



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS - MBA**

Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
**Maestro en Administración de Negocios-MBA**

**AUTOR:**

Br. Ulises Regalado Rafael (ORCID: 0000-0002-1380-4361)

**ASESOR:**

Dr.: Hugo Enrique Huiman Tarrillo (ORCID:0000-0002-8152-7570)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y herramientas gerenciales

Chiclayo – Perú

2019

## **DEDICATORIA**

En especial a mi padre que está en cielo, a mi madre y hermanos por su amor, comprensión y apoyo emocional durante el tiempo que duro la maestría y lograr un sueño más en mi vida profesional.

Ulises Regalado

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer a dios por ser el soporte espiritual en la cual me permitió seguir este reto, a mis amigos y profesores por sus enseñanzas y apoyo en el desarrollo de la tesis.

Ulises Regalado

## PÁGINA DEL JURADO



### DICTAMEN DE SUTENTACIÓN DE TESIS

EL BACHILLER: Regalado Rafael, Ulises

Para obtener el Grado Académico de **Maestro en Administración de Negocios – MBA**, ha sustentado la tesis titulada:

**PROGRAMA DE EXPORTACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN APAGA, CHEPEN.**

Fecha: 07 de Agosto de 2019

Hora: 07.00 pm

#### JURADOS:

**PRESIDENTE:** Dra. Mercedes Alejandrina Collazos Alarcón Firma: 

**SECRETARIO:** Mg. Tania Yasely Mendoza Banda Firma: 

**VOCAL** : Dr. Hugo Enrique Huiman Tarrillo Firma: 

El jurado evaluador emitió el dictamen de:

..... *Aprobar por Unanimidad* .....

Habiendo encontrado las siguientes observaciones en la defensa de la tesis

.....  
.....  
.....

Recomendaciones sobre la tesis:

.....  
.....  
.....

Nota: El tesista tiene un plazo máximo de 15 días, contabilizados desde el día siguiente a la sustentación, para presentar la tesis habiendo incorporado las recomendaciones formuladas por el jurado evaluador

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Ulises Regalado Rafael, estudiante del Programa de Maestría en Administración de Negocios – MBA, de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI 70035869, con la tesis titulada Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagio; es decir no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse las faltas de: fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (presentar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones de que mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 21 de junio del 2019.



Ulises Regalado Rafael  
DNI: 70035869

## ÍNDICE

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice .....	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras.....	vii
RESUMEN .....	viii
ABSTRACT.....	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. MÉTODO .....</b>	<b>17</b>
2.1. Tipo y diseño de investigación .....	17
2.3. Población y muestra. ....	20
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	20
2.5. Procedimientos .....	21
2.6. Métodos de análisis de datos .....	21
2.7. Aspectos éticos .....	22
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>23</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>28</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>30</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>31</b>
<b>VII. PROPUESTA.....</b>	<b>32</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>34</b>
<b>ANEXOS: .....</b>	<b>37</b>
Matriz de consistencia.....	37
Instrumento de medición de la variable .....	38
Validación del instrumento .....	40
Diseño de la propuesta .....	41
Autorización para el desarrollo de la tesis .....	48
Validación de la propuesta .....	49
Autorización para la publicación electrónica de la tesis .....	51
Acta de aprobación de originalidad de tesis .....	52
Reporte turnitin .....	53
Autorización de la versión final del trabajo de investigación. ....	54

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variable dependiente: Internacionalización.....	18
Tabla 2: Variable independiente: Programa. ....	19

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura: 1 ¿Conoce usted los beneficios de la exportación?.....	23
Figura: 2¿Conoce usted las características de un producto de exportación?.....	23
Figura: 3¿Sabe diferenciar usted si su producto es de calidad? .....	24
Figura: 4¿Conoce usted cuales son los requisitos de ingreso para los mercados internacionales? .....	25
Figura: 5¿Conoce usted el uso de los INCOTERMS? .....	25
Figura: 6¿Sabe usted cuales son los beneficios de los regímenes aduaneros? .....	26
Figura: 7¿Conoce los servicios que ofrece los operadores de comercio exterior? .....	26
Figura: 8¿Tiene conocimiento usted cuales son los costos logísticos en la exportación?...	27

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA de la provincia de Chepén La Libertad lo cual permitió diseñar un programa de exportación para los socios productores de banano orgánico de la asociación con el fin de exportar de forma directa hacia el mercado exterior. Para diseñar se tuvo que analizar cuanto conocen los miembros de la asociación sobre la internacionalización.

La metodología utilizada para la investigación es de tipo descriptivo propositivo realizado en una población de 40 socios productores y con un grupo muestral de 20 socios basados en la realidad problemática en la cual se desempeña para luego plantear una solución de acuerdo con sus necesidades y capacidades de producción. El instrumento utilizado es el cuestionario conteniendo 8 preguntas relacionadas directamente en la internacionalización a través de los métodos de entrada y costos logísticos siendo validado por los expertos.

Los resultados de la investigación del programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA beneficia a los socios productores de la provincia de Chepén – La Libertad.

**Palabras claves:** Programa, exportación, mercado exterior, internacionalización



## **ABSTRACT**

The present research work called Export Program for the Internationalization of the Association APAGA of the province of Chepén - La Libertad that allowed to design an export program for the organic banana producing partners of the association in order to export directly to the foreign market To design. It was necessary to analyze how much the members of the association know about internationalization.

The methodology used for the research is of a descriptive and propositive type, carried out in a population of 40 producer members and a sample group of 20 partners based on the problematic reality in that it is carried out, to later propose a solution according to their needs and capacities of production.

The instrument used is the questionnaire containing 8 questions directly related to internationalization through the input methods and logistic costs being validated by the experts.

The results of the research of the Export Program for the Internationalization of the Association APAGA, benefits the producing partners of the province of Chepén - La Libertad

**Keywords:** Program, export, foreign market, internationalization.

## I. INTRODUCCIÓN

Los mercados internacionales son muy exigentes y más aún si se trata de productos frescos provenientes del agro; para su cultivo se requiere de un tratamiento riguroso, con profesionales capacitados en las áreas correspondientes, la cosecha y distribución hasta el consumidor, es un proceso complejo que implica tener las herramientas y medios necesarios para hacer llegar el producto en buen estado hasta el mercado de destino.

La dificultad que tienen las empresas para vender en el mercado exterior se basa en factores que se pueden solucionar siempre y cuando tengan en claro el proceso de cultivo, de distribución y el personal adecuado para realizar dichas tareas. También está en conocer con respecto a los requerimientos que los mercados exigen, como es calidad, certificaciones orgánicas, además, de ser amigables con el medio ambiente; esto repercute en los precios internacionales de exportación, a diferencia del mercado nacional.

Ofrecer productos en los mercados internacionales se necesita conocer bien cual es proceso de exportación, la documentación y sobre todo si estamos en capacidad de responder a los pedidos desde el exterior y en las condiciones solicitadas demostrando así que la empresa cumple con sus acuerdos establecidos. De esa forma la empresa es más competitiva en el mercado internacional como el nacional generando un incremento en sus utilidades.

La planificación es la base para emprender la internacionalización, muchas veces las empresas se aventuran a exportar de una manera empírica sin considerar los riesgos que se puedan producir a lo largo de la exportación dificultando manejarse en los escenarios poco explorados, sin embargo para realizarlo se requiere de recurso humano capacitado con herramientas necesarias que permitan desarrollar un modelo de negocio de exportación incrementando la competitividad y productividad internacional para la empresa.

La Asociación de Productores Agricultores Ganaderos del Algarrobal (APAGA) pertenece al caserío el Algarrobal de la Provincia de Chepén Región La Libertad es una asociación su único producto es el cultivo y exportación de banano orgánico, actualmente envía su producto al exterior a través de un intermediario. Los factores por la cual no exportan directamente son su capacidad de producción de 30,000.00 kg semanales, empaque, transporte; desconocimiento en el proceso de

exportación: como la gestión de documentos aduaneros, certificaciones relacionados al producto, documentos logísticos relacionados al transporte nacional e internacional, además la asociación obtuvo una penalidad debido a el producto no cumplió con unos de los criterios establecidos en el contrato. (el producto debe llegar en óptimas condiciones para ser distribuido, no debe estar maduro).

La internacionalización es un proceso gradual lo cual han tenido que pasar las empresas superando las barreras que les impedían ingresar a mercados altamente exigente, con respecto a controles de calidad, adaptabilidad del producto siguiendo los requerimientos solicitados por el cliente.

La internacionalización puede ser muy atractiva y fundamental para el crecimiento de las corporaciones y los empleados; las empresas que exportan han pasado por un proceso de desarrollo de exportación, crecen más rápido, son más productivas muchas de ellas se internacionalizan desde un inicio la mayoría lo hace de manera gradual (Czinkota & Ronkainen, 2007).

El mercado internacional ofrece múltiples oportunidades en la cual las empresas tienen un estímulo para comenzar las fases de internacionalización Czinkota & Ronkainen en su libro de Marketing Internacional menciona a dos al estímulo proactivo lo cual permite que las empresas obtengan al momento de internacionalizarse ventajas en utilidades, productos son únicos en el mercado, ventaja tecnológica para el desarrollo e innovación, información exclusiva, economía de escala para reducir costos y el tamaño del mercado; también menciona al estímulo reactivo que corresponde a las preocupaciones como las presiones competitivas del mercado nacional, sobreproducción, disminución de las ventas nacionales, exceso de capacidad de producción, mercados nacionales saturados, proximidad a clientes y puertos para la salida de los productos.

Existen muchos elementos para el aumento del comercio internacional (...). Algunas compañías encontraron razones para expandir sus ventas en el extranjero y otras encontraron razones para comprar parte de sus materias primas y suministros en el exterior. Estos factores de estímulo se dividen generalmente en cuatro categorías principales: costo, competencia, mercado y tecnología (Pierre A. D., 2016).

Las compañías como Ford Motors Company, Toyota Motors y Volkswagen producen y venden sus automóviles en todo el mundo lo cual hace que sus costos se

distribuyan de forma que no afecte a una sola fabrica. Carrefour de Francia que compite con Wal-Mart de Estados Unidos, los consumidores quieren encontrar sus productos en cualquier parte es por ello por lo que las empresas identificaron la necesidad de expandirse fuera del país como Macd Donals o en su momento como fue los rollos para películas de cámara Kodack, Fuji Agfa.

A diferencia estas compañías lograron su internacionalización debido a que tienen lo suficientes recursos económicos, humanos y tecnológicos para su expansión, en la actualidad son casos de estudio para impulsar a las empresas que están o tienen en un futuro plan a internacionalizarse.

Martínez (2011), en su proyecto denominado “La internacionalización de la empresa familiar” utilizó para recabar información el instrumento como el cuestionario e informe de campo, concluyendo que los negocios (bodegas) familiares buscan en el mercado exterior una oportunidad como vía natural para la supervivencia de la empresa, además, de aprovechar excesos en sus capacidades productivas y ofertarlos en el mercado internacional.

Relevancia: Porque nos permite determinar que las empresas familiares tienen objetivos empresariales de expansión, a diferencia de las no familiares que buscan seguridad y estabilidad en sus negocios.

Ahora el mercado internacional necesita de productos con estándares internacionales de calidad, respeto por el medio ambiente, seguridad de los trabajadores y la tendencia de consumir productos orgánicos a pesar de que para su cultivo y producción se requiere pasar por un proceso certificación que lo realizan las instituciones internacionales que acreditan que el producto cumple con los criterios para ser denominado orgánico.

Las empresas muchas veces tienen temor a internacionalizarse por lo que no tienen la suficiente capacidad de gestión para realizar sus operaciones de manera directa es decir sin intermediarios, esto lleva a contactarse con empresas que tienen conocimiento y son parte de los mercados internacionales.

Existen factores que permiten a las empresas comercialicen sus productos de exportación a través de intermediarios, por ejemplo: los contactos de los clientes en el exterior debido a estos suelen hacer sus pedidos a empresas que tienen una relación muy bien formada a través de todo un proceso realizado en envíos anteriores, capacidad de producción muchas veces los clientes en el exterior realizan sus pedidos

en grandes volúmenes lo cual hace más difícil negociar los precios si la empresa no tiene la capacidad para proveer , recurso humano con poca experiencia en el manejo de comercio exterior, desconocimiento de las gestiones necesarias en las instituciones que certifican y autorizan las exportaciones, en algunas empresas los que dirigen son personas que no tienen un profesión afines.

