



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**

**Exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado  
holandés, año 2019**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Bachiller en Negocios Internacionales

**AUTORES:**

Condor Flores, Angie Pilar (ORCID: 0000-0002-8312-4070)

Huamán Velásquez, Milena Hilda (ORCID: 0000-0002-2083-418X)

Romero Escobar, Lourdes Rosmery (ORCID: 0000-0002-8807-1131)

**ASESOR:**

MG. José de la Rosa Orderique torres (ORCID: 0000-0002-9719-8708)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2019

## **DEDICATORIA**

Nos gustaría dedicar nuestro trabajo de investigación a Dios por habernos iluminado y darnos fuerzas para culminar satisfactoriamente nuestro trabajo de investigación.

A nuestra familia por haber confiado en nosotros y brindarnos su soporte incondicional en toda nuestra carrera profesional.

Para nuestro profesor Márquez Caro, Fernando Luis quien amablemente nos instruyó en la elaboración del proyecto de Investigación.

## **AGRADECIMIENTO**

Ante todo, agradecemos a Dios por un día más de vida y por haberme brindado la fuerza para poder alcanzar esta meta, de la misma manera agradezco el apoyo del asesor Márquez Caro Fernando Luis y todo el plantel educativo que nos brinda la facilidad académica para forjarnos cada día como mejores profesionales.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEÓRICO	13
III. MÉTODO	17
3.1 Tipo y Diseño de Investigación	17
3.2. Variables y operacionalización	18
3.3. Población, muestra y muestreo	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
3.5. Procedimiento	20
3.6. Método de análisis de datos	20
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN	25
VI. CONCLUSIONES	27
VII. RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS	29
ANEXOS	9

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable Exportación	21
Tabla 2. Dimensión Exportación Directa	22
Tabla 3. Dimensión Exportación Indirecta	23
Tabla 4. Dimensión Exportación Concertada	24

## ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Variable Exportación	21
Ilustración 2. Variable Exportación Directa	22
Ilustración 3. Dimensión Exportación Indirecta	23
Ilustración 4. Dimensión Exportación Concertada	24

## RESUMEN

La presente investigación, con respecto a la problemática presentada en la empresa de estudio, es que no cuenta con extensión de hectáreas en otras zonas aparte de las que hay en Piura, tuvo como objetivo principal determinar la variable de exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019. Su metodología es nivel descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, de corte transversal y estudio aplicada. Además, tiene una muestra de tipo censal, estableciendo una población y muestra de los 20 trabajadores del Área de Producción de la Empresa Dominus S.A.C. para la adquisición sobre datos, asimismo utilizamos la encuesta y el cuestionario, apropiadamente avalado para exponer su confiabilidad a través del Alfa de Crombach, adaptado en las 18 preguntas para la variable Exportación. Los resultados se adquirieron mediante el programa SPSS para verificar su análisis. Se concluyó que se consiguió determinar la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019.

**Palabras claves:** Exportación, Empresa y Comercio Internacional.

## **ABSTRACT**

The present investigation, one of the problems that is presented in the company DOMINUS SAC, is that it does not have an extension of hectares in areas other than those in Piura, its main objective was to determine the company's mango export variable Dominus SAC to the Dutch market, year 2019. Its methodology was descriptive, non-experimental design, cross-sectional, under the quantitative approach and applied type. The sample was of census type, determining a population and sample of the 20 workers of the Production Area of the Company Dominus S.A.C. To collect the information, the survey was used as a technique and as an instrument the questionnaire that was duly validated to demonstrate its reliability through Crombach's Alpha, consisting of 18 questions for the Export variable. The results were obtained through the SPSS system to perform their respective analysis. It was concluded that it was possible to determine the export of mango from the company Dominus S.A.C to the Dutch market, year 2019.

**Keywords:** Export, Enterprise and International Trade.



## I. INTRODUCCIÓN

El mango, se considera un fruto tropical relevante en el mundo es el mango, denominado como el rey de los frutos, por su sabor, color y aroma. (Vitale et al., 2020). Además, el mango posee múltiples variedades nutricionales como la fibra, vitaminas y minerales, por esa razón se considera una fruta con muchas cualidades, que se comercializa en todo el mundo. (Thakor, 2019). Actualmente su cultivo tiene presencia en más de ochenta países, representando más del 50 % de la producción mundial de frutos tropicales, obteniendo un desenvolvimiento positivo en el mercado global en últimos años, con variaciones ascendentes, beneficiando al crecimiento del comercio internacional. (Namrata, 2019). El mayor productor de mango es la India, con una participación inferior al 20 % del mercado internacional, asimismo exporta su producto tradicional alrededor de más de 50 naciones, elevando su valor de exportación considerablemente. (Kumaresh y Sekar, 2013). Seguidamente, China se posiciona como el segundo mayor productor de mango del mundo, donde esta diligencia se ha transformado en la principal fuente de ingreso de los productores dentro de las regiones de china, adoptando medidas técnicas que aporten en el mejoramiento de la calidad de dicho producto. (Gao et al., 2019). También países como Tailandia, Indonesia, México, Brasil, Perú, y Egipto se encuentran dentro de los 10 principales productores de mango, cabe resaltar que, Antracnosis es una enfermedad expuesta en el pos cosecha en gran parte de la producción mundial, quien es responsable de las mermas para la fruta, particularmente con destino al mercado exterior. (Chillet et al., 2020). Con respecto a la importación del mango, presenta mayor aceptación en Estados Unidos, siendo el principal país con mayor demanda referente al fruto y países conformantes de la Unión Europea como: Países Bajos, Francia, Inglaterra, Portugal, España, Bélgica y por último Suecia. (Mitra, 2016). En los Países Bajos, la gran parte de las importaciones del mencionado producto, su estado de maduración se desarrolla antes de proporcionar al mercado, para satisfacer a cabalidad a los consumidores, quienes consideran importante los estándares de maduración referente al fruto tropical. (Schouten, 2018). Curiosamente los Países son reexportadores influyentes de mango en la UE, considerada esta actividad como ingreso económico. (Kuganesan et al., 2017). Por otro lado, en el Perú la exportación de productos

