



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

**Factores claves y exportaciones de uvas frescas en empresas
agroindustriales de la región Lambayeque 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORES:

Gonzales Perez, Maria Rosa (ORCID: [0000-0003-1416-9985](https://orcid.org/0000-0003-1416-9985))

Romero Chavez, Jean Paul (ORCID: [0000-0002-7680-5767](https://orcid.org/0000-0002-7680-5767))

ASESORA:

Dra. Yllescas Rodriguez, Patricia Maribel (ORCID: [0000-0002-4244-8167](https://orcid.org/0000-0002-4244-8167))

Mg. Cúneo Fernández, Francisco Eduardo (ORCID: [0000-0002-7099-6793](https://orcid.org/0000-0002-7099-6793))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y comercio Internacional

CHICLAYO – PERÚ

2021

Dedicatoria

Nuestra tesis se la dedicamos en primer lugar a Dios, por guiarnos y darnos la fuerza necesaria durante todo este largo proceso.

A nuestros padres, porque gracias a su infinito amor, esfuerzo y comprensión nos ayudaron a lograr el objetivo de cumplir nuestro más grande sueño de culminar nuestra carrera profesional.

Y a toda nuestra familia por sus oraciones, consejos y palabras de aliento para seguir adelante con nuestros sueños y metas trazadas.

Agradecimiento

En primer lugar, agradecemos a Dios por ser nuestra guía y por brindarnos sabiduría y paciencia para culminar con éxito nuestra carrera profesional.

A nuestros padres, por ser nuestra mayor inspiración en la vida, porque gracias a sus consejos y confianza en nosotros, nunca nos rendimos en los momentos más difíciles que atravesamos.

Finalmente, a nuestra asesora de tesis y demás docentes que nos acompañaron en nuestra formación profesional.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y operacionalización.....	17
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
3.5. Procedimientos	22
3.6. Método de análisis de datos	22
3.7. Aspectos éticos.....	23
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN.....	47
VI. CONCLUSIONES.....	52
VII. RECOMENDACIONES.....	53
REFERENCIAS.....	54
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1 Empresas exportadoras de uvas frescas en la región Lambayeque 2020.....	19
Tabla 2 Descripción de los niveles de la variable factores de exportación.....	24
Tabla 3 Descripción de los niveles de la variable exportaciones.....	26
Tabla 4 Descripción de los niveles de la dimensión factores a nivel empresarial	28
Tabla 5 Descripción de los niveles de la dimensión factores a nivel nacional.....	30
Tabla 6 Descripción de los niveles de la dimensión factores a nivel internacional	32
Tabla 7 Descripción de la variable factores de exportación y la variable exportaciones	34
Tabla 8 Descripción de la dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones	36
Tabla 9 Descripción de la dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones	38
Tabla 10 Descripción de la dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones	40
Tabla 11 Correlación entre variable factores de exportación y variable exportaciones	42
Tabla 12 Correlación entre dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones	44
Tabla 13 Correlación entre dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones	45
Tabla 14 Correlación entre dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones	46

Índice de figuras

Figura 1 Descripción gráfica de la variable factores de exportación	25
Figura 2 Descripción gráfica de la variable exportaciones	27
Figura 3 Descripción gráfica de la dimensión factores a nivel empresarial	29
Figura 4 Descripción gráfica de la dimensión factores a nivel nacional	31
Figura 5 Descripción gráfica de la dimensión factores a nivel internacional	33
Figura 6 Descripción de variable factores de exportación y variable exportaciones	35
Figura 7 Descripción de la dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones	37
Figura 8 Descripción de la dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones	39
Figura 9 Descripción de la dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones	41

Resumen

La presente investigación titulada “Factores claves y exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque 2021”, tiene como objetivo determinar la relación entre los factores claves de exportación y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021. La metodología utilizada fue de tipo básica, con un diseño no experimental y transversal, con un nivel descriptivo, correlacional, teniendo finalmente un enfoque cuantitativo. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario para el cual se aplicó a 20 empresas agroexportadoras de uvas frescas situadas en la región de Lambayeque; el programa estadístico SPSS fue utilizado para el análisis de los datos recopilados en la investigación. Basándose en los resultados se propone que las empresas agroindustriales de uvas frescas ubicadas en la región Lambayeque, deben implementar estrategias de mercado a través de la identificación de los principales factores claves que destacan en el desarrollo de las exportaciones, tales como el comportamiento de la demanda comercial de la agroindustria y la segmentación del producto en el país destino, debido a que la uva reporta un alto consumo a nivel mundial y exige altos estándares de calidad en el mercado internacional.

Palabras Clave: Factores de exportación, Exportaciones, Mercados internacionales, Uvas frescas, Comercio internacional.

Abstract

The present investigation entitled "Key factors and exports of fresh grapes in agro-industrial companies of the Lambayeque region 2021", aims to determine the relationship between the key export factors and exports of fresh grapes in agro-industrial companies of the Lambayeque region in the year 2021. The methodology used was basic, with a non-experimental and cross-sectional design, with a descriptive, correlational level, finally having a quantitative approach. The technique used was the survey and the instrument was the questionnaire for which it was applied to 20 agro-export companies of fresh grapes located in the Lambayeque region; the SPSS statistical program was used to analyze the data collected in the research. Based on the results, it is proposed that the agro-industrial companies of fresh grapes located in the Lambayeque region should implement market strategies through the identification of the main key factors that stand out in the development of exports, such as the behavior of the demand. of the agroindustry and the segmentation of the product in the destination country, due to the fact that the grape reports a high consumption worldwide and demands high quality standards in the international market.

Keywords: Export factors, Exports, International markets, Fresh grapes, International trade.

I. INTRODUCCIÓN

En un escenario globalizado, Perú es el país que más exportó uvas frescas al mundo durante el año 2020 con un valor exportado de \$991,105 millones. Durante los últimos años los Estados Unidos de América ha logrado ser el principal mercado con mayor exportación para las uvas frescas peruanas, entre otros principales países importadores tenemos: Países Bajos (13,65%), Hong Kong (8,87%), Reino Unido (5,49%), México (3,67%) y China (3,50%) (Estadísticas comerciales para el desarrollo empresarial internacional [Trade Map], 2021).

Actualmente el Perú ha demostrado una importante evolución y equilibrio en las exportaciones del sector agropecuario no tradicional, a pesar de que nuestro país viene atravesando una dura situación, causado por el virus COVID-19, ante ello este sector logró alcanzar ventas por \$2 761 millones durante el primer semestre del 2020, obteniendo un 0,8% en aumento con relación a la etapa del año precedente. Al mismo tiempo los productos que más han destacado son la mandarina, mango, arándanos y palta (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [Mincetur], 2021).

La importancia de la agroindustria repercute en la demanda que alcance en los mercados internacionales, lo cual uno de los productos agrícolas que mayor influencia obtuvieron en las agro exportaciones peruanas durante los últimos años es la uva, situándose con altos indicadores de crecimiento a nivel nacional e internacional. Así mismo, la producción mundial de uva mantiene un estatus favorable acorde con las tendencias de consumo y comercialización, es por ello, que en el año 2020 mantuvo indiscutiblemente un comercio equilibrado, a pesar de las repercusiones que el Covid-19 ocasionó a las economías (Asociación de Exportadores [ADEX], 2021).

Uno de los fundamentos para la elección del presente tema de investigación es el nivel de los resultados que lograremos alcanzar como investigadores, mismos que servirán a las empresas para que puedan desempeñar un nuevo rol en el comercio internacional, fortaleciendo aspectos que resulten indispensables para su desarrollo. Por otro lado, las variables de estudio seleccionadas nos muestran una amplia diversificación de conocimientos

que enriquecerán diferentes temas que debemos tomar en cuenta al momento de iniciar o desarrollar un proceso de exportación.

Los factores de exportación conducen a identificar y desarrollar indicadores de gestión a nivel empresarial, nacional e internacional, es por ello que a medida que ha ido creciendo el sector agropecuario y la importancia que ha obtenido durante estos últimos años en el mercado internacional, se ha logrado fomentar la comprensión y análisis de dicha variable para el beneficio de las empresas y países exportadores.

De este modo, la literatura hace presente diferentes elementos que incurren en el tema de las exportaciones de las compañías, donde se incluye un estudio factorial para reconocer las causas críticas del triunfo empresarial con el objetivo de crear y desarrollar competencias que permitan obtener una ventaja competitiva sostenible (Escobar et al., 2015), los factores como planeación estratégica, aseguramiento de la calidad, talento humano, gestión ambiental, contabilidad y finanzas logran un impacto con un nivel muy alto de competencia en las Micro y Pequeñas Empresas del sector de la producción (Cabezas et al., 2019). Así, los factores claves de un proceso de internacionalización acelerado generan una relación estratégica y dinámica de redes según su origen, con orientación a los mercados internacionales (Mendez Lazarte, 2019).

En referencia a las exportaciones, se explican manifestando el desarrollo comercial de un producto en términos de venta al extranjero por parte de las compañías, con el objetivo de incrementar progresivamente volúmenes de venta y producción que generen mayores ingresos económicos (Scott y Bruce, 2018). Jerez & García (2010) atribuyen que las naciones exportadoras en vías de desarrollo mantienen costos productivos bajos, a su vez presentan una mayor superioridad con respecto a otros países mediante el cual obtienen un mejor posicionamiento en el mercado internacional.

Desde el año 2019, el Perú se ha consagrado como un próspero productor agrícola no tradicional de uvas frescas, producto más exportado a nivel mundial, desplazando de esa manera a las paltas frescas, según lo indica (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2021).

Es por ello que la actual investigación plantea la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación entre los factores claves de exportación y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021? Así mismo se plantea las siguientes preguntas específicas: ¿Cuál es la relación entre los factores claves de exportación a nivel empresarial y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021?; ¿Cuál es la relación entre los factores claves de exportación a nivel nacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021?; ¿Cuál es la relación entre los factores claves de exportación a nivel internacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021?.

Justificación de la investigación: es de importancia resaltar que la investigación tiene como justificación social realizar un modelo de estudio que ayude a generar conocimientos a partir del desarrollo eficaz de los objetivos, brindando proporcionalmente datos necesarios que fortalezcan y evolucionen a futuras investigaciones. De otra manera, la presente investigación considerará como justificación teórica mostrar el desarrollo de nuevos cambios para una adaptación económica integral y sustentable, comprendiendo el rol que cumplen las empresas exportadoras agroindustriales en la actualidad, a través de la determinación de los factores claves de exportación que mayor se relacionan con las exportaciones de uvas frescas en el año 2021. Dentro de la justificación práctica, la investigación se enfocará en reconocer y analizar los factores claves de exportación en las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque, debido a la actual situación económica y la relación que esta implica con su proceso de exportación, destacando la implementación de nuevas normas internacionales en el comercio internacional. Por otro lado, la justificación económica abarca mejorar los niveles de exportación en las empresas agroindustriales de la región Lambayeque, con el fin de mantener un desarrollo óptimo en la producción y comercialización nacional, brindando una oportunidad de expansión de mercado a los empresarios y aportando una estabilidad comercial al país.