Las empresas que recién están empezando a vender sus productos en el exterior son aquellas que no tienen la suficiente capacidad económica para poder desenvolverse por sí solos es por ello buscan formas de ofertar sus productos. El estado juega un papel muy importante lo cual está impulsando acciones para concretar la internacionalización de las organizaciones nacionales mediante la negociación de tratados y acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales, elaboración consolidación del Planes Estratégicos Nacionales y Regionales de exportación, diversificación de la oferta exportable con productos llegando a más de 174 mercados, también esta hacer que las empresas peruanas sean más competitivas con sus pares de otros países. (Agencia Peruana de Noticias, 2018)

La internacionalización trae también ventajas y existe casos de éxito que servirán como referencia para otras empresas para Otto Regalado Profesor del MBA ESAN menciona que “Algunas marcas como Alicorp, gloria y Unacem prefieren absorber a sus posibles competidores. Otras, como AJE, Camposol y Damper prefieren instalar plantas o cultivos en otros países. A diferencia de las pequeñas empresas estas tienen mucha capacidad de inversión y recurso humano y están muy bien consolidadas, además, aprovecharon las oportunidades que el mercado internacional les ofrece.

La internacionalización genera competitividad en las empresas y para el país, permitiendo ingresar a mercados y competir con otros país con productos que cumplen los estándares internacionales de comercialización, también, para tener competitividad se requiere de acceso a ciertos criterios influyentes como la información que es fundamental para conocer lo que es lo que necesita nuestro cliente y cuáles son los requisitos necesarios de ingreso a dicho mercado, el financiamiento para identificar mercados de destino y luego iniciar el proceso de internacionalización.

El estado peruano a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), ha destinado fondos para creación del Programa de Apoyo a la

Internacionalización en el marco de la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2015 como meta de asesorar a 80 Mipyme exportadoras. Este programa cofinanciará actividades orientadas a fortalecer, promover e impulsar el proceso de internacionalización de las organizaciones nacionales que estén en el sector exportador, brindando un soporte de profesionales especializados en temas de comercio exterior, además, de la realización de estudios para determinar la demanda internacional y brindar los conocimientos precisos para exportar a los mercados internacionales (MINCETUR, 2019).

Para Espinoza Villalobos, Gómez Asqui & Valle Veliz (2015). En la tesis denominada “Factores que influyen en la internacionalización de las empresas familiares en Tacna” su objetivo general es Determinar los factores que determinan la internacionalización de las empresas familiares de la ciudad de Tacna, Lo cual concluye que el comportamiento seguido a un grupo de empresas familiares, determinando que el tamaño y el tiempo de las organizaciones nos son factores influyentes en la internacionalización, sin embargo, la magnitud del negocio determinada por el tipo de sector en el que realizan sus actividades si tienen influencia. Además, recomienda realizar más estudios que permita demostrar la cantidad de empresas familiares que existe en la ciudad, a fin de establecer acciones tanto de entidades públicas o privadas que permitan su desarrollo.

Relevancia: Porque nos permite tener en cuenta que los factores determinantes en la internacionalización de las organizaciones familiares es el tipo de sector en la cual desarrollan sus actividades comerciales.

Para Espinoza & Manco (2016). En su tesis denominada. Viabilidad de crecimiento de una agroexportadora de paltas a través de la internacionalización, concluye una empresa toma la decisión de internacionalizarse, debe emplear tiempo y los recursos necesarios en el análisis interno desde el punto de partida de la organización en cuanto a su estrategia a emplear, capacidades y recursos que posee. Además, menciona que el éxito del modelo de negocios de una empresa depende de cómo este interactúa con su contexto, sin embargo, si un modelo de negocio es exitoso y se replica en un nuevo contexto no asegura el éxito del mismo debido a que las condiciones son distintas al de origen, en cuanto a la estructura de la estrategia de internacionalización es importante porque permite evaluar a las empresas en que aspectos del proceso de internacionalización están débiles y reforzarlos.

Relevancia: Porque nos permite conocer que el proceso de internacionalización se debe tener y disponer recursos en el momento de iniciar la internacionalización.

Macha (2018). En su tesis denominada “Barreras a la exportación y el proceso de internacionalización desde la perspectiva de las Mypes exportadoras del sector textil de Lima Metropolitana 2006 - 2016”. Cuyo objetivo general “determinar de qué forma las barreras funcionales que enfrentan las Mypes del sector textil, disminuyen la oferta exportable” Obteniendo como resultado las deficiencias de las distintas funciones que tiene el personal, se observó que en las áreas de recursos humanos el personal no está capacitado para dirigir de una manera acertada, el área de exportaciones profesionales con poca experiencia, la falta capacidad de producción por los escasos recursos utilizados, la escasez del capital de trabajo, la limitada capacidad de financiamiento, generan limitaciones en el 50% de las Mypes exportadoras convirtiéndose en barreras funcionales afectando la oferta exportable de la empresa. Además, recomienda a los gerentes y al personal asignado al área de exportaciones contar con capacitaciones en temas relacionados al comercio exterior como también en inteligencia comercial internacional con el fin de dinamizar el proceso de internacionalización.

Relevancia: Porque nos permite comprobar la importancia que el recurso humano este capacitado y las demás áreas deben de contar con los recursos disponibles para dinamizar el proceso de la internacionalización.

Este programa incrementara las exportaciones peruanas y nuevas empresas iniciaran su proceso de internacionalización aprovechar mejor los acuerdos comerciales vigentes y firmados y los que están en negociación con el fin de hacer competitivo a nuestro país

La internacionalización de las empresas tiene una evolución de forma progresiva al término del año 2016 se registraron 179 empresas exportadoras clasificadas en 8 empresa grande, 40 empresa medianas, 63 empresas pequeña y 68 empresas micro todas ellas pertenecientes a los diferentes sectores económicos, siendo el sector agropecuario con 120 empresas. (SIICEX, 2018).

Vargas (2019). En su investigación denominada “Programa de envío al mercado extranjero para exportar el aceite esencial del limón de los productores del distrito de Olmos”, cuyo objetivo general es “Proponer un Programa de Envío al Mercado Extranjero para Exportar el Aceite Esencial de Limón de los Productores

del Distrito de Olmos”. Utilizo el método descriptivo propositivo mediante, las fichas documentales, cuestionarios, la observación. Obtuvo un resultado la propuesta de programa de envió al mercado extranjero es de mucha utilidad y servirá como herramienta para la exportación del aceite esencial del limón, además la implementación de dicho programa beneficia a los productores del distrito de Olmos para la exportación del aceite de limón, sin embargo, los expertos se mostraron de acuerdo que el programa beneficia a la exportación y gozo de gran viabilidad participativa, económica y financiera. Finalmente recomienda incentivar a las autoridades competentes involucradas en el comercio exterior al desarrollo y aplicación de programas, charlas, seminarios a cargo de especialistas que sirvan de herramienta para facultar a los productores sobre siembra manejo de cultivo, cosecha, procesamiento de productos con gran calidad para comercializar en el extranjero.

Relevancia: Porque el programa es una herramienta que guía a los agricultores a exportar, además, el programa beneficia a los productores permitiéndoles así tener participación en los mercados extranjeros.

Barrantes (2018). Según su investigación denominada “Programa De Envío al Mercado Extranjero Para Exportar El Mango Deshidratado De Los Productores Del Distrito de Olmos”, cuyo objetivo general es “Proponer el Programa de Envío al Mercado Extranjero para Exportar el Mango Deshidratado de los Productores del Distrito de Olmos”. Utilizo el método de descriptivo propositivos mediante la observación, fichas documentarias, cuestionarios, validadas por expertos. Obtuvo como resultado, la implementación del Programa de Envío a Mercados Extranjeros favorecerá la exportación del mango deshidratado de los productores de Olmos, además, al ser aplicado el programa de envió los productores se favorecerán con el conocimiento de cómo exportar el mango deshidratado y por consiguiente muchos productores iniciarán consorcios y asociaciones con el fin de crear beneficios. En sus recomendaciones menciona que las charlas y capacitaciones sean implementadas de forma frecuente respaldadas por las instituciones competentes en comercio exterior, con la finalidad que los productores conozcan relacionado al proceso que implica el procesamiento del mango deshidratado.

Relevante: Porque nos permite conocer la estructura de un programa, además al implementarlo ayudará a los productores a enviar el mango deshidratado al



mercado extranjero esto ayudará a que otros productores se asocien y exporten obteniendo mayores ingresos a través de las exportaciones.

Las empresas tienen dentro de su estructura jerárquica el área de comercio exterior y están dotadas de las condiciones y recursos necesarios iniciar el proceso de internacionalización muchas de ellas tienen alianzas con el estado e instituciones privadas ligada al comercio exterior como agencias de aduanas, operadores logísticos a fin de canalizar mejor sus operaciones.

Programa, para Andrés (Citado por Ordaz Z, Velia & Saldaña G, Gloria, 2005): “El programa es un conjunto de acciones definidas para materializar un plan que incluye la determinación de las actividades, sus tiempos y responsables”. Arder- Para Landa (1976), es una secuencia ordenada de acciones necesarias para obtener determinados resultados en plazos de tiempo preestablecidos. (Citado por Ordaz Z, Velia & Saldaña G, Gloria, 2005. p.38).

Martínez (1998). La teoría de la evaluación de programas comenzamos realizando una revisión de la situación actual de la evaluación como disciplina de conocimiento, mencionando sus elementos consecutivos (...). RAE (2019): “Define como un proyecto ordenado de actividades. También como un sistema de distribución de un curso o signatura”. Definición ABC (2019): “Un programa es aquello que se planifica con la intención de ejecutarlo con posterioridad. En general, un programa es una síntesis explicativa de algo”. CONCEPTODEFINICIÓN.DE (2019). “Programa sirve para denotar el conjunto de actividades que tanto en secuencia o simultaneas son ejecutadas por un equipo de individuos a fin de que se cumpla un objetivo”.

De acuerdo a las definiciones lo definimos al programa como una secuencia ordenada de acciones definidas de actividades con el fin de obtener resultados estableciendo plazos, tiempos y responsables para luego ejecutarlos con posterioridad.

Sukarrieta, menciona 3 pasos los cuales detallamos a continuación:

Secuencias preliminares: El conocimiento de ideas previas constituye el punto de inicio imprescindible en cualquier proceso de enseñanza-aprendizaje no se puede empezar sin saber qué es lo que el alumnado ya conoce. Secuencias intermedias: Inicia al terminar la secuencia preliminar, lo cual se convierte la parte importante del programa aquí si define el proceso y la estructura lo cual se va a adquirir el

conocimiento sobre la exportación y los temas anexos a él. Secuencias finales: Suma de la secuencia preliminar y la intermedia ya no se introduce nuevos elementos llega el tiempo de concluir el programa mediante conclusiones, recomendaciones, propuestas y criterios de evaluación.

Milán (2015). Plantea 3 partes

Resumen ejecutivo: Es una presentación breve de los puntos importantes del plan de negocio debe indicar las necesidades de la empresa, como recurso humano, financiamiento y capital. Descripción del negocio: se describe al negocio que es lo que hace, de los productos o servicios que oferta, la justificación y estrategias. Estudio de mercado: se realiza el análisis del mercado objetivo, como también de la competencia los pronósticos de la demanda, para estar preparados ante cualquier situación imprevista.

MINAGRI (2019). Menciona cuatro características como requisitos básicos para exportar.

Capacidad para competir en los mercados internacionales: El exportador debe de disponer de los recursos adecuados como: tecnología moderna en la gestión y el proceso productivo, poseer infraestructura mínima para comunicarse, contar con profesionales que dominen un idioma extranjero y con conocimientos del proceso de exportación. Contar con productos competitivos en calidad, precio y valor agregado: Es preciso, para tener éxito en la exportación, que se cumplan con los requerimientos de los mercados en cuanto a calidad del producto y precio, debiendo en lo posible disponer con un componente o elemento que se diferencie de otros productos similares, o un elemento que aporte más en rendimiento, propiedades o utilidades. Acceso a información suficiente y oportuna: Contar con un sistema de información abierto y permanente que permita conocer la tendencia de los consumidores, como las cadenas de distribución, procedimiento, regulaciones nacionales como en el extranjero. Planificación adecuada de la exportación: Es fundamental diseñar un plan de mercado internacional, donde se establecerá los objetivos y metas de exportación, indicando estrategias y acciones que deberán realizarse para ingresar y/o consolidar el mercado objetivo.

Es importante para los empresarios que aun todavía no han realizado exportaciones o desconoce del rubro tener en cuenta los siguientes criterios que

ayudarán a realizar la exportación: como conocer bien su producto, la capacidad de producción y el mercado de destino.