agrícolas es uno de los sectores con mayor enfoque de crecimiento y generador de divisas, gracias a una apertura de mercado con los demás países se pueden realizar un mejor estudio de colocación de estos productos, según la necesidad y gustos, del consumidor exigente a nivel internacional. (Zhilkin & Chavarry, 2020). Así mismo, esto se ha reflejado en sus exportaciones del mango peruano, ya que fue aumentando de forma sostenida y duradero entre los años 2001-2016, con una tasa anual de 12,6%, siendo en 2016, donde las exportaciones consiguieron 157 mil toneladas respecto a su volumen, resaltando que, en los dos últimos meses de ese año, el Perú exportó al mercado europeo grandes cantidades mayores a 10 mil o 20 mil en toneladas mensuales. (Minagri, 2017). El mango es uno de los productos agrícola que ha adquirido una mayor influencia de crecimiento en las exportaciones peruanas, ocupando el cuarto lugar como el producto más exportado del país. (Sánchez, 2013). La determinación para la adquisición de compra por los países son la calidad, textura, sabor, propiedades que proporciona el producto diferenciando de las demás, siendo Europa uno de los mayores importadores de mango, especialmente las exportaciones de mango van dirigidas al mercado de Países Bajos. (UNCTAD, 2016). Por lo tanto, según al requerimiento del mercado internacional, las expectativas de extender las ofertas exportables de mango son potencialmente viables, Donde se estima que al año 2021 el Perú sea uno de los principales vendedores de mango de una calidad elevada, contiguo a México y la india. (Minagri, 2015). Por ende, el mango peruano es calificado como “Premium” debido a las características que presenta por su buen sabor, aroma y color, por lo tanto, es considerado por el mercado internacional un mango de muy alta calidad. (Domínguez, 2019). Cabe resaltar que, en tanto a las exportaciones del mango del Perú, debido la calidad que le caracteriza existen oportunidades de seguir creciendo numerosamente en las exportaciones y abastecer la demanda del mercado internacional. (Mincetur, 2019). Por otra parte, la zona principal productora de mango, es Piura, está ubicada en el norte del Perú, seguidamente por Lambayeque, y finalmente el departamento de Cajamarca, por lo tanto, estas tres regiones representan más del 80 % de la producción nacional. (Carbajal y Ramos, 2020). Por consiguiente, una de las más resaltantes empresas exportadora de mango fresco en el Perú es DOMINUS S.A.C ubicada en el departamento de Piura, inicia sus operaciones en el año 2007, generando un crecimiento adyacente al

consolidarse como una empresa en proceso de liderazgo de exportación en el mercado peruano. (Mincetur, 2018). Una de las problemáticas que ostenta la empresa DOMINUS S.A.C, no cuenta con extensión de hectáreas en otras zonas aparte de las que hay en Piura, entonces podríamos notar que no cubriría una demanda en determinado tiempo que data del mes de abril a octubre por el tiempo de producción en las temporadas. Además, el mango Kent es un producto que reúne las características apropiadas para la demanda del consumo al mercado de Países Bajos. (Campos y Martínez, 2019). Como se sabe, la empresa Dominus S.A.C tiene como uno de sus principales destinos en Holanda, tal que tiene que cumplir con ciertas exigencias para ingresar a ese mercado, de lo contrario podría tener serios problemas al enviar las frutas. Los productos agrícolas que ingresan a la Unión Europea que en este caso son los Mangos provenientes de Perú, no acatan con la norma de libre de la mosca de la fruta, por ello se le impondrá restricciones fitosanitarias, realizan las mismas reglas con respecto a las restricciones en el sector agropecuario, por un tema de evitar enfermedades en los consumidores de la respectiva fruta. Se sabe que uno de los principales de destino del Perú para exportar mangos es al mercado holandés, de lo cual este problema se debe a que no regularizaron la inspección fitosanitaria de las frutas que conlleva a que el agroexportador tenga costos adicionales que dará un descenso en la rentabilidad. (PromPerú 2011). Por tanto, el trabajo de investigación ayudará a conocer desde un punto de vista múltiple, la problemática planteada en la investigación, donde el aporte del trabajo es ayudar al exportador o empresario a conocer la susceptibilidad del consumidor internacional y prevenir posibles pérdidas económicas, determinando características particulares del mango, se analizará los posibles problemas que podrían generarse a la empresa DOMINUS S.A.C., que se orienta en la producción y comercialización del producto al mercado de Holanda, Por consecuencia nos centraremos en la descripción de la producción de mango hacia el mercado Holandés. En esta investigación, se formula como problema general ¿La exportación de mango de la Empresa Dominus S.A.C abastece la demanda del mercado holandés, año 2019?, Así mismo, como problemas específicos fueron: ¿Cómo se aplica la exportación directa para la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C para el abastecimiento de la demanda del mercado holandés, año 2019?, ¿Cómo se aplica la exportación indirecta para la

exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C para el abastecimiento de la demanda del mercado holandés, año 2019? y ¿Cómo se aplica la exportación concertada para la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C para el abastecimiento de la demanda del mercado holandés, año 2019?. El presente trabajo tiene como justificación de manera concisa y precisa sobre la calidad de la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés. Obteniendo ventajas para los exportadores, sabiendo que uno de sus principales productos agrícolas es el mango, de lo cual, en los últimos años, ha obtenido un gran valor como producto de exportación no tradicional. Debido a que es una de las frutas más demandadas y la más comercializada en el mercado mundial, muestra un crecimiento acelerado, gracias a las propiedades de dicha fruta, una de ellas es la baja caloría que presenta y su alto porcentaje de vitaminas A y C que trae mucho beneficio. Por ende, los Países industrializados lo consideran como la dieta de los consumidores y muy valorada por su Sabor, aroma y textura.

Con respecto, a los objetivos de la presente investigación, tiene como objetivo general: Determinar la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019. Asimismo, se tomó como objetivos específicos: Describir la aplicación de la exportación directa para la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019, Describir la aplicación de la exportación indirecta para la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019 y Describir la aplicación de la exportación concertada para la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019. Por consiguiente, presenta la Hipótesis General: La exportación de mango de la Empresa Dominus S.A.C abastece la demanda del mercado holandés, año 2019. Por tanto, sus hipótesis específicas son: La exportación directa describe la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019, La exportación indirecta describe la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019 y La exportación concertada describe la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019.

## II. MARCO TEÓRICO

En este trabajo de investigación, se evidencia los aportes de trabajos previos nacionales e internacionales.

Carhuapoma et al., (2019), en su investigación titulada *Factores determinantes en la evolución de la partida 0804502000, en el marco del TLC Perú-Unión Europea con destino a los Países Bajos en el periodo 2011 al 2017*. El objetivo es examinar los elementos determinantes en la evolución en exportaciones peruanas de mangos frescos con dicha partida arancela hacia Países bajos en el periodo del 2011-2017. Además, es de nivel descriptivo y cualitativo; los instrumentos aplicados fue el procesamiento para los hallazgos importantes mediante la recopilación de datos sobre fuentes primarias y secundarias. Se concluyó, según los entrevistados afirma que las exportaciones de los mangos frescos del Perú se realizan en noviembre hasta marzo, cumpliendo con los requisitos establecidos por el mercado de Países bajos respecto a la calidad, sabor proveniente de la variedad del mango Kent ofertado hacia el mercado extranjero mencionado. De tal forma, esta investigación brinda conocimientos para el presente trabajo de investigación, porque nos indica que en los años 2011-2017, las evoluciones de las exportaciones del mango dirigidas a Países bajos fueron determinadas por el cumplimiento de las certificaciones de dicho producto peruano, influyendo su oportunidad de comercializar entre los meses de noviembre a marzo para cubrir con la demanda hacia los mercados internacionales. Por otro lado, Alcántara et al., (2017), en su investigación titulada *Plan de Negocio para la exportación de Mango Kent en el Mercado de Estados Unidos*. El objetivo de la investigación consiste en constituir la viabilidad financiera de dicho plan. También, es de tipo exploratoria y cualitativa; su instrumento fue la recopilación de datos mediante fuentes primarias y secundarias vinculados al tema. Concluyó, que el mango es un producto agrícola sumamente esencial en las exportaciones peruanas que cubre la demanda de noviembre a marzo, siendo Países Bajos el principal importador de dicho producto, puesto que, cumplen con las exigencias del mercado extranjero en referente a la calidad y madurez de la fruta. Por tanto, la investigación aporta con nuestro trabajo de investigación, porque expresa que las exportaciones del mango del Perú obtienen