Por consiguiente, el presente estudio plantea el siguiente objetivo general: Determinar la relación entre los factores claves de exportación y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021. Así mismo se plantea los siguientes objetivos específicos: Determinar la relación entre los factores claves de exportación a nivel empresarial y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021; Determinar la relación entre los factores claves de exportación a nivel nacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021; Determinar la relación entre los factores claves de exportación a nivel internacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

En el presente estudio se plantea la siguiente hipótesis general: Existe relación entre los factores claves de exportación y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021. Por consiguiente, se detalla las siguientes hipótesis específicas: Existe relación entre los factores claves de exportación a nivel empresarial y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021; Existe relación entre los factores claves de exportación a nivel nacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021; Existe relación entre los factores claves de exportación a nivel internacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En el presente trabajo de investigación, se realizó un análisis fundamental de los previos trabajos locales, nacionales e internacionales, los cuales fueron:

En el ámbito local se destacaron los siguientes autores:

Echeverría et al. (2017) estudiaron proponer estrategias diferentes y que ayuden a aumentar las exportaciones de la palta Hass de la empresa Negociación Agrícola Yotita. Utilizaron una metodología de diseño no experimental, descriptivo y correlacional, en donde hubo 3 poblaciones de muestreo probabilístico y no probabilístico. Concluyen determinando que de las 5 primeras regiones que tienen mayor notoriedad en el mercado sobre las exportaciones a nivel nacional de la palta Hass; es la región Lambayeque quien exporta una cantidad de US\$ 35, 740,106 en valor FOB, sus destinos primordiales son España y Países Bajos (Holanda). Asimismo, recomendaron a los mercados extranjeros, adaptarse a las exigencias de sus consumidores internacionales, brindándoles precios atractivos.

Llaguento y Vallejos (2016) estudiaron proponer un plan de exportación del hongo deshidratado *Boletus Luteus*. Emplearon una metodología de investigación cualitativa, contaron con cuatro poblaciones, para lo cual llevaron a cabo entrevistas y guías de observación. Concluyen sustentando que la propuesta abarcada se mencionan puntos de suma importancia en cuanto al hongo deshidratado con nicho de exportación al mercado de Francia, esta propuesta es viable según los indicadores de rentabilidad (VAN de S/. 276,042.91 y un TIR de 31%). También, recomendaron asistir a capacitaciones de instituciones de actividad exportadora, con la finalidad de promocionar las exportaciones gestionando su producción y calidad.

Díaz et al. (2016) estudiaron brindar un producto innovador y natural 100% desarrollado en la ciudad de Chiclayo, con la finalidad de exportarlos a Santiago de Chile. Utilizaron una metodología de métodos descriptivos y cuantitativos, también tuvieron como principal instrumento de investigación a las entrevistas. Concluyen demostrando que el presente estudio de la propuesta de negocio, bajo los lineamientos resultó viable, no solo por el

valor agregado, sino que también de manera directa favorecerá a los productores de Guanábana de la región. Asimismo, recomendaron a las empresas realizar un estudio de mercado utilizando todas las herramientas necesarias, para descubrir si el mercado a exportar es factible.

Arrascue et al. (2016) estudiaron los efectos que tiene la reducción del Drawback en el sector químico de la exportación. Emplearon una metodología de enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo simple, no experimental, con una muestra de 15 empresas. Concluyen exponiendo que se ha reducido la tasa del Drawback por que una de las causas principales es un mecanismo que su función es la contribución encubierta para las exportaciones, ya que las personas que exportan, podrán realizar sus reclamos al estado peruano con una cantidad del 3% del valor en los productos finales exportados al mercado. También, recomendaron a las empresas producir para el mercado local, debido a que muchas de ellas no cuentan con las herramientas y tecnologías necesarias para la exportación, lo cual genera altos costos logísticos.

Boulangger & Espinoza (2019) estudiaron la utilización del coaching en la empresa agrícola NAJSA. Utilizaron una metodología de tipo aplicada, explicativa y casual, contaron con un análisis mixto y desarrollaron la técnica del análisis documental y entrevista. Concluyen predominando eficiencias en el desarrollo de las actividades empresariales, debido a los porcentajes promediados sobre las calificaciones eficientes, de 67% y 76 % de potenciales beneficios; 74% operativas disposiciones; y 51% principios del coaching. Asimismo, recomendaron a las empresas aplicar de manera adecuada los principios del coaching, para mejorar los niveles de eficiencia y eficacia del personal.

Villegas & Yarlaqué (2018) en su investigación titulada “Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá - región Lambayeque, en los años 2011-2016”. En su propósito investigativo lograron definir cuáles son los factores que incidieron en las exportaciones del jugo de maracuyá. Su metodología empleada fue de tipo no experimental y longitudinal, de diseño descriptiva explicativa. Concluyeron afirmando que las compañías exportadoras en la región Lambayeque, han logrado el incremento tanto en

las cantidades exportadas, como en valor FOB.

Carranza & Lozada (2017) en su título de investigación “Factores internos y externos y su incidencia en las exportaciones de uva de mesa - región Lambayeque, periodos 2012-2015”. Consideran como finalidad de investigación implantar las incidencias de los factores internos y externos de las exportaciones. Su metodología empleada fue de tipo no experimental, de diseño descriptivo-correlacional. Concluyeron afirmando que las compañías que exportan la uva de mesa, lograron obtener un desarrollo muy avanzado hasta el año 2014 y el año siguiente decreció su cantidad exportada y valor FOB.

En las investigaciones antes mencionadas, se llegó a la síntesis de que se centran relativamente en exponer elementos importantes para el desarrollo de la exportación agroindustrial y de proponer aspectos factibles en torno a la problemática, a su vez, muestran un alineamiento paralelo con nuestro objetivo de estudio.

Al realizar una búsqueda de información a nivel nacional, se encontraron los siguientes autores:

Barrientos Felipa (2019) estudió exponer lo que viene pasando con los pequeños agricultores y los actos adecuados para que logren integrarse a la cadena exportadora. Utilizó una metodología aplicada, desarrollando el instrumento de la encuesta. Concluye afirmando que el compromiso con los pequeños agricultores genera el crecimiento económico del Perú, por lo que es de suma importancia brindarles las herramientas necesarias donde les permitan integrarse a los mercados internacionales. Asimismo, recomendó la formación de asociaciones para que los pequeños agricultores exporten su producción.

Benites et al. (2019) estudiaron analizar la competitividad de las compañías (PYMES) en la ciudad de Trujillo, con la evaluación inmediata de la productividad, que es un factor importante dentro de la sociedad y para que estas logren una competencia sostenible dentro del mercado. Emplearon una metodología de enfoque mixto. Concluyen identificando que las finanzas, calidad y capital humano, comercialización, las alianzas estratégicas y el plan estratégico, la relación que poseen es buena con la

competitividad; sin embargo, al integrarse con las TICs no se aprecia la sinergia del negocio. También, recomendaron a las empresas mantener una competencia internacional sostenible, haciendo uso del factor de la digitalización y globalización.

Nolazco Cama (2020) estudió la relación de los trabajos de innovación, los niveles de exportación y la producción en las compañías peruanas de manufacturación. Utilizó una metodología de enfoque mixto, aplicada a los resultados. Concluye su estudio afirmando que las evaluaciones por quintiles han permitido que se demuestre los efectos directos e indirectos que aumentan la producción de innovación en todos los quintiles de manera heterogénea. Asimismo, recomendó a las empresas incrementar sus niveles de innovación de acuerdo a su productividad, debido a que existe una relación efectiva entre producción y exportaciones.

Del Castillo & Ventura (2020) estudiaron dos interrogantes; primero: ¿qué dimensiones de CI están vinculadas a los resultados de las empresas? internacionalización? y segundo ¿cómo se relacionan estas dimensiones con EP en Sudamérica? Emplearon una metodología de investigación mixta, con enfoque de recursos y capacidades. Concluyen confirmando que las oportunidades de negocio se están impulsando en los mercados extranjeros, siendo HC el factor más importante que impulsa la EP. A su vez resaltan que las empresas peruanas del sector textil deben centrarse en recursos estratégicos para mejorar su PE. También, recomendaron que un correcto análisis de los datos en el comercio permite un buen desenvolvimiento de las exportaciones, interrelacionando diferentes dimensiones que apliquen las empresas exportadoras.

Burga et al. (2019) estudiaron la aplicación e implementación de las herramientas de gestión del conocimiento de una compañía que se dedica a comercializar y distribuir útiles escolares, la cual representa a una PYME del Perú. Utilizaron una metodología de enfoque mixta. Concluyen afirmando que la curva de aprendizaje permitió evaluar el desempeño de los trabajadores en un período de prueba. En donde, los indicadores de índice generados por la calidad de los pedidos y el nivel de despacho por cumplimiento, permitieron mantener una evaluación continua del

desempeño por operario. Asimismo, recomendaron evaluar el rendimiento operacional a través de distintas herramientas, con el fin de constatar un buen desenvolvimiento laboral del operario.

Carrasco & Montalvo (2020) en su investigación titulada “Factores de crecimiento en la exportación del arándano producido en La Libertad, Perú, a los países del medio oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos) en el año 2019”. Tuvieron como objetivo de investigación determinar los factores que se incrementaron en la demanda producida de arándanos en el Perú. Su metodología empleada fue de tipo mixta, con diseño exploratorio no experimental documental. Como conclusión, obtuvieron que la calidad del producto no influye como factor de crecimiento en la demanda del arándano.

Ormeño Noriega (2019) en su investigación titulada “Influencia de los factores determinantes de la exportación de espárragos en el Perú (2007-2018)”. Tuvieron como objetivo investigativo determinar la influencia de los factores de la exportación de espárragos. Empleó una metodología de enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo-correlacional. Como conclusión, obtuvo que el volumen de espárragos peruanos tiene una afinidad con las variables, y por ello se determina que esta cambia en cuanto a su porcentaje establecido, a través de una unidad de cambio en las variantes, ya sea eficaz o perjudicial.

A nivel general, estas investigaciones aportaron desde el proceso de exportación hasta el incremento de la demanda de productos agroindustriales, siendo estos modelos claves para el desarrollo de nuestros resultados de estudio, debido a que en gran parte se enfocan en empresas. A su vez, los previos trabajos internacionales fueron:

Heller et al. (2018) estudiaron la evaluación del sector agroexportador fortalecido, la cual estaría teniendo influencia por los beneficios que el Perú ha obtenido gracias a los tratados de libre comercio año 2009, tanto en la materia arancelaria y no arancelaria. Utilizaron una metodología de enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo-explicativo. Concluyeron afirmando que gracias a que el Perú ha suscrito los acuerdos comerciales, se han determinado poner los productos agropecuarios en diferentes mercados nacionales. Asimismo, recomendaron a los países suscribirse a los acuerdos

comerciales, con el fin de lograr una mejor consolidación en el comercio y aprovechar más oportunidades en el mercado.

Hoyos Villa (2019) estudió identificar cuáles son los factores internos y externos que han ocasionado que las pequeñas y medianas empresas industriales se internacionalizan. Empleó una metodología con enfoque cualitativo, de tipo exploratorio descriptivo y usando el método de estudio de caso múltiple. Concluye afirmando que las compañías que participaron en el estudio y accedieron ingresar al mercado mundial con sus productos, han alcanzado mejores niveles de productividad por el mejoramiento estructural y tecnológico. También, recomendó a las pymes exportadoras realizar estudios de los mercados internacionales, con el objetivo de identificar información precisa y detallada, lo cual les ayudará a tomar mejores decisiones al momento de exportar

Bernal & Rodríguez (2019) estudiaron definir los factores que ayudan a facilitar la competencia en las compañías y la manera cómo se innova, la información tecnológica y la comunicación que influye en sí misma. Utilizaron una metodología de enfoque cualitativo-descriptivo. Finalmente llegaron a la conclusión que la información tecnológica y comunicación ayudan a que las compañías se desarrollen y alcancen una competitividad sostenible, en la actualidad se habla de TIC, innovación y competitividad ya que son la pieza fundamental de éxito de los empresarios. Asimismo, recomendaron a las empresas conocer su propia estructura organizacional, para evaluar su nivel de capacidad que manejan internamente y de esta manera puedan competir en el mercado.

Herrera et al. (2020) estudiaron identificar a las empresas que dominan el marketing innovador en la provincia de Sugamuxi, para poner en evidencia los errores y fortalezas, con la finalidad de aportar estrategias de competitividad para ayudar a las compañías. Emplearon una metodología de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y transversal, con una muestra de 39 empresas agroindustriales de la provincia de Sugamuxi. Concluyen afirmando que el instrumento aplicable ha logrado mostrar que las compañías agroindustriales se encuentran atrasadas en aspectos de innovación en marketing, por lo que se hace la intervención necesaria por

parte de la institución hacia los empresarios, por lo que se contribuye como primera medida a la exposición de resultados y, en segunda a la generación de estrategias. También, recomendaron a las empresas asociarse para generar estrategias orientadas a competir en mercados globales, haciendo indispensable la implementación de nuevos mecanismos de innovación.