PROMPERÚ (2014). En la ruta exportadora menciona 4 fases para el desarrollo de un programa de exportaciones

Orientación e información: Es la primera fase en la cual se el exportador recibirá orientación personalizada e información especializadas sobre exportaciones e internacionalización empresarial. Capacitación: Segunda fase la cual oferta talleres y seminarios sobre comercio internacional que permitirán fortalecer y ampliar conocimientos para exportar. En temas de gestión exportadora, aduanera, calidad, logística internacional, comercio electrónico, y herramientas de comercio exterior. Asistencia empresarial: En herramientas de adaptación de productos, gestión empresarial, facilitación y calidad que es primordial para dar salto hacia la exportación. Promoción: Es la última fase de la ruta exportadora que permite a las empresas exportadoras tener herramientas de promoción y contacto con compradores internacionales que permitan ampliar la cartera de clientes con una mayor exposición de los productos en los mercados internacionales. Participan ferias especializadas, misiones comerciales, exhibir los productos en los showrooms.

Barrera (2019). Menciona tres partes en cuanto al contenido. Estrada de datos: Ingreso del sistema, que pueden ser recursos materiales, humanos o información. Proceso: Transforma una entrada en salida, puede ser una máquina, un individuo, una computadora, una tarea realizada por un miembro de la organización. Salida de resultados: Se obtiene de procesar las entradas, y que estas pueden adoptar la forma de productos, servicios e información.

Para Araya (2009), define a la internacionalización de las empresas como el proceso en el cual una empresa decide y participa de la realidad de la globalización, es decir, la forma en que la empresa proyecta sus actividades de manera total o parcialmente, a un entorno internacional generando flujos de diversos tipos comerciales, financieros y de conocimiento entre distintos pises.

“La internacionalización es un conjunto de operaciones que ayudan y permiten el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales”. (welch y Loutarien, 1988; Root, 1994; Rialp,1999).

Las empresas incursionan en los mercados internacionales de acuerdo con sus capacidades y los recursos disponibles como producción marketing investigación y

desarrollo lo cual proporcionan ventajas frente a sus competidores. Es decir, las empresas prefieren aprovechar las ventajas y manejar directamente sus operaciones en el exterior en lugar de conceder licencias a terceras Malca Guaylupo (2009).

PROMÉXICO (2019). La decisión de internacionalización implica la participación directa de las empresas en otros países y es un proceso que fortalece la integración de las naciones a la economía global través del mejoramiento de la productividad de sus empresas. Intercambiando y desarrollando productos según las necesidades de cada país.

De acuerdo con las definiciones anteriores la internacionalización es un proceso en la cual las empresas planifican para ingresar a mercados internacionales con productos adaptados a sus necesidades y aprovechando las oportunidades que ofrece la globalización.

La internacionalización de las empresas se da a través de la identificación de necesidades en el exterior lo cual esta busca ingresar ofreciendo sus productos cumpliendo los requisitos internacionales de comercialización. Una empresa se dice que ha logrado su internacionalización es cuando esta ha desarrollado su capacidad de competir con sus pares de otros países ofreciendo productos con estándares de calidad y adaptándolos a sus necesidades

“La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, en la producción para conseguir economías de escala y diversificar sus sedes de ventas (Daniels y Reddebaugh).

Formas internacionalización está basado en la experiencia y el conocimiento del proceso de exportación y de los recursos disponibles. Exportación directa: Es donde la empresa vende de manera directa sus productos con los clientes en el exterior, para llegar a esto se debe tener conocimiento y control de todo el proceso de exportación desde su producción hasta el cliente final asumiendo los riesgos, además, de tener una infraestructura adecuada, contar con recurso humanos capacitados. Exportación indirecta: Es utilizada por las empresas que están recién iniciando o no tienen mucha experiencia en las exportaciones, las operaciones de comercio exterior lo realizan un operador y asume los riesgos y por sus servicios cobra una comisión.

Para el MINCETUR (2013), clasifica a la internacionalización en 5 etapas esta clasificación está de acuerdo con el nivel de intensidad que desarrollan las empresas sus exportaciones: i) exportación ocasional: se realiza de manera esporádica por que ha recibido pedidos del exterior sin haberlo solicitado por el cliente, ii) exportación experimental: la empresa toma la decisión de buscar clientes en el exterior y toma acciones de promoción de los productos, iii) exportación regular: la empresa ya tiene un historial y una relación estable con los clientes, además, controlan las variables de marketing diseño externo del producto, esta etapa las empresas tienen un departamento de exportaciones y un responsable calificado, iv) establecimiento de filiales de venta: en esta etapa es de suma importancia la inversión por que se requiere de una oficina, recurso humano y un almacén; la empresa controla los precios a los detallista mas no la distribución que está sujeta a los distribuidores quienes hacen la distribución física a los detallistas, v) establecimiento de filiales de producción: esta es la etapa final de la internacionalización lo cual compromete a la empresa mayores recursos y asumiendo mayores riesgos como también utilidades es aquí donde se da el inicio a empresas multinacionales.

El proceso de la internacionalización: No significa exportar e importar es mucho más que eso, está el desarrollo y adaptación del producto, información del mercado de destino, conocimiento de todo el proceso de exportación e importación, capacitación al recurso humano que realizan las operaciones y el involucramiento de todos los actores desde el personal hasta los directivos de la empresa.

Según Rialp (1999), la internacionalización se explica como un proceso gradual de conocimientos y experiencias que acumulan las empresas por un periodo largo permitiéndoles así ingresar a mercados competitivos de forma paulatina. Podemos concluir a los factores influyentes en el proceso de internacionalización son: el conocimiento de lo que sucede en el entorno internacional, el aprendizaje del mercado exterior debido a que la globalización avanza y el compromiso adquirido con ellos para responder de forma óptima.

Beneficios de la internacionalización: La internacionalización no solo se da en las empresas si no también en el estado, que con sus políticas de desarrollo y la globalización realizan acciones que impulsa a las empresas a internacionalizarse esto se da a través de las firmas y negociaciones de acuerdos y TLC, benéficos tributarios, etc. Obtener mayores ingresos: para la sostenibilidad de la empresa alargando el ciclo

de vida del producto hasta llegar al cliente en el exterior. Incrementar el volumen de producción: Aprovechando las economías de escala, las instalaciones, adaptando los productos a las exigencias del mercado extranjero. los productos serán más competitivos. Ingresar a nuevos mercados: lo cual genera mayores fuentes de ingreso y no solo depender del mercado interno, en consecuencia, generará diversificación de mercado y de productos. Ganar competitividad y prestigio internacional: Con la calidad de los productos y reflejando el buen desempeño de las personas que lo dirigen, generan confianza a los clientes en el exterior.

Para Pierre A, D. (2015). Menciona a 7 métodos de entrada internacionales: Los factores de la estrategia de entrada, exportación indirecta, exportación activa, productos en el extranjero, importaciones paralelas, bienes falsificados y otras cuestiones de métodos de entrada (pp.102-130)

Factores de la estrategia de entrada: Existen muchos factores que influyen en la estrategia de una compañía de entrada extranjero. Algunos de los factores se relacionan con las características del mercado al que la empresa se quiere enfocar, y otros se relacionan con las características del producto y del exportador. Exportación indirecta: Algunas empresas son exportadores indispuestos y en el sentido de que prefieren concentrarse en sus mercados locales y consideran que cualquier consulta es una venta difícil. Exportación activa: Una vez que una empresa cae en cuenta de que quiere explotar las posibilidades que las ventas en el extranjero le pueden brindar y deciden involucrarse en actividades de exportación. Productos en el extranjero: Una compañía también puede optar por iniciar operaciones en el extranjero en lugar de exportar. Esta estrategia se puede seguir, por ejemplo, cuando los costos de fabricación son menores en el extranjero, cuando los costos de envío son prohibitivos, cuando se alcanza la capacidad de manufactura local o cuando los productos tienen un contenido intangible significativo como es el caso de los servicios. Fabricación por contrato/subcontratación, concesión, franquiciamiento, Joint Venture y subsidiaria. Importaciones paralelas: Uno de los problemas que enfrentan las empresas involucradas en varios mercados es el riesgo de importaciones paralelas, si la empresa ha cedido para del control sobre los precios de sus bienes. Bienes falsificados: Cuando la empresa comienza a expandirse en el extranjero es la mayor probabilidad de competidores y a veces socios – inescrupulosos que fabrican y distribuyen copias falsificadas de un producto original. Otras cuestiones sobre

medios de entrada como: Zona de comercio exterior, maquiladoras y convenciones anti-sobornos.

Logística del comercio internacional, para Carreño (2017). Es un conjunto de tareas y actividades necesarias para el flujo de mercancías, desde el local del vendedor (llamado exportador), hasta el local del comprador, (llamado importador) ubicados ambos en distintos países (pp. 287-396). Incoterms: Son términos estandarizados donde regulan y establecen las obligaciones de los compradores y vendedores se usa en los contratos de compra y venta internacional siendo aplicables solo para mercancías tangibles. En la actualidad existe 11 términos de los cuales son usados en mutuo acuerdo y plasmado en el contrato de compra venta internacional se especificará cuál de ellos se aplicará en función a lo acordado entre las partes y suelen identificarse con siglas en ingles. Regímenes aduaneros: En una operación de compraventa internacionales está relacionado con la salida y entrada de mercancías y estas necesitan destinarse a un régimen aduanero a través de una Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) en el territorio peruano además especifica el destino que se pretende dar a dicha mercancía.

Para la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). clasifica los regímenes aduaneros de la siguiente forma en seis categorías que en la actualidad están vigentes. Regímenes de importación: Comprende importación para el consumo, reimportación en el mismo estado, admisión temporal para la reexportación en el mismo estado. Regímenes de exportación: comprende exportación definitiva, exportación temporal para la reimportación en el mismo estado. Regímenes de perfeccionamiento: Admisión temporal para perfeccionamiento activo, admisión temporal para perfeccionamiento pasivo, drawback, reposición de mercancías en franquicia. Regímenes de depósito: Depósito aduanero. Regímenes de tránsito: Tránsito, transbordo, reembarque. Otros regímenes aduaneros de excepción señalados en el artículo 68° del D.L. 1053.

Operadores de comercio exterior: Son organizaciones que mantienen relaciones de comunicación directa y diaria con la SUNAT e intervienen en la realización de trámites aduaneros. Agentes de aduana: Son personas naturales o jurídicas autorizadas por la autoridad aduanera (SUNAT) que prestan servicios a terceros en toda clase de trámites aduaneros, por lo general importadores y exportadores. Su contratación es obligatoria así lo determina la ley 1053 siempre y

cuando el valor de las mercancías importadas supera los US\$ 2,000.00 y para las exportaciones si el valor FOB supera los US\$ 5,000.00. Transportista internacional: Estas empresas se encargan del traslado físico de los productos de un país a otro. Según el modo de transporte puede ser aéreos, marítimos, terrestres, mediante consolidadores de carga, agencias de carga u operadores multimodales Agencia de carga o transitario: También se conoce como expedidor o porteador, y tiene entre sus funciones básicas trasladar las mercaderías hasta el lugar de destino, conservarlas y cuidarlas, verificando que se entreguen a la personal señalada en la fecha y plazo estipulado. Almacenes aduaneros: Son recintos o espacios de almacenamiento y custodia temporal mientras se solicita su despacho a las mercancías. Estos pueden ser: Depósito temporal, depósito aduanero. Operatividad de exportación: Procedimiento operativo de la exportación definitiva esta tiene dos etapas. La exportación provisional y la exportación definitiva. Operatividad de la importación para el consumo: Procedimiento operativo menciona que existen tres modalidades de despacho: Despacho anticipado, despacho urgente, despacho excepcional. Pago de tributos: En nuestro país el único régimen que paga tributos es la importación para el consumo, los demás regímenes relacionados con el ingreso de mercancías a nuestro país requieren la presentación de una garantía.

La estructura de costos logísticos: Para la presente investigación es un punto de suma importancia para un exportador conocer los componentes para la internacionalización. Costos de las mercancías: Esta relacionado al costo de la mercancía en función al INCOTERM plasmado en el contrato de compra venta internacional. Preparación de la carga: Está relacionada con las actividades de embalaje, marcado y unitarización de la carga. Traslados internos: Son los costos del transporte al interior de un país que se realizan antes o después del transporte internacional. Almacenamientos intermedios: Son almacenamientos de las mercancías necesarios en su tránsito entre el país de origen y país de destino, en los cuales dicha mercancía permanece a la espera de la finalización de un trámite aduanero o la llegada de la unidad de transporte que realizará el transporte internacional. Agenciamiento de aduanas: Esta relacionado con el pago realizado al agente de aduanas para la realización de cualquier trámite ante la Aduana. Manipulación de la carga: Corresponde a los procesos de carga o descarga de la mercadería de la unidad de transporte internacional. Flete internacional: Son los



costos del transporte internacional Seguro internacional: El seguro de transporte de mercancías es aquel contrato por medio del cual el asegurador asume los riesgos, es decir se compromete a indemnizar los daños de pérdidas de materiales de la mercancía transportada por cualquier medio de transporte.

