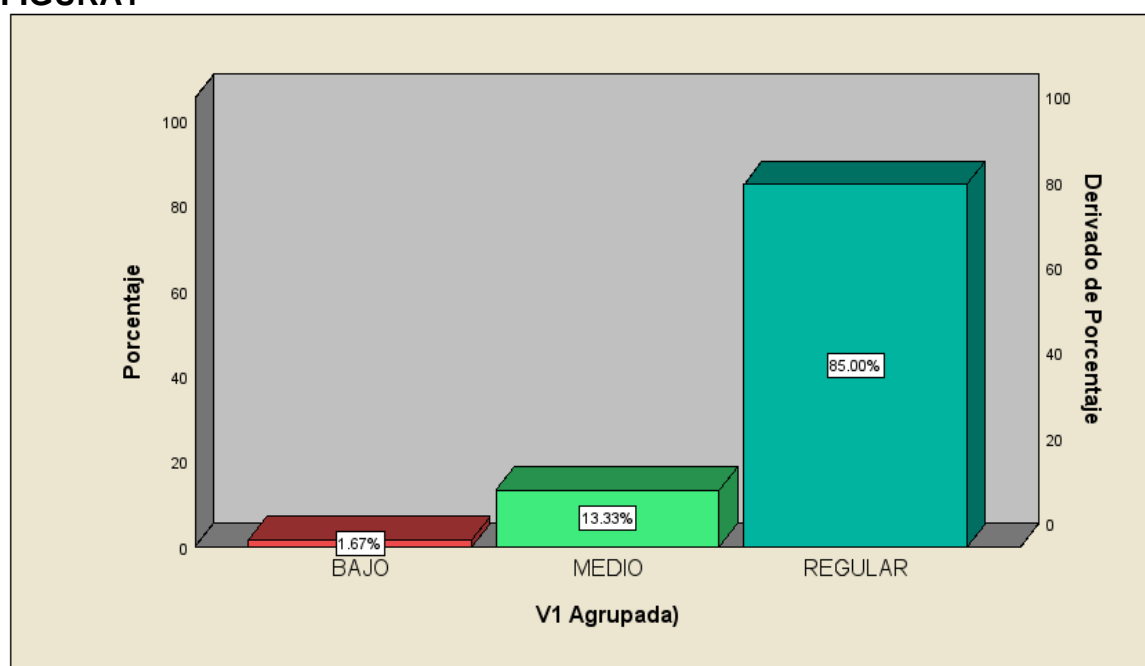
Tabla 1

Distribución de frecuencias de crecimiento comercial

Crecimiento comercial					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	1.7	1.7	1.7
	MEDIO	8	13.3	13.3	15.0
	REGULAR	51	85.0	85.0	100.0
R					
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

FIGURA1



Fuente: Elaboración propia

Fig. 1: Niveles de Crecimiento comercial de empresa exportadora de uva, según percepción de los colaboradores de las áreas de exportación, producción y logística, 2023.

Tabla 1 y figura 1, de 60 encuestados, el 85.00 % (48) se aprecia como regular el Crecimiento comercial, a la vez que un 13.33% (8) se observa como medio el Crecimiento comercial y un 1.002% (1) se aprecia como bajo el Crecimiento comercial dentro de una pyme exportadora de uva.

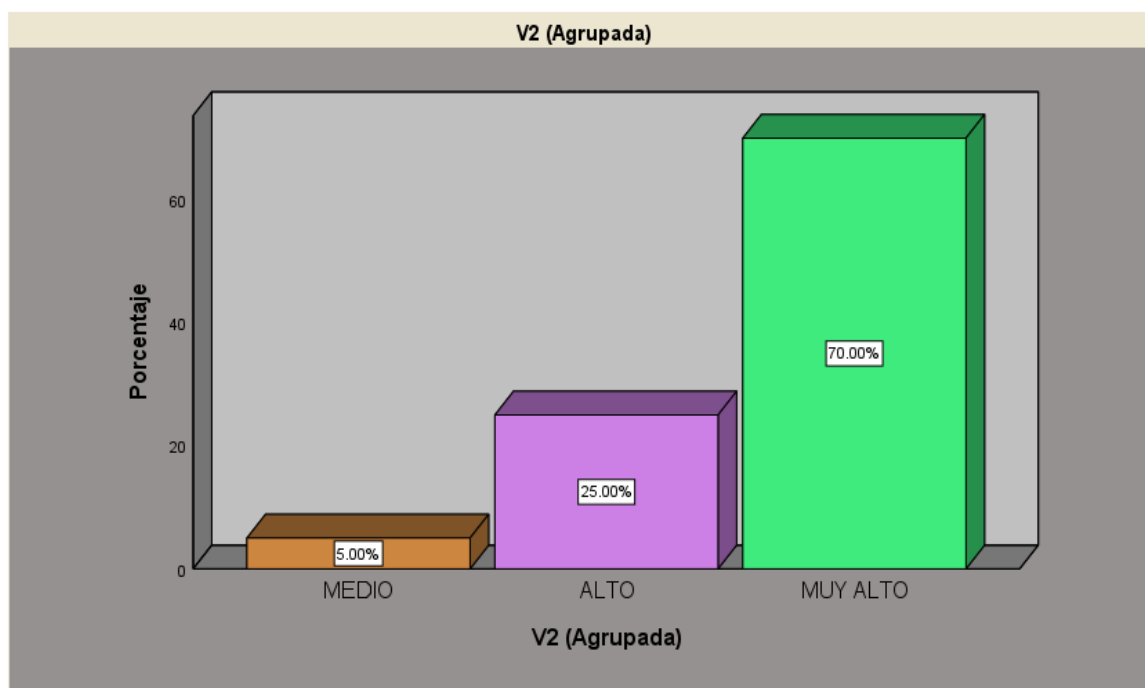
Tabla 2

Distribución de frecuencias de exportación

Exportación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	3	5.0	5.0	5.0
	ALTO	15	25.0	25.0	30.0
	MUY ALTO	42	70.0	70.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 2



Fuente: Elaboración propia

Fig. 2 Niveles de Exportación en la empresa exportadora de uva según la apreciación de los trabajadores del área exportación, producción y logística 2023. Según tabla 2 y figura 2, se presenta de 60 encuestados, el 70.0% (42) muestran

nivel alto de exportación, mientras tanto un 25.0% (15) expresan un nivel alto de exportación, y 5.0% (3) muestran nivel medio de Exportación.