Jáuregui & Robles (2017) estudiaron identificar los factores estratégicos para la entrada al mercado internacional puestas en funcionamiento por peruanos que manejan sus empresas, que impresionan en el mercado mundial en cuanto a su nivel de integración. Utilizaron una metodología exploratoria y tuvo una muestra de 450 exportaciones de empresas en Perú. Concluyen mostrando que el comportamiento de los exportadores peruanos se refiere a una baja integración y tolerancia al riesgo para estrategias de entrada a los mercados, debido a que el uso limitado de estrategias es preocupante, porque limita el desarrollo de capacidades y ventajas competitivas que exigen efectividad dentro de los mercados globales y cadenas de suministro. Asimismo, recomendaron a los empresarios peruanos emplear nuevos mecanismos de entradas a los mercados, desarrollando nuevos proyectos de exportación.

Böttger Bazo (2016) en su investigación titulada “Factores que afectan la exportación de espárrago desde Perú a Estados Unidos”. Tuvo como objetivo de su investigación examinar el impacto en el cambio de las exportaciones de Perú a Estados Unidos después de firmado el TLC EE. UU – Perú. Su metodología empleada fue de tipo múltiple, utilizando el modelo hipotético, empírico y de mínimos cuadrados ordinarios. Concluye afirmando que la mayor influencia en los factores de exportación de espárragos ha sido: Ingreso Nacional Bruto EE. UU, Arancel Perú y la Producción de Espárragos México.

Cárdenas Guevara (2016) en su investigación titulada “Factores que inciden en los niveles de exportación de la piña ecuatoriana al mercado chileno”. Tuvo como finalidad de investigación definir los factores que incurren a nivel de las exportaciones ecuatorianas de la piña al mercado productivo de Chile. Su metodología empleada fue de enfoque mixto, de método deductivo. Como conclusión obtuvo que los principales factores

inciden en las exportaciones, calidad de los cultivos, la competencia a nivel internacional y la logística.

Estas investigaciones aportaron por su tipo de estudio y principalmente por la aplicación de sus dimensiones, donde buscan alcanzar describir los factores que se involucran con el comportamiento del mercado, entre ellas figuran: la competencia, la innovación, la tecnología, el desarrollo organizacional.

A continuación, se presentará la fundamentación teórica de la variable factores de exportación.

Los factores de exportación se definen como un factor importante para la contribución del mercado mundial, y entre los factores que favorecen la internacionalización de las empresas exportadoras destacan el capital y el trabajo, teniendo un rol fundamental y estratégico para el éxito empresarial (Palacios et al., 2021).

Jiménez et al. (2021) plantean que, dentro de la evolución de los factores de exportación, la competitividad de un país contribuye al desarrollo de las exportaciones, siendo el sector agroalimentario un punto estratégico para la economía, en el cual destaca como factor clave el perfil del mercado y su desempeño a nivel global.

Según la revisión sistemática la variable factores de exportación está compuesta por: factores a nivel empresarial, factores a nivel nacional y factores a nivel internacional. (Ver anexo 1)

Villegas & Yarlaqué (2018) expresan que en los factores de exportación a nivel empresarial destacan aspectos competitivos de las empresas, la cual hacen referencia a su administración, producción y gestión estratégica de actividades.

En los factores a nivel empresarial, se obtiene una relación interna con la empresa, donde se considera a la estructura organizacional, innovación y conocimiento empresarial.

Molineros Holguín (2016) define que la estructura organizacional establece un sistema de funciones a desarrollar por cada miembro de la organización, alcanzando niveles de jerarquía en cada actividad y metas fijadas en el proceso de planificación. Dentro de los factores

organizacionales surge la incidencia de manera directa con el comportamiento in-traemprendedor, ello involucra conductas con aspectos culturales y filosóficos en el interior de la empresa, la autonomía y el soporte de la administración buscan un ambiente organizacional con una fuerte motivación emprendedora que dirija el éxito empresarial (Galván & Sánchez, 2019).

La innovación es un indicador altamente competitivo, la cual constituye un factor indispensable para consolidar proyecciones en el mercado, abarcando su nivel de producción, eficacia y prosperidad. Así, las innovaciones en las pymes buscan fortalecer aspectos como las relaciones con redes empresariales, el networking, la adquisición de nuevos conocimientos y la cooperación técnica-industrial y académica (Hernández et al., 2020). A su vez, Kato Vidal (2019) fundamenta a la innovación como una ventaja competitiva para las empresas, debido a que genera más rentabilidad sobre la productividad, atribuyendo en muchos casos procesos continuos y exitosos en pequeñas y medianas empresas.

El conocimiento desde un enfoque empresarial, busca lograr que las empresas se organicen de forma sistemática y estructurada, así mismo proporciona herramientas para identificar, crear, mantener y medir óptimamente las proyecciones de sus recursos y actividades organizacionales (Avendaño & Flores, 2016).

Villegas & Yarlaqué (2018) plantean que los factores de exportación a nivel nacional forman parte del proceso de las exportaciones, en ello incurre una relación externa que genera ventajas competitivas para las empresas, las cuales logran impulsar actividades exportadoras.

Los factores a nivel nacional obtienen relación con el ámbito externo empresarial, en ellos sobresalen la competencia nacional y la legislación nacional.

La competencia nacional implica un concepto multifactorial que abarca factores propios del país, aspectos externos de la empresa y aspectos internos de producción (Durán et al., 2018).

La legislación nacional introduce normas para el comercio internacional, esta abarca regular las relaciones entre los estados en el

proceso de globalización, en el cual se logra la responsabilidad y seguridad internacional, es en ese sentido donde su función es suplementada por una función constitucional (Peixoto Batista, 2016).

Villegas & Yarlaqué (2018) indican que los factores de exportación a nivel internacional tienen influencia sobre el desarrollo exportador y económico de un país, identificando a la internacionalización como un punto estratégico que conlleva a las empresas incluirse en el mercado global.

Los factores a nivel internacional mantienen relación directa con los indicadores de exportación, en los cuales principalmente destacan la situación económica, características de la demanda e información del mercado.

La situación económica abarca factores a priorizar para la elección de mercados tales como: tamaño del mercado, estabilidad del precio, competencia, ciclo de vida del producto, todo ello implementado por una estrategia comercial para formar un adecuado plan de negociación (Lladó Hernández, 2018). Collado et al. (2017) plantea que la implicancia de establecer y gestionar relaciones con socios de diferentes mercados constituye determinar el desempeño a nivel mundial de las compañías en general.

Dentro de los factores de entorno empresarial se examina la relación de las características de la demanda con el mercado internacional, donde las organizaciones son expuestas a las obligaciones de: certificados de calidad e inocuidad, responsabilidad social, entorno medioambiental, con el propósito de prosperar y controlar la eficacia para los procesos logísticos mediante la implementación de normas internacionales (Bañuelos et al., 2018).

En consideración al indicador de información del mercado, resalta la importancia de realizar estudios previos de los mercados internacionales tales como: estrategia del producto, experiencia, recursos, capacidad competitiva, obteniendo desarrollar estrategias en las operaciones internacionales (Hoyos Villa, 2019). Orozco et al. (2020) manifiestan que los factores de estructura organizacional y competitividad entrelazan procedimientos prioritarios de direccionamiento organizacional, que permite

integrar estratégicamente aspectos relevantes del mercado como: eficacia, calidad, operatividad comercial.

Posteriormente, se presentará la fundamentación teórica para la segunda variable exportaciones.

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2021) la exportación es un sistema regularizado de aduanas que aprueba la salida de mercadería nacionalizada al extranjero para el consumo final. A su vez, González (2017) expresa que la exportación implica diferentes indicadores del comercio internacional tales como producción, logística, políticas de mercado, tipo de cambio. De otro lado, Godoy Pazos (2018) define a la exportación como un medio de distribución comercial de productos y servicios desde un país a otro.

A través de la revisión sistemática, la variable exportaciones está compuesta por: volumen de exportaciones y país destino de las exportaciones. (Ver anexo 2)

Rosero y Suarez (2019) indican que el volumen de exportaciones es el conjunto total de la venta de bienes y servicios producidos por compañías en un determinado estado y con compradores que viven fuera de él, y, a su vez, incluye que la exportación permite que un país se especialice en producir productos y servicios de alta calidad.

Según la estructura sistemática, el volumen de exportaciones considera como indicadores de investigación: exportaciones en toneladas y valor FOB.

Las exportaciones en toneladas se definen como la compra total de un producto en el país destino, abarcando el precio de venta y la cantidad exportada en un periodo de tiempo determinado (Gutiérrez & Mena, 2021).

SUNAT (2021) define al valor FOB como el precio de compra, al cual se le debe descontar el precio del transporte internacional y del seguro contratado.

Por otro lado, Porta et al. (2017) mencionaron que la exportación es una transacción económica internacional que involucra el comercio entre dos países mediante la venta de productos o servicios que otro país no produce. Según la estructura sistemática, el país destino de las exportaciones considera como indicadores de investigación: principales compradores y

demanda internacional.

En términos comerciales, los principales compradores se definen como los países más intervinientes en el comercio internacional, destacando a los principales países importadores de diferentes bienes y servicios que promueven una mayor conexión con el mercado global (SUNAT, 2021).

Armas Otero (2018) indica que la demanda internacional se obtiene a través de un estudio de mercado, el cual analiza las cantidades exportadas a diferentes países con el fin de proyectar los resultados para que las empresas puedan desenvolverse en el mercado internacional.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Baptista et al. (2014) se utilizará un enfoque cuantitativo para recolectar datos que acrediten la hipótesis con apoyo del análisis estadístico y medición numérica, logrando probar teorías mediante los diferentes instrumentos de evaluación científica.

Martínez Ruiz (2018) atribuye que la investigación no experimental estudia fenómenos sociales que se presentan en la realidad, y tiene como objetivo comprender, analizar y explicar las variables. Así mismo, la investigación de método transversal relaciona diversas variables de estudio, en ellas se aplica la recolección de datos en un momento determinado, para luego identificar, describir y analizar su interrelación con las variables.

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo no experimental. Fue de diseño no experimental descriptivo explicativo, debido a que en primera fase se describió las variables de estudio y, consecuentemente se determinó los factores claves de exportación con mayor relación en las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021. Así mismo, la investigación fue de método transversal, porque analizó a las variables en un periodo determinado.

3.2. Variables y operacionalización

Según Baptista et al. (2014) expresan que una variable constituye el conjunto de todo lo que se mide y los datos que se recaban con la finalidad de contestar a los objetivos de una investigación científica. A su vez, manifiestan que la operacionalización se determina como una agrupación de actividades y procedimientos la cual se lleva a cabo la medición de una variable.

En la investigación se evidenció un estudio con las siguientes variables; variable factores de exportación y variable exportaciones, las cuales de manera general se presentan de la siguiente forma:

Variable 1: Factores de exportación

Definición conceptual:

Elementos e indicadores que contribuyen con el desarrollo

económico del país a través de la actividad de exportación (Villegas y Yarlaqué, 2018).

Definición operacional:

Villegas y Yarlaqué (2018) definen a la variable factores de exportación e indican sus dimensiones factores a nivel empresarial, nacional e internacional. En esta variable 1 se mencionan 7 indicadores. En esta investigación se aplicará un cuestionario como instrumento de recolección de datos.

Dimensiones: Factores a nivel empresarial; Factores a nivel nacional y Factores a nivel internacional.

Escala: Ordinal.