#### Formulación del problema

¿Cómo el programa de exportación permitirá la internacionalización de la asociación APAGA, Chepeén?

#### Justificación del estudio

La presente investigación se justifica en la necesidad que las empresas conozcan los beneficios de ingresar a mercados internacionales como forma de internacionalización, además, de tener con la información necesaria que impulse la toma de decisiones en el momento de internacionalizarse. Se conocerá las fases y el proceso de internacionalización con el fin de proporcionar información necesaria para aquellas empresas que tienen planes de internacionalizarse a través de las exportaciones.

#### Hipótesis

El programa de exportación permitirá la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

#### Objetivos:

##### Objetivo general

Proponer un programa de exportación para lograr la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

##### Objetivos específicos

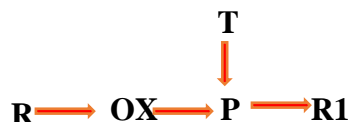
- Identificar el nivel de exportaciones de la asociación APAGA, Chepén.
- Diseñar un programa de exportación para lograr la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.
- Validar el programa de exportación por juicio de los expertos.

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación tiene un tipo de estudio descriptivo lo cual se analiza la problemática relacionado a la internacionalización de la asociación. Luego se elaborará un programa de exportaciones.

El diseño para esta investigación es la siguiente:



En la cual:

R: Realidad observada: Realidad actual, respecto a la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

OX: Análisis de la realidad: Diagnostico de la problemática, respecto sobre la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

P: Propuesta: Propuesta de un programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

T: Teoría: Teoría de Andrés y teoría de Martínez

R1: Realidad que se espera alcanzar: Lograr la internacionalización de la asociación APAGA.

### 2.2. Variables, operacionalización

Variable dependiente:

“La internacionalización es un conjunto de operaciones que ayudan y permiten el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales”. (Welch y Loutarien, 1988; Root, 1994; Rialp,1999).

Variable independiente:

Definición ABC (2019): “Un programa es aquello que se planifica con la intención de ejecutarlo con posterioridad. En general, un programa es una síntesis explicativa de algo”.

2.1.1. Operacionalización de variables:

Tabla 1: Variable dependiente: Internacionalización.

<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>FUENTE / INFORMANTE</b>	<b>ITEM</b>
Métodos de entrada internacional	Exportación	¿Conoce usted los beneficios de la exportación?	Cualitativa	Cuestionario	Socios productores	1
	Producto	¿Conoce usted las características de un producto de exportación?	Cualitativa	Cuestionario	Socios productores	2
		¿Sabe usted diferenciar si su producto es de calidad?	Cualitativa	Cuestionario	Socios productores	3
	Mercado de destino	¿Conoces usted los requisitos de ingreso al mercado internacional?	Cualitativa	Cuestionario	Socios productores	4
Logística internacional	Incoterms	¿Conoce usted el uso de los incoterms?	Cualitativa	Cuestionario	Socios productores	5
	Regímenes aduaneros	¿Sabe usted cuales son los beneficios de los regímenes aduaneros?	Cualitativa	Cuestionario	Socios productores	6
	Operadores de comercio exterior.	¿Conoce los servicios que ofrecen los operadores del comercio exterior?	Cualitativa	Cuestionario	Socios productores	7
	Costos logísticos	¿Tiene conocimiento usted cuales son los costos logísticos en la exportación?	Cualitativa	Cuestionario	Socios productores	8

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Variable independiente: Programa.

DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	FUENTE / INFORMANTE
Secuencias preliminares	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación y contenidos</li> <li>- Diseño del programa</li> </ul>	Especialista
Secuencias intermedias	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo del programa</li> <li>- Monitoreo</li> </ul>	
Secuencias finales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conclusiones</li> </ul>	
Recomendaciones		

Fuente: Elaboración Propia

### 2.3. Población y muestra

**Población:** Estará constituida por los socios productores de la asociación APAGA que cumplan los requisitos de exportación de banano.

**Muestra:** La presente investigación la muestra está representada en la asociación APAGA debido a que es dirigida.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula de la población finita por lo que se conoce el número de la población. (Cochran,1937)

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

N: Total de la población: 40

Z: Nivel de confianza 95%

e: Margen de error: 5%

p: Probabilidad que el resultado sea favorable: 50%

n: 20

El muestreo dirigido o intencional. El investigador puede elegir ciertos criterios casos, analizarlos y más adelante seleccionar casos adicionales para confirmar o no los primeros resultados (Hernández- Sampieri et al 2104). Para seleccionar la muestra se utilizará el muestreo no probabilístico o intencional.

Unidad de análisis: Socios productores, el presidente y los involucrados en el proceso de internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

### 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

El instrumento seleccionado para esta investigación es el cuestionario lo cual los socios productores y el presidente de la asociación y las personas involucradas en el tema de la internacionalización. Encargado de la producción, el de ventas, el de calidad.

Las preguntas serán abiertas para que los involucrados no se sientan limitados en brindar la información, pero también se corre el riesgo que el entrevistado no responda a las preguntas lo cual hace que no se pueda obtener la información. Es por ello por lo que el investigador establezca una amistad con el entrevistado.

Observación: Técnica en la cual nos permite recoger información importante para la investigación, lo cual implica adentrarnos profundamente en las situaciones explorando y describiendo, comprender procesos, identificar problemas de la organización. Par ello se empleará instrumentos como cuaderno de notas, fichas documentales.

De campo: Se aplicará los instrumentos diseñados para todo el proceso de investigación. El cuestionario contiene una serie de preguntas sobre los hecho y aspectos relevantes para la evaluación de la presente investigación, se elaboró 8 preguntas enfocadas a la obtención de datos relacionados a la internacionalización de la asociación APAGA, además, el instrumento es validados por los expertos.

El fichaje: Es una técnica que está destinada a la anotación escrita de los datos que se adquieren de las diferentes fuentes de información, permitiéndonos adquirir y almacenar los antecedentes del estudio y el marco teórico.

Validez y confiabilidad del instrumento: La escala valorativa es validada por el juicio de los expertos.

## **2.5. Procedimientos**

Aplicar el cuestionario a los socios productores de la asociación y las personas involucradas en el tema, luego se analizará la información según los objetivos, a través de la herramienta Excel 2016 utilizando tablas y gráficos para luego realizar el análisis y su interpretación.

## **2.6. Métodos de análisis de datos**

El análisis de datos se realizar mediante la herramienta Excel 2016, de acuerdo con las variables exigidas en la investigación y dar solución a los objetivos e hipótesis. Los resultados se tabularon en tablas dinámicas y gráficos estadísticos para luego interpretar los resultados obtenidos.

Métodos de investigación: los métodos utilizados en es te proyecto son los siguientes:

Método hipotético deductivo: El investigador formula hipótesis, luego de un tratamiento de la variable dependiente trata de dar explicaciones de los datos y aterriza con las conclusiones.

Método de análisis: Ayuda analizar la información relevante concerniente al marco teórico y también procesar la información recogida durante la aplicación del instrumento, llegando a finalizar con conclusiones de la investigación.

Método de modelación: Ayuda a elaborar el programa final del trabajo de investigación, que consiste en proponer el programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

### **2.7. Aspectos éticos**

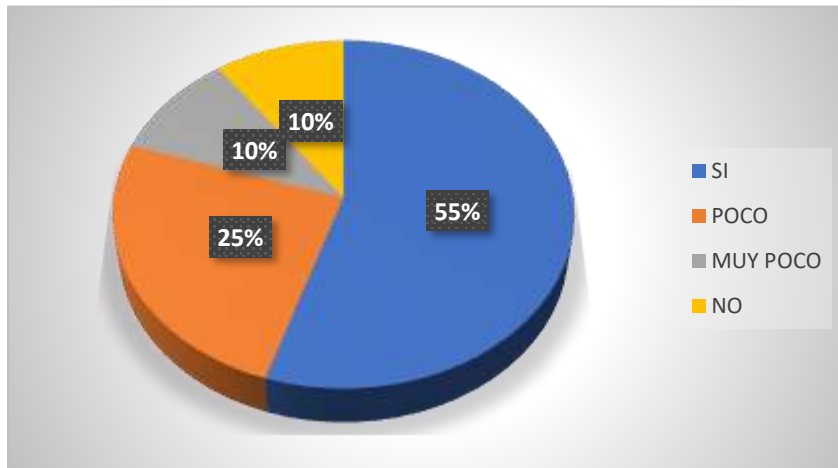
Al personal administrativo y directivo de la asociación se informará y les solicitará su autorización para recoger y cumplir con los requisitos de obligación requeridos para levantar información.

La investigación se realizó con la severidad científica como base, además los instrumentos son validados por profesionales con amplia experiencia en el rubro, que logra dar validez y confiabilidad al instrumento utilizado.

### III. RESULTADOS

Dimensión 1: Métodos de entrada Internacional

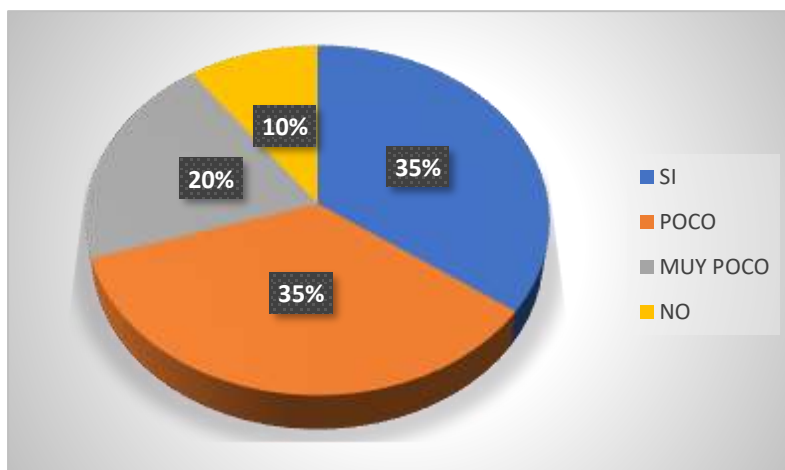
Figura: 1 ¿Conoce usted los beneficios de la exportación?



Fuente: Cuestionario.

Interpretación: En la figura 01, muestra que el 55% de los productores conocen los beneficios que ofrece la exportación, sin embargo, hay un 10% que desconoce totalmente acerca de los beneficios, solo el 10% de los productores conocen muy poco, y el 25% poco conocen es aquí en la cual se debe reforzar y disminuir el porcentaje a través de las capacitaciones.

Figura: 2 ¿Conoce usted las características de un producto de exportación?



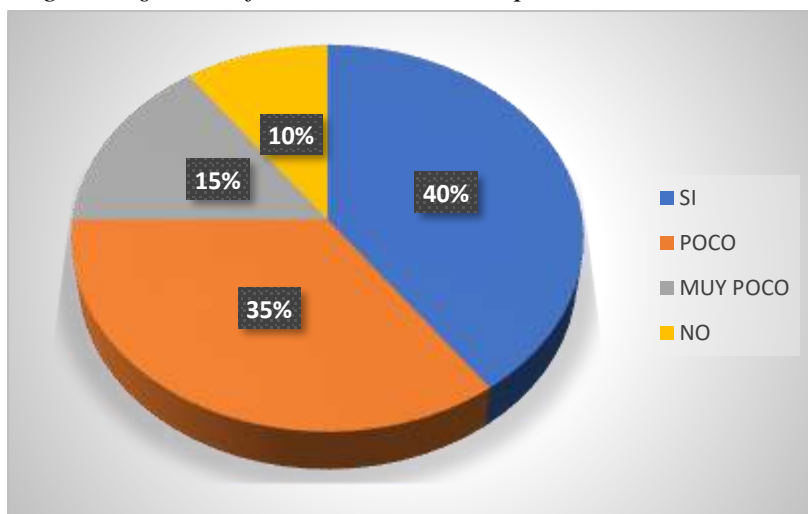
Fuente: Cuestionario.

Interpretación: La Figura 02 muestra que el 35% de los productores identifica si su producto es de calidad, el 35% poco identifica las características, un 10%



desconoce totalmente y un solo 20% conoce muy poco, es aquí donde se debe reforzara través de charlas, además, el no identificar las características de calidad de un producto de exportación repercute que el cliente no esté satisfecho y pierda el interés de seguir comprado.