una gran aceptación en el mercado internacional, principalmente en el mercado holandés, debido a su tiempo de producción y a la variedad presentada en las frutas agrícolas mencionadas. Además, Carbajal et al., (2020), en la investigación titulada *Factores terminantes en las exportaciones peruanas de mango a Países Bajos durante el periodo 2013 – 2018*. El objetivo que tuvo fue Examinar los factores determinantes en las exportaciones de mango peruano con subpartida nacional 0804.50.20.00 con destino a Países Bajos durante los años 2013 – 2018. La tesis es de tipo descriptivo, correlacional, teniendo el estudio explicativo, cuantitativo de diseño no experimental; el instrumento utilizado fue la recopilación de datos a través de fuentes confiables. Se concluyó, en los resultados que la estación en la producción del mango peruano contribuye abastecer al mercado del hemisferio norte, encontrándose los Países Bajos, porque no coincide con la temporada de algunos países exportadores, reflejando que la demanda del mango del Perú se debe a sus características esenciales como la calidad y la dulzura. Igualmente, esta investigación aporta a la investigación presente, ya que indica que el Perú cuenta las condiciones necesarias en relación a la estación de su producción con la finalidad abastecer el mercado holandés con dicho producto peruano durante los años 2013 – 2018. Mientras que los trabajos previos internacionales son: Briones et al., (2019), en su artículo titulado *La responsabilidad social de las productoras de mango en el Cantón Guayaquil*, publicado en la revista *Universidad y Sociedad*. Tuvo como objetivo analizar los factores de responsabilidad social empresarial en las productoras y exportadoras de mango. Su Metodología de este artículo es tipo descriptiva y diseño no experimental; los instrumentos empleados son las entrevistas y encuestas certificadas por expertos. Se llegó a concluir, que todo productor y exportador de dicha fruta no solo deben priorizar la calidad del producto sino también en operar de manera socialmente responsable con las personas y el entorno que les rodea aplicando la Norma Iso 26000 y así llegar al éxito a más oportunidades de mercados, teniendo en cuenta que la UE, es el mayor importador de este sector agrícola. Tal que, la investigación ayuda a nuestro trabajo de investigación, mostrando las oportunidades que tiene el mercado del sector agrícola peruana en abastecer al mercado extranjero en cuanto la exportación de dicho producto. Por consiguiente, Villarreal (2014), en su investigación titulada *subsistema de agronegocios del mango fresco peruano de exportación. Fortalezas*

y debilidades para su consolidación en el mercado estadounidense. Tuvo como objetivo analizar el SSAG del producto de estudio con la finalidad de reconocer las fortalezas y debilidades para su consolidación en el país norteamericano. Su Metodología de este artículo es del tipo cualitativa y cuantitativa; el instrumento aplicado la recolección de datos a través de fuentes primarias como la entrevista y las fuentes secundarias. Se concluyó, en los resultados que la estación de la oferta del producto fue su cosecha en el mes de octubre, realizando su exportación hasta marzo, resaltando que el mercado importador que demanda más son los Países Bajos en el periodo mencionado. Del mismo modo, esta investigación aporta con nuestra investigación, porque brinda información sobre las exportaciones del Perú que han sido favorecidas y aceptadas en los mercados internacionales, cubriendo la demanda, especialmente al mercado europeo, debido a su tiempo de estación de la producción y sus características predecibles. Finalmente, Franco y Mora (2016), en su investigación titulada *Análisis para la exportación de mango a mercado estadounidense por la economía popular y solidaria*. Tuvo como objetivo crear el plan de exportación del mango de Ecuador hacia el país norteamericano asentados en la economía. La investigación es un estudio exploratorio; el instrumento aplicado la técnica descriptiva para examinar los resultados de la producción y exportación del dicho producto. Se concluyó, que el mango de Ecuador se produce de octubre a febrero, abasteciendo a los mercados extranjeros en relación a sus cosecha y cultivo, pero los otros países exportadores tienen diferentes formas de temporada. Por ende, la presente investigación aporta a nuestro trabajo investigación, ya que se visualiza que el tiempo de producción del mango de Ecuador es casi similar a la estación de cultivo de dicha fruta peruana, puesto que, para ambos son buenos exportadores a nivel internacional, demostrando la calidad de sus productos agrícolas.

Por otra parte, las teorías relacionadas referentes al comercio internacional, respaldando a la investigación fueron: Teoría Comparativa: Según David Ricardo (1817, como se citó en Cheol y Bruce, 2007), consiste en el intercambio de mercancías entre las naciones, la teoría afirma la prosperidad del bien económico si un país se asigna a producir y promocionar productos en los realmente consideren que poseen ventaja comparativa en comparación a otros países. Así

mismo, la teoría se refleja en los precios, es decir, cuando dos países ofrecen sus productos simultáneamente, el que posee menor precio tiene la ventaja comparativa con respecto al otro. Del mismo modo la Teoría de la Localización, Von (1820, como se citó en Torres, 2005), interpreta, que consiste en la distribución de los recursos en diferentes partes del mundo, es decir la diversificación de productos, por tanto, conduce al desarrollo económico, así mismo preside a especializarse a los individuos de la nación, generando trabajo y crecimiento económico, posteriormente dirigiendo al envío de sus productos hacia otras naciones, diligencia denominada como la exportación. La elección de esta teoría se relaciona con la finalidad de la investigación presente, considerando que la producción de dicho producto, genera los elementos de producción y exportación. Seguidamente la teoría de Commodities: Sierralta (2007), expresa que la teoría se fundamenta en los recursos que gozan las diferentes naciones sin necesidad de tecnología y material, solo necesitan mano de obra para producir, de esa manera prosperar en el mercado global, especialmente los países latinoamericanos que dan sus primeros pasos al mercado internacional, gracias a las materias primas que la naturaleza les ofrece. En referencia a los enfoques conceptuales que sirvieron como base teórica para el análisis de la variable Exportación se mostraron las siguientes investigaciones. Según Berman (2013), en su libro Gestión del comercio exterior indica que la exportación es un régimen aduanero que accede la salida de un producto destinado a un país extranjero, implica obligaciones formales como la declaración en aduana. Por tanto, cuando se exporta se accede al traslado de los productos hacia un mercado de destino, es decir la colocación de un bien en el exterior, de lo cual se tiene que tener en cuenta los documentos en términos jurídicos. Por consiguiente, nuestra Variable de exportación presentó tres dimensiones: Exportación Directa y Exportación Indirecta y la Exportación Concertada. Así mismo, Berman (2013), manifiesta que la exportación directa, es cuando una empresa se encarga de vender sus productos de manera directa a sus compradores en el exterior donde se requiere toda una estrategia administrativa y logística. Nos especifica que esta exportación se puede ofertar de forma directa con los compradores en base a una serie de estrategias. En cambio, la dimensión de la exportación indirecta. Igualmente, Berman (2013), indica, que la exportación indirecta es el transcurso donde a través de un intermediario tu producto llega al