Variable 2: Exportaciones

Definición conceptual:

Es la venta de un producto y/o servicio desde un país hacia otro con la finalidad de generar ganancias mediante un comercio. La exportación es la transacción de un bien o servicio a un territorio extranjero con un fin comercial (Chamberlain & Kalaitzy, 2020).

Definición operacional:

Chamberlain & Kalaitzy (2020) definen a la variable exportaciones. Las dimensiones para esta variable 2 son volumen de exportaciones y país destino de las exportaciones, y a su vez se mencionan 4 indicadores. En esta investigación se aplicará un cuestionario como instrumento de recolección de datos.

Dimensiones: Volumen de exportaciones y País destino de las exportaciones.

Escala: Ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Ñaupas et al. (2018) exponen que la población es el grupo preciso y total de las unidades de estudio, que incluye las características requeridas para el desarrollo de una investigación.

En la presente investigación, la población estuvo conformada por veinte empresas exportadoras de uvas frescas situadas en la región de

Lambayeque que realizaron actividades productivas y comerciales durante el año 2020.

De otro lado, para el desarrollo de la investigación se contó con criterios de inclusión que nos conlleva a considerar a todas las empresas exportadoras de uvas frescas en la región Lambayeque durante el año 2020, que puedan otorgarnos acceso a su información y que nos permitan realizar un cuestionario de acuerdo a los objetivos de estudio; también como criterios de exclusión definimos a todas aquellas empresas que no hayan exportado uvas frescas, que no pertenezcan al rubro de la agroindustria y que no hayan realizado operaciones comerciales durante el año 2020.

En función a los criterios de inclusión y exclusión, el tamaño de la población fue de 20 empresas, las cuales son:

Tabla 1

Empresas exportadoras de uvas frescas en la región Lambayeque 2020

N°	Ruc	Empresa	Valor FOB USD
1	20297939131	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	50,293,360.75
2	20104420282	Agroindustrias AIB S.A.	46,174,679.02
3	20411808972	Agrícola Pampa Baja S.A.C.	14,260,650.18
4	20550858461	Plantaciones del Sol S.A.C.	11,625,170.27
5	20103272964	Empresa Agrícola San Juan S.A.	9,888,184.00
6	20479813877	Promotora y Servicios Lambayeque S.A.C.	7,670,301.64
7	20554556192	Agrovision Perú S.A.C.	6,927,880.12
8	20600235738	Frusan Agro S.A.C.	6,249,885.31
9	20461642706	Agrícola Cerro Prieto S.A.	5,933,502.05
10	20487773094	Fce Export S.A.C.	3,524,143.93
11	20561168939	Consorcio de Frutas Lambayeque S.A.C.	2,998,902.17
12	20536558072	Sobifruits S.A.C.	2,372,603.86

13	20501923428	Consorcio de Productores de Fruta S.A.	2,291,761.19
14	20602375189	Varayoc Agro S.A.C.	1,704,948.00
15	20503381771	Negociación Agrícola Jayanca S.A.	420,472.00
16	20537677962	Agrícola BGS S.A.C	256,666.33
17	20601435421	Frutas de Piura S.A.C.	202,466.00
18	20453946038	Greenland Peru S.A.C.	195,690.00
19	20525973311	Tropical Fruit Trading Peru S.A.C.	101,460.00
20	20318018856	Agro Victoria S.A.C.	31,920.00

Nota. Datos recopilados del sistema de inteligencia Infotrade de Promperú (2021).

Muestra

Ñaupas et al. (2018) definen a la muestra como una porción de la población que se ha obtenido con el fin de estudiar sus características que permitan la generalización de sus resultados.

Para la elección de la muestra, se eligió el mismo valor de su población, debido a que representa un grupo pequeño y, por ser un número óptimo y viable para el enfoque de nuestra investigación. De otro lado, se utilizaron las herramientas de Infotrade Promperú y Sunat, para analizar los flujos comerciales, tanto a nivel nacional como internacional, comprendiendo la estructura y el desarrollo de los mercados internacionales, las cuales a su vez nos facilitaron para realizar una búsqueda estratégica de mercado, con datos estadísticos detallados de diferentes productos y servicios.

Asimismo, para el cálculo de la muestra, se utilizó el muestreo de elección razonada, la cual estuvo conformada por las 20 empresas exportadoras de uvas frescas anteriormente mencionadas en la población.

Muestreo

Ñaupas et al. (2018) consideran al muestreo como un procedimiento que logra permitir el seleccionar las unidades de estudio

de la muestra, teniendo como propósito el reunir los datos solicitados para la investigación que se pretenda desarrollar. A su vez, el muestreo no probabilístico se caracteriza principalmente por el criterio de intervención del investigador, el cual deberá estar conforme a ciertas características que se necesite para el desarrollo de la investigación. Se empleó un muestreo no probabilístico de elección razonada, debido a que seleccionamos la muestra de acuerdo al alcance que obtuvimos como investigadores.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Se realizará las técnicas de encuesta y análisis documental, y por instrumentos se llevará a cabo un cuestionario y guía de análisis documental.

Técnicas

Niño Rojas (2019) expresa que la encuesta es una herramienta que ayuda a recaudar datos que nos proporcionan las personas de una comunidad, con el fin de identificar actitudes, opiniones, experiencias, apreciaciones, puntos de vista, entre otros aspectos, a través de la aplicación de cuestionarios.

Martínez Ruiz (2018) afirma que el análisis documental se enfoca en el estudio de fuentes de información que proporcionan datos sobre el tema a investigar.

Instrumentos

Martínez Ruiz (2018) plantea que el cuestionario agrupa a un gran número de individuos al cual se le debe aplicar una lista de preguntas relativas con el objetivo de recopilar datos acerca de un problema a estudiar.

Ñaupas et al. (2018) consideran que la guía de análisis documental tiene como propósito identificar puntos importantes de evidencias documentales y mencionar ideas relevantes acerca de un documento expresando su contenido sin confusiones.

3.5. Procedimientos

Maya (2014) plantea que el objetivo de toda investigación es generar respuesta al planteamiento del problema mediante la aplicación de distintos procedimientos científicos, ello requiere llevar a cabo análisis exhaustivo desde diferentes ámbitos según el investigador y, sobre todo obtener resultados confiables.

El proceso de selección de la población se dio mediante la indagación de herramientas digitales tales como el Promperú y Sunat, en las cuales se obtuvo datos relevantes de comercio exterior y donde se validó de manera correcta la información que formará parte de la investigación.

Para llegar al desarrollo del proyecto se utilizaron diversas fuentes científicas, en ello se buscaron libros, tesis y artículos. En el procesamiento de la información se utilizaron programas con herramientas estadísticas que muestran un desarrollo consecutivo con las variables y que a su vez analice un grado de confiabilidad óptimo mediante gráficos estadísticos. Por otro lado, se aplicó un cuestionario y, por ende, se usó de manera general diferentes canales digitales.

3.6. Método de análisis de datos

Niño Rojas (2019) sostiene que es el procedimiento lógico que examina las partes de un todo, con el objetivo de identificar sus relaciones, características y su naturaleza, generando una conclusión que abarca al todo, incluyendo la síntesis que permite la adquisición del conocimiento.

Para lograr procesar la información recolectada de los cuestionarios, se generó el uso de programas estadísticos, tales como el SPSS y Microsoft Excel. A través de ello, se presentó con gráficos y tablas los resultados obtenidos, alcanzando una mayor comprensión de análisis en la investigación.

El software SPSS desarrolla análisis estadísticos básicos y avanzados, también facilita la creación de una base de datos de manera estructurada y organizada que son analizadas a través de diferentes técnicas estadísticas. Por otro lado, el programa Microsoft Excel nos ayudará a crear archivos y organizar datos de programación incluyendo diversas

funciones como: herramientas gráficas, cálculos, tablas estadísticas, entre otros.

3.7. Aspectos éticos

Alejo et al. (2018) mencionan que la ética es considerada como una conducta humana, que depende de normas, leyes y del ambiente cultural de cada sociedad, a nivel científico debe estar orientado al cumplimiento de los estilos normativos de citación y referenciación.

La investigación posee principios éticos que abarcan aspectos importantes que acrediten a los investigadores una seguridad en el avance del conocimiento, desarrollo de la sociedad y cumplimiento de las normas de referencia y citación para un ideal reconocimiento de autoría. Es por ello, que empleamos las normas establecidas por la Asociación de Psicólogos Americanos (APA) 7ma Edición, con el objetivo de evidenciar y respetar la propiedad intelectual de cada autor. En toda investigación, se debe incluir deberes éticos fundamentales, para este caso se actuó con beneficencia logrando una competencia integral y promoviendo el bienestar de las personas involucradas en la investigación y de no maleficencia porque no incentivamos conductas en contra de la autonomía de los demás. A su vez, se aplicó el principio ético de autonomía como objetivo de proteger la participación e intervención de carácter científico, ello implica el consentimiento de actuar de manera libre durante el proceso de desarrollo. De otro lado, se constató el uso del principio de justicia porque se desarrollará aspectos óptimos de equidad, veracidad y responsabilidad en torno al desarrollo del cumplimiento de los objetivos en la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis Descriptivo Univariado

4.1.1. Análisis descriptivo de la variable Factores de Exportación

Tabla 2

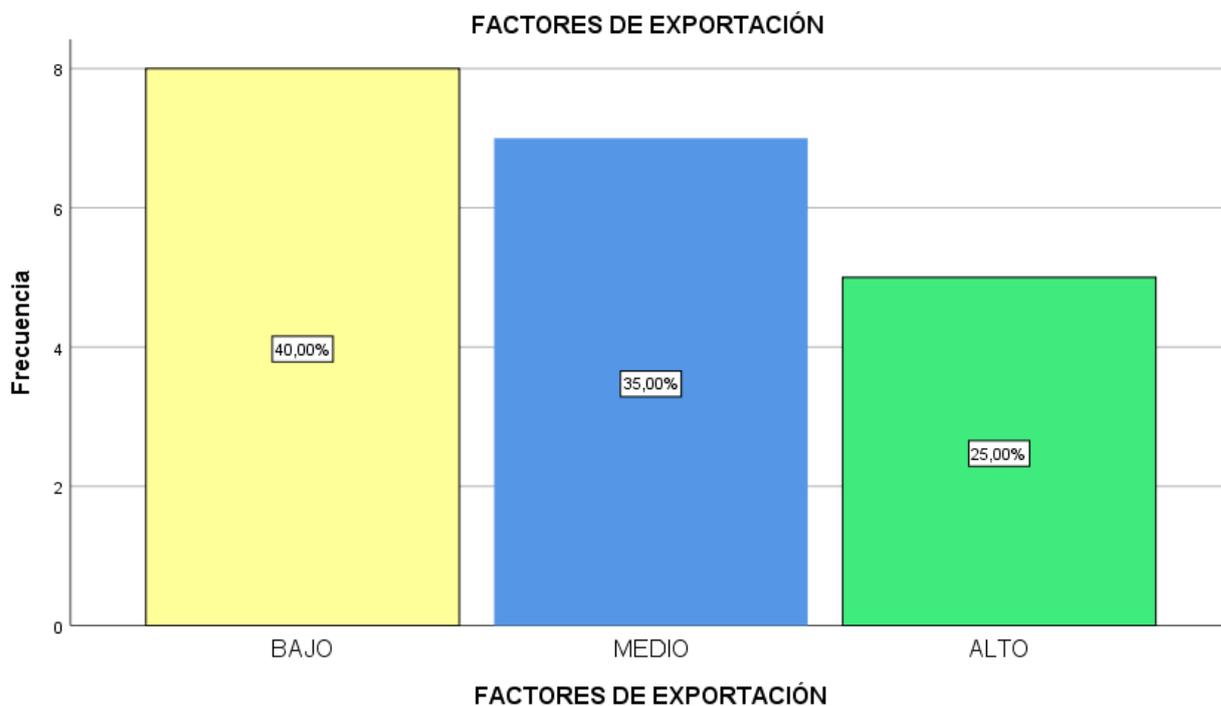
Descripción de los niveles de la variable factores de exportación.