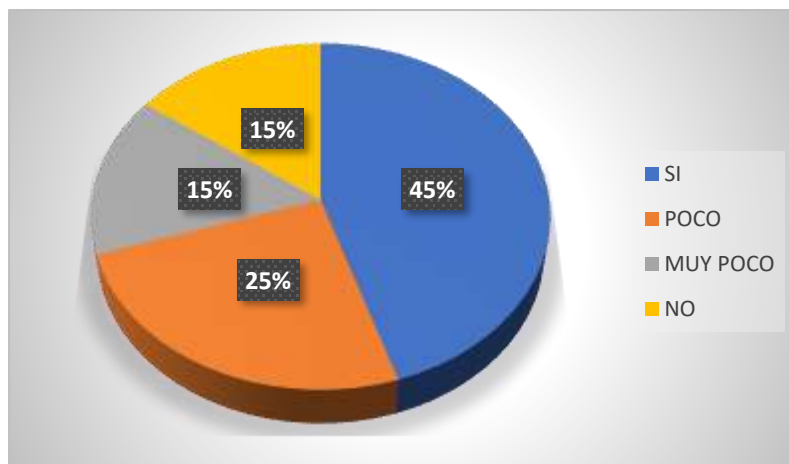
*Figura: 3¿Sabe diferenciar usted si su producto es de calidad?*



Fuente: Cuestionario.

Interpretación: La figura 03 muestra que el 40% de los productores sabe diferenciar si su producto es de calidad, mediante sus propiedades organolépticas como color, sabor, madurez, etc. Mientras tanto solo el 35% de los productores poco sabe, y un 15% muy poco conoce y solo un 10% desconoce totalmente. Es importante resaltar que la calidad para la exportación es fundamental porque de ella se realiza la negociación del precio. Se debe fortalecer este punto con charlas y capacitaciones con profesionales con experiencia en campo.

*Figura: 4¿ Conoce usted cuales son los requisitos de ingreso para los mercados internacionales?*

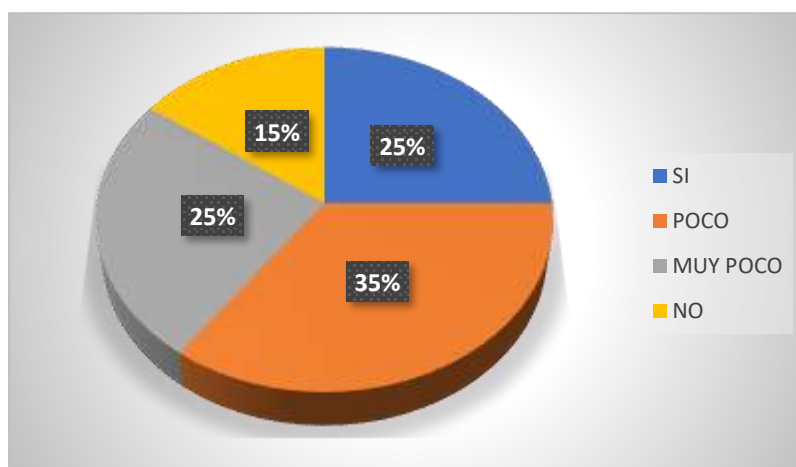


Fuente: Cuestionario.

Interpretación: La Figura 04 muestra que el 45% de los productores conoce los requisitos de ingreso a los mercados internacionales y solo el 25% menciona que conoce poco, un 15% conoce muy poco y solo el 15% desconoce totalmente. Se tiene que capacitar sobre este tema a los directivos porque ellos son los que tienen acceso a la información con el fin de no tener inconvenientes al momento de ingresar al mercado.

#### Dimensión 2: Logística Internacional

*Figura: 5¿ Conoce usted el uso de los INCOTERMS?*

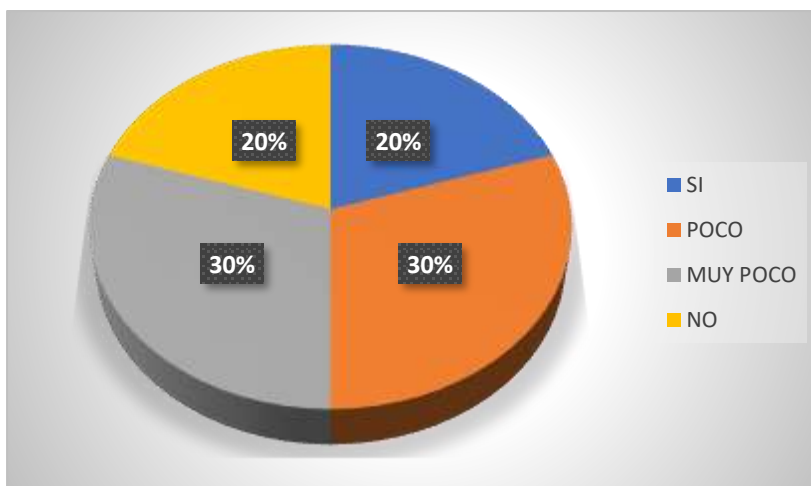


Fuente: Cuestionario.

Interpretación: La figura 05 muestra que un 25% de los productores conoce el uso de los incoterms, el 35% conoce poco, el 25% conoce muy poco y el 15%

desconoce el uso de los INCOTERMS esto es debido a que los directivos se encargan de hacer el proceso, ellos solo se dedican al cultivo y delegan responsabilidades al área de comercialización. es por ello realizar un taller en el manejo y uso de los INCOTERMS en el programa

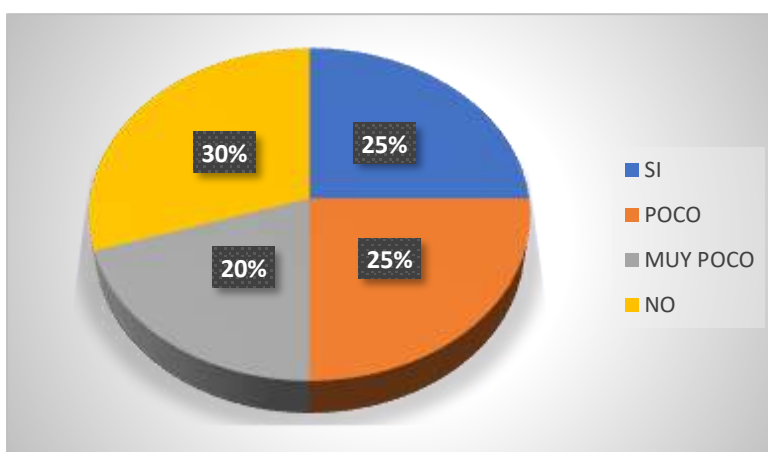
*Figura: 6 ¿Sabe usted cuales son los beneficios de los regímenes aduaneros?*



Fuente: Cuestionario

Interpretación: La figura 06 muestra que 20% conocen de los beneficios que ofrece los regímenes aduaneros para la exportación, el 30% conoce poco, el 30% muy poco y el 20% desconoce totalmente. Es aquí donde el programa a realizarse se reforzará con capacitación a los directivos de la asociación.

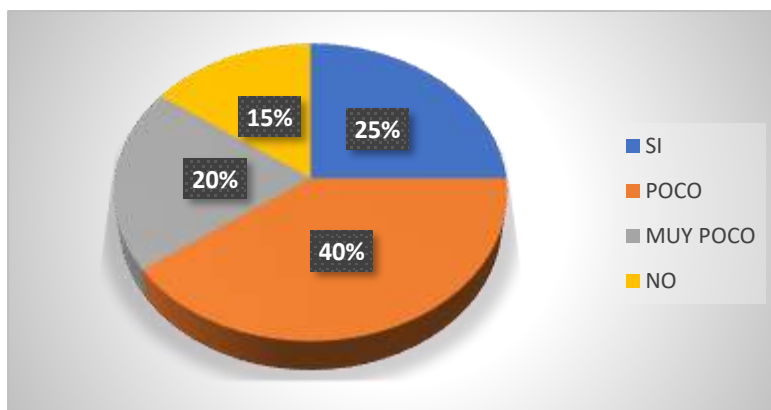
*Figura: 7 ¿Conoce los servicios que ofrece los operadores de comercio exterior?*



Fuente: Cuestionario

Interpretación: La figura 07 muestra que el 25% de los socios conoce los servicios que ofrece los operadores, sin embargo, el 25% conoce poco, el 20% conoce muy poco y el 30% desconoce totalmente. Es importante reforzar este tema con capacitaciones charlas que permitirán a futuro desarrollar mejor el proceso de internacionalización.

*Figura: 8¿Tiene conocimiento usted cuales son los costos logísticos en la exportación?*



Fuente: Cuestionario

Interpretación: El gráfico muestra el 25% si conoce los costos logísticos, el 40% poco conoce, el 20% muy poco conoce y el 15% desconoce totalmente. Hay que poner suma importancia en este tema lo cual es fundamental conocer y gestionar todos los costos logísticos que incurre la exportación con el fin de reducir costos y obtener mayores ganancias esto se reforzara con trabajo en grupos durante la ejecución del programa.

#### **IV. DISCUSIÓN**

El programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA está diseñado con un contenido claro en los temas lo cual servirá como herramienta para mejorar la comercialización del banano orgánico de los agricultores. Además, funciona como una guía para aquellos agricultores que deseen asociarse con iniciativa de internacionalizarse, también sirve como un material de apoyo o de consulta.

Figura 01, se puede observar que el 45% de los productores conocen los beneficios que ofrece la exportación, sin embargo, hay un 10% que desconoce totalmente acerca de los beneficios, solo el 13% de los productores conocen muy poco, y el 32% poco conocen es aquí en la cual se debe reforzar y disminuir el porcentaje de esta manera que todos los productores conozcan los beneficios a través de las capacitaciones.

La Figura 02 muestra que el 49% de los productores identifica si su producto es de calidad, el 28% poco identifica las características, un 10% desconoce totalmente y un solo 13% conoce muy poco, es aquí donde se debe reforzar, además, el no identificar las características de calidad de un producto de exportación repercute en la negociación con el cliente esté pierda el interés de seguir comprando.

La figura 03 muestra que el 62% de los productores sabe diferenciar si su producto es de calidad, Mientras tanto el 15% de los productores poco sabe, y un 10% muy poco conoce y solo un 13% desconoce totalmente Es importante resaltar que la calidad para la exportación es fundamental porque de ella se realiza la negociación del precio. Se debe fortalecer este punto con charlas y capacitaciones con profesionales con experiencia en campo.

El grafico 04 muestra el 36% si conoce los costos logísticos, el 26% poco conoce, el 17% muy poco conoce y el 21% desconoce totalmente. Hay que poner suma importancia en este tema lo cual es fundamental conocer y gestionar todos los costos logísticos que incurre la exportación con el fin de reducir costos y obtener mayores ganancias esto se reforzara con trabajo en grupos durante la ejecución del programa.

Los resultados son comparados con; Vargas (2018), en su investigación titulada “Programa de envío al mercado extranjero para exportar el aceite esencial de limón de los productores del distrito de olmos”, concluye que la implementación de un

programa de envío al mercado extranjero beneficia a la exportación del aceite de limón de los productores de Olmos, además recomienda a los productores deben hacer uso de las tecnologías y que sirvan como herramienta para facilitar el cultivo, producción y cosecha.

También comparando con Quispe (2018), en su tesis denominada “Método exportador para la internacionalización de los productores de arándanos frescos del distrito de Majes – Caylloma, Arequipa, 2017” concluye que el método exportador para la internacionalización, permitirá incrementar significativamente la rentabilidad en los productores de arándanos, además se evidencio las relaciones en las áreas de la asociación tanto en las áreas de producción, financiera, comercial, logística buscando lograra la internacionalización de la asociación.

También recomienda a los productores a capacitarse constantemente en temas relacionados en gestión empresarial exportación y asociatividad, además, de manejo de costos a través de una eficiente planificación y coordinación con las diferentes áreas con el fin de consolidarse ser competitivos.

Así mismo se compara con; Yamamoto (2015), en su investigación “Estructura productiva – Económica, comercial, competitividad y marketing del banano orgánico de Piura durante el periodo 2000 – 2013” concluye que nuestro país es considerado como el mayor en producción y exportación de banano orgánico, debido al aumento de producción y superficie, así como el precio y su rentabilidad, los volúmenes y valores de los precios de exportación se han incrementado.

Siendo las recomendaciones mejorar la transmisión de tecnología hacia los pequeños productores y mejorar los procesos de producción, cosecha, postcosecha, además, de la exportación haciendo uso eficiente de los recursos asignados garantizando mayor productividad e ingresos económicos.

Los resultados de esta investigación son contrastados con Alfaro (2018), en investigación de nominada “Producción agrícola y exportación: producto banano orgánico de los productores de la provincia de Piura al mercado de Holanda periodo 2017” concluye que si se viable exportar al mercado extranjero cumpliendo con los requisitos establecidos por el mercado europeo como es los certificados sanitarios fitosanitarios y orgánicos (denominados requisitos de ingreso a los mercados internacionales). Recomienda capacitación integral en manejo de plagas, comercialización, calidad, uso adecuado de buenas prácticas medio ambientales.