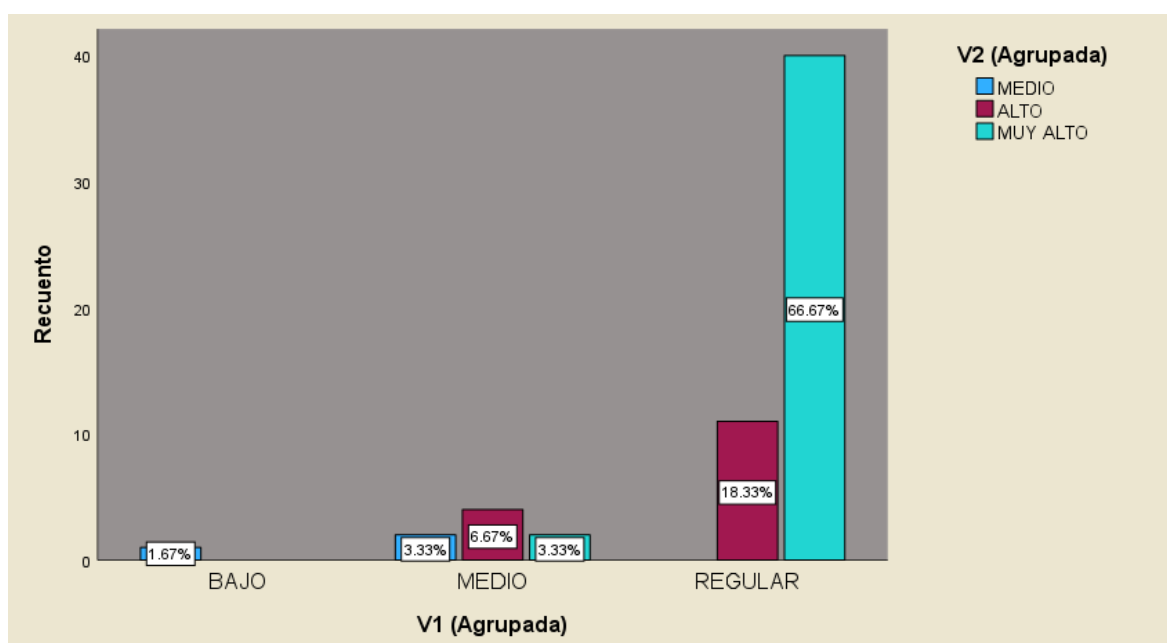
Tabla 3

Distribución de frecuencias de crecimiento comercial con exportación

		exportación					
		MEDIO	ALTO	MUY ALTO	Total		
Crecimiento Comercial	BAJO	Recuento	1	0	0	1	
		% del total	1.7%	0.0%	0.0%	1.7%	
	MEDIO	Recuento	2	4	2	8	
		% del total	3.3%	6.7%	3.3%	13.3%	
	REGULAR	Recuento	0	11	40	51	
		% del total	0.0%	18.3%	66.7%	85.0%	
	Total		Recuento	3	15	42	60
			% del total	5.0%	25.0%	70.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3



Fuente: Elaboración propia

Figura 3: Niveles de Crecimiento comercial con la exportación en la empresa exportadora de uva, según apreciación de los trabajadores del área exportación, producción y logística 2023.

Según resultados concretos en la tabla 3 y fig. 3, se aprecia de los 60 encuestados, un 85.0% (51) aplican de forma regular el Crecimiento Comercial, de ellos, un 18.3% muestra un nivel alto de exportación, un 66.7 % nivel muy alto y solo el 0.0% un nivel medio. A su vez un 1.7% (1) de los encuestados deliberan inadecuado el Crecimiento comercial, de ellos un 1.7% muestra un nivel medio de Exportación, un 0.0% alto nivel y un 0.0% nivel muy alto. En cambio, un 13.3% (8) muestran el Crecimiento comercial como medio, de ellos un 66.7% decreta un nivel alto de Exportación y un 6.7% nivel alto.

Antes de definir las hipótesis de investigación, se analizó la distribución de datos:

Análisis inferencial

Hipótesis general:

Ha: Existe relación entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.

H0: No existe relación entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.

Tabla 4

Correlación de Spearman entre crecimiento comercial con exportación

		Correlaciones	
		V1	V2
Rho de Spearman	Crecimiento Comercial	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,575**
		N	60
	exportación	Coeficiente de correlación	,575**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	60

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 4, figura el coeficiente de Spearman arrojó 0.575, enfatiza la existencia de correlación positiva moderada entre el Crecimiento comercial con la exportación, en nivel de significancia de 0.000. Por lo que se encontró nivel de significancia

inferior a 0.05, por consiguiente, se excluye H0 y se acepta Ha, se entiende que existe relación positiva entre Crecimiento comercial con exportación en las áreas de Exportación, Producción y Logística de la pyme agroexportadora de uva hacia el mercado estadounidense, Piura, 2023.

Hipótesis específica 1

Ha: Existe relación entre el crecimiento comercial y volumen de exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.

H0: No existe relación entre el crecimiento comercial y volumen de exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora de uva hacia el mercado estadounidense, Piura, 2023.

Tabla 5

Correlación de Spearman entre crecimiento comercial con volumen exportado

		Correlaciones		
			V1	V2D1
Rho de Spearman	Crecimiento Comercial	Coeficiente de correlación	1,000	,238
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
Rho de Spearman	Volumen exportado	Coeficiente de correlación	,238	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 5, demuestra que el coeficiente de Spearman arrojó 0.238, muestra la existencia de correlación positiva baja entre Crecimiento comercial con exportación, nivel de significancia de 0.000. Por lo que se encontró nivel de significancia inferior a 0.05, por consiguiente, se excluye la H0 y se admite la Ha, se entiende que existe relación positiva entre crecimiento comercial con el volumen exportado, en las áreas de Exportación, Producción y Logística de una pyme agroexportadora de uva hacia el mercado estadounidense, Piura, 2023.

Hipótesis específica 2

Ha: Existe relación entre el crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.

H0: No existe relación entre el crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.

Tabla 6

Correlación de Spearman entre crecimiento comercial con valor exportado

		Correlaciones		
		V1	V2D2	
Rho de Spearman	Crecimiento Comercial	Coeficiente de correlación	1,000	,470**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Valor exportado	Coeficiente de correlación	,470**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 6, se obtiene que el Spearman arrojó 0.470, señala la existencia de correlación positiva moderada entre el Crecimiento con el valor exportado, con significancia de 0.000, sabiendo que este es inferior a 0.05. Por consiguiente, se excluye la H0 y se admite la Ha, se entiende que existe relación positiva entre Crecimiento comercial con el valor exportado, de áreas de Exportación, Producción y Logística de una pyme agroexportadora hacia el mercado estadounidense, Piura, 2023.

Hipótesis 3

Ha: Existe relación entre el crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.

H0: No existe relación entre el crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.

Tabla 7*Correlación de Spearman entre crecimiento comercial con distribución*

		Correlaciones		
		V1	V2D3	
Rho de Spearman	Crecimiento Comercial	Coeficiente de correlación	1,000	,370**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N	60	60	
	Distribución	Coeficiente de correlación	,370**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 7, muestra que el coeficiente de Spearman arrojó 0.370, considerando la existencia de correlación positiva baja entre el Crecimiento comercial con la distribución, con significancia de 0.000, sabiendo que este es inferior a 0.05. Así que, se excluye H0 y se admite Ha, se entiende que existe relación positiva entre Crecimiento comercial con distribución de las áreas de Exportación, Producción y Logística de una pyme agroexportadora de uva hacia el mercado estadounidense, Piura, 2023.

V. DISCUSIÓN

Conforme a los hallazgos de dicha investigación, se apoya con el objetivo general expuesto, que es determinar la relación que existe entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. Es así que seguidamente se discuten los resultados comparando con antecedentes anteriormente citados y también se sustenta mediante modelos teóricos las variables para una mejor comprensión.

