



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**“Oportunidades comerciales en el mercado estadounidense para la  
exportación de mango deshidratado de la cooperativa agraria de  
productores orgánicos Apromalpi Ltda., 2019”**

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

**AUTORAS:**

Br. Abad Raymundo Clara Rosa (ORCID: 0000-0001-7003-2970)

Br. Delfino Peña Daphne Alejandra (ORCID: 0000-0002-7711-5936)

**ASESOR:**

Mg. Mogollón García, Francisco Segundo (ORCID: 0000-0003-0188-0049)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**PIURA – PERÚ**

2019

## **Dedicatoria**

El proyecto de investigación lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados, como lo es nuestro título profesional.

A nuestros padres, por su amor, ánimos, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Es un orgullo y privilegio tenerlos en nuestra vida

A todos nuestros seres queridos incluso los que ya no están presentes físicamente, pero si en nuestros corazones, que nos han apoyado con sus muestras de cariño y ánimos constantes, creyendo siempre en nuestras capacidades intelectuales. Nos hubiera gustado tenerlas presente en este gran logro, les enviamos un beso al cielo.

## **Agradecimiento**

Deseamos manifestar nuestro más cordial y sincero agradecimiento a los docentes de la Universidad César Vallejo quienes cooperaron de manera significativa en nuestra formación profesional, agradecer a nuestro asesor Francisco Segundo Mogollón García y Paul Emmerson Vargas Huilca por su paciencia, por el compartimiento de sus alcances indispensables en este proyecto. En segundo lugar, a nuestro asesor anterior Marlon Joel Neyra Panta, por su asesoría en el desarrollo de la primera estructura de este proyecto.

## Página del jurado 1

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2019 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Abad Raymundo Clara Rosa cuyo título es: Oportunidades comerciales en el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la cooperativa agraria de productores orgánicos Apromalpi Ltda., 2019

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 diecisiete.

Piura, 03 de diciembre del 2019

  
.....  
PRESIDENTE  
Francisco S. Mogollón García

  
.....  
SECRETARIO  
Blanca Carolina Quiroga Ríos

  
.....  
VOCAL  
Fiorella Fioreano Arévalo

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

## Página del jurado 2

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2019 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Delfino Peña Daphne Alejandra cuyo título es: Oportunidades comerciales en el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la cooperativa agraria de productores orgánicos Apromalpi Ltda., 2019

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 diecisiete.

Piura, 03 de diciembre del 2019

  
.....  
PRESIDENTE  
Francisco S. Mogollón García

  
.....  
SECRETARIO  
Blanca Carolina Quiroga Ríos

  
.....  
VOCAL  
Fiorella Floreano Arévalo

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

## Declaratoria de autenticidad

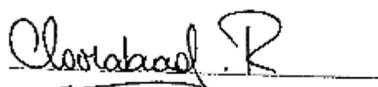
### Declaratoria de autenticidad

Nosotras, Clara Rosa Abad Raymundo con DNI 70868236 y Daphne Alejandra Delfino Peña con DNI 48560577 de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la universidad César Vallejo, de la Escuela académica profesional de Negocios Internacionales, expreso bajo compromiso que toda la documentación que acompaño es con criterio basado en una metodología.

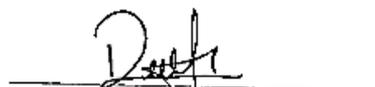
De manera fidedigna doy fe de que los datos recopilados son auténticos y originales del presente trabajo de investigación.

De acuerdo al cumplimiento de las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo. Mi persona es responsable de cualquier falsedad del presente trabajo de investigación.

Piura, 03 de diciembre del 2019



Clara Rosa Abad Raymundo  
DNI: 70868236



Daphne Alejandra Delfino Peña  
DNI: 48560577

## Índice

Carátula.....	<i>i</i>
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado 1.....	iv
Página del jurado 2.....	v
Declaratoria de autenticidad .....	vi
Índice.....	vii
Índice de tablas .....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	<b><i>I</i></b>
II. MÉTODO.....	<b><i>II</i></b>
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
2.2. Población y muestra.....	12
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	12
2.4. Procedimiento .....	12
2.5. Métodos de análisis de datos.....	13
2.6. Aspectos éticos.....	13
III. RESULTADOS .....	<b><i>14</i></b>
IV. DISCUSIÓN.....	<b><i>21</i></b>
V. CONCLUSIONES.....	<b><i>24</i></b>
VI. RECOMENDACIONES .....	<b><i>25</i></b>
REFERENCIAS .....	<b><i>26</i></b>
ANEXOS .....	<b><i>28</i></b>
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	28

Anexo 2. Validación de expertos .....	29
Anexo 3. Índice de confiabilidad .....	35
Anexo 4. Escala de evaluación (Instrumento) .....	37
Anexo 5. Escala de evaluación (Instrumento) .....	38
Anexo 6. Operacionalización de variable .....	39
Anexo 7. Fotos .....	41
Anexo 8. Acta de originalidad .....	44
Anexo 9. Pantallazo de turnitin.....	45
Anexo 10. Autorización para publicación .....	46
Anexo 11. Versión final .....	48

## Índice de tablas

Tabla 1 Importadores de mango fresco y seco a nivel mundial partida 080450 (2014 – 2018).....	1
Tabla 2 Evolución de exportaciones piuranas de mango fresco (2014 – 2018).....	2
Tabla 3 Importación de mango deshidratado en los Estados Unidos 2009-2018 (miles de dólares) .....	18
Tabla 4 Importación de mango deshidratado en los Estados Unidos 2009-2018 (miles de Kg).....	18
Tabla 5 Empresas peruanas exportadoras de mango deshidratado 2018.....	19
Tabla 6 Costo de producción por 1 kg de mango deshidratado.....	19

## RESUMEN

El estudio sobre oportunidades comerciales buscó investigar el mercado estadounidense con la finalidad de conocer si existe oportunidad y competitividad acerca de la exportación de mango deshidratado. El objetivo de esta investigación consistió en: determinar la competitividad comercial del mango deshidratado de la cooperativa agraria de productores orgánicos Apromalpi en el mercado de Estados Unidos. Su tipo de investigación fue cuantitativa, con un diseño descriptivo y transversal, se trabajó con una muestra de 11 empresas exportadoras de mango deshidratado a nivel nacional, según los datos estadísticos del año 2018 de Sunat. En la investigación se empleó como técnica el análisis documental, como instrumentos la lista de cotejo y la entrevista porque se adecua a nuestro sondeo, los resultados sirvieron para evaluar las oportunidades de negocio en el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de Apromalpi. En la documentación analizada de esta investigación podemos concluir que la cooperativa cuenta con una gran experiencia exportadora por lo que afirmamos que no sería inconveniente ingresar al mercado americano con el producto mango deshidratado en sus diversas presentaciones, así mismo en relación a la capacidad de gestión productiva y comercial de Apromalpi se observó que la producción de mango deshidratado es poco competitiva en relación con otras empresas del sector, ya que solo produce 5,000 kg al mes con un precio de venta muy alto de 12,70 dólares por kg. Por eso observamos que para ingresar con fuerza al mercado americano debe de bajar su utilidad de 51% a un 40%.

**Palabras Claves:** Oportunidad de Negocio – Exportación – Mercado – Estados Unidos

## **ABSTRACT**

The study on commercial opportunities sought to investigate the US market in order to know if there is opportunity and competitiveness about the export of dehydrated mango. The objective of this investigation consisted of: determining the commercial competitiveness of the dehydrated mango of the agricultural cooperative of organic producers Apromalpi in the United States market. His type of research was quantitative, with a descriptive and transversal design, we worked with a sample of 11 companies exporting mango dehydrated nationwide, according to the statistical data of the year 2018 of Sunat. In the research, the documentary analysis was used as a technique, as the checklist and the interview instruments because it fits our survey; they were used to evaluate the business opportunities in the US market for the export of dehydrated mango from Apromalpi. In the analyzed documentation of this research we can conclude that the cooperative has a great export experience so we affirmed that it would not be inconvenient to enter the American market with the dehydrated mango product in its various presentations, likewise in relation to the productive management capacity and commercial of Apromalpi it was observed that the production of dehydrated mango is uncompetitive in relation to other companies in the sector, since it only produces 5,000 kg per month with a very high sale price of 12.70 dollars per kg. Therefore, we observed that to enter the American market with strength, you must lower your profit from 51% to 40%.

**Keywords:** Business opportunity - Export - Market - United States

## I. INTRODUCCIÓN

La realidad problemática para este estudio, indicó que el consumo del mango a nivel mundial ha ido creciendo durante los últimos años sorpresivamente, y esto se debe a que el mango es una fruta que posee grandes propiedades benéficas al organismo, teniendo entre los nutrientes que posee: hierro, potasio, vitaminas A, B y C; además, de ser un antioxidante y anticancerígeno (LaSalmantina, 2017)

Tabla 1 *Importadores de mango fresco y seco a nivel mundial partida 080450 (2014 – 2018)*

<b>Importadores</b>	<b>Valor importado en 2014</b>	<b>Valor importado en 2015</b>	<b>Valor importado en 2016</b>	<b>Valor importado en 2017</b>	<b>Valor importado en 2018</b>
Estados Unidos	492,174.00	544,149.00	583,376.00	655,992.00	637,339.00
China	177,499.00	260,582.00	168,848.00	166,774.00	370,644.00
Países Bajos	275,552.00	274,949.00	305,788.00	307,296.00	317,899.00
Alemania	161,769.00	173,765.00	174,116.00	202,479.00	224,879.00
Reino Unido	131,111.00	163,656.00	170,770.00	170,907.00	179,473.00
Francia	102,761.00	101,212.00	127,435.00	132,926.00	145,285.00
Viet Nam	124,588.00	69,231.00	97,220.00	235,162.00	133,668.00
Canadá	88,832.00	87,192.00	88,071.00	105,641.00	101,853.00
España	59,261.00	65,767.00	71,858.00	82,789.00	100,763.00
República de Corea	46,142.00	55,563.00	48,263.00	53,891.00	68,827.00
Los demás	749,131.00	738,450.00	802,147.00	843,230.00	824,209.00
<b>Total</b>	<b>2,408,820.00</b>	<b>2,534,516.00</b>	<b>2,637,892.00</b>	<b>2,957,087.00</b>	<b>3,104,839.00</b>

*Fuente:* Trademap (2019)

El incremento del consumo de esta fruta se ve reflejado en los datos estadísticos del sistema TradeMap (2019) donde las importaciones mundiales de mango fresco o seco (deshidratado), bajo la partida del sistema armonizado 080450, de los últimos cinco años fueron: \$ 2.408.820 miles USD al año 2014; \$ 2.534.516 miles USD al año 2015; \$ 2.637.892 miles de USD al año 2016; \$ 2.957.087 miles USD al año 2017 y \$ 3.104.839 miles de USD al año 2018. Tal como se muestran las cifras la tasa de crecimiento promedio anual va en un rango de 4% a 5%; teniendo como diez países mayores importadores de mango al año 2018 a Estados Unidos de América, China, Países Bajos, Alemania, Reino Unido, Francia, Viet Nam, Canadá, España y República de Corea, lo cual refleja una gran oportunidad de comercio dado que la tendencia de consumo de este producto se da no sólo en América del Norte, sino también a países del bloque Europeo. Bajo la partida de 0804508010 que son mangos deshidratados este ha venido aumentando su presencia en los EE.UU, los últimos cuatro años con \$ 83.264 miles USD al año 2015, \$ 95.775 miles USD

al año 2016, \$ 125.948 miles USD al año 2017 y \$ 133.321 miles USD al año 2018 en importaciones mundiales, donde su mayor proveedor es México y Perú se encuentra en el quinto lugar seguido de la India.