		Factores de exportación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	8	40,0	40,0	40,0
	Medio	7	35,0	35,0	75,0
	Alto	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. Encuesta aplicada a las empresas agroindustriales de la región Lambayeque (2021).

Figura 1

Descripción gráfica de la variable factores de exportación.



Nota. La figura muestra la descripción gráfica de la variable factores de exportación. Fuente: Software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

En consideración a la tabla 2 y figura 1, que mediante la encuesta aplicada a la muestra de 20 empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque, se llegó a la conclusión de que los factores de exportación están representados por un nivel bajo de 40%, por consiguiente, un nivel medio de 35% y finalmente un nivel alto de 25%. Por otro lado, se observa que el nivel bajo posee el porcentaje más alto según las encuestas aplicadas, esto deduce que las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque carecen de un buen desarrollo en los procesos de exportación.

4.1.2. Análisis descriptivo de la variable Exportaciones

Tabla 3

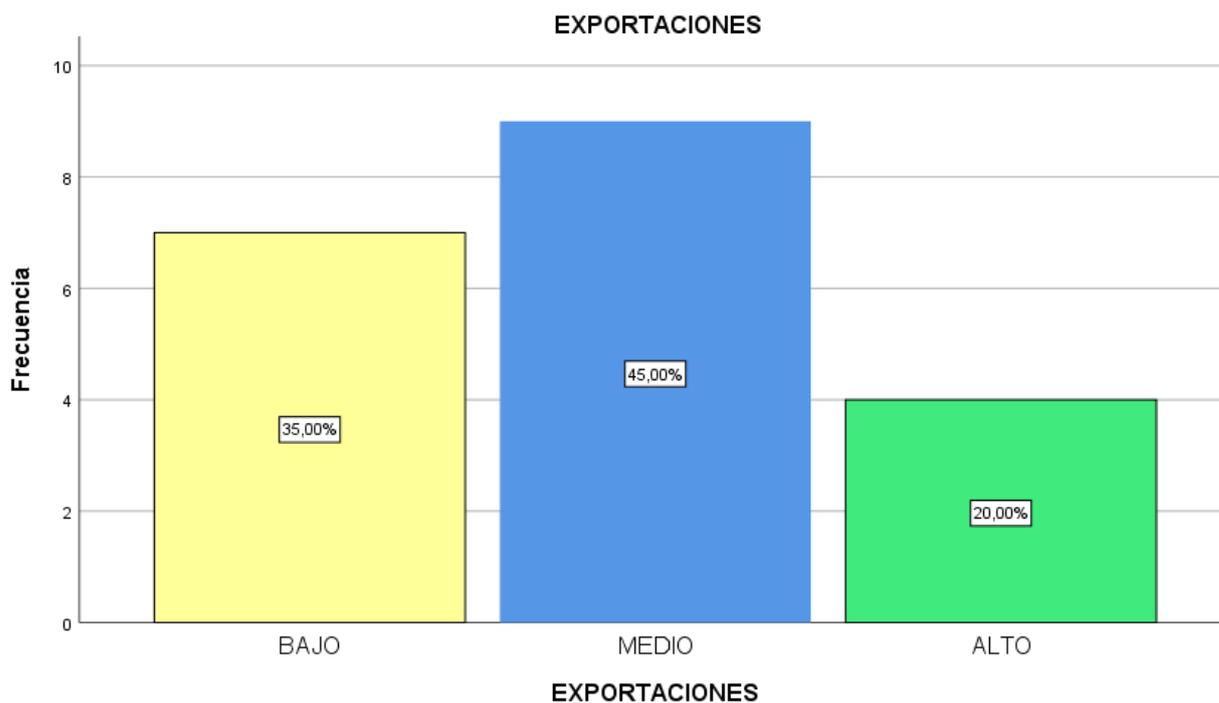
Descripción de los niveles de la variable exportaciones.

		Exportaciones			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	35,0	35,0	35,0
	Medio	9	45,0	45,0	80,0
	Alto	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. Encuesta aplicada a las empresas agroindustriales de la región Lambayeque (2021).

Figura 2

Descripción gráfica de la variable exportaciones.



Nota. La figura muestra la descripción gráfica de la variable exportaciones.

Fuente: Software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

Analizando la tabla 3 y figura 2, se seleccionó la muestra de 20 empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque, lo cual nos permitió concluir que la variable exportaciones está representada por un nivel medio con 45%, un nivel bajo con 35% y continuamente con un nivel alto de 20%. Conforme a ello observamos que las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque, requieren desempeñar la apertura de nuevos mercados internacionales para incrementar su valor FOB en las exportaciones.

4.1.3. Análisis descriptivo de la dimensión Factores a Nivel Empresarial

Tabla 4

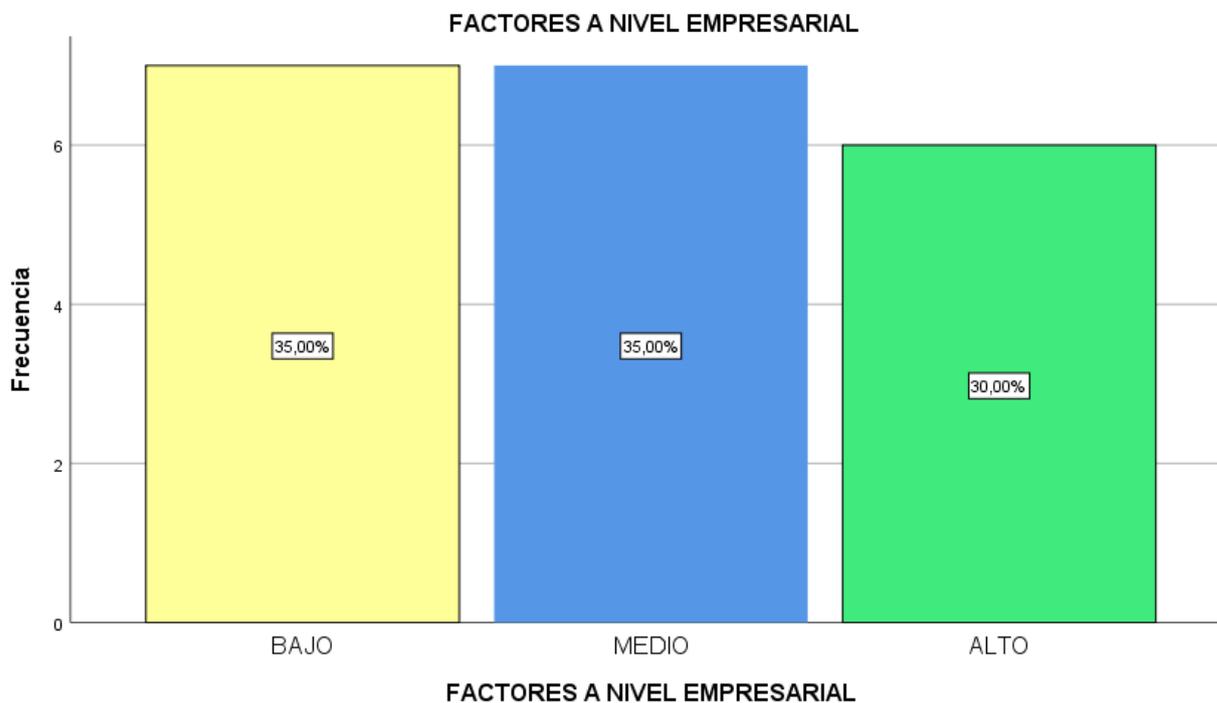
Descripción de los niveles de la dimensión factores a nivel empresarial.

Factores a nivel empresarial					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	35,0	35,0	35,0
	Medio	7	35,0	35,0	70,0
	Alto	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. Encuesta aplicada a las empresas agroindustriales de la región Lambayeque (2021).

Figura 3

Descripción gráfica de la dimensión factores a nivel empresarial.



Nota. La figura muestra la descripción gráfica de la dimensión factores a nivel empresarial. Fuente: Software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

Según la exposición de la tabla 4 y figura 3, se seleccionó una muestra de 20 empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque; deducimos que los factores a nivel empresarial están representados por un nivel medio con 35%, de igual forma un nivel bajo con 35% y, por último, un nivel alto con 30%. De acuerdo a los resultados resaltamos que el nivel medio y nivel bajo presentan una similitud de rango acorde con las encuestas aplicadas, en lo cual deducimos que las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque presentan bajos niveles de direccionamiento organizacional, innovación y conocimiento empresarial para llevar a cabo las exportaciones de uvas frescas.

4.1.4. Análisis descriptivo de la dimensión Factores a Nivel Nacional

Tabla 5

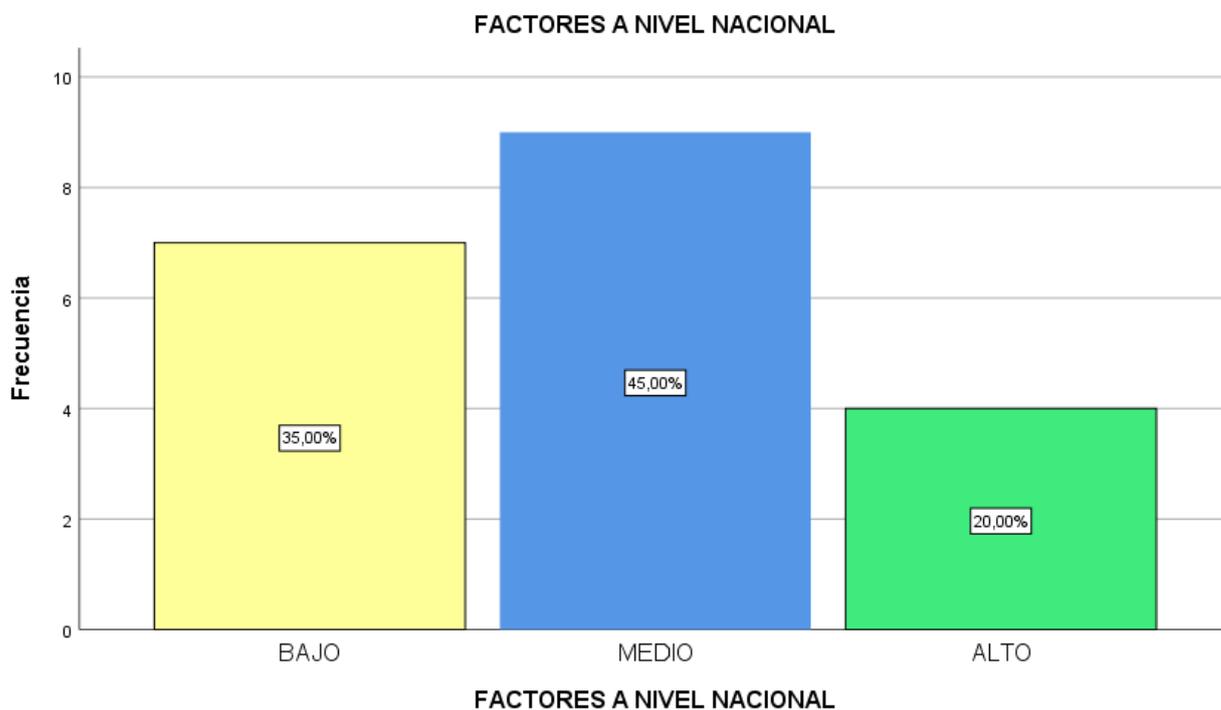
Descripción de los niveles de la dimensión factores a nivel nacional.

Factores a nivel nacional					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	35,0	35,0	35,0
	Medio	9	45,0	45,0	80,0
	Alto	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. Encuesta aplicada a las empresas agroindustriales de la región Lambayeque (2021).

Figura 4

Descripción gráfica de la dimensión factores a nivel nacional.