Se halló una relación positiva moderada entre las variables crecimiento comercial y exportación manteniendo un coeficiente de correlación de 0.575 con una significancia de 0.000 por medio de Rho Spearman. Se apoya en la tabla 1, con el 85.0% (51) de los encuestados se aprecia de forma regular el crecimiento comercial en la pyme agroexportadora de uva, mientras que el 13.33% (8) consideran medio y un 1.0% (1) consideran bajo. Es por ello que estos resultados se asocian con los antecedentes expuestos por Valencia et ál. (2020) y Duana (2019), donde sus estudios metodológicos de estas investigaciones fueron de metodología no experimental con enfoque cuantitativo, y guardan una relación firme con la investigación empleada en nuestro estudio de investigación, por lo tanto para sus resultados se realizó un estudio a 115 colaboradores de una pyme exportadora de uva se obtuvo una correlación de 0.675 del Rho de Spearman con un nivel de significancia ($0.000 < 0.05$), donde muestra que existe relación positiva moderada entre las variables en mención, Según esta teoría, La teoría del Administración de comercialización enfatiza que las operaciones de una empresa deben centrarse en satisfacer un segmento de sus clientes que sean rentables. Proceso administrativo eficaz, que persigue este objetivo de ser rentable y realizar los cambios que se produzcan. (Zárate, 2019) explica que utilizando estrategias de adaptación en el mercado según los países a los que exporta para superar estos desafíos e identificar las mejores oportunidades en los mercados internacionales. De modo que, podemos afirmar la relación que existe entre ambas variables ya que el crecimiento comercial dentro de una pyme ayuda a que las exportaciones sean abundantes para lograr una mayor rentabilidad y crecimiento para la empresa exportadora.

Objetivo específico 1, determinar la relación que existe entre crecimiento comercial y volumen de exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. Se halló que la variable crecimiento comercial tiene una relación positiva baja con el volumen de exportación, donde se obtuvo un ($p < 0.000 < p < 0.05$), con un ($Rho < 0.238$), donde de los 60 encuestados, de los cuales un 1.63% muestran un nivel bajo en el volumen de exportación, un 25% demuestran un nivel medio, demostrando un 73.3% en el nivel alto. Estas afirmaciones coinciden con Polo et ál. (2020) y Chow et ál. (2020), donde estas investigaciones fue de metodología no experimental con enfoque cuantitativo, añadiéndose un vínculo que se relaciona con nuestra investigación estudiada, rescatando en su muestra a 65 empresas exportadoras, se determinó la correlación positiva baja y significativa entre el crecimiento comercial con el volumen de exportación, dado que sus resultados de su investigación obtuvieron ($p < 0.00$) menor al ($p < 0.05$) con un ($Rh = 0.352$), afirmando el modelo teórico de volumen de exportación según Rodríguez (2023) Perú rompió un nuevo récord en el volumen de exportaciones siendo una pyme la que resalto durante campaña 2022/2023 se enviaron 4.036 contenedores y 9.155.211 cajas (8,2 kg) de uva a diversos mercados del mundo, siendo el principal mercado EE.UU siendo este incremento gracias a las variedades nuevas como sweet globe la que destacó en el mercado estadounidense. Esto nos dice que para generar rentabilidad y que el sistema con el trato a los clientes debe prevalecer de manera continua el volumen de exportación debe seguir aumentando para así general una buena imagen como empresa y seguir incursionando en el mercado. Además, debe ser de conocimiento que se respeta las cantidades preformadas por los clientes.

Objetivo específico 2, determinar la relación que existe entre el Crecimiento comercial con el valor exportado de pyme agroexportadora de uva, Piura, 2023. Se garantiza que la variable crecimiento comercial sostiene una correlación positiva moderada con la dimensión valor de exportación, dado que se encontró ($p < 0.00 < 0.05$) con un Rh Spearman 0.470, de los 60 encuestados, un 68.3% manifiestan un nivel medio de valor exportado, un 30.0% nivel alto y un 1.7% nivel bajo. Estos hallazgos difieren de intensidad con lo expuesto por los autores Meza y Donayre (2021) Manuel et ál. (2019) y Agosin et ál. (2019), donde el estudio metodológico

de estos antecedentes fueron metodología no experimental y cuantitativa lo cual guardan relación con la investigación empleada en nuestro estudio, por tanto su muestra estuvo conformada por fuentes de entidades nacionales, lo cual encontró la existencia de una asociación positiva débil con un $R_h=0.325$ y un nivel de significancia $p < 0.00$ ($p 0.00 < 0.05$) entre la variable crecimiento comercial y el valor exportado, esto confirma el modelo de teoría de valor exportado según Añamuro y García (2022) siendo Estados Unidos el mercado destino de la uva fresca, en los primeros cinco años se registró un valor neto de \$86.992,34, una tasa interna de retorno del 129%, con inversión de \$28.416; se estima una rentabilidad económica de una pequeña empresa y el precio de la uva que ofrece una pyme siendo \$ 2.6. Por consiguiente, se debe prevalecer el valor a las exportaciones, demostrando capacidad, calidad y eficiencia. Además, siendo considerable con el precio añadido para permanecer en el mercado competitivo optimizando las ventas, es decir el crecimiento comercial un grado de avance en las exportaciones al mercado estadounidense.

Objetivo específico 3 es determinar la relación que existe entre el crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. Se apoya debido a los estudios encontrados que la variable 1 crecimiento comercial tiene una correlación positiva baja con la dimensión distribución, se proyectó un ($p .000 < 0.05$) con un Rho Spearman 0.370, de 60 encuestados, un 3.3% de las personas encuestadas consideran que la distribución es baja, 41.7% optaron por un regular nivel y 55.0% siendo alto. Con los resultados encontrados podemos contrastar lo expuesto por Campi et ál. (2020), donde el estudio metodológico de esta investigación fue una metodología no experimental y cuantitativa lo cual guardan relación con la investigación empleada en nuestro estudio, lo cual dicha investigación está conformada por 15 jefes de la entidad exporta de uva fresca; los resultados muestran una correlación positiva moderada con el Rho de Spearman de 0.420 de confiabilidad con un nivel de significancia ($p 0.000 < 0.05$) entre la variable crecimiento comercial y su dimensión distribución. Dichas investigaciones se asocian con lo expuesto en los modelos teóricos de la distribución según Vazquez (2018) indica que para la distribución de la uva en la pyme utiliza medio de transporte terrestre el 30% para mercados locales

aéreos y marítimo el 70% para mercados internacionales, estos son exportados en contenedores Reefer de 40' HC, sus puertos de embarque son Paita y Callao. Podemos decir que las exportaciones van de la mano con la distribución del producto al momento de ser exportado, es por ello que la empresa exportadora debe ofrecer un buen servicio de distribución para que los clientes se sientan satisfechos y de esta manera se pueda seguir exportando fidelizando a los clientes potenciales que poseen plena confianza de que su pedido se encuentre en sus manos en perfectas condiciones como se establece en los contratos internacionales promoviendo calidad en las transacciones finales.