En cuanto a Piura, las últimas exportaciones de los cinco años presentan las siguientes cifras:

*Tabla 2 Evolución de exportaciones piuranas de mango fresco (2014 – 2018)*

<b>Año</b>	<b>Número de países a los que se ha exportado</b>	<b>Número de empresas exportadoras</b>	<b>Peso Neto Kg.</b>	<b>Valor FOB USD</b>	<b>Valor Promedio KG/USD</b>
<b>2018</b>	19	33	72,000,454.76	76,091,608.01	1.06
<b>2017</b>	19	33	75,126,617.66	87,717,890.11	1.17
<b>2016</b>	21	34	66,009,931.86	91,584,649.53	1.39
<b>2015</b>	17	40	70,122,985.65	79,700,797.53	1.14
<b>2014</b>	17	44	78,483,849.51	80,516,865.98	1.03

*Fuente:* Sunat (2019)

Como se observa en el cuadro, las exportaciones de nuestra región presentan un decrecimiento de valor FOB desde los últimos tres años, donde las cifras de peso neto en kilogramos exportados, el valor FOB USD y el valor promedio USD por kg, se aprecia una baja de precio del producto debiéndose a que los países con los que competimos se encuentran más próximos a los principales países importadores de este producto, tal como tenemos a México, el principal exportador y a EE.UU el principal importador (Sunat, 2019)

Uno de los más grandes consumidores del mundo en snacks es Estados Unidos, teniendo como adquisición por una suma de casi 64 mil millones. Donde pasó de consumir 3,8 comidas diarias a 4,9 comidas, este se debe a que este mercado tiene otro estilo de vida la cual es muy ajetreada y tienen poco tiempo para elaborar sus comidas lo cual ha dado oportunidad a la entrada de nuevos productos en este mercado lo cual se enfoca en alimentos saludables ya que el consumidor cada vez más se concientiza en cuestión al cuidado de la salud y desea adquirir productos nutritivos como snacks de fruta deshidratada los cuales poseen un alto contenido de antioxidantes, fibra y vitaminas (ProChile, 2011)

Ante esta situación es necesario brindar un mayor valor agregado a la exportación de mango de nuestra región, presentándose aquí el problema de nuestra investigación, dado nuestra exportación de mango es fresco, donde una alternativa es exportarla como snack en deshidratado, cuyo precio sería mayor.

En nuestra región la Cooperativa Agraria de Productores Orgánicos Apromalpi ya produce este tipo de producto; sin embargo, aún no logra exportarlo dado que la búsqueda de cliente, así como el desconocimiento del manejo de este producto en el extranjero le dificulta realizarlo.

El problema central, además de lo mencionado anteriormente, surge en que hay mercancía que no cumple con el tamaño adecuado para con el fin de exportación, y lo descartan para luego comercializarlo nacionalmente o de manera local.

Esta fruta que es descartada, presenta un buen aspecto, lo único que no cumple es con su tamaño (calibre), debido a esta problemática existe una cantidad de mangos que se están desperdiciando y vendiendo a un menor precio; es por eso, que al exportar mango deshidratado va contar con un valor agregado dado al mayor proceso productivo, pasando de materia prima a uno procesado, lo que se convierte en mayores ingresos tanto para la empresa como para el país.

Una vez determinada la realidad problemática se presentaron los antecedentes de estudio donde: Pin, A. (2016) "*Oportunidades comerciales de los productos forestales del Ecuador en el Mercosur*" (Tesis Pregrado) Instituto de altos estudios nacionales, Universidad de postgrado del estado, Republica del Ecuador. Tuvo como propósito buscar oportunidades de mercado para los productos del área forestal del Ecuador dentro de este bloque comercial tan considerable, como procedimiento de estudio se utilizó el procedimiento cuantitativo y cualitativo. Basado en las distintas teorías del Comercio Exterior y a las estadísticas que se manejan en las páginas oficiales, se puede saber cuáles son los productos forestales que tienen más grande potencial de exportación al Mercosur y de esta manera se ejecuta un examen de la comercialización de estos productos en todo el mundo para entablar misiones a hallar. Además, se quiere saber si los productos forestales ecuatorianos tuvieron novedades debidas a la utilización del cambio de matriz productiva entablar conclusiones y sugerencias sobre esto. Para el examen de las oportunidades de mercado de los productos forestales de madera del Ecuador en el Mercosur, se llevó a cabo

una exploración de carácter descriptivo que estuvo enfocado en un lapso de cinco años, que va desde 2010 hasta 2014, de esta forma se llevó a cabo una exploración documental. Una vez llevado a cabo el examen cuantitativo, la exploración paso a ser de clase cualitativo que complementa a las cantidades conseguidas y de esta forma poder crear información que señale si hay una ocasión de los productos forestales de madera ecuatorianos, dentro del Mercosur. Con el examen cuantitativo y cualitativo llevado a cabo, se pudo detectar indicadores sobre la complementariedad comercial, saber las oportunidades comerciales, la aptitud de adquisición del Mercosur con los productos forestales y el número de ocasiones que se ha comprado el producto al Ecuador. Identificando a los productos que tienen la posibilidad de tener aceptación y las virtudes para la oferta exportable del país; convirtiendo al Ecuador en una interfaz directa de trueque comercial con el Mercosur.

Aguirre, J. (2015) *“Oportunidad de negocio en España y la comercialización de pulpa de fresa desde Imbabura Ecuador”* Facultad politécnica estatal de Carchi, Ecuador se planteó como propósito universal “determinar las oportunidades de mercados de todo el mundo para la comercialización de pulpa de fresa desde la provincia de Imbabura. Para la recopilación de datos se utilizaron los instrumentos como el análisis documental y guía de pautas donde la Industrializadora de fruta “Frutas de la Montaña, fue utilizada como localidad de estudios y tres probables países de aplicación como: España, Chile y Colombia. Esta indagación recogió como resultados: En semejanza a las tendencias del cliente castellano resaltó que el consumo de frutas en los adolescentes es cada vez más escaso, pero si consumen la pulpa de la fruta por poseer un elevado índice de minerales y vitaminas; del mismo modo se identificó que estos no consumen mucha fruta por pereza, su más grande índice de consumo es durante el desayuno, debido a las mujeres, porque son las que se encargan de la compra en las tiendas y markets que usualmente compran y lo que mayormente consumen es la pulpa de fruta y sus jugos. En relación a la especificación del producto, descubrió que el nombre de la fresa es pulpa de fresa (flagaria vesca), además posee calcio magnesio y potasio e importantes vitaminas y minerales C y E de conservación producto perecedero; su empaque es en funda de polipropileno de 500 gramos. En relación a la oferta exportable “Frutas de la Montaña” del Ecuador está disponible para exportar 5 toneladas por semana y 240 toneladas anuales.

Araya, R. (2016) “Oportunidad de negocio en el mercado de Barcelona–España para la exportación de mango haden de la asociación Apepayac, ubicado en el Platanar-Cajamarca, en el periodo 2015-2016” (Tesis pregrado) Facultad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Tuvo como propósito conocer en qué medida el mercado de Barcelona- España es una oportunidad de negocio para estimular la venta de mango Haden de parte de la organización Apepayac localizada en el Platanar- Cajamarca, en el período 2015 -2016. Su tipo de indagación fue elemental, correlacional, no en período de prueba, transversal, se trabajó con 384 hogares de Barcelona a los cuales se le aplicó una encuesta en ruta para calcular la aprobación de mango peruano en Barcelona y a la organización Apepayac a la que se administró el test potencial exportador, los resultados sirvieron para el análisis de la posibilidad de negocio del mango haden de la organización Apepayac. Se llegó a la conclusión de que hay ocasión de negocio en el mercado de Barcelona- España para la exportación de mango Haden de la Organización Apepayac evidenciado en los resultados de la encuesta en línea, donde el 95.4% de personas encuestadas son consumidoras recurrentes de mango fresco, con una alta continuidad de adquisición por mes del mango, además de una muy buena percepción de frutas peruanas y una enorme intensión de adquisición de más del 90%; así mismo, de acuerdo con los resultados del test de potencial exportador de PromPeru, evidencian que la organización Apepayac está calificada como Exportadora con un score de 2.82; además en la revisión bibliográfica realizada se concluye que no hay barreras arancelarias para productos agrícolas debido al acuerdo comercial con la Unión Europea.

Salazar, K. (2015) “*Oportunidades de negocio en el mercado de Estados Unidos para las exportaciones peruanas de arándanos frescos provenientes de la región la Libertad*”, Facultad Privada del Norte, Trujillo. El cual tuvo como intención conocer las oportunidades que hay en el comercio de estados unidos para su venta. Esta investigación fue descriptiva y se utilizó como herramienta el estudio documental, en el que se llegó a la deducción de que: El progreso del valor de las exportaciones de arándanos frescos hacia USA para los siguientes años debe ver con numerosos causantes, asimismo de la oportunidad económica, la gradual demanda de productos saludables en el derroche habitual de los norteamericanos, los costos de todo el mundo del arándano que vienen determinados por la oferta y la demanda mundial, la habilidad de los agroexportadores o los propios importadores para proseguir ingresando y construyendo los mercados, el sostenimiento de la calidad del arándano fresco peruano, creaciones, superiores muestras, etc. El Perú cuenta con un ambiente favorable para el progreso de la siembra de blueberries. Actualmente la

Independencia es el departamento en la transacción de blueberries con una aportación del 88% en el total de las exportaciones peruanas, así mismo de que enormes compañías liberteñas ya cuentan el Know- How para la producción de arándanos, sabiendo que este cultivo intenso tanto en mano de obra, en noción técnica y logística por la distinción del fruto. La productividad de arándanos peruanos comenzó creciendo de modo recurrente a partir del año 2008 con el objetivo de tener en cuenta la demanda en todo el mundo. Es por ello, que se estima que en los siguientes años la productividad no pierda esta corriente de progreso dado por algún fenómeno natural que logre disminuir la productividad. Al hacer el análisis de competencia del arándano peruano en el mercado norteamericano observamos que está en una fase de progreso en el volumen de las exportaciones, de a poco el Perú va a aumentar su competitividad puesto que su inserción en el mercado estadounidense es reciente frente a otros territorios competidores.