## **V. CONCLUSIONES**

1. El diseño del programa de exportación para la internacionalización será de utilidad y apoyo como herramienta para la asociación a para realizar la exportación del banano orgánico.
2. Se debe aumentar el cultivo y manejo técnico del banano orgánico, debido a que este goza de gran de manda en el mercado exterior, además, seguir los procedimientos requerido en el cultivo y cosecha para garantizar su calidad.
3. La implementación del programa de exportación beneficiara a la asociación en la venta al exterior (exportación) directa del banano orgánico.
4. Los expertos validaron y estuvieron de acuerdo con el programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA goza de gran viabilidad participativa, económico y financiera para su implementación.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- Las instituciones involucradas en el comercio exterior tanto públicas y privadas realicen capacitaciones por ejemplo MINAGRI en temas como cultivo, calidad, cosecha y postcosecha, la Cámara de comercio de La Libertad en temas de certificación internacionales y de origen, beneficios de la exportación y costos logísticos. Esto ayudara a los productores de la provincia de Chepén a informarse de la importancia de la internacionalización.
- Poner en práctica las tecnologías tanto en el cultivo como en la comercialización esto ayudará a la trazabilidad identificar puntos críticos y plantear una solución.
- Incrementar el cultivo de banano de exportación con el fin de elevar el nivel de producto cosechado, además, la demanda es alta en el exterior por calidad y sus propiedades nutricionales.
- Los productores y los directivos de la asociación deben ser capacitados constantemente con la finalidad de estar actualizados en las nuevas tendencias de cultivo, certificación y comercialización del banano orgánico.



## **VII. PROPUESTA**

### **1. DENOMINACIÓN**

#### **PROGRAMA DE EXPORTACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN APAGA, CHEPEN**

### **2. DATOS GENERALES**

- a) Nombre del programa: **Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén**
- b) **Autor:** Br. Ulises Regalado Rafael
- c) **Alcance:** Asociación de productores ganaderos el Algarrobal APAGA, Chepén.
- d) **Ubicación:** Provincia de Chepén – La Libertad
- e) **Año:** 2019

### **3. FUNDAMENTACIÓN**

Realizada la investigación se obtuvieron resultados en la cual, al aplicar el programa de exportación, se proyecta un conocimiento por parte de los socios productores puedan exportar su producto al exterior a través de capacitaciones en temas de cultivo, cosecha, transporte y asesoría en una exportación real.

### **4. OBJETIVOS**

#### **a) General**

Determinar el programa de exportaciones para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

#### **b) Específicos**

- Identificar los contenidos relevantes del programa de exportaciones
- Presupuestar el costo del programa de exportaciones
- Establecer el cronograma del programa de exportación

### **5. LOGRO GENERAL**

Al finalizar el programa la asociación estará capacitado para el proceso de internacionalización

## 6. PROGRAMA

FASE	PROGRAMA DE EXPORTACIÓN								
	LOGRO	CONTENIDOS	ACTIVIDAD	RECURSOS	CRONOGRAMA			ASISTENCIA PRESENCIAL	RESPONSABLE
					SEMANAS	DIAS	HORAS		
Fase Preliminar	Al concluir la fase la asociación estará en la capacidad de entregar la carga al cliente en el lugar convenido	Que es la exportación	Trabajo grupal	Pizarra acrílica, papelotes plumones de colores, internet, proyector multimedia, laptop	1	Viernes	9:00 - 12:00 pm	3 horas	Especialista
		Tratados y acuerdos comerciales					3:00 - 6:00 pm	3 horas	
		Instituciones que facilitan el CE					9:00 - 1:00 pm	4 horas	
		Cultivo, cosecha del banano	Taller		2	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	SENASA, MINAGRI
		Calidad e inocuidad					9:00 - 1:00 pm	4 horas	
		Certificaciones: Orgánica, FLO	Taller		3	Sábado	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Empaque, envase y embalaje					9:00 - 1:00 pm	4 horas	
		Documentos de exportación.	Taller		4	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Unitarización y contened.					9:00 - 1:00 pm	4 horas	
		Distribución física internacional	Taller		5	Sábado	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
Búsqueda de clientes	9:00 - 1:00 pm	4 horas							
Llenado de documentos	Asesoría	6	Viernes	9:00 - 1:00 pm 3:00 - 6:00 pm	6 horas	Especialista en exportaciones			
Fase Intermedia	la asociación estar en la capacidad de contratar el transporte internacional	INCOTERMS	Trabajo grupal	Pizarra acrílica, papelotes plumones de colores, internet, proyector multimedia, laptop	7	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Medios de Pago	Taller				Sábado	9:00 - 1:00 pm	
		Infraestructura portuaria en el Perú	Trabajo grupal		8	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Medios de transportes					Sábado	9:00 - 1:00 pm	
		Documentos de transporte	Trabajo grupal		9	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Tipos de contenedores					Sábado	9:00 - 1:00 pm	
		Flete internacional	Taller		10	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Póliza de seguro internacional					Sábado	9:00 - 1:00 pm	
Reserva del espacio, alquiler y llenado del contenedor, transferencia al exterior	Asesoría	11	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista en exportaciones			
Fase Final	La asociación está en la capacidad de colocar su mercancía en el país de destino	Requisitos de ingreso al país de destino	Taller	Pizarra acrílica, papelotes plumones de colores, internet, proyector multimedia, laptop	12	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Instituciones que regulan el ingreso de mercancías en el país de destino					Sábado	9:00 - 1:00 pm	
		Restricciones de ingreso	Taller		13	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Contacto con países de destino					Sábado	9:00 - 1:00 pm	
		Estructura de costos logísticos	Trabajo grupal		14	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
Exportación real	Sábado	9:00 - 1:00 pm		4 horas					
Póliza de seguro, certificados fitosanitario, de origen y otros.	Asesoría	15	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista en exportaciones			
Recomendaciones	Se brindará a la asociación recomendaciones y asesoramiento	Transporte interno	Exposición	Pizarra acrílica, papelotes, internet, proyector multimedia, laptop	16	Viernes	9:00 - 12:00 pm	3 horas	Especialista
		Cadena de frío							
		Precintos de seguridad							
		Limpieza de contenedores							

## REFERENCIAS

- Agencia Peruana de Noticias (ANDINA), diciembre, 2018: *Gobierno impulsará internacionalización de las empresas peruanas*. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-gobierno-impulsara-internacionalizacion-las-empresas-peruanas-736443.aspx>
- Alfaro P, J. (2018). *Tesis Producción agrícola y exportación: producto banano orgánico de los productores de la provincia de Piura al mercado de Holanda periodo 2017*. Universidad César Vallejo Lima – Perú 2018.
- Araya, L. A., (2009). *El proceso de internacionalización de las empresas*. TEC Empresarial Vol.3, Ed.3, 2009.
- Barrantes, M. G. (2018). *Tesis Programa De Envión Al Mercado Extranjero Para Exportar El Mango Deshidratado De Los Productores Del Distrito De Olmos*. Universidad Cesar Vallejo. Perú - 2018.
- Barrera, L. E. (2019). *Elementos de Sistemas Insumos Entradas Proceso Conversión de Procesos o Servicios Procesos, Dinero Tecnologías, Edificios subsistemas*. Latín American Colonial Literature +4. Recuperado de [https://www.academia.edu/13130987/ELEMENTOS\\_DEL\\_SISTEMA\\_INSUMOS\\_ENTRADAS\\_PROCESO\\_CONVERSI%C3%93N\\_SALIDA\\_PRODUCTOS\\_O\\_SERVICIOS\\_PERSONAS\\_DINERO\\_TECNOLOG%C3%8DA\\_EDIFICIOS\\_Subsistemas](https://www.academia.edu/13130987/ELEMENTOS_DEL_SISTEMA_INSUMOS_ENTRADAS_PROCESO_CONVERSI%C3%93N_SALIDA_PRODUCTOS_O_SERVICIOS_PERSONAS_DINERO_TECNOLOG%C3%8DA_EDIFICIOS_Subsistemas)
- Carreño, S. A. J. (2017). *Cadena de Suministro y Logística*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial, 2017. Av. Universitaria 1801, Lima 32, Perú. (pp. 287- 396). Centro de Experimentación Escolar de Pedernales-Sukarrieta. *Modelo de programa educativo y evaluación formadora. La autorregulación en el proceso de enseñanza-aprendizaje*. Mención especial en el premio Francesc Xabier Gil i Quesada del Institut de ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona.
- CONCEPTODEFINICION.DE (2019). *Definición de Programa*. Recuperado de <https://conceptodefinicion.de/programa/>
- Conexión Esan, Octubre 2018: *Del Perú al mundo ¿Cómo se internacionalizan las empresas peruanas?* Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2018/10/29/del-peru-al-mundo-como-se-internacionalizan-las-empresas-peruanas/>

- Daniels, J.D., Radebaugh, L.H., & Sullivan, D.P. (2009). *International Business: Environments and Operation*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Definición ABC. (2019). *Definición de Programa*. Recuperado de <https://www.definicionabc.com/historia/programa.php>
- Española (ICE), octubre 1999 n° 781 pp., 118. Recuperado de: <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/52/52>
- Espinoza Villalobos, L. E., Gomez Asqui, R. P. & Valle Veliz, J. (2015). Tesis. *“factores influyentes en la internacionalización de las empresas familiares en Tacna”*. Neumann Business School Escuela de Postgrado Tacna – Perú 2015.
- Espinoza A, L. & Manco T, V. (2016). *Tesis Viabilidad de Crecimiento de una Agroexportadora de Paltas a través de la Internacionalización*. Universidad de Piura Lima octubre 2016.
- Hernández, S. R. et al Baptita, L. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (pp.156, 456). Mc Graw Hill Education 6ta. Edición impreso en México
- Macha H, R. (2018). *Tesis “Barreras a la exportación y el proceso de internacionalización desde la perspectiva de las Mypes exportadoras del sector textil de Lima Metropolitana 2006-2016*. Universidad Mayo de San Marcos. Lima, Perú 2018.
- Malca Guaylupo, O. (2009). *Las empresas multinacionales (EMN) peruanas: Una exploración conceptual*. Journal Business Vol. 1(1): 3-19 Universidad del Pacifico. Lima – Perú. ISSN 2078-9424.
- Martínez M, C. (1998). *La teoría de la evaluación de programas*. Artículo January 1998. Universidad Nacional de Educación a Distancia, España.
- Martínez M, I. (2011). *La internacionalización de la empresa familiar*. Proyecto de fin de máster del Máster Universitario de Investigación Económica de la Empresa 2010-2011. Universidad de la Rioja-España
- Milán P.L. (2015). *Estructura de un plan de negocios para un programa*. 3ra edición. Madrid – España. Editorial Norma.
- MINAGRI (2019): *Cuáles son los requisitos básicos para exportar*. Recuperado de <http://www.minagri.gob.pe/portal/192-exportaciones/introduccion/670-cuales-son-los-requisitos-basicos-para-exportar>
- MINCETUR, (2019): *Crea programa de apoyo a la internacionalización para financiar la presencia de empresas en el exterior*. Recuperado de:

- <https://www.mincetur.gob.pe/mincetur-crea-programa-de-apoyo-a-la-internacionalizacion-para-financiar-la-presencia-de-empresas-peruanas-en-el-exterior/>  
MINCETUR, (2013). *El ABC del Comercio Exterior: Guía Práctica del Exportador Volumen III*. (edición enero 2013, pp. 14).
- Czinkota, M.R., & Ronkainen, I. A (2008). *Marketing Internacional* (8ª ed., pp. 282- 284). México: CENGAGE Learning.
- Ordaz Z, V.Y. & Saldaña G, G. E. (2005). Tesis. *Análisis y críticas de la metodología para la realización de planes regionales en el estado de Guanajuato*. Universidad de Guanajuato – México.
- Pierre A. David (2015) *Logística Internacional: La administración de las operaciones de comercio internacional*. (pp. 12-16-102-130). México: CENGAGE Learning.
- PROMÉXICO (2019). *¿Qué es la internacionalización?* Recuperado de <https://www.promexico.mx/es/mx/definicion-de-internacionalizacion>
- PROMERÚ (2014). *Servicios al exportador. Ruta Exportadora. El camino hacia la internacionalización de las empresas*. Impreso en: Industria Gráfica. ALGRAF S.A.C. Lima - Perú
- Quispe A. A. D, (2018). Tesis. *Método exportador para la internacionalización de los productores de arándanos frescos del distrito de Majes – Caylloma, Arequipa, 2017*. Universidad Nacional de San Agustín Arequipa – Perú.
- RAE. (2019). *Definición de Programa*. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=UJpYGO>
- Rialp, Alex (1999). *Los enfoques micro-organizacionales de la internacionalización de las empresas: una revisión y síntesis de la literatura*. Información Comercial.
- Vargas, A. J. (2019). Tesis. *Programa de envío al mercado extranjero para exportar el aceite esencial de limón de los productores de Olmos*. Universidad Cesar Vallejo Chiclayo – Perú 2019.
- Yamamoto M, M. C. (2015). Tesis. *Estructura productiva – económica, comercial, competitividad y marketing del banano orgánico de piura durante el periodo 2000 - 2013*". Universidad Nacional Agraria la Molina Lima – Perú.