mercado exterior. En la cual el intermediario acepta los términos de ocuparse de la responsabilidad de trámites, marketing, permiso y envío. Cabe resaltar que, para realizar una exportación indirecta de una mercancía, se necesita recurrir a un intermediario para que traslade la mercancía al mercado de destino, pero debe encargarse de los documentos indispensables para exportar. De igual modo, Berman (2013) señala que la exportación concertada es la participación de diferentes empresas fabricantes unidas para introducirse en un mercado exterior cuyo objetivo común es el aumento de sus ventas. Nos da entender que esta exportación concertada lo componen las empresas, por ende, se asocian para introducirse en un mercado con el objetivo de aumentar sus ventas de sus respectivos productos. Siguiendo con los enfoques conceptuales relacionados con la variable de Exportación. Por otro lado, Martínez (2011), señala que la exportación es una actividad innovadora y se interesa por penetrar en nuevos mercados y ofrecer nuevos productos a partir de la estrategia de diversificación geográfica y diversificación de la oferta que elige. Puesto que, la exportación nos ayuda a poder vender productos en base a estrategias para elaborar productos novedosos. Del mismo modo, Peña (2016), en su libro Manual de transporte para el comercio internacional indica que la exportación consiste en ofertar productos hacia nuevos mercados internacionales. Por otro lado, Sulser y Pedroza (2004), señalan que, la exportación significa ofertar productos hacia al exterior, es decir para las mercancías que están destinadas a salir del territorio aduanero. De la misma manera Lerma y Marqués (2010), definen la exportación, como la diligencia comercial, que otorga realizar la compra y venta de productos entre naciones. Finalmente, Kotler y Armstrong (2001), explica que la exportación consiste en integrarse a nuevas plazas a través de envíos de mercancías que los países se dedican a producir.

### **III. MÉTODO**

#### **3.1 Tipo y Diseño de Investigación**

La presente investigación es de tipo aplicada, por tanto, nos ayudará a proporcionar respuestas a la problemática planteada. Para Ocede (2018), manifiesta que, el tipo de investigación aplicada comprende en realizar trabajos originales para adquirir nuevos conocimientos como también determinar nuevas técnicas o forma de lograr

objetivos específicos establecidos, donde implica todo el conocimiento existente en un intento de solucionar problemas específicos. Además, el diseño de la investigación es no experimental, ya que no se manipula la variable. Según Hernández et al. (2014), manifiesta que el diseño no experimental se refiere en que las variables independientes no se manipulan porque ya se han acontecido. Por ello, este diseño se realiza sin manipular deliberadamente en la variable, en este caso Exportación. Asimismo, es de corte transversal debido a que recogen datos en determinada situación, es decir en un momento determinado. Finalmente, con un nivel descriptivo. Tal que, esta investigación es de alcance descriptivo. Para Arias (2012), expresa que, el alcance descriptivo cuantifica de manera independiente en relación a las variables, abarca un conjunto de caracterización frente a hecho. Por último, cuenta con un enfoque cuantitativo, Gómez (2006), indica que, este enfoque reside en recolectar datos, para determinar las hipótesis, a través de la medición numérica.

### **3.2. Variables y operacionalización**

La investigación plantea una variable denominada Exportación, iniciando de lo general a lo más específico, la primera variable está compuesta por tres dimensiones: Exportación directa, Exportación indirecta, Exportación concertada. Con respecto a la primera dimensión presenta indicadores como Agente, distribución y Minoristas. Por consiguiente, la segunda dimensión se desglosa en los siguientes indicadores: Consorcios, despachantes de carga, venderle a un cliente exportador. Por último, la tercera dimensión se expresa en tres dimensiones: Joint Venture, Alianza estratégica y Franquicia internacional. En relación a la conceptualización operacional. Para Espinoza (2019), la operacionalización de las variables consiste en desglosar en dimensiones e interpretar en indicadores, otorgando la escala de medición necesaria a la investigación de estudio.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

En la investigación, mi población, abarca 20 trabajadores del área de producción del mango en la empresa Dominus S.A.C. Por otro lado, Hernández et al. (2014), expresa que la población es una agrupación de datos relacionado a individuos, objetos o elementos en lo que se requiere dar a conocer en una investigación. De la misma forma, se evidencia en la muestra censal, 20 trabajadores en el área de

producción de mango de la empresa Dominus S.A.C. Según Hernández et al., (2014), la muestra es una minoría de individuos que recopilan datos extraídos de la población y tiene que delimitarse con precisión. Para Hernández et al. (2014), la muestra censal se relaciona a una encuesta de todos los individuos de la población objetivo. De la misma manera el muestreo probabilístico: muestreo aleatorio simple. Según Moore (2011), el muestreo aleatorio simple se refiere a una proporción asignada con probabilidad de ser elegida.

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

Esta investigación emplea la técnica de la encuesta. Para Hernández et al. (2014), señala que la encuesta se basa en procedimiento para dar a conocer la opinión de las personas para posteriormente recolectar información a través de un cuestionario. De lo cual, la encuesta se elaboró de acuerdo a la variable de Exportación y sus respectivas dimensiones. Del mismo modo, cuenta con un instrumento de recopilación de datos, denominado el cuestionario. Para Hernández et al. (2014), se refiere a un conjunto de interrogaciones, que se pueden dar en dos tipos: cerradas o abiertas, nuestro cuestionario para este trabajo se va realizar en preguntas cerradas. En la presente investigación, el cuestionario fue avalado por la sensatez de tres expertos competentes en Metodología de la investigación científica, de lo cual utilizaron el instrumento con respecto a la validación del cuestionario. Para Hernández et al. (2014), interpretan como el nivel de confiabilidad referente a la variable.

<b>Experto</b>	<b>Aplicable</b>
Mg. Márquez Caro, Fernando Luis	75%
Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen	80%
Mg. Frias Guevara, Roberth	90%

Para comprobar la fiabilidad del instrumento, se utilizó el Software SPSS, con el objetivo en descubrir el coeficiente Alfa de Cronbach, para evaluar la validez de los

ítems para cada variante. Según Hernández et al., (2014), señala la confiabilidad como el grado de consistencia del instrumento.

### Resultados del análisis de confiabilidad: Alfa de Cronbach de la variable Exportación

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,842	18

#### INTERPRETACIÓN:

Con respecto a los resultados, muestra un instrumento confiable, según los resultados obtenidos de 0,842 Alfa de Cronbach.

#### 3.5. Procedimiento

Esta investigación tomó en consideración dos fuentes: fuentes primarias y secundarias. Referente a la primera fuente, se aplicó el cuestionario para adquisición de los resultados, mientras que la fuente secundaria se obtuvo mediante libros, revistas científicas.

#### 3.6. Método de análisis de datos

Se analizó la variable a través del software SPSS, proporcionando gráficos y tablas de frecuencias, por ende, permitió adquirir la base de datos para mostrar los resultados. Según Hernández et al., (2014), indica que los datos obtenidos se requiere procesarlos para poder realizar a través de una cuantificación sistemática.