Finalmente podemos destacar las fortalezas de nuestra investigación ya que una de ellas fue trabajar en la pyme agroexportadora dándome así las ventajas de conocer más sobre las exportaciones de uva, y teniendo acceso a ser parte del proceso de producción de la uva, logrando una gran experiencia y conocimientos que fueron de gran utilidad para poder realizar nuestra tesis, también se tuvo el apoyo de los trabajadores de las áreas de exportación y producción para realizar las encuestas. Por lo consiguiente también tuvimos debilidades en la pyme por lo que no nos permitieron colocar su nombre de la empresa, el tiempo no era favorable para la empresa ya que no asistíamos todos los días por clase, etc, algunas dificultades que teníamos al momento de contextualizarnos con personas de otro país; ante todo ello logramos nuestros objetivos que teníamos como estudiantes.

En el ámbito social la investigación se destaca por genera conocimiento para investigaciones futuras, al generar impacto de investigación e indagación de variables que aportan sostenibilidad y subjetividad a objetivos planteados de futuros autores, esto con el objetivo de generar proyección de investigación y lo que esto beneficia al intelecto de la persona que desarrolla sustentación de nuevas investigaciones diferentes entre sí. Esto contribuye a la sociedad y a las relaciones de investigadores al tratar de comparar dos o más investigaciones con nuestra investigación.

VI. CONCLUSIONES

Luego de realizar las investigaciones e indagaciones, se concluyó la existencia positiva entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, con una correlación positiva moderada con el Rho de Spearman de 0.575, con un nivel de significancia ($p < 0.000 < 0.05$), dichos criterios destacan relación de variables. Es decir, se excluye H_0 y se considera H_a .

Posee relación positiva entre el crecimiento comercial y volumen exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, con una correlación positiva baja con el Rho de Spearman de 0.238, con un nivel de significancia de ($p < 0.000 < 0.05$), dichos estudios realizados destacan la relación entre la variable 1 crecimiento comercial con la dimensión volumen exportado. Por lo que, se excluye la H_0 y se considera la H_a .

Posee relación positiva entre el crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, correlación positiva moderada con el Rho de Spearman 0.470, un nivel de significancia de ($p < 0.000 < 0.05$), muestra la relación de variable 1 crecimiento comercial con la dimensión valor exportado. Por lo que, se excluye la H_0 y se considera la H_a .

Posee relación positiva entre el crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, con una correlación positiva baja con el Rho de Spearman de 0.370, un nivel de significancia de ($p < 0.000 < 0.05$), esto confirma la relación positiva baja entre la variable 1 crecimiento comercial con la dimensión distribución. Por lo que, se excluye la H_0 y se considera la H_a .

VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere a los representantes de una pyme agroexportadora de uva hacia el mercado estadounidense, llevar a cabo al máximo aquellas alianzas estratégicas que aportan desarrollo de la exportación de uva llegando a nuevos clientes, al fomentar relaciones con organizaciones ayudará a lograr acuerdos formales esto garantiza la participación de los trabajadores a trabajar unidos para alcanzar objetivos de crecimiento comercial.

Se sugiere a los representantes de una pyme agroexportadora de uva hacia el mercado estadounidense, complementar en estrategias competitivas para el crecimiento comercial y así conseguir que los trabajadores contribuyan en el cumplimiento de dichas estrategias significativamente y se logre el volumen máximo de exportaciones en los próximos años de exportación continua.

Se sugiere a los representantes de una pyme agroexportadora de uva hacia el mercado estadounidense, fomentar en los factores determinantes de las necesidades sociales del mercado, es decir a la comodidad, elegancia y diseño del producto contribuyendo al crecimiento comercial para lograr el valor exportado de uva.

Se sugiere a los representantes de una pyme agroexportadora de uva hacia el mercado estadounidense, promover frecuentemente la inversión tecnológica en diversas áreas de la pyme ya sea en la producción y logística, esto permitirá el desarrollo del crecimiento comercial para que optimice la gestión de distribución.

REFERENCIAS

- ADEX, 2020 Uva: Evaluación del mercado nacional y mundial - Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales. Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales - CIEN.
<https://www.cien.adexperu.org.pe/uva-evaluacion-del-mercado-nacional-ymundial/>
- Adriana, A. C. (s. f.). Business growth based on Social Responsibility.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S165762762012000100002
- Agudelo, G., & Aignerren, M. (2008). EXPERIMENTAL Y NO-EXPERIMENTAL | La Sociología ensus Escenarios.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/6545/5996>.
- Águila, A. A., & Díaz Macías, R. C. (2020). Export strategies in Cuba, a procedure for its implementation in Cementos Cienfuegos S. A. Universidad y Sociedad Magazine, 12(6), 292-302.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-292.pdf>
- Aguilera, C (2019) Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>
- Alayo, P (2019). Plan de negocios para la producción y exportación de uva de mesa variedad Sweet Globe de la empresa Sociedad Agrícola Rapel S.A.C. a Estados Unidos
<https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1729>
- Almonacid L. A., Barrera, L. J., (2020) Factores que influyeron en el incremento de las exportaciones de uvas frescas de la región de Ica bajo el TLC Perú- China del periodo 2008-2019
<http://hdl.handle.net/10757/652476>
- Alonso, S., Leiva, J. C., Alonso Ubieta, S., & Leiva, J. C. (2019). Competitividad empresarial en Costa Rica: Un enfoque multidimensional competitividad empresarial. TecEmpresarial, 13(3), 28-41.
<https://doi.org/10.18845/te.v13i3.4597>
- Ángel, C. R. M. (2019, January 30). Principales factores que contribuyeron al incremento de las exportaciones peruanas de uvas frescas, sub partida arancelaria

0806.10.00.00, a Estados Unidos durante los años 2002-2017.

<http://hdl.handle.net/10757/626065>

Ángel, W. V. L. (2021, October 19). Factores y variables relevantes que contribuyen al crecimiento empresarial de microempresas restaurantes fast food en Lima Metropolitana: casos múltiples.

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/20674>

Álvarez, I. C., & Nequis, E. I. R. (2020). La dinámica exportadora manufacturera como restricción al crecimiento en México mediante el análisis de la productividad y la IED, 2005-2018. Ciencias administrativas

<https://doi.org/10.24215/23143738e073>

Añamuro L. D., García A. L. (2020) Determinación del mercado potencial para la exportación de uvas frescas y su rentabilidad para una pyme utilizando la herramienta Trade Map, año 2020

<https://hdl.handle.net/20.500.12759/6976>

Arias, J. L. (2021). Diseño y metodología de la investigación. Enfoques Consulting.

<http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>

Aroquipa A., Orlando J., De los Reyes V. (2019). Competitiveness of the exportable supply of grapes from the Arequipa Region in the United States market. Period 2010-2019 <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12920/11600>

Azabache, M. F. (2018). El tratado de libre comercio con Estados Unidos y su impacto en las exportaciones de uvas frescas, 2006 – 2017 (Tesis de maestría). Repositorio de la Universidad Privada del Norte.