## ANEXOS

### Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS Y VARIABLES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén	¿El diseño de programa de exportación permitirá la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén?	<p><b>GENERAL</b></p> <p>Proponer un programa de exportación que permitirá la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.</p> <p><b>ESPECIFICOS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar el nivel de exportaciones de la asociación APAGA, Chepén.</li> <li>2. Diseñar un programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.</li> <li>3. Validar el programa de exportación por juicio de los expertos</li> </ol>	<p>El programa de exportación permitirá la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.</p> <p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p>Programa de exportación</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p>Internacionalización</p>	<p><b>Diseño de investigación.</b></p> <p>La presente investigación tiene un tipo de estudio descriptivo lo cual se analiza la problemática relacionado a la internacionalización de la asociación. Luego se elaborará un programa de exportaciones. El diseño para esta investigación es la siguiente:</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph LR     R --&gt; OX     OX --&gt; P     P --&gt; R1     T --&gt; P             </pre> </div> <p>Donde.</p> <p><b>R: Realidad observada:</b> Realidad actual, respecto a la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.</p> <p><b>OX: Análisis de la realidad:</b> Diagnosticó de la problemática, respecto sobre la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.</p> <p><b>P: Propuesta:</b> Propuesta de un programa de exportación para la internacionalización de la asociación “APAGA”, Chepén.</p> <p><b>T: Teoría:</b> Teoría de Andrés y teoría de Martínez</p> <p><b>R1: Realidad que se espera alcanzar:</b> Lograr la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.</p>	<p><b>Población:</b></p> <p>Estará constituida por los socios productores de la asociación APAGA que cumplan los requisitos de exportación de banano.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula de la población finita por lo que se conoce el número de la población. (Cochran,1937)</p> $n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$ <p>N: Total de la población: 40  Z: Nivel de confianza 95%  e: Margen de error: 5%  p: Probabilidad que el resultado sea favorable: 50%</p> <p style="text-align: right;">n: 20</p> <p>Unidad de análisis.  Los socios productores de la asociación APAGA de la provincia de Chepén – La Libertad</p>

## **INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA VARIABLE**

### **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

#### **ESCUELA DE POSGRADO**

#### **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

#### **Cuestionario sobre la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.**

**Objetivo:** Evaluar la internacionalización de la asociación APAGA de la provincia de Chepén - La Libertad.

**Instrucciones:** Se presenta la relación de preguntas, relacionada a la internacionalización de la asociación APAGA de la provincia de Chepén – La Libertad. Marque con un aspa o círculo.

#### **Dimensión 1: Métodos de entradas a los mercados internacionales**

- 1. ¿Conoce usted los beneficios de la exportación?**  
a) Si b) Poco c) Muy poco d) No
- 2. ¿Conoce usted las características de un producto de exportación?**  
a) Si b) Poco c) Muy poco d) No
- 3. ¿Usted sabe diferenciar si su producto es de calidad?**  
a) Si b) Poco c) Muy poco d) No
- 4. ¿Conoce usted los requisitos de ingreso al mercado internacional?**  
a) Si b) Poco c) Muy poco d) No

#### **Dimensión 2: Logística internacional**

- 5. ¿Conoce usted el uso de los INCOTERMS?**  
a) Si b) Poco c) Muy poco d) No
- 6. ¿Sabe usted cuales son los beneficios de los regímenes aduaneros?**  
a) Si b) Poco c) Muy poco d) No
- 7. ¿Conoce los servicios que ofrecen los operadores del comercio exterior?**  
a) Si b) Poco c) Muy poco d) No
- 8. ¿Tiene conocimiento usted cuales son los costos logísticos en la exportación?**  
a) Si b) Poco c) Muy poco d) No

# VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO



## CUESTIONARIO

### JUICIO DE EXPERTO-VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. Título del Proyecto: Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA , Chepén.
2. Variables:
  - Variable 1 : Programa
  - Variable 2 : internacionalización
2. Experto : MBA: Danna Jiménez Boggio
3. Centro de Trabajo : Directora: Comercio Exterior – Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo – Gobierno Regional de Lambayeque
4. Grado Académico : MBA: Administración de Negocios
5. Autor : Br. Ulises Regalado Rafael

DIMENSIONES	INDICADORES	Bueno	Regular	Maló
Coherencia	1. El mensaje del texto es claro y entendible.	✓		
	2. La idea principal de cada párrafo es explícita	✓		
Cohesión	3. Los párrafos están cohesionados secuencialmente.	✓		
	4. Utiliza los sustitutos para darle sentido al texto.	✓		
Ortografía	5. Escribe su texto usando las palabras adecuadas: sinónimos, antónimos, parónimos, redes semánticos, etc.	✓		
	6. Utiliza los signos de puntuación correctamente.	✓		
Estética	7. Considera los márgenes de su texto.	✓		
	8. Escribe teniendo en cuenta la silueta del texto	✓		

**OBSERVACION:** Visto y analizado el instrumento de investigación podemos afirmar que cumple con los requisitos indicados en el proceso de investigación para que sea aplicado a las realidad determinada en el proyecto de investigación, por lo tanto damos fe de la conformidad de la elaboración de dicho instrumento de acuerdo a las variables de estudio y la operacionalización de las variables.

**SUGERENCIA:**

GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE  
Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo  
*[Firma]*  
MBA, Danna Johana Jiménez Boggio  
DIRECTORA DE COMERCIO EXTERIOR

Chiclayo, 15 de junio del 2019

MBA, Danna Jiménez Boggio  
D.N.I. N° *42465135*



# VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO



## CUESTIONARIO

### JUICIO DE EXPERTO-VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. Título del Proyecto: Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA , Chepén.
2. Variables:
  - Variable 1 : Programa
  - Variable 2 : internacionalización
2. Experto : MBA: Danna Jiménez Boggio
3. Centro de Trabajo : Directora: Comercio Exterior – Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo – Gobierno Regional de Lambayeque
4. Grado Académico : MBA: Administración de Negocios
5. Autor : Br. Ulises Regalado Rafael

DIMENSIONES	INDICADORES	Bueno	Regular	Malo
Coherencia	1. El mensaje del texto es claro y entendible.	✓		
	2. La idea principal de cada párrafo es explícita	✓		
Cohesión	3. Los párrafos están cohesionados secuencialmente.	✓		
	4. Utiliza los sustitutos para darle sentido al texto.	✓		
Ortografía	5. Escribe su texto usando las palabras adecuadas: sinónimos, antónimos, parónimos, redes semánticos, etc.	✓		
	6. Utiliza los signos de puntuación correctamente.	✓		
Estética	7. Considera los márgenes de su texto.	✓		
	8. Escribe teniendo en cuenta la silueta del texto	✓		

**OBSERVACION:** Visto y analizado el instrumento de investigación podemos afirmar que cumple con los requisitos indicados en el proceso de investigación para que sea aplicado a las realidad determinada en el proyecto de investigación, por lo tanto damos fe de la conformidad de la elaboración de dicho instrumento de acuerdo a las variables de estudio y la operacionalización de las variables.

**SUGERENCIA:**

GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE  
Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo  
*Danna Jiménez Boggio*  
MBA, Danna Johana Jiménez Boggio  
DIRECTORA DE COMERCIO EXTERIOR

Chiclayo, 15 de junio del 2019

MBA, Danna Jiménez Boggio  
D.N.I. N° 46465135

## DISEÑO DE LA PROPUESTA

### 1. DENOMINACIÓN

#### PROGRAMA DE EXPORTACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN APAGA, CHEPEN.

### 2. DATOS GENERALES

- f) Nombre del programa: **Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.**
- g) **Autor:** Br. Ulises Regalado Rafael
- h) **Alcance:** Asociación de productores ganaderos el Algarrobal APAGA, Chepén.
- i) **Ubicación:** Provincia de Chepén – La Libertad
- j) **Año:** 2019

### 3. FUNDAMENTACIÓN

Realizada la investigación se obtuvieron resultados en la cual, al aplicar el programa de exportación, se proyecta un conocimiento por parte de los socios productores puedan exportar su producto al exterior a través de capacitaciones en temas de cultivo, cosecha, transporte y asesoría en una exportación real.

### 4. OBJETIVOS

#### c) General

Determinar el programa de exportaciones para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

#### d) Específicos

- Identificar los contenidos relevantes del programa de exportaciones
- Presupuestar el costo del programa de exportaciones
- Establecer el cronograma del programa de exportación

### 5. COMPETENCIAS

#### a) Competencias del programa

Comprender y desarrollar el programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, evidenciando conocimientos teóricos y prácticos.

#### b) Competencias

##### Capacidades

- Identificar las secuencias preliminares del programa de envío para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

- Desarrolla secuencias intermedias considerando el proceso y estructura del programa de acuerdo con las actividades diseñadas del programa de exportación para la internacionalización.
- Analiza la secuencia final, con el balance de los resultados obtenidos del programa de exportación para la internacionalización.
- Recibe reforzamiento luego de la ejecución del programa de exportación para la internacionalización.

#### **Actitudes**

- Responsabilidad
- Compromiso
- Solidaridad
- Respeto
- Trabajo en equipo

#### **6. LOGRO GENERAL**

Al finalizar el programa la asociación estará capacitado para el proceso de internacionalización.

## 7. PROGRAMA

FASE	PROGRAMA DE EXPORTACIÓN								
	LOGRO	CONTENIDOS	ACTIVIDAD	RECURSOS	CRONOGRAMA			ASISTENCIA PRESENCIAL	RESPONSABLE
					SEMANAS	DIAS	HORAS		
Fase Preliminar	Al concluir la fase la asociación estará en la capacidad de entregar la carga al cliente en el lugar convenido	Que es la exportación	Trabajo grupal	Pizarra acrílica, papelotes plumones de colores, internet, proyector multimedia, laptop	1	Viernes	9:00 - 12:00 pm	3 horas	Especialista
		Tratados y acuerdos comerciales					3:00 - 6:00 pm	3 horas	
		Instituciones que facilitan el CE					9:00 - 1:00 pm	4 horas	
		Cultivo, cosecha del banano	Taller		2	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	SENASA, MINAGRI
		Calidad e inocuidad					9:00 - 1:00 pm	4 horas	
		Certificaciones: Orgánica, FLO	Taller		3	Sábado	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Empaque, envase y embalaje					9:00 - 1:00 pm	4 horas	
		Documentos de exportación.	Taller		4	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Unitarización y contened.					9:00 - 1:00 pm	4 horas	
		Distribución física internacional	Taller		5	Sábado	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
Búsqueda de clientes	9:00 - 1:00 pm	4 horas							
Llenado de documentos	Asesoría	6	Viernes	9:00 - 1:00 pm 3:00 - 6:00 pm	6 horas	Especialista en exportaciones			
Fase Intermedia	la asociación estar en la capacidad de contratar el transporte internacional	INCOTERMS	Trabajo grupal	Pizarra acrílica, papelotes plumones de colores, internet, proyector multimedia, laptop	7	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Medios de Pago	Taller				Sábado	9:00 - 1:00 pm	
		Infraestructura portuaria en el Perú	Trabajo grupal		8	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Medios de transportes					Sábado	9:00 - 1:00 pm	
		Documentos de transporte	Trabajo grupal		9	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Tipos de contenedores					Sábado	9:00 - 1:00 pm	
		Flete internacional	Taller		10	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Póliza de seguro internacional					Sábado	9:00 - 1:00 pm	
Reserva del espacio, alquiler y llenado del contenedor, transferencia al exterior	Asesoría	11	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista en exportaciones			
Fase Final	La asociación está en la capacidad de colocar su mercancía en el país de destino	Requisitos de ingreso al país de destino	Taller	Pizarra acrílica, papelotes plumones de colores, internet, proyector multimedia, laptop	12	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Instituciones que regulan el ingreso de mercancías en el país de destino					Sábado	9:00 - 1:00 pm	
		Restricciones de ingreso	Taller		13	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
		Contacto con países de destino					Sábado	9:00 - 1:00 pm	
		Estructura de costos logísticos	Trabajo grupal		14	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista
Exportación real	Sábado	9:00 - 1:00 pm		4 horas					
Póliza de seguro, certificados fitosanitario, de origen y otros.	Asesoría	15	Viernes	9:00-12:00; 3:00-6:00	6 horas	Especialista en exportaciones			
Recomendaciones	Se brindará a la asociación recomendaciones y asesoramiento	Transporte interno	Exposición	Pizarra acrílica, papelotes, internet, proyector multimedia, laptop	16	Viernes	9:00 - 12:00 pm	3 horas	Especialista
		Cadena de frío							
		Precintos de seguridad							
		Limpieza de contenedores							

## 8. METODOLOGÍA

El programa se desarrollará de manera participativa, trabajos en equipos, grupales, con ejemplos casuísticos y didácticos de acuerdo con los temas, además, se aprobarán las actividades que se van a realizar a través de capacitaciones y asesoría en una exportación real.