#### 3.7. Aspectos éticos

En la investigación, se ejecutó dicho estudio para que la empresa pueda enriquecer sus conocimientos para el mejoramiento en su rubro. Se acataron la propiedad intelectual de los propietarios consultados en las citas utilizando el estilo APA basada en la séptima edición, porque fueron utilizados como fuentes de información

para la obtención del trabajo para posteriormente poner las referencias bibliográficas correspondientes.

#### IV. RESULTADOS

##### Análisis Descriptivo Univariado

Análisis descriptivo de la variable Exportación

		Exportación			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	Medio	11	55,0	55,0	55,0
	Alto	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Tabla 1. Variable Exportación

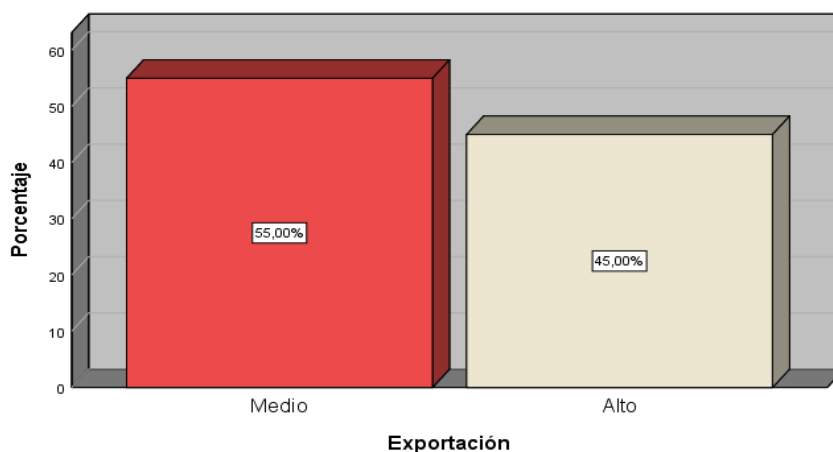


Ilustración 1. Variable Exportación

##### INTERPRETACIÓN:

En la tabla 1 y figura 1, se percibe una muestra de 20 trabajadores del área de producción de la empresa Dominus S.A.C., el 45% consideran que la exportación tiene un alto nivel y el 55% indicaron un nivel medio.

## Descripción de los resultados de la dimensión exportación directa

		<b>Exportación Directa</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	15,0	15,0	15,0
	Medio	7	35,0	35,0	50,0
	Alto	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Tabla 2. Dimensión Exportación Directa

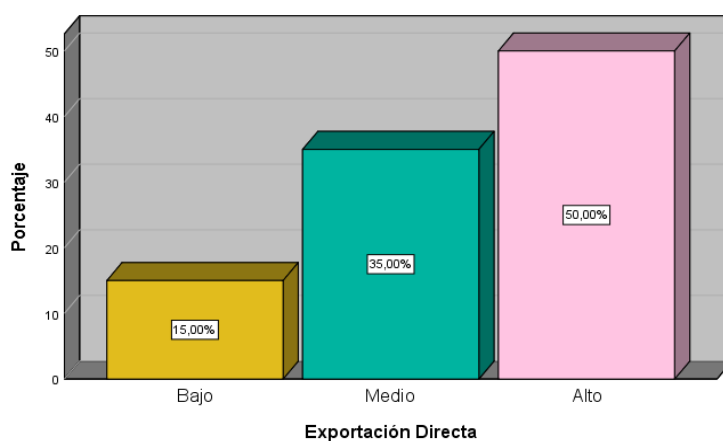


Ilustración 2. Variable Exportación Directa

### INTERPRETACIÓN:

En la tabla 2 y figura 2, se percibe, una muestra de 20 trabajadores del área de producción de la empresa Dominus S.A.C., el 50% consideran la exportación directa como un nivel alto, el 35% consideran un nivel medio y el 15% indicaron un nivel bajo.

Descripción de los resultados de la dimensión exportación indirecta

Tabla 3. Dimensión Exportación Indirecta

Exportación Indirecta					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	10	50,0	50,0	50,0
	Alto	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