Sihuay, H. (2018) *“Oportunidad de negocios para la exportación de frambuesa fresca de viveros andinos s.a.c en el mercado de Alemania. Cajamarca – 2018”* (Tesis Pregrado) Facultad Cesar Vallejo, Piura. Tuvo como propósito conocer la oportunidad de negocio en el mercado de Alemania para la exportación de frambuesa fría de Viveros Andinos. Esta exploración fue de nivel descriptivo porque hace la descripción de la oportunidad de negocio que hay en el mercado de Alemania, en semejanza a la comercialización de frambuesa fría de viveros andinos S.A.C, con esto se quiere percibir qué oportunidad tiene esta organización con las relaciones comerciales con dicho mercado. El diseño de la averiguación fue no en período de prueba y de incisión transversal – transaccional, con una orientación cualitativa y cuantitativa. La investigación inicio en el período de marzo del 2017, prolongándose hasta diciembre del propio año; creándose en la provincia de Sullana, fue de tipo de nivel descriptivo pues que hace la especificación de la oportunidad de negocio que hay en el mercado de Alemania, en comparación a la comercialización de frambuesa fría de viveros andinos S.A.C – Cajamarca. Se pudo concluir la presencia de la oferta exportable en Viveros Andinos SAC lo cual es destinada a los mercados nacionales mas no a los mercados de todo el mundo, sabiendo que hay una formidable demanda de dicho producto fundamentalmente en los países de Europa, teniendo una tolerable relación con Estados Unidos (EEUU), los responsables de Viveros Andinos están en negociaciones para conseguir introducir el fruto adjuntado con las exportaciones de arándanos. Esto sería un extraordinario logro si llegara a acontecer y sería estrechamente bueno para agricultores y encargados de este enorme emprendimiento.

Hidalgo, S. (2017) *“Oportunidad de negocio en el mercado de Hong Kong, China para la exportación de uva red globe de Fruitxchange sector nuevo progreso, Sullana. Piura, 2017”*. Tuvo por propósito saber la posibilidad de negocio en el mercado de Hong Kong-China para la exportación de uva red globe de fruitxchange. Área Nuevo Avance, Sullana, Piura 2017. Estos fueron analizados en relación a tres dimensiones: las tendencias de consumo en el país de Hong Kong, China, del mismo modo que la demanda que tiene este país en relación a esta clase de uva y por último el examen de la oferta exportable de fruitxchange. El tipo de enfoque que tuvo el trabajo de exploración es de nivel mixto, porque los resultados de la exploración se fundamentan tanto en el check list de la ficha documental y la interpretación de la Guía de pautas. El diseño de la exploración fue de nivel no en fase de prueba porque no se manipulará deliberadamente las cambiantes, sino que se describirá de la misma forma que se lleva a cabo en el mercado, o sea únicamente se detalla el fenómeno. Por último, se llegó a la conclusión que, si hay una ocasión de negocio en Hong Kong para la exportación de uva red globe de Fruitxchange, lo que se enseña por la enorme aceptación y tiene una oferta exportable de bastante más de 200 millones de cajas cada tres meses.

Una vez presentados los antecedentes de estudio, se concertaron las siguientes teorías al tema:

Mango Deshidratado - Estados Unidos: El mango deshidratado se presenta en forma de tiras con un aspecto correcto y un color amarillo marrón. Posee un olor propio del mango y un sabor a mango maduro, sometida a un proceso de desecación y deshidratación. No pierde sus nutrientes, sino que se concentran. Aporta hidratos de carbono, vitaminas, minerales, antioxidantes y fibra. El deshidratado del mango al igual que otras frutas cuenta con muchos beneficios como la prevención de enfermedades del corazón, la disminución de riesgo de padecer cáncer, porque este producto es rico en fibra y es apta para personas diabéticas debido que es un producto natural, favorece y fortalece los huesos contra enfermedades e influyen de manera positiva durante el embarazo (LaSalmantina, 2017)

Descripción del Mercado: El snack es una clase de alimento sencillo de trasladar y cuenta con una pequeña presentación de tamaño “individual”. En el mercado estadounidense existe gran variedad de snacks los cuales se pueden clasificar en dulces como los caramelos, chocolates, “food bars” y frutas deshidratadas y en conserva. Y en salados como los “salty” snacks (Siicex, 2011)

Estos productos se venden como "premium", es decir, su compra no depende del precio, entretanto el producto les conceda satisfacción y estatus social. Para determinar el precio del mango deshidratado en el mercado estadounidense se da por el volumen de las importaciones y la demanda actual del mercado. Cabe señalar que los alimentos tratados en este proceso tienen, entre otras características, un tamaño y peso más pequeño, así como una mayor durabilidad, sin afectar su valor nutricional, al menos, eso es lo que dicen los expertos (Siicex, 2011)

Deshidratación del mango: Según Jiménez, L. (2015) para llevar a cabo el proceso de deshidratación se tiene que clasificar los mangos, descartando así las frutas demasiado maduras. Posteriormente los mangos seleccionados se van a lavar y descortezar. Seguidamente se va separar la pulpa de la semilla, obteniendo así residuos que se van a colocar en un recipiente de plástico para luego así llevarlo a un vertedero hecho de material orgánico. Después se realizará el corte deseado a la pulpa que luego será colada en las bandejas del deshidratador. Una vez la fruta ya deshidratada se deja enfriar para que pronto sea envasada en bolsas de polietileno, donde se colocarán la etiqueta correspondiente, indicando la información del producto.

Oportunidad de negocio: Es esencial para el éxito ya que es un instrumento clave, el cual se basa en una serie de funciones para la iniciación o desarrollo de una empresa, mejor dicho como una guía, la cual facilitará la creación o desarrollo de la empresa (Fleitman, J., 2000)

Oportunidades de Negocio en el extranjero: En la presencia de una gran demanda no satisfecha en el mercado internacional existen diferentes estrategias para la internacionalización, como los estudios de mercado, el plan de exportación y marketing; existen entidades que ofrecen consultoría y ayudan a promover el comercio internacional. Los tratados de libre comercio con los demás países favorece a la conexión de los productores con los compradores y así conseguir un mercado considerable (Fleitman, J., 2016)

Capacidad productiva: Hace alusión al nivel máximo de potencial que puede producir una empresa, en eventos normales de funcionamiento durante un periodo de tiempo establecido. Se manifiesta con periodos de tiempo: horas máquina diarias, horas hombre por semana, volumen anual, etc. (Castro, A., 2014)

Tratamiento arancelario: Los Estados Unidos y Perú cuenta con un TLC y debido a ese acuerdo el producto de mango deshidratado tiene un arancel cero, pero este no es el único país que cuenta con ese beneficio arancelario, también está Australia, Jordania, Marruecos Bahrein, Canadá, Chile, la Cuenca del Caribe, Israel, Ecuador, Colombia, México, Omán, CAFTA y Singapur (Siicex, 2011)

Oportunidades en los mercados de los “snacks”: El volumen de las importaciones de mango deshidratado ha ido aumentando en la industria alimentaria porque es utilizado como insumo o producto final. Se utiliza como ingrediente para productos de pastelería, panadería y bocadillos, y en particular, como un tipo de alimento “snack” (Siicex, 2011)

Barreras no arancelarias y regulaciones: Según el perfil del mercado del mango deshidratado realizado por Siicex (2011) habla sobre las barreras y regulaciones que un exportador debe tener en cuenta:

Ley de preparación para la seguridad de la salud pública y el bioterrorismo de 2002. Debido a los ataques terroristas que existieron el 11 de septiembre del 2002 en los Estados Unidos, se creó una nueva Ley en contra del Bioterrorismo, es por eso que todos los alimentos ingresados, están atadas al reglamento impuesto por esta Ley de registro para poder proteger la cadena de suministro de alimentos y no sea utilizada como herramienta de ataque terrorista.

Etiquetado: Tanto el comprador y la Administración de Alimentos y Medicamentos son los responsables de las pautas del etiquetado de los productos alimenticios, en este sentido, los alimentos procesados como los deshidratados. Estos tienen que llevar un etiquetado donde especifique el total de calorías y grasas y sus nutrientes, así como el valor absoluto y el porcentaje del valor diario en una dieta recomendada.

Otros documentos: Aparte de los documentos normalmente requeridos tales como factura comercial, packing list, bill of lading o factura aérea, ahora también es considerado el certificado de origen, donde garantiza que el producto ha sido completamente elaborado en el territorio peruano y así la mercancía pueda gozar de los beneficios arancelarios del TLC Perú – Estados Unidos.

Una vez que se realizó una revisión sobre las principales teorías que respaldan estas variables se prosiguió a formular el problema general de la investigación que detalla lo siguiente: ¿De qué manera, el mango deshidratado de Apromalpi puede ser competitivo

comercialmente en el mercado de Estados Unidos? Y los problemas específicos tales; (a). ¿Cuáles son las exigencias del mercado estadounidense para la importación de mango deshidratado de Perú? ;(b). ¿Cuál es la capacidad de la gestión productiva y comercial de la Cooperativa Apromalpi I para la exportación de mango deshidratado al mercado estadounidense? ;(c). ¿Cuáles son las oportunidades comerciales que ofrece el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la Cooperativa Apromalpi?

Ya teniendo detallado el problema general y los problemas específicos se lograron llegar a la siguiente justificación del estudio, donde la investigación tuvo un aporte relevante y práctico, dado que la información obtenida permite a la Cooperativa Apromalpi poder encaminarse a explotar de manera más eficiente su producción de mango procesada como snacks de mango deshidratado. Permitted conocer las exigencias que el mercado tiene para ingresar el producto a su territorio, saber los certificados apropiados para su exportación.

Comprender de mejor manera las características del mercado de destino, conocer más al consumidor final a fin de ofrecer una mejor experiencia en el consumo del producto, creando conexiones eficaces con el cliente de tal manera que este pueda establecer confianza con el producto. A nivel de asociación, el aprovechamiento del recurso se retorna más eficiente, creando un mayor desarrollo en esta línea de producto, como una estrategia de diversificación de productiva, alcanzando a más clientes potenciales con un ingreso adicional.