## 9. PRESUPUESTO

N°	MATERIALES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO (S/)	COSTO TOTAL (S/)
1	Papel bond	1	Caja	110.00	110.00
2	Papelotes	50	Unidades	0.30	15.00
3	Copias	500	Hojas	0.10	50.00
4	Lapiceros	1	Caja	25.00	25.00
5	plumones acrílicos	1	Caja	20.00	20.00
6	Plumones simples	2	Cajas	15.00	30.00
7	Grapadora	2	Unidades	10.00	20.00
8	resaltador	1	Caja	12.00	12.00
9	Grapas	1	Caja	5.00	5.00
10	clips	3	Cajas	5.00	15.00
11	perforador	2	unidades	7.00	14.00
12	USB	1	Unidad	30.00	30.00
13	Folder Manila	1	Ciento	25.00	25.00
14	Sobres carta	1	Ciento	8.00	8.00
15	Cinta de embalaje	2	unidades	4.00	8.00
16	juego de reglas	1	Juego	10.00	10.00
17	Facilitador (es)	2	semana	200.00	400.00
Total				286.40	797.00

## 10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

PROGRAMA DE ACTIVIDADES																		
SEC.	N° ACTIV	ACTIVIDADES	SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DOCIEMBRE			
			SEMANAS															
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	V/S	V/S	V/S	V/S	V/S	V	V/S	V/S	V/S	V/S	V	V/S	V/S	V/S	V/S	V		
FASE PRELIMINAR	1	Que es la exportación	■															
	2	Tratados y acuerdos comerciales																
	3	Instituciones que facilitan el CE																
	4	Cultivo, cosecha del banano		■														
	5	Calidad e inocuidad																
	6	Certificaciones: Orgánica, FLO			■													
	7	Empaque, envase y embalaje																
	8	Documentos de exportación.				■												
	9	Unitarización y contened.																
	10	Distribución física internacional					■											
	11	Búsqueda de clientes																
	12	Llenado de documentos						■										
FASE INTERMEDIA	13	INCOTERMS							■									
	14	Medios de Pago																
	15	Infraestructura portuaria en el Perú								■								
	16	Medios de transportes																
	17	Documentos de transporte									■							
	18	Tipos de contenedores																
	19	Flete internacional																
FASE FINAL	20	Póliza de seguro internacional									■							
	21	Reserva del espació, alquiler y llenado del contenedor, transferencia al exterior										■						
	22	Requisitos de ingreso al país de destino											■					
	23	Instituciones que regulan el ingreso de mercancías en el país de destino												■				
	24	Restricciones de ingreso													■			
	25	Contacto con países de destino																
	26	Estructura de costos logísticos																
RECOMENDACIONES	27	Exportación real																
	28	Póliza de seguro, certificados fitosanitario, de origen y otros.														■		
	29	Transporte interno																
	30	Cadena de frío																
	31	Precintos de seguridad														■		

## 11. CONTENIDOS DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	CONTENIDOS	RESPONSABLE
Que es la exportación y beneficios	- Que es la exportación, Ventajas y desventajas, Quienes pueden exportar, Requisitos para exportar, Formas de exportación, Que errores se cometen al exportar	Especialista en comercio exterior
Tratados y acuerdos comerciales	- Que es un tratado y acuerdo comercial, Beneficios, TLC Estados Unidos, Unión Europea, Canadá	Especialista en comercio exterior
Instituciones que facilitan el comercio exterior	- Manejo de plataformas virtuales de MINCETUR, PROMPERÚ, SENASA, MINAGRI, SIICEX, SUNAT/ADUANAS.	Funcionarios de instituciones competentes
Cultivo y cosecha del banano	- Técnicas de cultivo, Técnicas de control de plagas, Técnicas de cosecha, Formas de monitoreo	SENASA / MINAGRI
Calidad e inocuidad	- Definiciones de calidad, inocuidad y trazabilidad - Formas de control de calidad	Especialista
Certificaciones orgánicas	- Definición de certificaciones, Certificaciones para cada mercado de destino, Certificaciones nacionales.	Especialista en certificaciones.
Empaque, envase y embalaje	- Conceptos de empaque, envase y embalaje - Clasificación, Tipos. Etiquetado	Especialista en envases y embalajes.
Documentos de exportación y usos	- Documentos emitidos por el exportador, por la agencia de aduana, por la empresa de transporte, por el terminal, por el seguro, por el banco y otras instituciones	Especialista llenado de documentos (exportador, ADEX, cámara de comercio)
Unitarización y contenedorización	- Conceptos de unitarización y contenedorización - Palet, sunchos, cajas de cartón, Tipos de contenedores	Especialista en comercio exterior
Distribución física internacional	- Componentes e integrantes de la distribución física internacional (DFI)	Especialista en exportaciones
Búsqueda de clientes en el extranjero	- Formas de conseguir clientes, Asistencia en ferias, misiones comerciales internacionales, Uso de la plataforma virtual de SUNAT, ADEX.	Especialista en exportaciones
INCOTERMS	- Concepto de los incoterms, Clasificación, Usos, Ejercicios	Especialista en exportaciones
Medios de pago	- Formas de cobranza internacional, Carta de crédito, Pago anticipado, Pago directo, cuenta abierta, etc.	Funcionario del banco
Infraestructura portuaria en el Perú	- Puertos, Aeropuertos, Almacenes	Especialista en comercio exterior
Medios de transporte	- Ventajas y desventajas, Transporte aéreo, marítimo, terrestre y multimodal, Líneas aéreas, Itinerarios	Especialista en transporte intern.
Documentos de transporte	- Guía aérea, B/L, Carta porte, Booking	Especialista en transporte intern.
Tipos de contenedores	- Tipos de contenedores y usos	Especialista en comercio exterior
Flete internacional	- Cálculo de flete Aéreo, marítimo y terrestre	Especialista Com. Ex
Póliza de seguro internacional	- seguro de seguro de la carga, cláusulas de cobertura	Funcionario de una aseguradora
Ingreso a los mercados intern.	- Empaque, Permisos, Certificaciones	Especialista en comercio intern.
Restricciones de ingreso	- Productos que están prohibidos	Especialista en comercio intern.
Contacto con países de destino	- Formas de contacto (directorios, carta de presentación, visita directa)	Especialista en comercio intern.
Estructura de costos logísticos	- Costo de la mercancía, Preparación de la carga, Traslados internos, Almacenamientos intermedios, Agenciamiento de aduanas, Manipulación de la carga, Flete internacional, Seguro internacional.	Especialista en comercio internacional
Recomendaciones	- Transporte interno, Cadena de frio, Precintos de, seguridad, Limpieza de contenedores.	Especialista en comercio intern.

## 12. REGISTRO DE PARTICIPANTES

REGISTRO DE PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA DE EXPORTACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN APAGA, CHEPEN.				
N°	FRECUENCIA		FECHA	
	TEMA		HORA	
	FACILITADOR:		LUGAR	
	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	TELEFONO	FIRMA
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				



## AUTORIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA TESIS



AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD

Chepén 21 de junio del año 2019

CARTA -001- 2019 – APAGA

Doctora:

**MERCEDES COLLAZOS ALARCÓN**

Directora de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo

Asunto : Constancia

Referencia : Solicitud recibida con fecha 21 de junio del 2019.

Por la presente, dejo constancia que el Señor **Ulises Regalada Rafael**, de la maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI 70035869, ha sido autorizado para que recopile información técnica sobre internacionalización para ser utilizado en el trabajo de tesis: Programa de Exportación para la Internacionalización de la Asociación APAGA, Chepén.

Es propicia la ocasión para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente.



Alíndor Hernández Hernández  
Presidente de APAGA

---

**Asociación de Pequeños Agricultores y Ganaderos Del Algarrobal**  
Calle Chiclayo # 815 Pacanguilla, Pacanga, Chepén, La Libertad, Perú –  
Cel: # 947419209 [asopaga@gmail.com](mailto:asopaga@gmail.com)

---

## VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

### FICHA DE EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE EXPORTACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN APAGA, CHEPEN.

AUTOR: ULISES REGALADO RAFAEL

(JUICIO DE EXPERTOS)

Yo, Luis Alberto Pantaleón Santa María, identificado con DNI N° 17523944, con grado académico de Magister Scientiae Producción y Extensión Agrícola en la Universidad Nacional Agraria la Molina.

Hago constar que he leído y revisado el Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA de la provincia de Chepén La Libertad, correspondiente a la tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios-MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La estructura corresponde a la tesis: Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén .

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizada las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
98.00%	95.00%	98.00%	97.00%

Chiclayo, 12 de Julio del 2019

Mg. Luis Alberto Pantaleón Santa María  
Reg. C.P.R. N° 33062  
DNI N° 17523944

EXPERTO

## VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

### FICHA DE EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE EXPORTACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN APAGA, CHEPEN.

AUTOR: ULISES REGALADO RAFAEL

(JUICIO DE EXPERTOS)

Yo, Ana María Núñez Castillo, identificado con DNI N° 16650844, con grado académico de Maestra en Ciencias con Mención en Proyectos de Inversión en la Universidad Nacional "Pedro Ruiz Gallo".

Hago constar que he leído y revisado el Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA de la provincia de Chepén La Libertad, correspondiente a la tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios-MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La estructura corresponde a la tesis: Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizada las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA, Chepén.			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
90%	80%	90%	85%

Chiclayo, 10 de Julio del 2019



Mg. Ana María Núñez Castillo  
DNI N° 16650844  
**EXPERTO**

# AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O LA TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: REGALADO RAFAEL ULISES

D.N.I. : 70035869

Domicilio : Manza. V2. Lote 03 Derrama Magisterial - Chiclayo

Teléfono : Fijo : ..... Móvil : 942978277

E-mail : ulisescni@gmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Trabajo de Investigación de Pregrado

Tesis de Pregrado

Facultad : .....

Escuela : .....

Carrera : .....

Grado  Título

Tesis de Post Grado

Maestría  Doctorado

Grado : Maestro en Administración de Negocios -MBA

Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Regalado Rafael Ulises

Título la tesis:

PROGRAMA DE EXPORTACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE  
LA ASOCIACIÓN APAGA , CHEPEN.

Año de publicación : 2019

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLIGACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, Autorizo a publicar en texto completo mi  
trabajo de investigación o tesis.

Firma :

Fecha :

27-11-2019

ULISES REGALADO RAFAEL

# ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS



## ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Hugo Enrique Huiman Tarrillo, Asesor del curso de desarrollo del trabajo de investigación y revisor de la tesis del estudiante, **ULISES REGALADO RAFAEL**, titulada: **PROGRAMA DE EXPORTACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN APAGA, CHEPEN**, constato que la misma tiene un índice de similitud de 18% verificable en el reporte de originalidad del programa *Turnitin*.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó 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.

Chiclayo, 20 de Noviembre de 2019



Dr. Hugo Enrique Huiman Tarrillo  
DNI: 16418702

CAMPUS CHICLAYO  
Carretera Pimentel km. 3.5.

## REPORTE TURNITIN

### EXPORTACIONES

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	3%
2	<a href="http://www.minagri.gob.pe">www.minagri.gob.pe</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://www.njmea.org">www.njmea.org</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://dspace.unitru.edu.pe">dspace.unitru.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	Submitted to EP NBS S.A.C. Trabajo del estudiante	1%
6	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="http://pirhua.udep.edu.pe">pirhua.udep.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
8	<a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> Fuente de Internet	1%
9	<a href="http://cybertesis.unmsm.edu.pe">cybertesis.unmsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%

# AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



## UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA LA JEFA DE UNIDAD DE POSGRADO

ESCUELA DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

**Ulises Regalado Rafael**

INFORME TÍTULADO:

Programa de exportación para la internacionalización de la asociación APAGA , Chepén.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

**MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS-MBA**

---

SUSTENTADO EN FECHA: 07/08/2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADO POR UNANIMIDAD

PRIMA DE LA JEFA DE UNIDAD DE POSGRADO