<https://hdl.handle.net/11537/13868>

Baldarrago. H. A., Gutiérrez, B. C. (2022). Analysis of the competitiveness of Peruvian fresh grape exports to the United Kingdom 2016-2020

<https://doi.org/20.500.12920/12245>

Campomanes Y. (2019) Productividad y exportación de uvas peruanas al mercado de Estados Unidos, 2012-2017

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/41019>

- Carrascal L. Y., Galiano M. C., (2019) Producción de La Uva de Mesa de la Asociación de productores Provid para la exportación al mercado de EE. UU, Año 2019
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/51317>
- ComexPerú (2021) EXPORTACIONES DE UVAS FRESCAS CRECIERON UN 27.9% EN LOS CUATRO PRIMEROS MESES DEL AÑO
[https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportacionesdeuvasfrescascrecieron-un-279- en-los-cuatro-primeros-meses-del-ano](https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportacionesdeuvasfrescascrecieron-un-279-en-los-cuatro-primeros-meses-del-ano)
- CONCYTEC, (2021). Arias y Covinos (2021). Diseño y metodología de la investigación.
<https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Córdova, C. F. (2023, 27 enero). Agroexportación: ¿Cuánto produce y cuánto ha invertido Rapel en los últimos 10 años en Piura?
<https://infomercado.pe/agroexportacion-cuanto-produce-y-cuanto-ha-invertido-rapel-en-los-ultimos-10-anos-en-piura/>
- David, O. (2020) Factores Económicos que Influyen en la Exportación de Uva de las Regiones con Mayor Producción en el Perú Periodo 2000 al 2019
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/110796>
- Egúsqiza, J. E. (2020) La política comercial de Perú y Chile para la exportación de uva en el año 2013 – 2019
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/64246>
- Eduardo, L. B. C. (2021, November 19). Factores internos que permitieron la exportación de uvas frescas peruanas a Estados Unidos en el año 2020.
<https://hdl.handle.net/11537/28907>
- Espinoza Freire, Eudaldo Enrique. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. Conrado, 15(69), 171-180. Epub 02 de septiembre de 2019.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S199086442019000400171&lng=es&t lng=es

- Evelyn, H. S. D. (2017). La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca. Repositorio De La Universidad San Ignacio De Loyola.
<https://hdl.handle.net/20.500.14005/2676>
- Exportación Definitiva. (2021, July 14). Orientación - Superintendencia Nacional De Aduanas Y De Administración Tributaria - Plataforma Del Estado Peruano.
<https://www.gob.pe/1190-superintendencia-nacional-de-aduanasydeadministracion-tributaria-exportacion-definitiva>
- EXPORTACIONES DE UVAS FRESCAS CRECIERON UN 27.9% EN LOS CUATRO PRIMEROS MESES DEL AÑO. (s. f.). COMEXPERU - Sociedad de Comercio Exterior del Perú.
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-de-uvras-frescas-crecieron-un-279-en-los-cuatro-primeros-meses-del-ano>
- Fabiola, D. Q. J. (2021). Propuesta de implementación de una planta procesadora de uva de mesa Red Globe, para la exportación a la República Popular China por parte de la Asociación de Productores Frutícolas La Cano.
<http://hdl.handle.net/20.500.12590/16971>
- Fernández, M. M., Mollo, G. M., (2018) PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE UVARED GLOBE AL MERCADO CHINO, 2018
http://54.213.100.250/bitstream/UCSP/15510/1/FERN%C3%81NDEZ_LUDE%C3%91A_MIR_PLA.pdf
- Fernández, R. (2021) Principales productos de las exportaciones españolas por valor de exportaciones en 2021
<https://es.statista.com/estadisticas/501868/principales-productos-de-las-exportaciones-espanolas-por-valor-de-exportaciones/>
- Fernández, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. Espíritu Emprendedor TES, 4(3), 65-76.
<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- González, B. T., Puelles, R. L., Villacorta, C. J., Vizcardo, A. G. (2020). Diagnóstico de la uva de mesa peruana de exportación orientado a la competitividad: lineamientos

estratégicos.

<https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00>

Gonzales, A. (2022) ¿Qué es la Investigación correlacional? Lifeder.

<https://www.lifeder.com/investigacion-correlacional-2/>

González, B. T., Puelles, R. L., Villacorta, C. J., Vizcardo, A. G. (2020). Diagnosis of the Peruvian grape for export oriented to competitiveness: strategic guidelines.

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1677>

Guzmán, C. (2018) Exportación de uvas rojas a China

http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/15020365_GuzmanHalberstadtC.pdf

Isaac, E. P. (2018). Las teorías del crecimiento: notas críticas para incursionar en un debate inconcluso.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S20744706201600010004

LegisComex. Sistema de Inteligencia Comercial. (2010).

<https://www.legiscomex.com/Documentos/perfil-consumidor-eeuu-legiscomex-2013>

Llamas, J (2020) volumen de ventas

<https://economipedia.com/definiciones/volumen-de-ventas.html>

Mariela, M. M. M. H. (2020). Producción y exportación de uva fresca de la Agrícola Don Ricardo Región Ica hacia Holanda, Año 2019.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/54045>

Mendoza, S., & Avila, D. D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA, 9(17), 51–53.

<https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>

Orlando, L. B. J. C. (2022, July 1). The logistic performance and its relationship with grape exports to Russia between the years 2007-2020.

<http://hdl.handle.net/10757/661425>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232.

<https://doi.org/10.4067/s0717-95022017000100037>

Patiño W. J., Paz J. M., Rodríguez J. L., (2019) Plan de negocios para la producción y exportación de uva de mesa variedad Sweet Globe de la empresa Sociedad Agrícola Rapel S.A.C. a Estados Unidos

<https://hdl.handle.net/20.500.12640/1729>

PEDREÑO CÁNOVAS, A.; RAMÍREZ MELGAREJO, A. J. Sobre el “espíritu” de la calidad y la nueva racionalización de la producción de frutas y uvas en la Región de Murcia. *Revista Española de Sociología*, [s. l.], v. 30, n. 1, p. 1–19, 2021

<https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.18>

Perú, A., & Perú, A. (2023, 27 septiembre). Exportación de uva peruana inicia campaña con pie derecho. AGROPERÚ Informa.

<https://www.agroperu.pe/exportacion-de-uva-peruana-inicia-campana-con-pie-derecho/>

PROMPERÚ. (2020). CALIDAD Y SABOR DE UVAS PERUANAS DESTACAN EN ESTADOSUNIDOS

<https://boletines.exportemos.pe/recursos/notas/las-uvas-peruanas-luchan-por-crecer-en-estados-unidos>

PROMPERÚ. (2023) Directorio de empresas exportadoras peruanas

<https://exportemos.pe/servicios-digitales/directorio>

Provid-Perú realizará el primer Congreso Internacional de la Uva de Mesa. (2023, 20 marzo).

<https://www.foodnewslatam.com/productos/65agricultura/13419providper%C3%BA-realizar%C3%A1-el-primer-congreso-internacional-de-la-uva-de-mesa.html>

Ramírez D. A., Vera M. A. (2018) Propuesta de una mejora en el proceso de empaquetado de una empresa productora de uva de mesa para exportación

<http://hdl.handle.net/10757/621777>

Remigio, M. B. P. F. (2018). PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE UVA DE MESA: RED GLOBE, A LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS, DE LA ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES DEL VALLE ENCANTADO EL PROGRESO-PÁTAPO, LAMBAYEQUE 2015.