Por último, se consideró una investigación con aporte teórico, ya que los resultados generados servirán de material de consulta para póstumas investigaciones en materia de comercio internacional., exportaciones y oportunidades comerciales para el mango deshidratado.

Por último, se logró llegar al objetivo general que fue determinar la competitividad comercial del mango deshidratado de Apromalpi en el mercado de Estados Unidos. Y como objetivos específicos: (a). Identificar las exigencias del mercado estadounidense para la importación de mango deshidratado de Perú; (b). Establecer la capacidad de la gestión productiva y comercial de la Cooperativa Apromalpi para la exportación de mango deshidratado al mercado estadounidense; (c). Indicar las oportunidades comerciales que ofrece el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la Cooperativa Apromalpi.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Tipo y diseño de investigación**

El tipo de investigación fué cuantitativa porque permitió obtener datos homogeneizados que dieron la posibilidad de conocer las características generales y comunes de un mercado establecido, por ejemplo, sus hábitos y parámetros, al estudiar una muestra de la población que sea estadísticamente representativa.

La investigación de mercado cuantitativa busca comprender cuántas personas compran un producto o que cantidad es importada, o mantienen una visión determinada, con qué frecuencia lo hacen y cuan a menudo, utilizan estadísticas complejas para predecir la demanda futura (InboundCycle, 2016)

El diseño que se llevó a cabo fue descriptivo porque requirió conocer el mercado, mayormente en sus procesos actuales. De igual forma, recopiló información, datos, que permitieron llegar al resultado de la investigación.

Se basó en conocer las situaciones y costumbres de las actividades, objetos, procesos y personas. Su propósito no se limita a la recopilación de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son simples tabuladores, sino que recopilan datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información cuidadosamente y luego analizan los resultados en profundidad para extraer generalizaciones significativas que contribuyen al conocimiento (Morales, F., 2010)

También fue de diseño transversal porque para las empresas es un estudio muy útil recolectar una gran cantidad de datos sobre un tema en particular, por ejemplo, los datos que indican los hábitos de consumo de esa población en el pasado. Y cuál es el hábito real de consumo actual.

Los datos que se han recolectado pueden ser útiles para otros parámetros que desea indagar, ya que investigan principalmente la constancia de un hábito en una población definida. Asimismo, se pueden emplear como punto de partida para dirigirse como otra serie de investigaciones (Ciscar, 2018)

## **2.2. Población y muestra**

### **Población**

Exportadores de mango deshidratado a nivel nacional (11 empresas), según los datos estadísticos del año 2018 de Sunat.

### **Muestra**

Según Hernández S, Fernández C. y Baptista L. (2014) la muestra es un subconjunto de elementos pertenecientes a un grupo de características que se llama población. A menudo se lee o se escucha hablar de muestra representativa, muestra al azar, muestra aleatoria. Para medir a toda la población, se pretende que este subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población.

Por efecto de representatividad de la investigación, la población fue igual a la muestra; tomada a los exportadores de mango deshidratados a nivel local.

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

La investigación empleo como técnica el análisis documental, como instrumentos la lista de cotejo y la entrevista porque se adecua a nuestro sondeo.

La validación de los instrumentos de la investigación se encuentra plasmada en el anexo 3 y fue aprobada por tres expertos:

- Mg. Mogollón García, Francisco
- Mg. Ramírez Briones, Lorena
- Mg. Vargas Huilca, Paul

## **2.4. Procedimiento**

La aplicación de la técnica de análisis documental se utilizó en consideración a los objetivos. Se realizaron listas de cotejos a las empresas exportadoras de mango deshidratado del año 2018 a través de correos; los cuales se obtuvieron respuestas una semana después de ser enviados.

En una de las oficinas de Apromalpi se aplicó un instrumento, al Ing. Luis Matias Hernández que fue la entrevista, la cual ayudó a la recolección de datos, cuya duración fue de 30 minutos.

## **2.5. Métodos de análisis de datos**

El análisis de datos de la investigación se dió por medio de la técnica de análisis documental, de los instrumentos que es la lista de cotejo y la entrevista, el cuál a partir de los datos obtenidos se generó una serie de conclusiones que permitieron dar respuesta a los objetivos planteados.

## **2.6. Aspectos éticos**

Se afirmó bajo el concepto ético en la investigación científica, se refiere a la reflexión o las acciones de pensar en nosotros mismos, inferir y tener cuidado de no dañar a alguien; siendo para el desarrollo investigativo aceptar la autoría intelectual del sujeto desarrollado, reconociendo al mismo tiempo que las teorías, antecedentes, datos y otra información consignada por otros autores, se han citado indicando las fuentes de donde se extrajo dicha información (Ruiz, K., 2015)

Se ejecutó bajo el código de ética establecido por la Universidad César Vallejo filial Piura, donde se respetó los lineamientos de originalidad y confianza en la recolección de datos y procesamiento de estos. Se puso especial cuidado en citar y referenciar a todos los autores que fueron tomados en las distintas partes de la investigación de acuerdo a la norma APA.

### III. RESULTADOS

#### *Objetivo n° 1 identificar las exigencias del mercado estadounidense para la importación de mango deshidratado de Perú:*

El estudio basado en el perfil de deshidratados con destino a los Estados Unidos que realizó Mincetur (2016) informa sobre el cumplimiento de la norma sanitaria debe ser garantizada por los importadores; el cual debe respetar y asegurar los requisitos específicos comprendidos en la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y cosméticos (Food, Drug & Cosmetic Act – FD&C) para la exportación de mango deshidratado.

Factura comercial: Debe ser llenada correctamente estando en idioma inglés o acompañada de una traducción precisa, de modo que, la información y descripción contenida está obligada a tener la cantidad, valor (preferiblemente en dólares), lugar, país de origen, nombre y dirección de la empresa o persona importadora, a fin de que el oficial de protección personalizada y fronteriza pueda verificar de manera efectiva si el alimento que ingresa está bien clasificado y con los aranceles cancelados correctamente, estimándose su aceptación e ingreso al país de destino (Mincetur, 2016)

Requisitos sanitarios y fitosanitarios: Requerimiento fundamental que garantiza que el mango no ha sido perjudicado por algún tipo de plaga y que ha pasado por todos los controles de calidad, incluyendo un empaque en óptimas condiciones. Para dar cumplimiento, el exportador debe solicitar al Organismo de Certificación que es el Servicio Nacional de Sanidad Agraria la emisión del Certificado Fitosanitario, el cuál debe ser emitido después de la inspección y control de las frutas secas. Este documento, debe estar en idioma inglés, además, de proporcionar para la misma información sobre la aplicación comercial, fitosanitaria, el lugar de planta y fecha de entrega para que el funcionario del Servicio Nacional de Sanidad Agraria pueda realizar la inspección y la certificación de la idoneidad de los productos para la exportación. Este certificado tiene un periodo de validez limitado y solo cubrirá el envío para el cual fue solicitado. En caso de robo, pérdida o destrucción, puede solicitarse un duplicado ante la autoridad competente y autorizada en base a la documentación que tiene en posesión el exportador (Mincetur, 2016)

Ley contra Bioterrorismo: Notificación previa de partidas de alimentos importados. A partir del 12 de diciembre del año 2003, la Administración de drogas y alimentos de los Estados Unidos deberá recibir notificación previa de todas y cada una de las partidas de

alimentos que ingresen a los Estados Unidos. La ley exige a los importadores que proporcionen a la Administración de drogas y alimentos de los Estados Unidos una notificación anticipada con no menos de 8 horas y no más de 5 días antes del envío (Mincetur, 2016)

Requisitos generales de etiquetado: La información nutricional, de acuerdo a las exigencias de etiquetado, debe ser colocada en el panel frontal porque este es visto por el consumidor en el momento de la compra; en caso de no existir suficiente espacio, las tres declaraciones de etiqueta pueden colocarse en el panel de información. Dicha información debe estar junto con la lista de ingredientes conteniendo información nutricional, el nombre y la dirección del fabricante, el emparador o distribuidor (Mincetur, 2016)

Requisitos de empaque y embalajes: Dependiendo del tipo de fruto deshidratado, las presentaciones del empaque son por lo general bolsas de 250 gr a 5 kg. Mostrándose también en cajas de cartón. El empaque tiene un periodo de vida útil aproximado entre 6 meses a un año siendo de material polipropileno (Mincetur, 2016)

Marcado de origen: Los productos/bienes deben estar debidamente marcados antes de ser despachados a los Estados Unidos, estando obligado a precisar claramente el país de origen de las mercancías. Este no debe ser engañoso, dado que, de otra forma podrían ser detenidos por el Protección de aduanas y fronteras (Mincetur, 2016)

Certificaciones: Según Mincetur (2016) en cuanto a las exigencias de certificaciones, estas influyen competitivamente para abrir nuevos mercados; a pesar de no ser un requerimiento para la exportación de mango deshidratado o seco. Las certificaciones necesarias para la competitividad son:

Para la certificación orgánica, los alimentos deben cumplir con los estándares establecidos por el gobierno en materia de cultivo, manejo y proceso, teniendo a cargo el programa de certificación orgánica el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.

- Certificado por la alianza de la selva tropical, basada en el manejo integral de plagas, mediante la limitada utilización de agroquímicos. Esta certificación es proporcionada a los productores que cumplen con las normas de la Red de Agricultura Sostenible (The Sustainable Agriculture Network).
- Certificado Alianza Alimentaria, es una organización sin fines de lucro que legitima las prácticas sostenibles, como la protección del suelo, la utilización de

Organismos genéticamente modificados, hormonas o antibióticos, la protección de recursos hídricos, reciclaje, etc. en las granjas, ranchos y alimentos envasados, manipulados, procesados y distribuidos.

- Certificación Comercio justo, otorgada por la Fair Trade Labelling Organizations International (FLO Internacional), asegura que los productos cumplen con los estándares de desarrollo, medioambientales y laborales. En cuanto a la cadena de producción orgánica, la cual comprende plantaciones, instalaciones post cosecha, manipulaciones del producto, etc., es certificada por Quality Assurance International.

***Objetivo n° 2 establecer la capacidad de la gestión productiva y comercial de la Cooperativa Apromalpi para la exportación de mango deshidratado al mercado estadounidense:***

La Cooperativa se dedica a la exportación de mango fresco, sus meses de producción son cuatro, que empiezan desde noviembre hasta el mes de febrero y cuenta con 151 socios activos que juntos conforman una proporción de terreno dedicada al cultivo de mango de 450 hectáreas, de un rendimiento de 15 A 18 TN/Ha que hace una producción de 7650 toneladas aproximadamente de mango fresco de las cuales de cada 100kg el 2% se considera merma y el 5% no cumple con los requisitos de exportación, el cual es utilizado para la deshidratación.