Nota. La figura muestra la descripción gráfica de la dimensión factores a nivel nacional. Fuente: Software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

Según la tabla 5 y figura 4, la muestra elegida de 20 empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque; nos permite destacar que los factores a nivel nacional se representan por un nivel medio con 45%, seguido de un nivel bajo con 35% y finalizando con un nivel alto de 20%. Por consiguiente, el nivel medio fue el de mayor aceptación según la aplicación de las encuestas, por ende, deducimos que las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque, presentan ciertas limitaciones en el sistema aduanero del país, así como también una insuficiencia en la competitividad debido a una baja gestión de la producción y comercialización.

4.1.5. Análisis descriptivo de la dimensión Factores a Nivel Internacional

Tabla 6

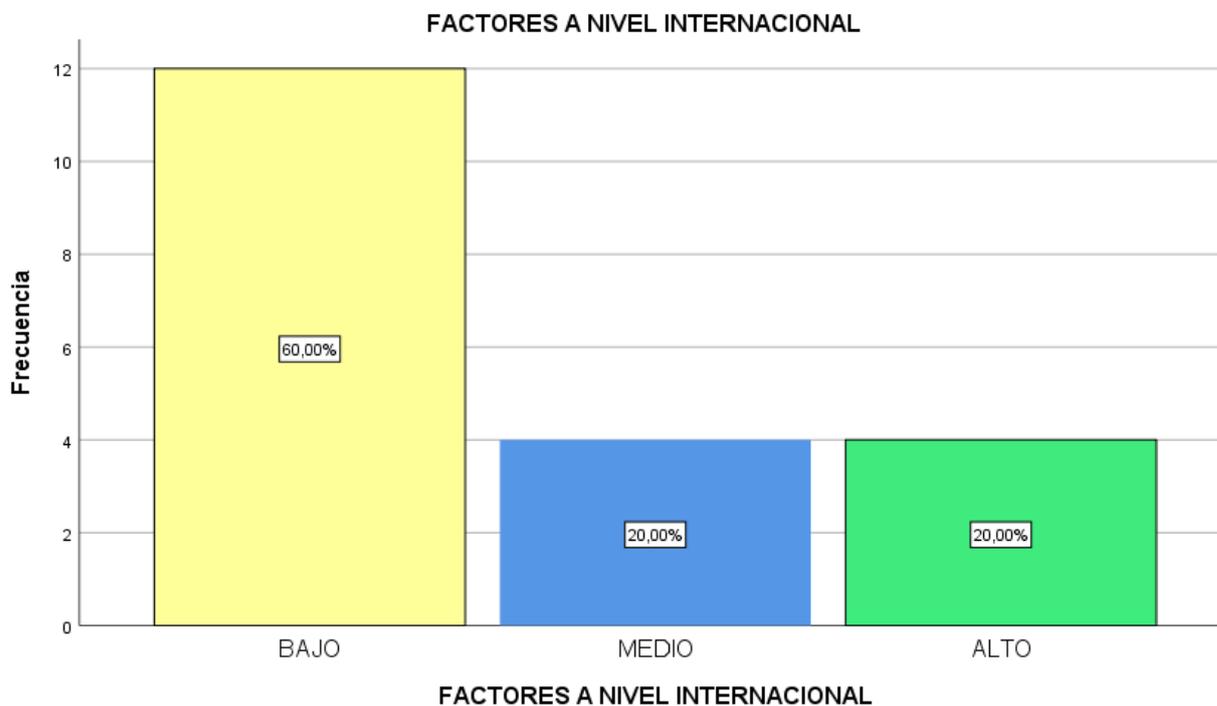
Descripción de los niveles de la dimensión factores a nivel internacional.

Factores a nivel internacional				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	60,0	60,0
	Medio	4	20,0	80,0
	Alto	4	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Nota. Encuesta aplicada a las empresas agroindustriales de la región Lambayeque (2021).

Figura 5

Descripción gráfica de la dimensión factores a nivel internacional.



Nota. La figura muestra la descripción gráfica de la dimensión factores a nivel internacional. Fuente: Software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

En referencia a la tabla 6 y figura 5, de la seleccionada muestra de 20 empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque; nos condujo a deducir que los factores a nivel internacional están representados por un nivel bajo de 60%, posteriormente existe una similitud del 20% entre el nivel medio y nivel alto. Así mismo, se analizó que el porcentaje de mayor valor es el del nivel bajo según los resultados de las encuestas aplicadas, en ello deducimos que las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque necesitan incluir un estudio de mercado a la actual situación económica e identificar el nuevo posicionamiento de la demanda agroindustrial.

4.2. Análisis Descriptivo Bivariado

4.2.1. Análisis descriptivo de los resultados entre las variables

Factores de Exportación y Exportaciones

Objetivo general: Determinar la relación entre los factores claves de exportación y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

Tabla 7

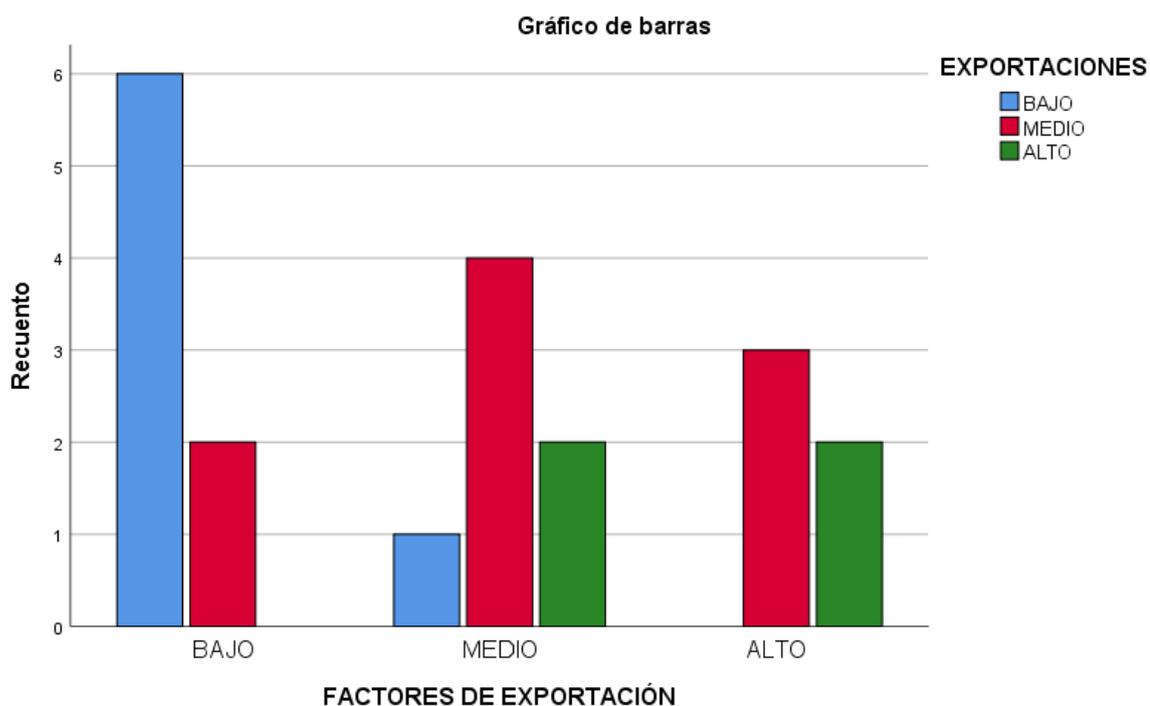
Descripción de la variable factores de exportación y la variable exportaciones.

			Exportaciones			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Factores de exportación	Bajo	Recuento	6	2	0	8
		% del total	30,0%	10,0%	0,0%	40,0%
	Medio	Recuento	1	4	2	7
		% del total	5,0%	20,0%	10,0%	35,0%
	Alto	Recuento	0	3	2	5
		% del total	0,0%	15,0%	10,0%	25,0%
Total	Recuento	7	9	4	20	
	% del total	35,0%	45,0%	20,0%	100,0%	

Nota. Encuesta aplicada a las empresas agroindustriales de la región Lambayeque (2021).

Figura 6

Descripción gráfica de la variable factores de exportación y la variable exportaciones.



Nota. La figura muestra la descripción gráfica de la variable factores de exportación y la variable exportaciones. Fuente: Software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 7 y figura 6, se encuestó a 20 empresas agroindustriales de la región Lambayeque; donde se interpreta que el nivel medio con 45,0% (9) es el más elevado con respecto a los factores de exportación y exportaciones, posteriormente un nivel bajo con 35,0% (7) y así mismo un nivel alto con 20,0% (4) respecto a las variables expuestas. De esta manera pudimos deducir que entre ambas variables existe una relación positiva, donde sí se desarrollan dinámicamente los factores claves de exportación se obtendrá un crecimiento en las exportaciones de uvas frescas.

4.2.2. Análisis descriptivo de los resultados entre la dimensión Factores a nivel empresarial y la variable Exportaciones

Objetivo específico 1: Determinar la relación entre los factores claves de exportación a nivel empresarial y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

Tabla 8

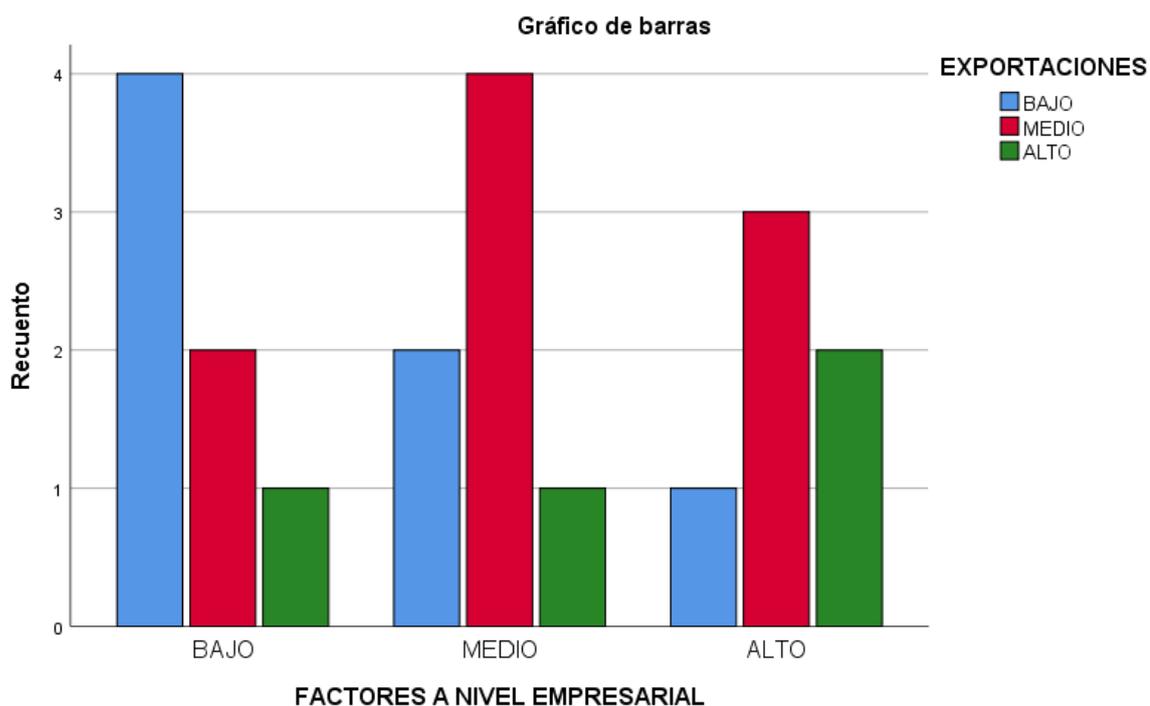
Descripción de la dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones.