<https://hdl.handle.net/20.500.12802/5769>

Riquelme, M. (2022). La ventaja competitiva según Michael Porter | Web y empresas. Web y Empresas.

<https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>

Rivas, D. M. (2018) Exportación de uvas frescas en el contexto del acuerdo comercial al mercadode China.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/30916>

Rodan, F. (2017) compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales

<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170203>

Rodrigo, R. (22 de septiembre de 2020) ¿Qué son las hipótesis causales y relacionales? Estudiando.

<https://estudiando.com/hipotesis-causales-y-relacionales-definiciones-y-ejemplos/>

Rodriguez, D. (2018) Modelo de Internacionalización UPPSALA. prezi.com.

<https://prezi.com/qsapaz-kfl5b/modelo-de-internacionalizacion-uppsala/>

Roland, U. (2021). Factores relacionados a la productividad en la exportación de uvas frescas al mercado europeo (Alemania) en el periodo 2018-2019.

<https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/11056>

Saavedra, B. (2019). Uso y manejo del Software Antiplagio Turnitin

<https://usdg.edu.pe/assets/docs/investigacion/reglamento-del-uso-del-turnitin-USDG.pdf>

Salinas, R. (2020) Normas APA actualizadas a la 7° edición

<https://biblioguias.ucm.es/estilo-apa-septima>

Sandoval, K. V. (2019). La competitividad del comercio de uva en el mercado internacional y en Estados Unidos: el caso de México y Perú. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7068304>

SENASA, (2020). Alcanza acuerdo para reanudar exportación de uva al mercado ecuatoriano gob_pe. CE Noticias Financieras, Spanish ed.; Miami.

<https://www.proquest.com/docview/2500880164/9A329AF366894CC0PQ/18>

Tech, R. T. F. (2023, 23 marzo). Perú comienza a exportar uva a Japón con un potencial de 17 millones de dólares. THE FOOD TECH - Medio de noticias líder en la Industria de Alimentos y Bebidas.

<https://thefoodtech.com/industria-alimentaria-hoy/peru-comienza-a-exportar-uva-a-japon-con-un-potencial-de-17-millones-de-dolares/>

Vásquez, D. H., Velasco J. R. (2018) Plan De Negocio Para La Exportación De Uva De Mesa: Red Globe, A Los Emiratos Árabes Unidos, De La Asociación De Agricultores Del Valle Encantado El Progreso-Pátapo, Lambayeque

<https://hdl.handle.net/20.500.12802/5769>

Vera, F. (2021). El crecimiento de las pymes y su utilidad. The Flash Co.

<https://theflashco.com/el-crecimiento-de-las-pymes/>

Zárate, N.(2019) Proceso administrativo y comercialización desde un enfoque de asequibilidad.

<https://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-comercializacion-desde-enfoque-asequibilidad/>

ANEXOS

ANEXO 1: Tabla de Operacionalización de variables.

Crecimiento comercial

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Crecimiento Comercial	Comprende actividades muy diversas, como crecimiento de una pyme que viene hacer el crecimiento en ventas de un producto o servicio al mercado. El crecimiento también es el progreso que tiene una empresa según sus clientes, empleados, infraestructura, tecnología integración de marca y producción de bienes y servicios según su demanda en las empresas. (Aguilera et. ál. 2019, p. 3)	La presenta investigación tiene como variable de estudio el Crecimiento, el cual contempla con 3 dimensiones y por cada una de ellas de dos a tres indicadores teniendo como base nuestra teoría principal. Se realizará una encuesta de 20 preguntas y la escala de medición elegida es la de Likert.	Nivel de Producción	Producto. Costos. Procesos operativos.	Escala de Likert, Ordinal Siempre (5) Casi Siempre (4) Algunas Veces (3) Pocas Veces (2) Nunca (1)
			Participación de mercado	Competidores Fidelización de clientes. Estrategias.	
			Ventas del producto	Facturación. Clientes. Volumen de ventas.	

Fuente: Elaboración propia

Operacionalización de variable 2: Exportación

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Exportación	La Exportación viene hacer el régimen aduanero que se aplican a las mercancías en libre circulación que salen del territorio aduanero para su consumo o uso definitivo en el exterior, esto va a depender del valor del producto al mercado y de esto dependerá el volumen de sus exportaciones a los países. (Hernández, 2021, p 25.)	La presenta investigación tiene como variable de estudio la Exportación, el cual contempla con 3 dimensiones y por cada una de ellas de dos indicadores teniendo como base nuestra teoría principal. Por ello se usará una encuesta a 20 preguntas y la escala de medición elegida es la de Likert.	<p>Volumen de exportación</p> <p>Valor exportado</p> <p>Distribución</p>	<p>Cantidad del producto. Transacciones. Tecnología.</p> <p>Calidad. Precio. Rentabilidad.</p> <p>Cumplimiento de pedidos. Almacenamiento. Transporte.</p>	<p>Escala de Likert, Ordinal</p> <p>Siempre (5) Casi Siempre (4) Algunas Veces (3) Pocas Veces (2) Nunca (1)</p>

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2: Instrumento de recolección de datos

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS SOBRE VARIABLE CRECIMIENTO COMERCIAL						
CONSENTIMIENTO INFORMADO ENCUESTA						
<p>Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; Sí () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo Determinar la relación existe entre Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.</p> <p>Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: jpanaquei@ucvvirtual.edu.pe – reolayasa@ucvvirtual.edu.pe</p> <p>INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responde remarcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente: Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)</p>						
CUESTIONARIO						
VARIABLE: CRECIMIENTO COMERCIAL						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
NIVEL DE PRODUCCIÓN	PRODUCTO					
	1. ¿Considera usted que la uva ha aumentado la demanda?					
	2. ¿Cree que la uva ha logrado gran crecimiento comercial gracias a las variedades que existe?					
	COSTOS					
	1. ¿Considera que el embalaje utilizado influye en un aumento de costos?					
	2. ¿Considera que el software ha ayudado a mantener un control en los costos?					
	PROCESOS OPERATIVOS					
	1. ¿El proceso operativo utilizado durante varios años se vieron afectados en tiempo de pandemia?					
2. ¿Considera importante cumplir con los procesos operativos para la exportación de la uva?						
PARTICIPACIÓN DE MERCADO	COMPETIDORES					
	1. ¿Considera que utilizar estrategias competitivas ayudó a diferenciarse de sus competidores?					
	2. ¿Considera que los riesgos a los que se enfrente una pyme agroexportadora es bastante riguroso?					
	FIDELIZACIÓN DE CLIENTES					
	¿Cree usted que el papel de la tecnología y el análisis de datos ha generado impacto en la fidelización de clientes?					
	2. ¿Cree usted que los niveles de satisfacción de los clientes estadounidense son altos?					
	ESTRATEGIAS					
	1. ¿Considera usted que las estrategias contribuyeron a que se cumplan las metas a largo plazo?					
2. ¿Considera que el uso de estrategias permite el crecimiento y comercialización de la uva?						
VENTAS DEL PRODUCTO	FACTURACION					
	1. ¿Cree usted que es importante el control de manejo de información comercial en la exportación?					
	2. ¿Considera que la Factura emitida ayuda dar a conocer al cliente sobre el costo de flete?					
	CLIENTES					
	1. ¿Cree que el gestionar varios modelos de pagos facilita la compra del cliente?					
	2. ¿Considera importante vender la uva a bajo precio y que los clientes se sientan satisfechos?					
	VOLUMEN DE VENTAS					
	1. ¿Considera usted que el clima influye en el volumen de ventas					
2. ¿Considera que la demanda genera gran volumen de ventas?						