El rendimiento para producir mango deshidratado es de 15:1, eso quiere decir que se necesitan 15 kilos de pulpa de mango fresco para producir 1 kilo de mango deshidratado.

Actualmente Apromalpi produce 5000 kilos de mango deshidratado al mes, de los cuales se necesita 75,000 kilos de mango fresco, su costo de producción es de 41,900 dólares mensuales y es comercializado nacionalmente.

***Objetivo n° 3 indicar las oportunidades comerciales que ofrece el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la Cooperativa Apromalpi:***

Es que, es uno de los principales compradores de fruta deshidratada a nivel mundial, pues este sector comprende el 12.9% del total de sus importaciones en alimentos, lo que resulta que su consumo per cápita de frutas deshidratadas sea alrededor de 9.8 libras.

El resultado de todas estas cifras se debe a que la fruta deshidratada, en particular el mango, es considerado como insumo para otras presentaciones, siendo utilizadas para el

yogurt de mango, compost de mango, mermelada de mango, etc. Adicionalmente, las propiedades nutricionales y vitamínicas lo convierten en un producto de consumo diario como “snack saludable”, presentándose como un gran potencial de exportación para Perú. Se espera que para el año 2020 el consumo mundial de frutas deshidratadas crezca alrededor de 4 millones de toneladas, según la firma consultora Global Analysis (ProEcuador, 2018)

Uno de los factores a favor de exportación de este producto a dicho mercado es la existencia de un tratado de libre comercio con el gobierno de los Estados Unidos, lo que ha venido resultando una dinamización de las agro-exportaciones, debido a que es considerado como un sector saludable e importante en la población.

Apromalpi al ser una cooperativa exportadora cuenta con buen conocimiento de embarque y experiencia exportadora, regular inteligencia comercial y mala dominación del idioma del país de destino, también cuenta con un sectorista en banco a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Norandino quien lo puede financiar para dicho procedimiento de producción y exportación. Al ser una Cooperativa que produce mango orgánico le agrega valor y calidad al producto. Su actual competencia directa también tiene problemas en lo que es inteligencia comercial e idiomas, pero cuenta con buena cantidad exportada e incluso algunas empresas su nivel de producción es regular.

El nivel de consumo de Estados Unidos cada vez va incrementando y hay empresas que no se logran abastecer debido al nivel regular de su producción y la Cooperativa puede abastecer al país el cual cuenta con un buen nivel socioeconómico y existe el drawback y el tratado de libre comercio que beneficia su exportación.

**Objetivo general determinar la competitividad comercial del mango deshidratado de Apromalpi en el mercado de Estados Unidos:**

*Tabla 3 Importación de mango deshidratado en los Estados Unidos 2009-2018 (miles de dólares)*

AÑO DE MERCADO	1ER TRIMESTRE			2DO TRIMESTRE			3ER TRIMESTRE			4TO TRIMESTRE			ANUAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2018	7,167	6,537	7,386	9,006	16,224	14,179	16,157	16,466	14,596	10,480	8,345	5,120	131,662
2017	5,709	5,623	9,929	7,288	9,048	13,207	17,336	18,346	11,834	11,781	6,997	7,138	124,235
2016	3,104	3,466	6,505	6,431	7,946	9,364	9,855	14,559	10,232	6,686	6,410	9,900	94,457
2015	3,690	3,525	4,653	7,652	5,755	11,050	12,792	14,853	7,454	4,063	3,047	3,556	82,090
2014	4,473	3,265	1,922	6,254	4,238	5,841	6,906	11,058	6,333	3,563	2,254	3,107	59,214
2013	2,947	2,203	2,410	3,562	4,139	6,778	6,433	7,269	6,966	4,228	4,210	5,932	57,075
2012	2,362	4,143	4,561	2,146	3,022	5,896	6,145	5,801	4,789	8,101	5,840	3,752	56,558
2011	5,101	3,067	2,549	5,019	3,553	6,739	7,684	7,455	8,162	4,195	2,336	2,373	58,232
2010	2,260	2,316	3,209	2,952	4,498	5,460	4,806	4,844	5,695	2,997	2,127	2,086	43,250
2009	1,358	693	1,402	2,413	5,197	5,461	3,782	5,099	2,723	3,351	2,843	4,491	38,812

Fuente: United States Department of Agriculture Economic Research Service (2019)

*Tabla 4 Importación de mango deshidratado en los Estados Unidos 2009-2018 (miles de Kg)*

AÑO DE MERCADO	1ER TRIMESTRE			2DO TRIMESTRE			3ER TRIMESTRE			4TO TRIMESTRE			ANUAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2018	1,719	1,399	1,669	2,151	3,833	3,515	3,898	4,110	3,674	2,613	1,856	1,306	15,871
2017	1,112	1,332	2,200	1,596	2,151	3,168	3,978	4,518	2,964	3,009	1,744	1,502	14,638
2016	701	801	1,355	1,437	1,842	2,118	2,380	3,342	2,367	1,680	1,486	2,124	10,816
2015	871	843	1,161	1,757	1,409	2,657	2,895	3,315	1,722	1,060	801	847	9,669
2014	973	762	496	1,308	1,091	1,378	1,615	2,579	1,530	900	674	834	7,070
2013	766	596	676	922	1,252	1,610	1,605	1,845	1,610	975	1,045	1,256	7,078
2012	647	1,069	1,068	537	718	1,494	1,608	1,612	1,241	1,919	1,533	926	7,187
2011	1,421	821	743	1,37	909	1,621	1,832	1,867	2,107	1,114	597	733	7,568
2010	665	729	901	879	1,333	1,517	1,519	1,398	1,740	904	651	671	6,454
2009	823	291	418	782	1,479	1,586	1,18	1,467	843	987	859	1,211	5,963

Fuente: United States Department of Agriculture Economic Research Service (2019)

Según el servicio de investigación económica del United States Department of Agriculture Economic Research Service (2019) da a conocer las estadísticas de consumo del mango deshidratado durante los últimos años, donde este ha ido aumentando su consumo. En el año 2017 tuvo un consumo de 14,638 mil kg que equivalen a 124,235 mil dólares y el año 2018 tuvo un aumento de 8.43% más, que equivale a 15,871 mil kg con un precio de 131,662 mil dólares.

Tabla 5 Empresas peruanas exportadoras de mango deshidratado 2018

EMPRESA	FOB US\$	PESO NETO KILOS	PRECIO X KG
Servicios Agropecuarios de Innovación Tecnológica Srl	108,323.25	8,675.00	12.49
Villa Andina Sociedad Anónima Cerrada	93,276.92	7,484.00	12.46
Servicios Agropecuarios de Innovación Tecnológica Srl	7,124.25	575.00	12.39
Villa Andina Sociedad Anónima Cerrada	56,174.72	4,544.00	12.36
Villa Andina Sociedad Anónima Cerrada	4,944.00	400.00	12.36
Villa Andina Sociedad Anónima Cerrada	29,910.50	2,500.00	11.96
Procesos Agroindustriales S.A.C.	133,783.20	12,240.00	10.93
Procesos Agroindustriales S.A.C.	133,783.20	12,240.00	10.93
Agro Andino S.R.L.	139,300.00	14,000.00	9.95
Agro Andino S.R.L.	69,351.50	6,970.00	9.95
Natur Top S.R.L.	12.00	2.00	6.00

Fuente: Sunat (2019) – Elaboración propia

Tabla 6 Costo de producción por 1 kg de mango deshidratado

PRODUCCIÓN POR 1 KILOGRAMO	
Rendimiento 15:1	
Precio de Kilo de pulpa de Mango	S/ 0.75
Tc	3.3
<b>Costos :</b>	<b>USD / Kg.</b>
* Materia Prima + Flete	0.23
*Producto Con Rdto.	3.41
* M.O. D Personal De Planta	1.800
Electricidad	0.60
Gas	0.750
*G. Generales Fabricación	0.20
Sorting	0.40
Maduración	0.35
Operador Logístico	0.140
M.O.I. Administrativo	0.50
<b>Costo de Producción</b>	<b>8.38</b>
Utilidad por Kilo 51%	4.28
FOB Paita	<b>12.66</b>
<b>Precio de Venta</b>	<b>12.70 USD/KG</b>

Fuente: Apromalpi (2019) - Elaboración propia

La Cooperativa Apromalpi, para producir un kilo de mango deshidratado necesita 15 kg de pulpa de mango fresco el cual le cuesta S/0.75/Kg y cuenta con un costo de producción de 8.38 dólares por kilo el cual espera ganar el 51% de margen de utilidad, teniendo un precio de venta de \$ 12.70/Kg lo cual es considerado un precio muy alto a comparación de la competencia que exporta deshidratado a Estados Unidos, ya que las empresas Servicios Agropecuarios de Innovación Tecnológica Srl lo comercializa a \$ 12.49 y la empresa Villa Andina Sociedad Anónima Cerrada a \$12.46. Para que la Cooperativa Apromalpi pueda ser competitiva en el mercado estadounidense, debe fijar su porcentaje de utilidad en un 40 %,

y así obtenga un precio de 10.19 dólares por kilo siendo así un monto inferior a la de la competencia lo cual permitiría que el producto sea comprado rápidamente. Además, al exportar se acogería al beneficio del 3% de drawback lo cual compensaría parte del porcentaje que reduciría para ser más competitivo.