			Exportaciones			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Factores a nivel empresarial	Bajo	Recuento % del total	4 20,0%	2 10,0%	1 5,0%	7 35,0%
	Medio	Recuento % del total	2 10,0%	4 20,0%	1 5,0%	7 35,0%
	Alto	Recuento % del total	1 5,0%	3 15,0%	2 10,0%	6 30,0%
Total		Recuento % del total	7 35,0%	9 45,0%	4 20,0%	20 100,0%

Nota. Encuesta aplicada a las empresas agroindustriales de la región Lambayeque (2021).

Figura 7

Descripción gráfica de la dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones.



Nota. La figura muestra la descripción gráfica de la dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones. Fuente: Software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN

Según la tabla 8 y figura 7, la muestra de 20 empresas agroindustriales de la región Lambayeque; se interpreta que en referencia a la dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones el nivel medio es de mayor relevancia con 45,0% (9), a continuación, un nivel bajo de 35,0% (7) y por último el nivel alto con un 20,0% (4) en relación a la dimensión y variable. Por lo cual, se concluyó que la relación entre una buena evolución de los factores claves a nivel empresarial maximiza las exportaciones de uvas frescas.

4.2.3. Análisis descriptivo de los resultados entre la dimensión Factores a nivel nacional y la variable Exportaciones

Objetivo específico 2: Determinar la relación entre los factores claves de exportación a nivel nacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

Tabla 9

Descripción de la dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones.

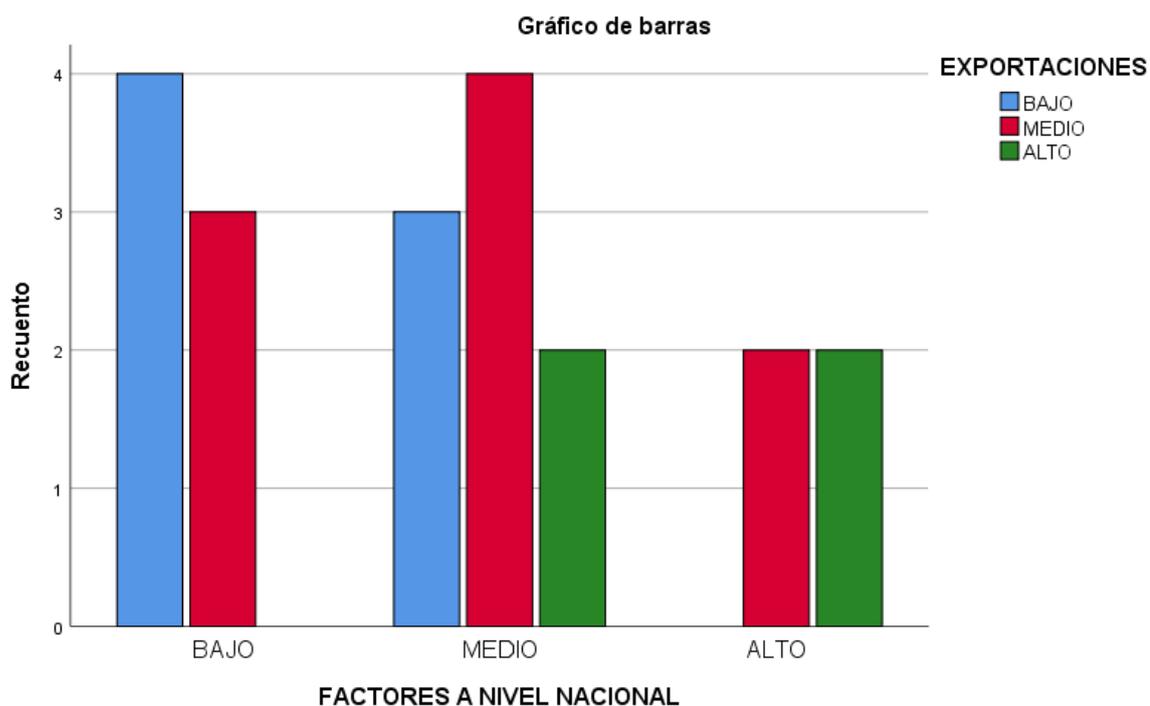
Tabla cruzada: Factores a nivel nacional y exportaciones

			Exportaciones			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Factores a nivel nacional	Bajo	Recuento	4	3	0	7
		% del total	20,0%	15,0%	0,0%	35,0%
	Medio	Recuento	3	4	2	9
		% del total	15,0%	20,0%	10,0%	45,0%
	Alto	Recuento	0	2	2	4
		% del total	0,0%	10,0%	10,0%	20,0%
Total		Recuento	7	9	4	20
		% del total	35,0%	45,0%	20,0%	100,0%

Nota. Encuesta aplicada a las empresas agroindustriales de la región Lambayeque (2021).

Figura 8

Descripción gráfica de la dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones.



Nota. La figura muestra la descripción gráfica de la dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones. Fuente: Software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

Con respecto a la tabla 9 y la figura 8, la muestra de 20 empresas agroindustriales de la región Lambayeque; se expresa que el nivel medio con 45,0% (9) representa el nivel con más aceptación en relevancia a la dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones, posteriormente, un nivel bajo con 35,0% (7) y por último un nivel alto con 20,0% (4) en relación a la dimensión y variable. Por lo tanto, se dedujo que la relación es positiva si el desarrollo de los factores a nivel nacional es óptimo, así la exportación de uvas frescas mejorará en todos sus procesos.

4.2.4. Análisis descriptivo de los resultados entre la dimensión Factores a nivel internacional y la variable Exportaciones

Objetivo específico 3: Determinar la relación entre los factores claves de exportación a nivel internacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

Tabla 10

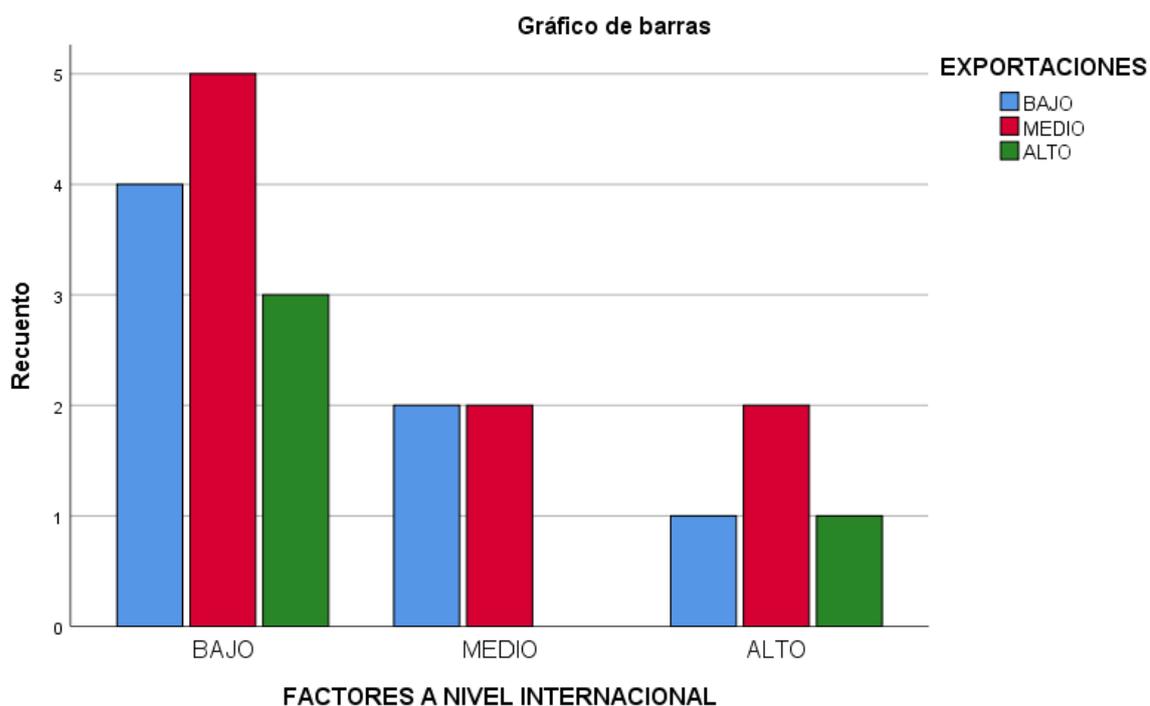
Descripción de la dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones.

			Exportaciones			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Factores a nivel internacional	Bajo	Recuento % del total	4 20,0%	5 25,0%	3 15,0%	12 60,0%
	Medio	Recuento % del total	2 10,0%	2 10,0%	0 0,0%	4 20,0%
	Alto	Recuento % del total	1 5,0%	2 10,0%	1 5,0%	4 20,0%
Total		Recuento % del total	7 35,0%	9 45,0%	4 20,0%	20 100,0%

Nota. Encuesta aplicada a las empresas agroindustriales de la región Lambayeque (2021).

Figura 9

Descripción gráfica de la dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones.



Nota. La figura muestra la descripción gráfica de la dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones. Fuente: Software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

Con referencia a la tabla 10 y figura 9, la muestra de 20 empresas agroindustriales de la región Lambayeque; interpretamos que el 45,0% (9) es de nivel medio el cual cuenta con mayor aprobación en relación a los factores a nivel internacional y las exportaciones, posteriormente un nivel bajo de 35,0% (7) y finalmente un nivel alto de 20,0% (4) con respecto a la dimensión y variable. Ante todo, lo expuesto podemos deducir que una buena aplicación de los factores a nivel internacional aumenta la exportación de uvas frescas.

4.3. Análisis Inferencial

4.3.1. Hipótesis General

H1: Existe relación entre los factores claves de exportación y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

H0: No existe relación entre los factores claves de exportación y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

Regla de decisión:

La hipótesis nula es aceptada si el p-valor (sig.) > 0.05.

La hipótesis alternativa se acepta si el p-valor (sig.) < 0.05.

Tabla 11

Correlación entre la variable factores de exportación y la variable exportaciones.

Correlación entre variable factores de exportación y variable exportaciones			Factores de exportación	Exportaciones
Rho de Spearman	Factores de exportación	Coeficiente de correlación	1,000	,783**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Exportaciones	Coeficiente de correlación	,783**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

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

Nota. Datos analizados mediante el software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

Se observó en la tabla 11, que mediante el coeficiente de Rho de Spearman se obtuvo ($r=0,783$; $\text{sig.}=0,000$), en relación a las variables expuestas. Así mismo, se evidenció un valor positivo que se expresa en la correlación de las variables factores de exportación y exportaciones.

DECISIÓN:

De acuerdo al resultado obtenido, se procede a denegar la hipótesis nula (H_0) de la hipótesis general de investigación, confirmando que sí existe una relación entre las variables de estudio.

4.3.2. Hipótesis Específicos

Hipótesis Específicos 1: Factores a nivel empresarial y Exportaciones

H1: Existe relación entre los factores claves de exportación a nivel empresarial y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

H0: No existe relación entre los factores claves de exportación a nivel empresarial y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

Tabla 12

Correlación entre la dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones.

Correlación entre dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones			Factores a nivel empresarial	Exportaciones
Rho de Spearman	Factores a nivel empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,415
		Sig. (bilateral)	.	,069
		N	20	20
	Exportaciones	Coefficiente de correlación	,415	1,000
		Sig. (bilateral)	,069	.
		N	20	20

Nota. Datos analizados mediante el software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

Se observó en la tabla 12, que mediante el coeficiente de Rho de Spearman se obtuvo ($r=0,415$; $sig.=0,069$), entre la dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones. Por lo tanto, representó un valor negativo entre la correlación dimensión y variable.

DECISIÓN:

De acuerdo con el resultado que se obtuvo se rechaza la hipótesis alternativa (H1) de la hipótesis general de la investigación; donde se afirma que no existe relación mediante la hipótesis nula (H0) de la investigación.

Hipótesis Específicos 2: Factores a Nivel Nacional y Exportaciones

H1: Existe relación entre los factores claves de exportación a nivel nacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

H0: No existe relación entre los factores claves de exportación a nivel nacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

Tabla 13

Correlación entre la dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones.