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS SOBRE LA VARIABLE EXPORTACIÓN

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENCUESTA

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo Determinar la relación existe entre Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: [: ipanaquei@ucvvirtual.edu.pe](mailto:ipanaquei@ucvvirtual.edu.pe)– reolayasa@ucvvirtual.edu.pe

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responde remarcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente: Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)

CUESTIONARIO

VARIABLE: EXPORTACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
VOLUMEN	CANTIDAD DEL PRODUCTO					
	1. ¿Cree que la uva ha obtenido un gran crecimiento en los últimos años?					
	2. ¿Considera que los factores que influyen en las fluctuaciones afecta en la cantidad de productos exportados?					
	TRANSACCIONES					
	1. ¿Considera que el uso de tecnologías o plataformas facilita el rastreo de las transacciones?					
	2. ¿Considera usted que fue bastante claro el proceso de facturación y desglose de costos de la transacción?					
	TECNOLOGIA					
	1. ¿Cree que la tecnología facilita el almacenamiento y exportación de productos? 2. ¿Considera que usar equipos tecnológicos incrementaría el volumen en las exportaciones?					
VALOR EXPORTADO	CALIDAD					
	1. ¿Cree que las capacitaciones y desarrollo profesional que ofrecen a los empleados promueve el mejoramiento en la calidad de la empresa?					
	2. ¿Considera importante los certificados para corroborar la calidad del producto?					
	PRECIO					
	1. ¿Es fundamental brindar precios accesibles al mercado?					
	2. ¿Considera que para mantener un precio estable del producto se debería reducir los costos en producción?					
	RENTABILIDAD					
	1. ¿Cree usted que es mejor usar pallets de plásticos ya que estos son más económicos para la empresa? 2. ¿Considera que si se ofrece un precio competitivo a sus consumidores este sería más rentable en el mercado?					
DISTRIBUCION	CUMPLIMIENTO DE PEDIDOS					
	1. ¿Considera que es importante el implemento de sistemas o herramientas para mejorar la gestión de pedidos?					
	2. ¿Cree usted que al término de entrega del producto influye en las decisiones de una próxima compra del cliente?					
	ALMACENAMIENTO					
	1. ¿Qué tan precisos considera que son los procesos de seguimiento y gestión de inventario en el almacén?					
	2. ¿Cree usted que los clientes se sienten seguros con respecto a la privacidad de datos almacenados?					
	TRANSPORTE					
	1. ¿Cree usted que para mejorar el transporte se requiere un almacén cerca a planta? 2. ¿Cree usted que los costos de transporte son razonables en relación con el servicio que proporciona?					

ANEXO 3: Modelo de consentimiento o asentimiento informado UCV

FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N° 062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023

Investigador (a) (es): Ipanaque Ipanaque Yakelin y Olaya Sandoval Reyna Elizabeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023”, cuyo objetivo es Determinar la relación existe entre Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes: pregrado de la carrera profesional Negocios Internacionales o programa Ciencias Empresariales, de la Universidad César Vallejo del campus Piura.

Describir el impacto del problema de la investigación. Consiste en conocer la relación que existe entre Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023, para esto se ha estudiado diversas teorías.

Procedimiento Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en el ambiente de interna de la empresa. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía): Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia): Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia): Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia): Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) (Apellidos y Nombres) Ipanaque Ipanaque Yakelin y Olaya Sandoval Reyna Elizabeth, email: yipanaquei@ucvvirtual.edu.pe y reolayasa@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Michca Maguiña Mary Hellen Mariela, email: mmichcam@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Ipanaque Ipanaque Yakelin y Olaya Sandoval

Reyna Elizabeth Fecha y hora: 16 de junio del 2023, a las 5:00 pm.

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas]

Anexo 4: Matriz de evaluación por juicio de expertos, formato UCV

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Llerena Romero Michael** con **DNI N° 41707169** Magister en Negocios Internacionales (se adjunta constancia SUNEDU), de profesión Docente desempeñándome actualmente como docente de la escuela de Negocios Internacionales Lima Norte

Por medio de la presente hago constar que he revisado la investigación de IPANAQUE IPANAQUE YAKELIN Y OLAYA SANDOVAL REYNA ELIZABETH, denominada **“Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023”** con fines de Validación los instrumentos:

LISTADO DE INSTRUMENTOS.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

<i>INSTRUMENTO 01</i>	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

<i>INSTRUMENTO 02</i>	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de octubre del 2023



Mgtr. : Llerena Romero Michael Alexander
DNI : 41707169
Especialidad : Mg. Negocios Internacionales
E-mail : mromeroll@ucvvirtual.edu.pe
Teléfono : 997609842

**PERU**

Ministerio de Educación

Educación Superior Universitaria

Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
ROMERO LLERENA, MICHAEL ALEXANDER DNI 41707169	BACHILLER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Fecha de diploma: 13/09/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 01/09/2011 Fecha egreso: 16/07/2016	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
ROMERO LLERENA, MICHAEL ALEXANDER DNI 41707169	LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Fecha de diploma: 20/12/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
ROMERO LLERENA, MICHAEL ALEXANDER DNI 41707169	MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA Fecha de diploma: 13/12/19 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 02/04/2018 Fecha egreso: 11/08/2019	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>

Crecimiento comercial y exportación de uva de una pyme agroexportadora, Piura 2023"

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Escala de Evaluación de Crecimiento comercial y exportación de uva.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
ASPECTOS DE VALIDACION																						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado															X						
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables															X						
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación															X						
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems															X						
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.															X						
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación															X						
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación															X						
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores															X						
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación															X						

OPINIÓN DE LA APLICACIÓN

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 14 de octubre de 2023.



Mgtr. : Llerena Romero Michael Alexander

DNI : 41707169

Especialidad : Mg. Negocios Internacionales

E-mail : mromeroll@ucvvirtual.edu.pe

Teléfono : 997609842

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Pasache Ramos Máximo Fidel** con **DNI N° 07903350** Magister en Ingeniero economista (se adjunta constancia SUNEDU), de profesión Docente desempeñándome actualmente como docente de la escuela de Negocios Internacionales Lima Norte

Por medio de la presente hago constar que he revisado la investigación de IPANAQUE IPANAQUE YAKELIN Y OLAYA SANDOVAL REYNA ELIZABETH, denominada **“Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023”** con fines de Validación los instrumentos:

LISTADO DE INSTRUMENTOS.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

<i>INSTRUMENTO 01</i>	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

<i>INSTRUMENTO 02</i>	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de octubre del 2023



Mgtr. : Pasache Ramos Máximo Fidel
DNI : 07903350
Especialidad : Mg. Ingeniero economista
E-mail : mpasacher@ucvvirtual.edu.pe
Teléfono : 985997741