La Oficina Comercial (Ocex) en Nueva York señaló que en los últimos 10 años el consumo del mango deshidratado se ha triplicado y según el ejecutivo Manuel Michel, presidente de la asociación Junta Nacional de Mango considera que el producto irá incrementando (Diario Gestión, 2017)

A fines del 2017 las importaciones de mango de Estados Unidos crecieron cerca de 30% a comparación del año anterior, según la entrevista realizada por la revista México News Daily al Ejecutivo. La popularidad de este producto se debe a la variedad de presentaciones que puede llegar a tener, teniendo tres como principales, la cuales son: congelado, procesado (deshidratado) y en jugo; esto lleva al interés de este público en probar nuevos sabores y comer productos frescos y saludables. El mango está presente en el mercado estadounidense todo el año, proviniendo mayoritariamente del Perú entre diciembre y marzo. La categoría del procesado está creciendo también en popularidad, debido a sus vistosas presentaciones en pomos de vidrio o lata al igual que el deshidratado. De acuerdo al Centro de Recursos de Mercadeo Agrícola, las presentaciones más buscadas y cuidadas son las gourmets, pudiendo llegar a costar hasta US\$ 8.5 la libra (Diario Gestión, 2017)

Las apreciaciones y aceptación de producto se pueden observar en el caso de Trader Joe's, cadena de supermercados natural que tiene al mango como ingrediente en más de 25 productos. De acuerdo con Economic Research Service del United States Department of Agriculture, el 2016 ha representado el mejor año para el mango deshidratado, donde se debe considerar que los estándares de calidad son el primer factor de cumplimiento para aprovechar este mercado estadounidense (Diario Gestión, 2017)

En el Perú, desde el último fenómeno de El niño los sembríos no han sido afectados en su totalidad, solo parcialmente y en un poco más del 10% a pesar de estar concentrada una gran producción de mangos en la costa norte del país, resultando una noticia alentadora para la continuidad de crecimiento de las exportaciones de mango en sus distintas presentaciones. Según conversaciones PromPeru con los exportadores (Diario Gestión, 2017)

#### IV. DISCUSIÓN

El consumo del mango en el mundo en los últimos años, ha venido creciendo aceleradamente y esto es debido a que el mango es una fruta muy beneficiosa para el organismo, además de poseer un exquisito sabor, es una fruta muy rica en antioxidantes, que nos ayuda a prevenir enfermedades degenerativas y que posee grandes nutrientes como hierro, potasio y magnesio (LaSalmantina, 2017)

El incremento del consumo de esta fruta se ve reflejado en los datos estadísticos del sistema TradeMap (2019) donde las importaciones mundiales de mango fresco o seco (deshidratado), bajo la partida del Sistema Armonizado 080450, de los últimos cinco años fueron: \$ 2.408.820 miles USD al año 2014; \$ 2.534.516 miles USD al año 2015; \$ 2.637.892 miles de USD al año 2016; \$ 2.957.087 miles USD al año 2017 y \$ 3.104.839 miles de USD al año 2018. Tal como se muestran las cifras la tasa de crecimiento promedio anual va en un rango de 4% a 5%; teniendo como diez países mayores importadores de mango al año 2018 a Estados Unidos de América, China, Países Bajos, Alemania, Reino Unido, Francia, Viet Nam, Canadá, España y República de Corea, lo cual refleja una gran oportunidad de comercio dado que la tendencia de consumo de este producto se da no sólo en América del Norte, sino también a países del bloque Europeo. Bajo la partida de 0804508010 que son mangos deshidratados este ha venido aumentando su presencia en los Estados Unidos donde su mayor proveedor es México y Perú se encuentra en el quinto lugar seguido de la India.

Al contrastar los hallazgos de esta investigación nos encontramos con el estudio desarrollado por Aguirre, J. (2015) en su tesis de pregrado denominada “*Oportunidad de negocio en España y la comercialización de pulpa de fresa desde Imbabura Ecuador*” en la cual se encontraron algunas similitudes, por ejemplo en la investigación desarrollada en la Universidad politécnica estatal de Carchi - Ecuador, dicho estudio tuvo como objetivo general determinar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de fresa desde la provincia de Imbabura. Mientras que en esta investigación el objetivo principal fue determinar la competitividad comercial del mango deshidratado de Apromalpi en el mercado de Estados Unidos. Dicha investigación cuenta con 3 objetivos específicos, en el cual uno de ellos que es “Identificar las oportunidades de mercados internacionales y la oferta de pulpa de fresa para la comercialización desde la provincia de Imbabura”, mientras que uno de nuestros objetivos específicos tiene gran similitud que es “Indicar las oportunidades comerciales que ofrece el mercado estadounidense para la

exportación de mango deshidratado de la cooperativa Apromalpi. Así mismo como método empleado en el estudio de Aguirre que fue un estudio Cuantitativo, utilizando como instrumento el análisis documentario suscitando lo mismo que esta investigación desarrollada en el distrito de Chulucanas en ambos casos se determinaron importantes oportunidades comerciales para incursionar en ambos mercados garantizando su éxito comercial.

Respecto a la investigación de Araya, R. (2016) denominada “*Oportunidad de negocio en el mercado de Barcelona-España para la exportación de mango haden de la asociación Apepayac, ubicado en el Platanar-Cajamarca, en el periodo 2015-2016*” elaborada en la Universidad Privada del Norte, Trujillo, tuvo como objetivo primordial determinar en qué medida el mercado de Barcelona- España es una oportunidad de negocio para incentivar la exportación de mango Haden por parte de la asociación Apepayac ubicada en el Platanar-Cajamarca, en el periodo 2015 -2016, lo cual podemos contrastar con nuestro objetivo principal que fue determinar la competitividad comercial del mango deshidratado de Apromalpi en el mercado de Estados Unidos. Así mismo también utilizo como instrumento la recolección de datos, y análisis documental, coincidiendo con uno de nuestros instrumentos utilizados en la investigación. Encontramos también que la investigación de Araya contó con 2 variables de operacionalización que son similares a nuestra investigación, entre ellas esta: oportunidades comerciales y exportación de mango.

En relación a la investigación de Salazar, K. (2015) denominada “*Oportunidades de negocio en el mercado de Estados Unidos para las exportaciones peruanas de arándanos frescos provenientes de la región la Libertad*” se encontraron algunas similitudes, en la investigación desarrollada en la Universidad Privada del Norte, Trujillo el estudio tuvo por objetivo específico determinar la competitividad que presentan los arándanos frescos peruanos en el mercado de Estados Unidos, mientras que en esta investigación el objetivo primordial fue determinar la competitividad comercial del mango deshidratado de Apromalpi en el mercado de Estados Unidos. Así mismo, la investigación de Salazar analizó su objetivo específico denominado, definir los factores que determinan la viabilidad de la exportación de arándanos peruanos a Estados Unidos en base a los requisitos de ingreso al país obteniendo semejanzas en nuestra investigación respecto a un objetivo específico de la investigación llamada identificar las exigencias del mercado Estadounidense para la importación de mango deshidratado de Perú y por último para su recolección de datos utilizó

instrumentos como la entrevista y el análisis documental, los cuales la investigación también los utilizo. En ambas investigaciones se determinó que en el sector agropecuario hay un gran crecimiento debido a que el mercado donde van dirigidos obtiene mucha acogida.

En relación a la tesis de pregrado de Sihuay, H. (2018) llamada “*Oportunidad de negocio para la exportación de frambuesa fresca de viveros andinos s.a.c en el mercado de Alemania. Cajamarca – 2018*” cuya investigación fue desarrollada en la Universidad César Vallejo, Piura tuvo una similitud con la investigación en la que ésta tuvo como objetivo específico, indicar las oportunidades comerciales que ofrece el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la Cooperativa Apromalpi y la investigación de Sihuay tuvo como objetivo general determinar la oportunidad de negocio en el mercado de Alemania para la exportación de frambuesa fresca de Viveros. En lo que concierne a la metodología ambas fueron descriptivas con enfoque cuantitativo y como población tomo a la asociación de viveros andinos utilizando la técnica de análisis documentario e instrumento la entrevista las cuales también fueron utilizados en esta investigación.

Como último antecedente se analizó la tesis de pregrado de Hidalgo, S. (2017) nombrada “*Oportunidad de negocio en el mercado de Hong Kong, China para la exportación de uva red globe de Fruitxchange sector nuevo progreso, Sullana. Piura, 2017*” desarrollada en la Universidad César Vallejo, Piura la cual tuvo semejanza por el objetivo que fue determinar la oportunidad de negocio en el mercado de Hong Kong - China para la exportación de uva red globe de fruitxchange, ambas investigaciones identificaron la demanda de importación de sus respectivos países seleccionados, utilizando la técnica de análisis documentario hacia su población determinada, en el caso de Hidalgo la población estudiada fue la única empresa del sector que exporta uva de tipo red globe. Encontramos también que la investigación de Hidalgo, S. conto con 2 variables de operacionalización que son similares a nuestra investigación, entre ellas esta: oportunidades comerciales y exportación de uva red globe.

## **V. CONCLUSIONES**

1. Con respecto al objetivo específico N° 1, las exigencias del mercado americano para la cooperativa Apromalpi son requisitos documentarios acerca de salud y fitosanitarios, constatándose en la documentación analizada de esta investigación que la cooperativa cuenta con una gran experiencia exportadora, por lo que afirmamos que no sería inconveniente ingresar al mercado americano con el producto mango deshidratado en sus diversas presentaciones de tamaño.
2. Con respecto al objetivo específico N° 2, la capacidad de gestión productiva y comercial de la cooperativa Apromalpi se observó que la producción de mango deshidratado es poco competitiva en relación con otras empresas del sector ya que solo produce 5,000 kg al mes con un precio de venta muy alto de 12,70 dólares por kg.
3. Con respecto al objetivo específico N° 3, debido a que los habitantes de los Estados Unidos cada vez se preocupan por llevar un estilo de vida saludable, el consumo del mango deshidratado ha ido en aumento según los datos estadísticos del departamento de agricultura de los Estados Unidos, debido a sus beneficios para la salud. Al contar con un tratado de libre comercio con dicho país, facilita su adquisición. Apromalpi ya cuenta con una gran experiencia exportadora, pero con un regulador conocimiento en inteligencia comercial y mala dominación de idioma del país de destino.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. A pesar que Apromalpi cuenta con una gran experiencia exportadora de mango fresco a Estados Unidos, esta debe mejorar su etiquetado, ya que no cumple con las características exigidas, para así no haya problema en su entrada al país de destino y en tema de marketing mejore su envase porque con el que cuenta no es muy atractivo al cliente.
2. Considerar la posibilidad de ampliación de la planta, para aumentar el nivel de la producción a través de la adquisición de otro deshidratador, a fin de satisfacer mayor demanda y que tenga distintos proveedores de mango o aumente la incentivación a agricultores para asociarse a la cooperativa, para que pueda abastecerse todo el año y a su vez satisfacer la demanda insatisfecha del país estadounidense.
3. La mayoría de las empresas con experiencia exportadora de mango deshidratado al mercado estadounidense, tienen problemas con el idioma e inteligencia comercial para la exportación de este producto, al igual que Apromalpi, por eso se recomienda que sus representantes legales mejoren el inglés y sus trabajadores administrativos, lleven cursos de inteligencia comercial para que mejoren su experiencia exportadora.