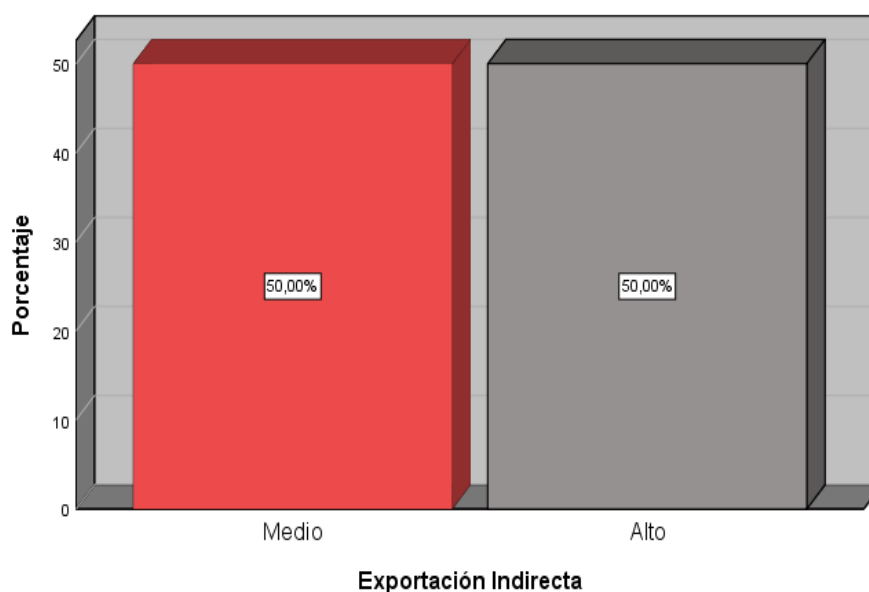


Ilustración 3. Dimensión Exportación Indirecta

### INTERPRETACIÓN:

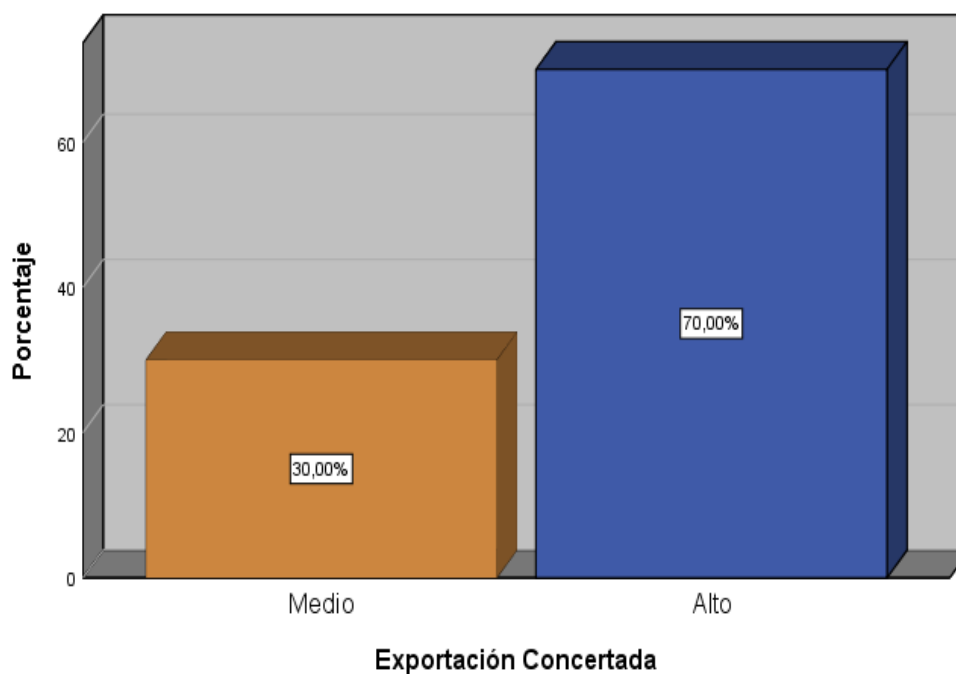
En la tabla 3 e ilustración 3, se percibe una muestra de 20 trabajadores del área de producción de la empresa Dominus S.A.C., el 50% consideran un nivel alto con respecto a la exportación indirecta y el 50% consideran un nivel medio.

Descripción de los resultados de la dimensión exportación concertada

Tabla 4. Dimensión Exportación Concertada

		Exportación Concertada			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	6	30,0	30,0	30,0
	Alto	14	70,0	70,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Ilustración 4. Dimensión Exportación Concertada



### INTERPRETACIÓN:

En la tabla 4 e ilustración 4, se percibe una muestra de 20 trabajadores del área de producción de la empresa Dominus S.A.C., el 70% consideran un nivel alto con respecto a la exportación concertada y el 30% consideran un nivel medio.



## V. DISCUSIÓN

Esta investigación es sobre Exportación de Mango de la Empresa Dominus S.A.C al Mercado Holandés, Año 2019. Puesto que, se buscó demostrar el avance de la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C, de igual forma la demanda de dicho producto dirigido al mercado holandés. También, tiene como objetivo general determinar la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019. Con respecto a la hipótesis general, se muestra que la exportación de mango de la Empresa Dominus S.A.C abastece la demanda del mercado holandés, año 2019, porque ha sido determinado por las hipótesis específicas. Según Carhuapoma et al., (2020), indica que, la exportación del mango del Perú cubre la demanda del mercado holandés, ya que el tiempo de producción de la fruta se encuentra en los meses de noviembre hasta marzo, favoreciendo las expectativas del mercado europeo durante el periodo de 2011-2017. De igual forma, nuestra investigación reafirma que la exportación de dicho producto de la Empresa Dominus S.A.C abastece la demanda al mercado holandés en los años mencionados, debido a la estación de la producción del mango en cuanto, obteniendo una excelente de calidad, así mismo cumplen con las exigencias del mercado extranjero. En cuanto a la primera hipótesis específica. Para Alcántara et al., (2017), señala que, la exportación del mango ha tenido una buena demanda hacia el mercado internacional, ya que la fruta contiene el periodo de producción precisa para exportar, resaltando la calidad y madurez del producto. Igualmente, nuestra investigación coincide que las exportaciones de los productos agrícolas del Perú tuvieron acogida en el mercado europeo por motivo de su variedad del mango. Referente a la segunda hipótesis específica. Según Carbajal et al., (2020), manifiesta que, la producción del mango peruano abastece a los países del hemisferio norte, principalmente los Países Bajos, ya que no coincide con la temporada de algunos países exportadores, también la compra del mercado importador se debe al ofrecimiento de mangos con atributos esenciales como su calidad y dulzura. También, nuestra investigación reafirma lo mencionado, porque la información obtenida por el autor, demuestra que el Perú tiene oportunidades de acceder al mercado europeo, logrando crecimiento constante en su producción de mango, debido a que se produce y exporta en las medidas de salubridad requeridas

por el mercado holandés, favoreciendo la temporada de su producción de dicho producto, consiguiendo para mes de enero un aumento en el volumen de exportación. Por consiguiente, para la tercera hipótesis específica. Desde la posición de Briones et al., (2019), expone que, las empresas productoras y exportadoras de mango de cualquier país, deben respetar las regulaciones de dicho país en relación a la calidad y fitosanitaria del producto. Por lo tanto, esta investigación concuerda con lo expuesto por el autor, ya que la empresa Dominus SAC respeta las normas fitosanitarias del mercado holandés, reflejando la responsabilidad social que conlleva hacia al mercado extranjero, de esa forma, las condiciones son beneficiosas para trasladar las frutas.

## **VI. CONCLUSIONES**

Este trabajo de investigación, se tomó las siguientes conclusiones:

De acuerdo con nuestra hipótesis general, se concluye que 20 trabajadores del área de producción de la empresa Dominus S.A.C., el 45% consideran un nivel alto con respecto a la exportación y el 55% señalaron un nivel medio.

Referente a nuestra primera hipótesis específica, se concluye que 20 trabajadores del área de producción de la empresa Dominus S.A.C., el 50% consideran un nivel alto con respecto a la exportación directa, el 35% consideran un nivel medio y el 15% indicaron un nivel bajo.

Por consiguiente, en la segunda hipótesis específica, se concluye 20 trabajadores del área de producción de la empresa Dominus S.A.C., el 50% consideran que tiene un nivel alto con respecto a la exportación indirecta y el 50% consideran un nivel medio.

Finalmente, con respecto a los resultados en la tercera hipótesis específica, se concluye que 20 trabajadores del área de producción de la empresa Dominus S.A.C., el 70% consideran un nivel alto referente a la exportación concertada y el 30% consideran un nivel medio.

## VII. RECOMENDACIONES

Según el previo análisis de la empresa exportadora Dominus SAC, se consiguió las siguientes recomendaciones:

El gobierno peruano deberá continuar promoviendo TLC y acuerdos comerciales.

Implantar programas de investigación en la empresa Dominus S.A.C agraria para generar innovaciones constantes en el cultivo de mango.

La Empresa Dominus S.A.C deben tener en cuenta el riesgo que puede suscitar al momento de transportar y mantener la calidad del producto para que lleguen en óptimas condiciones al mercado holandés.

La Empresa en estudio debe tomar medidas para satisfacer las exigencias de calidad del producto hacia el mercado de Holanda.

El Estado Peruano mediante MINCETUR y PROMPERU, debe seguir apoyando; orientando a pequeñas y medianas empresas para que puedan ingresar a nuevos mercados.

Comprar mayores terrenos para cultivos y así poder abastecer la demanda del mercado externo.

## REFERENCIAS

Alcántara, A. L., & Leguía, A., & Ruiz, N., & Segura, E. C. (2017). Plan de negocio para la exportación de mango Kent en el mercado de Estados Unidos. <https://bit.ly/33Q2Clz>

Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica*. (6ª ed.). Editorial Episteme.

Berman, J. I. (2013). *Gestión del comercio exterior*. (1ª ed.). Edicon.