<https://www.sunedu.gob.pe/registro-nacional-de-grados-y-titulos/>

Graduado	Grado o Título	Institución
PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL DNI 07903350	BACHILLER EN INGENIERIA ECONOMICA Fecha de diploma: 26/10/94 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA <i>PERU</i>
PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL DNI 07903350	TITULO PROFESIONAL DE INGENIERO ECONOMISTA Fecha de diploma: 25/08/99 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA <i>PERU</i>
PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL DNI 07903350	MAESTRO/MAGISTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA Fecha de diploma: 15/04/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 04/04/2014 Fecha egreso: 31/12/2016	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL DNI 07903350	DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 08/08/22 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 01/04/2019 Fecha egreso: 27/01/2022	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>

“Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: *Escala de Evaluación de Crecimiento comercial y exportación de uva.*

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES
		0 - 20		21 - 40		41 - 60		61 - 80		81 - 100												
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																X					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																X					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																X					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																X					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																X					
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																X					
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																X					

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Flores Farro Ynma Angélica** con **DNI Nº 40200403** Dra. Gestión Pública y gobernabilidad (se adjunta constancia SUNEDU), de profesión Docente desempeñándome actualmente como docente de la escuela de Negocios Internacionales Lima Norte

Por medio de la presente hago constar que he revisado la investigación de **IPANAQUE IPANAQUE YAKELIN Y OLAYA SANDOVAL REYNA ELIZABETH**, denominada **“Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023”** con fines de Validación los instrumentos:

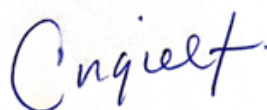
LISTADO DE INSTRUMENTOS.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

<i>INSTRUMENTO 01</i>	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

<i>INSTRUMENTO 02</i>	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de octubre del 2023



Dra. : Flores Farro Ynma Angélica
 DNI : 40200403
 Especialidad : Dra. Gestión Pública y gobernabilidad
 E-mail : Yfloresf@ucvvirtual.edu.pe
 Teléfono : 993258083

**REGISTRO NACIONAL DE
GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
<p>FLORES FARRO, YNMA ANGELICA DNI 40200403</p>	<p>BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GESTION DE EMPRESAS</p> <p>Fecha de diploma: 17/01/2014 Modalidad de estudios: -</p> <p>Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)</p>	<p>UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS S.A.C. <i>PERU</i></p>
<p>FLORES FARRO, YNMA ANGELICA DNI 40200403</p>	<p>LICENCIADO EN ADMINISTRACION</p> <p>Fecha de diploma: 08/06/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL</p>	<p>UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA ASOCIACIÓN CIVIL <i>PERU</i></p>
<p>FLORES FARRO, YNMA ANGELICA DNI 40200403</p>	<p>MAESTRA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO</p> <p>Fecha de diploma: 11/05/18 Modalidad de estudios: PRESENCIAL</p> <p>Fecha matrícula: 04/09/2015 Fecha egreso: 10/06/2017</p>	<p>UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i></p>
<p>FLORES FARRO, YNMA ANGELICA DNI 40200403</p>	<p>DOCTORA EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD</p> <p>Fecha de diploma: 11/04/22 Modalidad de estudios: PRESENCIAL</p> <p>Fecha matrícula: 03/09/2018 Fecha egreso: 27/01/2022</p>	<p>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i></p>

“Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Escala de Evaluación de Crecimiento comercial y exportación de uva.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																X					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																X					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																X					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																X					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																X					
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																X					
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																X					
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																X					
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																X					

OPINIÓN DE LA APLICACIÓN

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

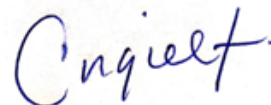
.....

.....

.....

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 14 de octubre de 2023.



Dra. : Flores Farro Ynma Angélica
DNI : 40200403
Especialidad : Dra. Gestión Pública y gobernabilidad
E-mail : Yfloresf@ucvvirtual.edu.pe

Teléfono : 993258083

Anexo 5: Resultado de similitud del programa turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/et/?a=1&io=2265529705&u=1086032488&lang=es

feedback studio YAKELIN IPANAQUE IPANAQUE Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023 /0 < 7 de 8 >

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023

TESIS PARA OBTENER EL
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORES:
Ipanaque Ipanaque, Yakelin (orcid.org/0000-0001-8753-327X)
Olave Sandoval, Reyna Elizabeth (orcid.org/0000-0002-2490-0340)

ASESORA:
Dra. Michica Maguina Mary Helen Mariela (orcid.org/0000-00017282-5595)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:
Desarrollo Sostenible, emprendimiento y Responsabilidad Social

PIURA — PERÚ
(2023)

Página: 1 de 28 Número de palabras: 8453 Versión solo texto del informe Alta resolución Activado 22°C Mayorm. nubla... 01:27 p.m. 24/10/2023

Resumen de coincidencias
17 %

Se están viendo fuentes estándar
Ver fuentes en inglés

Coincidencias

Número	Fuente de Internet	Porcentaje
1	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	11 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5 %
3	www.freshplaza.es Fuente de Internet	<1 %
4	repositorio.unfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
5	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
6	lalayo.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
7	repositorio.usapiedro... Fuente de Internet	<1 %
8	www.acribd.com Fuente de Internet	<1 %
9	repositorio.ulasameric... Fuente de Internet	<1 %
10	repositorio.ucc.edu.ni Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.unhvi.edu.mx Fuente de Internet	<1 %

ANEXO 6: Matriz de consistencia

Título: Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	METODOLOGÍA	POBLACIÓN / ESCENARIO DEL ESTUDIO Y MUESTRA
<p>¿Qué relación existe entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023?</p> <p>PROBLEMA ESPECÍFICO</p> <p>¿Qué relación existe entre crecimiento comercial y Volumen de exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023?</p> <p>¿Qué relación existe entre crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023?</p> <p>¿Qué relación existe entre crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre Crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICO</p> <p>Determinar la relación que existe entre el crecimiento comercial y volumen de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.</p> <p>Determinar la relación que existe entre el crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.</p> <p>Determinar la relación que existe entre el crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.</p>	<p>H1: Existe relación entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.</p> <p>H0 no existe relación entre crecimiento comercial y exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>H1: Existe relación entre el crecimiento comercial y volumen de exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023</p> <p>H0 no existe relación entre el crecimiento comercial y volumen de exportación de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023</p> <p>H2: Existe relación entre el crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.</p> <p>H0 no existe relación entre el crecimiento comercial y valor exportado de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023</p> <p>H3: Existe relación entre el crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.</p> <p>H0 no existe relación entre el crecimiento comercial y distribución de uva hacia el mercado estadounidense de una pyme agroexportadora, Piura 2023.</p>	<p>Variable dependiente Crecimiento comercial</p> <p>Nivel de Producción Participación de mercado Ventas del producto.</p> <p>Variable independiente Exportación</p> <p>Volumen de exportación Valor de exportación Distribución</p> <p>Tipo de Investigación Tipo: Aplicada Nivel: Correlacional Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental.</p>	<p>P: 50 empleados de una pymeagroexportadora de Piura. M: 30 empleados de una pymeagroexportadora de Piura.</p> <p>TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</p> <p>Encuesta - cuestionario Escala de medición – Likert Entrevista estructurada - guía de entrevista</p>

Fuente elaboración propia