## REFERENCIAS

- Aguirre, J. F. (2015). Oportunidad de negocio en España y la comercialización de pulpa de fresa desde Imbabura Ecuador (Tesis pregrado). Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Ecuador.
- Araya, R. S. (2016). Oportunidad de negocio en el mercado de Barcelona-España para la exportación de mango Haden de la Asociación Apepayac, ubicado en el Platanar-Cajamarca, en el periodo 2015-2016 (Tesis pregrado). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
- Castro, A. (2014). Planificación y gestión de la demanda, España.
- Ciscar (2018). ¿Qué es un estudio transversal? Recuperado de <https://www.enquest.com/que-es-un-estudio-transversal/>
- Diario Gestión (2017). Consumo de mango se triplicó en diez años en EE.UU y Perú es su segundo proveedor. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/consumo-mango-triplico-diez-anos-ee-uu-peru-segundo-proveedor-141005>
- Fleitman J. (2016) Cómo comenzar una empresa exitosa, México.
- Fleitman J. (2000) Negocios exitosos: cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio, México.
- Hernández S, Fernández C. y Baptista, L. (2014). Metodología de la investigación, México.
- Hidalgo, S. E. (2017). Oportunidad de negocio en el mercado de Hong Kong, China para la exportación de uva red globe de Fruitxchange sector nuevo progreso, Sullana. Piura, 2017 (Tesis Pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Piura, Perú.
- Icesi (2008). Direccion de impuestos y aduanas nacionales y el muiscanegociacion internacional. Recuperado de <https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/09/26/oportunidades-comerciales/>
- InboundCycle (2016). Cómo hacer una investigación de mercado cuantitativa y cualitativa de calidad. Recuperado de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/como-hacer-una-investigacion-de-mercado-cuantitativa-y-cualitativa-de-alidad>.
- Jiménez, L. (2015). Exportación de Frutas Deshidratadas para el Medio Oriente. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- LaSalmantina (2017). Mango Deshidratado. Recuperado de: <https://www.lasalmantina.com/productos/categoria-frutas-deshidratadas/mango-deshidratado/>
- Mincetur (2016). Perfil de frutas deshidratadas del mercado de Estados Unidos. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/comercio\_exterior/plan\_exportador/Penx\_2025/PDM/EstadosUnidos/perfiles/10\_Perfil\_Frutas/10\_Perfil\_Frutas\_EEUU6.pdf

- Morales, F. (2010). Tipos de investigación. Recuperado de [https://www.academia.edu/4646164/Tipos\\_de\\_Investigaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/4646164/Tipos_de_Investigaci%C3%B3n)
- Pin, A. C. (2016). Oportunidades comerciales de los productos Forestales del Ecuador en el Mercosur (Tesis Postgrado). Instituto de Altos Estudios Nacionales, Quito, Ecuador.
- ProChile (2011). Estudio de Mercado Snacks de Fruta Deshidratada EE.UU. Recuperado de [https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files\\_mf/documento\\_08\\_12\\_11174052.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_08_12_11174052.pdf)
- ProEcuador (2018). Mango, piña, uvilla y banana deshidratada en el mercado de los Estados Unidos Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec/mango-pina-uvilla-y-banana-deshidratada-en-el-mercado-de-los-estados-unidos-marzo-2018/>
- Ruiz, K. (2015). Ética de la Investigación, Integridad Científica. Recuperado de <http://www.cooperacionib.org/libro-etica-de-la-Investigacion-gratuito.pdf>
- Salazar, K. M. (2015). Oportunidades de Negocio en el Mercado de Estados Unidos para las Exportaciones Peruanas de Arándanos Frescos provenientes de la Región la Libertad (Tesis pregrado). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
- Sihuay, H. G. (2018). Oportunidad de negocios para la exportación de frambuesa fresca de Viveros Andinos S.A.C en el mercado de Alemania. Cajamarca–2018 (Tesis Pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Piura, Perú.
- Siicex (2011). Perfil de mercado mango deshidratado Estados Unidos. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/47131401rad94FAA.pdf>
- Sunat (2019). Evolución de exportaciones de mango fresco. Recuperado de [http://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo\\_web/web\\_estadistica.htm](http://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/web_estadistica.htm)
- Trademap (2019). Importaciones mundiales de mango deshidratado de Estados Unidos. Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- United States Department of Agriculture Economic Research Service (2019). Datos de la mercancía, Importación y Exportación Recuperado de [https://data.ers.usda.gov/reports.aspx?programArea=fruit&stat\\_year=2009&top=5&HardCopy=True&RowsPerPage=25&groupName=Noncitrus&commodityName=Mangoes&ID=17851](https://data.ers.usda.gov/reports.aspx?programArea=fruit&stat_year=2009&top=5&HardCopy=True&RowsPerPage=25&groupName=Noncitrus&commodityName=Mangoes&ID=17851)

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

**OPORTUNIDADES COMERCIALES EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE PARA LA EXPORTACIÓN DE MANGO DESHIDRATADO DE LA COOPERATIVA AGRARIA DE PRODUCTORES ORGÁNICOS APROMALPI LTDA., 2019**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICAS
<p>¿De qué manera, el mango deshidratado de Apromalpi puede ser competitivo comercialmente en el mercado de Estados Unidos?</p> <p><u>Problemas Específicos:</u></p> <p>a. ¿Cuáles son las exigencias del mercado Estadounidense para la importación de mango deshidratado de Perú?</p> <p>b. ¿Cuál es la capacidad de la gestión productiva y comercial de la Cooperativa Apromalpi para la exportación de mango deshidratado al mercado Estadounidense?</p> <p>c. ¿Cuáles son las oportunidades comerciales que ofrece el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la Cooperativa Apromalpi?</p>	<p><u>Objetivo General:</u> Determinar la competitividad comercial del mango deshidratado de Apromalpi en el mercado de Estados Unidos.</p> <p><u>Objetivos Específicos:</u></p> <p>a. Identificar las exigencias del mercado estadounidense para la importación de mango deshidratado de Perú.</p> <p>b. Establecer la capacidad de la gestión productiva y comercial de la Cooperativa Apromalpi para la exportación de mango deshidratado al mercado estadounidense.</p> <p>c. Indicar las oportunidades comerciales que ofrece el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la Cooperativa Apromalpi</p>	<p><u>Hipótesis General:</u> El mango deshidratado de Apromalpi es comercialmente competitivo en el mercado de Estados Unidos</p> <p><u>Hipótesis específicas:</u></p> <p>a. El mango deshidratado de Perú cumple con las exigencias del mercado Estadounidense.</p> <p>b. Apromalpi posee capacidad de la gestión productiva y comercial para la exportación de mango deshidratado al mercado Estadounidense.</p> <p>c. Existen oportunidades comerciales viables en el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la Cooperativa Apromalpi</p>	<p>V.I.: Oportunidades Comerciales en el Mercado Estadounidense</p> <p>VD: Exportación de Mango Deshidratado</p>	<p>Exportadores de mango deshidratado a nivel nacional.</p>	<p>El diseño que se llevará a cabo es descriptivo porque requiere conocer el mercado, mayormente en sus procesos actuales. También es de diseño transversal porque para las empresas es un estudio muy útil recolectar una gran cantidad de datos sobre un tema en particular.</p>	<p>La investigación emplea como técnica el análisis documental, instrumento o una lista de cotejo y la entrevista</p>	<p>• SPSS - 20</p>

## Anexo 2. Validación de expertos



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Lorena Ramírez Briones con DNI N° 45756794 Magister en GESTION DEL TALENTO HUMANO N° ANR/COP ....., de profesión ADMINISTRADORA desempeñándome actualmente como DOCENTE en UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Lista de cotejo

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

Lista de Cotejo para exportadores de mango deshidratado	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad		✓			
2. Objetividad			✓		
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia			✓		
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 2 días del mes de Mayo de Dos mil diecinueve.

Mgr. : Gestión del talento humano  
DNI : 45796754  
Especialidad : Administración  
E-mail : tramirez@ucv.edu.pe

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Hogdlov Gao's Francisco con DNI N° 42028254 Magister en ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
 N° ANR/COP ....., de profesión ADM. DE EMPRESAS  
 desempeñándome actualmente como DOCENTE  
 en UNIVERS CÉSAR VALLEJO

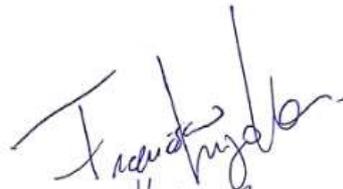
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Lista de cotejo

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

Lista de Cotejo para exportadores de mango deshidratado	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 2 días del mes de Mayo de Dos mil diecinueve.



Mgtr. : MOCOLLÓN Gorco Francisco  
DNI : 42228239  
Especialidad : ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.  
E-mail : fmocollon@ccvvirtual.edu.pe.

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Paul Vargas Huilca con DNI N° 41301968 Magister  
 en DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS  
 N° ANR/COP ....., de profesión ABOGADO  
 desempeñándome actualmente como DOCENTE TIEMPO PARCIAL  
 en ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

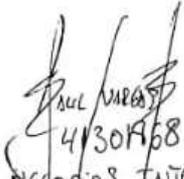
Lista de cotejo

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

Lista de Cotejo para exportadores de mango deshidratado	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 2 días del mes de Mayo de Dos mil diecinueve.