Briones, V. H., Vilema, S. F., y Mendoza, H. E. (2019). La responsabilidad social de las productoras de mango en el Cantón Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 11(1), 157-161. <https://bit.ly/3lOdSLF>

Carbajal, A. M., y Ramos, J. M. (2020). *Factores determinantes en las exportaciones peruanas de mango a Países Bajos durante el periodo 2013 - 2018*. Repositorio institucional de la Universidad Peruana. <https://bit.ly/3ggeqsy>

Carhuapoma, M. P., y Torrejón, K. L. (2019). *Factores determinantes en la evolución de la partida 0804502000, en el marco del TLC Perú-Unión Europea con destino a los Países Bajos en el periodo 2011 al 2017*. Repositorio institucional de la Universidad Peruana. <https://bit.ly/36Ltsn4>

Campos, A. y Martínez, S. (2019). Estudio de pre-factibilidad para la instalación de una planta empacadora de mango fresco refrigerado variedad Kent (*Mangifera indica* L.) con fines de exportación. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. <https://bit.ly/37DghDX>

Cheol, E. y Bruce, R. (2007). *Administración financiera internacional*. (1ª ed.). Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Chillet, M., Minier, J., Hoarau, M. & Meile, J. C. (2020) Optimisation of the Postharvest Treatment with Thymol to Control Mango Anthracnose. *American Journal of Plant Sciences*, 1(11), 1235-1246. <https://doi.org/10.4236/ajps.2020.118087>

UNCTAD, (2016). Mango. <https://bit.ly/3qvfltU>

Devi, N., Shiyani, R.L. & Ardesna, N. J. (2019). Direction and destination pattern of indian mango & mango pulp's exports. *Economic Affairs*, 64(4): 733-746. doi: [10.30954/0424-2513.4.2019.8](https://doi.org/10.30954/0424-2513.4.2019.8)

Domínguez, C. (2019). Aplicación pos cosecha de I-metilciclopropeno en frutos de mango (*Mangifera indica* L.) cv. Kent. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Agraria La Molina. <https://bit.ly/2VLwUry>

Espinoza, E. E. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. *Revista Conrado*, 15(69), 172-173. <https://bit.ly/3itTiQI>

Franco, M. F., y Mora, K. P. (2016). *Análisis para la exportación de mango a mercado estadounidense por la economía popular y solidaria*. Repositorio institucional de la Universidad de Guayaquil. <https://bit.ly/3ILGOUJ>

Gao, A., Chen, Y., Luo, R., Huang, J., Zhao, Z., Wang, W., Wang, Y., Dang, Z. (2019) Development Status of Chinese Mango Industry in 2018. *Advances in Agriculture, Horticulture and Entomology* 1(1), 104. <https://bit.ly/37NjwJb>

Gómez, M. (2006). En *Introducción a la metodología de la investigación científica*. (1ª ed.), Brujas.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Editorial McGraw Hill.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing* (8ª ed.). Editorial Pearson Educación.

Kuganesan, A., Thiripuranathar, G., Navaratne, A. N., & Paranagama P. A. (2017). Antioxidant and anti-inflammatory activities of peels, pulps and seed kernels of three common Mango (*Mangifera indica* L.) Varieties in Sri Lanka. *Int J Pharm Sci Res*, 8(1) 70-78. <https://bit.ly/2JStRuU>

Kumaresh, K. & Sekar, C. (2013). Export performance and competitiveness of fresh mangoes and mango pulp in India. *International Journal of Commerce and Business Management*, 6(2), 154-159. <https://bit.ly/3qBnSLY>

Lerma, A. & Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing internacional*. (4ª ed.). Editorial Cengage Learning.

Martínez, C. (2011). *Promoción de exportaciones. El caso de las Pymes del Caribe colombiano*. Editorial Universidad del Norte.

Mincetur, (2019). Perú en riesgo de perder tercer lugar en exportación de mangos. <https://bit.ly/36PiPQ6>

Minagri, (2017). *Dirección general de políticas agrarias*. <https://bit.ly/3mO7cP7>

Minagri, (2015). Perú un campo fértil para sus inversiones. <https://bit.ly/2VMxCoy>

Mincetur, (2018). PERX Plan Regional Exportador Piura. <https://bit.ly/3qxQbL3>

Mitra, S. K. (2016). Mango production in the world – present situation and future prospect. *Acta Hortic.* 1111 (41) 287-296. <https://doi.org/10.17660/ActaHortic.2016.1111.41>

Moore, D. (2011). *Estadística aplicada básica*. (6ª ed.). Editorial Antoni Bosch.

Ocde (2018). *Manual de frascati 2015*. Editorial Fecyt.

Peña, C. (2016). *Manual de transporte para el comercio internacional*. Recuperado de <https://bit.ly/3qxKf4K>

PromPerú, (2011). Guía de Mercado Países Bajos. <https://bit.ly/3qxTUIK>

Sánchez, J. L., Ferreira, J. R., & Firminio, A. (2013). Determinantes de la oferta de exportación de mango: Estudio de caso para el Perú. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 1(51), 101-120. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-20032013000600006>

Schouten, R., Fan, S., Verdonk, J., Wang, Y., Kasim, N., Woltering E. J. & Tijskens L. M. (2018) Mango Firmness Modeling as Affected by Transport and Ethylene Treatments. *Front. Plant Sci.* <https://doi.org/10.3389/fpls.2018.01647>

Sierralta, A. (2007). *Internacionalización de las empresas latinoamericanas*. (1ª ed.). Fondo editorial.

- Sulzer, R. A. & Pedroza, J. E. (2004). *Exportación Efectiva*. (1ª ed.). Editorial ISEF Empresa Líder.
- Torres, R. (2005). *Teoría del comercio Internacional*. (25ª ed.). Editorial Siglo XXI Editores.
- Thakor, N. (2019). Indian Mango – Production and Export Scenario. *Advanced Agricultural Research & Technology Journal*, 1(3), 2581-3749.
- Villarreal, I. A. (2014). *Subsistema de agronegocios del mango fresco peruano de exportación. Fortalezas y debilidades para su consolidación en el mercado estadounidense*. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://bit.ly/3qxSrlJ>
- Vitale, A., Couto, A., Lopes, D., Magista, D., Perrone, G., & Polizzi, G. (2020). Cultivar Resistance against *Colletotrichum asianum* in the World Collection of Mango Germplasm in Southeastern Brazil. *Plants*, 9(2), 182. <https://doi.org/10.3390/plants9020182>
- Zhilkin, O. & Chavarry W. (2020). Analysis of current trends in assessing the country's potential in international trade (on example of Peru). *RUDN Journal of Economics*. 2(28) 239-253. <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2020-28-2-239-253>



## ANEXOS

### ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Exportación	Berman (2013) en su libro Gestión del comercio exterior indica que la exportación es: "(...) un régimen aduanero que permite la salida de una mercancía fuera de un determinado territorio aduanero, implica obligaciones formales como la declaración en aduana" (p.67).	Se trabajara tomando en consideración las dimensiones y los indicadores de la variable.	Exportación Directa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agentes</li> <li>• Distribución</li> <li>• Minoristas</li> </ul>	Ordinal
			Exportación Indirecta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consorcios</li> <li>• Despachante de carga</li> <li>• Venderle a un cliente exportador</li> </ul>	
			Exportación concertada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Joint Venture</li> <li>• Alianza estratégica</li> <li>• Franquicia Internacional</li> </ul>	

## ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### ENCUESTA PARA TRABAJADORES SOBRE EXPORTACIÓN

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la Exportación de mango en la empresa que Ud. dirige. La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

#### INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA  
4) CASI SIEMPRE

2) CASI NUNCA  
5) SIEMPRE

3) A VECES

<b>EXPORTACIÓN DIRECTA</b>						
<b>AGENTE</b>						
1	Considera que es conveniente contratar los servicios de un agente de aduanas	1	2	3	4	5
2	Cree usted que se debe incluir una cláusula en el contrato internacional para que el agente comercial rinda cuentas sobre la mercancía distribuida.	1	2	3	4	5
<b>DISTRIBUCIÓN</b>						
3	Cree usted que es importante contar con un distribuidor en el procedimiento de exportación.	1	2	3	4	5
4	Considera que la distribución de la empresa Dominus SAC es la mejor forma de acceder al mercado Holandés.	1	2	3	4	5
<b>MINORISTAS</b>						
5	Considera importante la función de un minorista para el contacto directo del consumidor final del mercado Holandés.	1	2	3	4	5
6	Cree usted que la actividad que realiza un minorista es la exhibición de un producto y de la tarea misma de vender.	1	2	3	4	5
<b>EXPORTACIÓN INDIRECTA</b>						
<b>CONSORCIOS</b>						
7	Considera usted que la empresa obtendría ventajas si participa en un consorcio de promoción de exportación	1	2	3	4	5
8	Cree usted que los consorcios de exportación se presentan como una estrategia de internalización que mejores resultados que puede ofrecer una empresa.	1	2	3	4	5
<b>DESPACHANTE DE CARGA</b>						
9	Considera importante para la empresa la función del despachador de carga.	1	2	3	4	5
10	Cree usted que los despachantes de aduanas pueden concretar que un embarque sea más efectivo y de bajo costo de las mercancías.	1	2	3	4	5

<b>VENDERLE A UN CLIENTE EXPORTADOR</b>						
11	Considera que venderle a un cliente exportador reduce los riesgos de una exportación directa.	1	2	3	4	5
12	Considera que trabajar con un cliente exportador es adecuado y favorable para la empresa.	1	2	3	4	5
<b>EXPORTACIÓN CONCERTADA</b>						
<b>JOINT VENTURE</b>						
13	Cree usted que el modelo Joint Venture contribuye con ventajas a la empresa	1	2	3	4	5
14	Considera favorable la adecuación del modelo Joint Venture en la empresa.	1	2	3	4	5
<b>ALIANZA ESTRATÉGICA</b>						
15	Considera usted que es relevante contar con TLC con el país de destino.	1	2	3	4	5
16	Cree usted que las alianzas estratégicas facilitan la búsqueda de nuevos clientes	1	2	3	4	5
<b>FRANQUICIA INTERNACIONAL</b>						
17	Considera importante pertenecer a franquicias internacionales	1	2	3	4	5
18	Considera usted que la franquicia comercial es un medio el cual permite ampliar el mercado internacional a la empresa	1	2	3	4	5

# ANEXO 3: VALIDACIÓN



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MARQUEZ CARO, Fernando  
 I.2. Especialidad del Validador: Sociólogo  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTG EP. NN-11  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 I.5. Autor del instrumento: Condor Flores, Angie Pilar ; Huamán Velásquez, Milena Hilda ; Romero Escobar, Lourdes Rosmery

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75	

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....  
 .....

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75

Los Olivos, 30 de 10 del 2019.

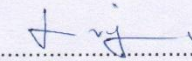
.....

Firma de experto informante  
 DNI: 08725585  
 Teléfono: \_\_\_\_\_

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: EXPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: 03+2556)

Teléfono: \_\_\_\_\_



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Michca Maguina, Mary Hellen
- I.2. Especialidad del Validador: Docente
- I.3. Cargo e Institución donde labora: UcV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Condor Flores, Angie Pilar  
Huamán Velásquez, Milena Hilda  
Romero Escobar, Lourdes Rosmery

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

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

.....

.....

.....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

80%

Los Olivos, 11 de 11 del 2019.

*[Firma manuscrita]*

Firma de experto informante

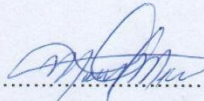
DNI: 91478652

Teléfono: 995801023

**V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:**

**Variable 1: EXPORTACIÓN**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995 80 10 23



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Fran Guerrero Roberto
- I.2. Especialidad del Validador: D - CPC
- I.3. Cargo e Institución donde labora: JTC
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: ROBERTO ESCOBAR, Lourdes Rosmay - Huamán Velásquez, Milena Condor Flores, Angélica Pilar Hilda;

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Los Olivos, 13 de 11 del 2019.

Firma de experto informante

DNI: 08312356

Teléfono: 93937565



V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: EXPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		

.....  
Firma de experto informante

DNI: 08312356

Teléfono: 93937660

### ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA								
<b>Título: Exportación de Mango de la Empresa Dominus S.A.C al Mercado Holandés, Año 2019</b>								
<b>Autor: Angie Pilar Condor Flores, Milena Hilda Huamán Velásquez y Lourdes Rosmery Romero Escobar</b>								
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores					
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿La exportación de mango de la Empresa Dominus S.A.C abastece la demanda del mercado holandés, año 2019?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p><b>Problema específico 1</b></p> <p>¿Cómo se aplica la exportación directa para la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C para el abastecimiento de la demanda del mercado holandés, año 2019?</p> <p><b>Problema específico 2</b></p> <p>¿Cómo se aplica la exportación indirecta para la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C para el abastecimiento de la demanda del mercado holandés, año 2019?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019.</p> <p><b>Objetivo específico</b></p> <p><b>Objetivo específico 1</b></p> <p>Describir la aplicación de la exportación directa para la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019.</p> <p><b>Objetivo específico 2</b></p> <p>Describir la aplicación de la exportación indirecta para la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019.</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>La exportación de mango de la Empresa Dominus S.A.C abastece la demanda del mercado holandés, año 2019.</p> <p><b>Hipótesis Especificas</b></p> <p><b>Hipótesis específica 1</b></p> <p>La exportación directa describe la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019.</p> <p><b>Hipótesis específica 2</b></p> <p>La exportación indirecta describe la exportación de mango de para la exportación de mango de la empresa Dominus S.A.C al mercado holandés, año 2019.</p>	<p><b>Variable 1: Exportación</b></p>					
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos	Niveles o rangos
			Exportación directa	Agente	1,2	(1) Nunca (2) Raramente (3) Ocasionalmente (4) Frecuentemente (5) Muy frecuentemente	Bajo Medio Alto	Bajo Medio Alto
				Distribución	3,4			
				Minoristas	5,6			
			Exportación indirecta	Consorticios	7,8		Bajo Medio Alto	
				Despachante de carga	9,10			
				Venderle a un cliente exportador	11,12			