Mgr. :  
DNI :  
Especialidad :  
E-mail :

  
4/30/19  
NEGOCIOS INTERNACIONALES  
PAUL VARGAS 3000@HOTMAIL.COM

### Anexo 3. Índice de confiabilidad

#### TÍTULO: “OPORTUNIDADES COMERCIALES EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE PARA LA EXPORTACIÓN DE MANGO DESHIDRATADO DE LA COOPERATIVA AGRARIA DE PRODUCTORES ORGÁNICOS APROMALPI LTDA., 2019”

<b>ESTUDIANTE</b>	Bach. Abad Raymundo, Clara Rosa Bach. Delfino Peña, Daphne Alejandra
<b>Título De Proyecto De Investigación</b>	Oportunidades comerciales en el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la cooperativa agraria de productores orgánicos Apromalpi Ltda., 2019
<b>Facultad</b>	Ciencias Empresariales
<b>Tipo De Instrumento</b>	ALPHA DE CROMBACH
<b>Coficiente De Confiabilidad Empleado</b>	KR-20 kuder Richardson ( )
	Alfa de Cronbach. ( X )
<b>Fecha De Aplicación</b>	13/05/2019
<b>Muestra Aplicada</b>	100% población

#### I. CONFIABILIDAD

<b>ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:</b>	<b>0.865</b>
---	--------------

**TÍTULO: “OPORTUNIDADES COMERCIALES EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE PARA LA EXPORTACIÓN DE MANGO DESHIDRATADO DE LA COOPERATIVA AGRARIA DE PRODUCTORES ORGÁNICOS APROMALPI LTDA., 2019”**

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	11	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	11	100,0

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,865	23

a. La eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticos total-elemento**

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Cantidad de consumidores (demanda)	85,45	39,273	,700	,849
Cantidad exportada	85,55	39,273	,787	,846
Nivel de Competencia (competidores)	85,64	45,655	,156	,867
Nivel Socioeconómico	85,36	40,055	,563	,855
Cantidad de Productos (variedad)	85,55	43,473	,409	,861
Cantidad de productores (oferta)	85,45	44,873	,267	,864
TLC (beneficios) – Fair Trade	84,91	44,491	,274	,864
Drawback	85,82	41,364	,560	,855
Volumen de producción	85,64	38,255	,846	,842
Personería Jurídica	85,73	44,418	,213	,868
Experiencia exportadora	85,18	43,164	,364	,862
Idiomas	86,00	46,200	,028	,871
Inteligencia Comercial	86,64	39,055	,752	,847
Conocimiento de embarque	85,18	43,164	,364	,862
Créditos Bancos	85,45	43,073	,579	,857
Capacidad de endeudamiento	85,73	41,218	,607	,854
Sectoristas en Bancos	85,45	43,073	,579	,857
Calidad	85,64	45,655	,156	,867
Valor Agregado	85,73	41,218	,607	,854
Adaptación del producto	85,45	44,873	,267	,864
Restricciones y barreras de acceso	86,00	42,800	,527	,857
Aranceles	84,91	48,091	-,233	,878
Envases, embalajes y etiquetas	85,55	45,473	,273	,864

#### Anexo 4. Escala de evaluación (Instrumento)

#### INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN: LISTA DE COTEJO

“Oportunidades comerciales en el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la cooperativa agraria de productores orgánicos Apromalpi Ltda., 2019”

Pésima	1
Mala	2
Regular	3
Bueno	4
Excelente	5

Oportunidades comerciales en el mercado Estadounidense					Importancia	
N°	Criterios de Evaluación	Pésima	Mala	Regular	Bueno	Excelente
1	Cantidad de consumidores (demanda)					
2	Cantidad exportada					
3	Nivel de competencia (competidores)					
4	Nivel socioeconómico					
5	Cantidad de productos (variedad)					
6	Cantidad de productores (oferta)					
7	TLC (beneficios) – Fair Trade					
8	Drawback					
<b>TOTAL</b>						

Exportación de mango deshidratado					Importancia	
N°	Criterios de evaluación	Pésima	Mala	Regular	Bueno	Excelente
9	Volumen de producción					
10	Personería Jurídica					
11	Experiencia exportadora					
12	Idiomas					
13	Inteligencia Comercial					
14	Conocimiento de embarque					
15	Créditos Bancos					
16	Capacidad de endeudamiento					
17	Sectoristas en Bancos					
18	Calidad					
19	Valor Agregado					
20	Adaptación del producto					
21	Restricciones y barreras de acceso					
22	Aranceles					
23	Envases, embalajes y etiquetas.					
<b>TOTAL</b>						

**Anexo 5. Escala de evaluación (Instrumento)**  
**INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN: ENTREVISTA**

*Ing. Luis Matias Hernández – Jefe de Planta de Apromalpi*

**RENTABILIDAD:**

- 1. ¿En cuánto se vende el kilogramo de mango?**  
12.7 Usd/Kg.
- 2. ¿Cuál es el porcentaje de ganancia que se percibe en la venta de un kilogramo de mango?**  
51% por Kilogramo.

**PRODUCTIVIDAD**

- 3. ¿Cuánta proporción de terreno, se tiene destinada para la producción de mango?**  
La cooperativa cuenta con 450 hectáreas.
- 4. ¿Cuántas toneladas de mango se produce en promedio por hectárea?**  
15 a 18 Tn de fruta fresca por hectárea.
- 5. ¿Cuáles son los meses en los cuales cuenta con producción de mango?**  
Noviembre – Febrero.
- 6. ¿Cuántos kilos puede producir la Cooperativa en un mes?**  
5000 kilos de deshidratado de mango.

**OPTIMO USO DE LOS RECURSOS**

- 7. De 100 kg de mango (materia prima) ¿Cuántos kg de mango son dejados por los compradores, por no cumplir con sus expectativas?**  
De la fruta para exportación el 5 % se considera fruta no apta para exportar para el caso de kent, para el caso de Edward es fruta de primer calidad ya que aquí no existe exportación de esta variedad.
- 8. De 100 kg de mango ¿Cuánto es el rendimiento de mango deshidratado?**  
De 100 kilos se obtiene 6.6 kilos es decir el rendimiento es de 15 a 1 kilos.

**CALIDAD**

- 9. ¿Qué variedades de mango se produce y cuál es la que se utiliza para el mango deshidratado?**  
Pueden utilizarse las variedades kent y edward se considera frutos que tengan pulpa adecuada para este proceso con frutos de 450 gramos a 800 gramos.

**NORMAS TÉCNICAS**

- 10. ¿Qué requisitos para la exportación de mango cuenta la Cooperativa Apromalpi?**  
Norma Codex para mango deshidratado y registro sanitario.

### Anexo 6. Operacionalización de variable

Matriz de operacionalización de variables – Oportunidades Comerciales en el Mercado Estadounidense

Fuente: Elaboración propia

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>OPORTUNIDADES COMERCIALES EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE</b>	Reconocimiento de necesidades insatisfechas en el mercado con el fin de ofrecer un producto y/o servicio que sea deseable para el mercado. Fleitman (2016)	El atractivo de una oportunidad dependerá del número de compradores potenciales y su capacidad de compra, de la disposición e interés de compra y de la capacidad de la empresa. ICESI (2008)	<b>DEMANDA</b>	Cantidad de consumidores	<i>Nominal</i>
				Cantidad Importada	<i>Nominal</i>
			<b>PRECIO</b>	Nivel de Competencia	<i>Nominal</i>
			<b>BENEFICIOS DE EXPORTACIÓN</b>	TLC	<i>Nominal</i>
				Ad Valorem	<i>Nominal</i>

Matriz de operacionalización de variables - Exportación de Mango Deshidratado

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>EXPORTACIÓN DE MANGO DESHIDRATADO</b>	La exportación es una función vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el vendedor; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional y que poseer un negocio con alcance internacional va caracterizar oportunidades y riesgos y un conjunto de actividades para desenvolverse en el contexto global. Lerma & Márquez (2010).	Es la capacidad exportadora para competir en los mercados internacionales, contando con capacidad financiera y productos competitivos en calidad, valor agregado, y se sepa adaptar a los gustos y preferencias del consumidor teniendo un buen perfil exportador para poder realizar una comercialización exitosa. Requisitos Básicos para Exportar (s.f.)	<b>REQUISITOS DE ACCESO</b>	Restricciones y barreras de acceso	<i>Nominal</i>
				Aranceles	<i>Nominal</i>
				Envases, Embalajes y etiquetas	<i>Nominal</i>
			<b>CAPACIDAD EXPORTADORA</b>	Volumen de producción	<i>Nominal</i>
			<b>PERFIL EXPORTADOR</b>	Personería Jurídica	<i>Nominal</i>
				Experiencia exportadora	<i>Nominal</i>
				Idiomas	<i>Nominal</i>
				Inteligencia Comercial	<i>Nominal</i>
			<b>CAPACIDAD ECONÓMICA FINANCIERA</b>	Conocimiento de embarque	<i>Nominal</i>
				Capacidad de endeudamiento	<i>Nominal</i>
			<b>PERFIL DEL PRODUCTO</b>	Sectoristas en Bancos	<i>Nominal</i>
				Adaptación del producto	<i>Nominal</i>
				Valor Agregado	<i>Nominal</i>
	Calidad	<i>Nominal</i>			

Fuente: Elaboración propia de la investigadora

## Anexo 7. Fotos

**Imagen 01: Presidente de Apromalpi**



**Imagen 02: Gerente de Apromalpi**



**Imagen 03: Visita a la planta de Apromalpi**



**Imagen 04: Sala de proceso de deshidratado**



**Imagen 05: Porta bandejas del túnel deshidratador**



**Imagen 06: Porta bandejas del proceso con mango deshidratado**



## Anexo 8. Acta de originalidad



### ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo, Francisco Segundo Mogollón García, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Académica Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo (Piura), revisor (a) de la tesis titulada:

“Oportunidades comerciales en el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la cooperativa agraria de productores orgánicos Apromalpi Ltda., 2019 de las autoras: DELFINO PEÑA DAPHNE ALEJANDRA y ABAD RAYMUNDO CLARA ROSA constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) 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.

Piura, 03, de *diciembre* del 2019

Francisco Segundo Mogollón García

DNI: 42228259



### Anexo 10. Autorización para publicación



#### AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

Código : F08-PP-PR-02.02  
 Versión : 09  
 Fecha : 23-03-2018  
 Página : 1 de 1

Yo **Daphne Alejandra Delfino Peña**, identificado con DNI N° 48560577 egresada de la Escuela Académica Profesional de **Negocios Internacionales** de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación "OPORTUNIDADES COMERCIALES EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE PARA LA EXPORTACIÓN DE MANGO DESHIDRATADO DE LA COOPERATIVA AGRARIA DE PRODUCTORES ORGÁNICOS APROMALPI LTDA., 2019 , en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

FIRMA

DNI: 48560577

Piura, 22 de junio del 2020

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



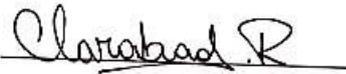
**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS  
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo **Clara Rosa Abad Raymundo**, identificado con DNI N° 70868236 egresada de la Escuela Académica Profesional de **Negocios Internacionales** de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación "OPORTUNIDADES COMERCIALES EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE PARA LA EXPORTACIÓN DE MANGO DESHIDRATADO DE LA COOPERATIVA AGRARIA DE PRODUCTORES ORGÁNICOS APROMALPI LTDA., 2019 , en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

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

  
FIRMA

DNI: 70868236

Piura, 27 de enero del 2020

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

## Anexo 11. Versión final



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela Profesional de Negocios Internacionales, Mg. Lorena Ramírez Briones

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTAN:

1. Abad Raymundo, Clara Rosa
2. Delfino Peña, Daphne Alejandra

INFORME TITULADO:

"Oportunidades comerciales en el mercado estadounidense para la exportación de mango deshidratado de la cooperativa agraria de productores orgánicos Apromalpi Ltda., 2019"

PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: Piura, 03 de diciembre de 2019

NOTA O MENCIÓN: 17 (Diecisiete)



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN  
MG. LORENA RAMÍREZ BRIONES