Correlación entre dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones			
		Factores a nivel nacional	Exportaciones
Rho de Spearman	Factores a nivel nacional	1,000	,594**
	Coeficiente de correlación	.	,006
	Sig. (bilateral)	20	20
	N	,594**	1,000
	Exportaciones	,006	.
	Coeficiente de correlación	20	20

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

Nota. Datos analizados mediante el software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

Se observó en la tabla 13, que mediante el coeficiente de Rho de Spearman se obtuvo ($r=0,594$; $sig.=0,006$), entre la dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones. Así, se representó un valor positivo donde existe relación entre dimensión y variable.

DECISIÓN:

Por consiguiente, con el resultado que se obtuvo se procede a rechazar la hipótesis nula (H0) de la hipótesis general de la investigación; donde contrariamente se afirma que si existe relación mediante la hipótesis alternativa (H1).

Hipótesis Específicos 3: Factores a Nivel Internacional y Exportaciones

H1: Existe relación entre los factores claves de exportación a nivel internacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

H0: No existe relación entre los factores claves de exportación a nivel internacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.

Tabla 14

Correlación entre la dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones.

Correlación entre dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones			Factores a nivel internacional	Exportaciones
Rho de Spearman	Factores a nivel internacional	Coeficiente de correlación	1,000	,355
		Sig. (bilateral)	.	,125
		N	20	20
	Exportaciones	Coeficiente de correlación	,355	1,000
		Sig. (bilateral)	,125	.
		N	20	20

Nota. Datos analizados mediante el software estadístico SPSS versión 25.0 (2021).

INTERPRETACIÓN:

Se observó en la tabla 14, que mediante el coeficiente de Rho de Spearman se obtuvo ($r=0,355$; $sig.=0,125$), entre la dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones. Por lo cual, se obtuvo un valor negativo entre la correlación dimensión y variable.

DECISIÓN:

De tal manera, con el resultado que se obtuvo se rechaza la hipótesis alternativa (H1) de la hipótesis general de la investigación; donde se asegura que no existe relación mediante la hipótesis nula (H0) de la investigación.

V. DISCUSIÓN

En la investigación “Factores claves y exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque 2021”, se buscó determinar la relación entre las variables “Factores de exportación” y “Exportaciones” mediante la aplicación de una encuesta a empresas agroindustriales de uvas frescas.

De esta forma se llegó a realizar la comparación con los antecedentes de la investigación, y por lo cual se busca comprobar que existe una relación con las variables de estudio de las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque. Es por ello, que se presentan las hipótesis con el fin de constatar la relación de las dimensiones de los factores de exportación con las exportaciones.

En primer lugar, se estableció la confiabilidad del proyecto a través del alfa de Cronbach, en el cual se dispuso una alta confiabilidad entre ambas variables del ,923 y ,942 respectivamente.

Hipótesis General:

En consideración a la hipótesis general, la variable factores de exportación presenta una correlación entre la variable exportaciones de $r=,783$, indicando que existe una alta correlación entre factores de exportación y exportaciones, siendo p-valor (sig.) menor a 0,05, se llegó a la conclusión de que la variable factores de exportación y la variable exportaciones tienen una relación significativa, por ende, es rechazada la hipótesis nula y aceptada la hipótesis alternativa.

De acuerdo con, Villegas y Yarlaqué (2018), en el análisis de su investigación recomiendan a las empresas exportadoras asistir a ferias internacionales, así como llevar a cabo el screening para encontrar nuevos nichos de mercado y además poner en marcha las misiones comerciales con el fin de captar clientes potenciales, esto permitiría ayudar a mejorar factores como la innovación y demás recursos internos de la empresa.

A su vez, citamos a los autores Carranza y Lozada (2017), quienes a través de su investigación buscan analizar a los factores involucrados en la exportación de uva de mesa y, donde recomiendan a las empresas exportadoras aprovechar la creciente demanda en el mercado extranjero,

también en realizar un análisis en torno al drawback, para de esta manera evaluar su rendimiento e incrementar su cuota en el mercado internacional. Así mismo, citamos a Echeverría et al. (2017), donde se enfocan en tener investigaciones con buen entendimiento y profundización en el tema de estrategias de diferenciación para la exportación, donde recomiendan que para lograr un buen desarrollo en la empresa es de suma importancia aplicar estrategias de diferenciación enfocados principalmente en aspectos como el producto, imagen y personal.

Primera Hipótesis Específica:

Esta primera hipótesis específica está representada por la dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones, en el cual se estableció un resultado estadístico del $r=0,415$ y $\text{sig.}=0,069$, analizando que tiene una denotación menor al grado de error establecido que es del 0,05. De esta manera se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa en la exportación de uvas frescas, por las empresas agroindustriales de la región Lambayeque 2021.

Así mismo, citamos a Carrasco y Montalvo (2020), donde tienen un interés de impulsar el crecimiento exportable, y reconocen que tener iniciativa sobre la inversión de procesos de producción, maquinaria y capacitación de mano de obra optimiza el fortalecimiento de la estructura organizacional interna de la empresa, por consiguiente, identifican que nuestro país es beneficiado por microclimas y zonas de producción óptimas para el desarrollo de la agroindustria.

De la misma manera, citamos a Díaz et al. (2016), en su investigación mencionan a la innovación como un factor favorable para la empresa, en el cual se debe satisfacer las diferentes necesidades del mercado a través de las propuestas que presente el producto, utilizando estrategias de valor agregado y analizando el perfil del consumidor, así de esta manera se podrá obtener resultados positivos y factibles que demuestren la viabilidad financiera de la empresa.

Continuamente, tenemos al autor Nolazco Cama (2020), donde nos señala que la productividad y las exportaciones incrementan la realización de actividades de innovación, de igual manera, desde un efecto positivo las

actividades de investigación y desarrollo organizacional muestran un significativo impacto en el proceso de innovación, determinando requerimientos importantes en la productividad y estándares de calidad, las cuales contribuirán al competir en los mercados internacionales.

Segunda Hipótesis Específica:

La segunda hipótesis específica mencionada en la tabla 13, está representada por la dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones, tiene un resultado $r=0,594$ y $\text{sig.}=0,006$, donde concluimos que existe una relación significativa entre ambas; se decidió así rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. En donde se analizó que un buen desarrollo de los principales factores a nivel nacional mejorará óptimamente los procesos de exportación de uvas frescas en las empresas agroindustriales de la región Lambayeque 2021.

Desde un punto analítico, Benites et al. (2019) señalan que se debe evaluar la productividad mediante las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter, optimizando el uso de la digitalización para mayor ventaja en la competencia internacional, y requiriendo la aplicación de la tecnología con el capital intelectual como recurso estratégico para una productividad sostenible.

También citamos a Bernal & Rodríguez (2019), donde mencionan que para hacer más productivas a las empresas en el campo internacional se debe permitir y desarrollar intercambios mundiales, destacando una implementación en los procesos empresariales de gestión del conocimiento, valor agregado y apropiación mediante tecnologías de la información.

Por consiguiente, Ormeño Noriega (2019) nos indica que las exportaciones agroindustriales tienen una alta demanda y que en su mayoría son representados por un bróker, comprendiendo que debe existir una intervención del estado para incentivar desarrollar habilidades de negociación directa con el mercado extranjero.

Tercera Hipótesis Específica:

Finalmente, en esta última hipótesis específica representada por la dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones tuvo como resultado un $r=0,355$ y $\text{sig.}=0,125$, en el cual se llegó a la determinación que no existe una relación significativa entre ambas, se

rechazó la hipótesis alternativa y se aceptó la hipótesis nula. Así, de acuerdo a estos resultados se interpretó que los factores a nivel internacional son importantes para el desarrollo de las exportaciones, por ello se deben aplicar eficientemente para lograr un mercado más estable y próspero.

De esta manera, citamos a Cárdenas Guevara (2016) donde nos mencionan a través de su investigación que se debe brindar la oportunidad a las empresas agroindustriales de desarrollar ferias o alianzas estratégicas para generar relaciones públicas, también recomendaron orientar y capacitar al productor para destacar una visión de ámbito internacional, el cual les facilitara al iniciar relaciones comerciales con otras organizaciones públicas y privadas.

Continuamente, citamos a Hoyos Villa (2019), en su investigación nos habla sobre los factores partícipes para la internacionalización, en donde resalta la importancia en el perfil del personal, también la realización de un estudio de mercado para mejorar estrategias de segmentación, enfocándose en mejorar sus procesos productivos a través de una cadena de valor que implique lineamientos con estrictas medidas de calidad e innovación.

Así mismo, Barrientos Felipa (2019) nos plantea a través de su investigación el compromiso y la importancia de la situación e información económica del mercado para los agricultores, definiendo que el otorgamiento y acceso de herramientas para la cadena de exportación son necesarias en la integración a los mercados internacionales, siendo la inversión y la capacitación factores claves en el incremento de la demanda internacional.

En consecuencia, mediante la investigación logramos determinar que si existe una relación significativa entre las variables de estudio factores de exportación y exportaciones; de acuerdo con los resultados obtenidos por el software estadístico SPSS versión 25.0, el cual es un programa que sirve para realizar la captura y análisis de datos, con la finalidad de obtener resultados procesados y expresados mediante tablas y gráficas; por otro lado, mediante la prueba Spearman de la estadística descriptiva aplicada se pudo realizar la comprobación de la hipótesis general. De esta manera, el resultado que se obtuvo mediante el coeficiente de correlación fue de $r=0,783$ y con un valor de probabilidad $\text{sig.}=0,000$, el cual nos indica que

siendo el valor menor a $\text{sig.}=0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se llega a aceptar la hipótesis alternativa, concretando que existe una relación entre factores de exportación y exportaciones.

VI. CONCLUSIONES

Posteriormente de culminar la investigación concluimos con lo siguiente:

De acuerdo a la presente investigación, se logra concluir que si existe una relación significativa entre los factores de exportación y las exportaciones de las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque durante el periodo 2021; los resultados obtenidos nos indican que existe un valor positivo en la correlación, existiendo un grado de relación entre ambas variables del 78%, permitiendo alcanzar un óptimo desarrollo de los factores de exportación e incrementando los niveles de exportaciones.

En referencia a la dimensión factores a nivel empresarial y la variable exportaciones, se estableció que no existe una relación entre dimensión y variable, debido a que se debe evolucionar el conocimiento de la exportación en las empresas e introducir a la innovación como factor clave para destacar en el comercio internacional de las uvas frescas.

Posteriormente, se llegó a concluir que, si existe una relación importante entre la dimensión factores a nivel nacional y la variable exportaciones de las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque 2021, en donde los criterios de correlación indicaron un valor significativo del 59%, sosteniendo que una adecuada aplicación de los factores competitivos y legislativos mantendrán un adecuado desarrollo en la cadena de exportaciones.

Finalmente, concluimos que la dimensión factores a nivel internacional y la variable exportaciones de las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque 2021, no poseen una relación significativa, contrariamente se debe aplicar un notable desenvolvimiento en los factores de análisis de mercado, información del mercado a exportar y de la situación económica actual, los cuales brindarán herramientas favorables para el desempeño y evolución en el proceso de exportación.

VII. RECOMENDACIONES

Las empresas agroindustriales de uvas frescas ubicadas en la región Lambayeque, deben implementar estrategias de mercado mediante la identificación de los factores principales que destacan en el desarrollo de las exportaciones, tales como el comportamiento de la demanda comercial de la agroindustria y la segmentación del producto en el país destino, debido a que la uva reporta un alto consumo a nivel mundial y exige altos estándares de calidad en el mercado internacional.

Con mención a los factores a nivel empresarial en las exportaciones de uvas frescas, es recomendable alcanzar los objetivos propuestos, por ello se recomienda que las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque, utilicen de manera innovadora actualizaciones en el proceso de exportación, que generen un aporte significativo en la producción y rentabilidad de la empresa, manifestando también un buen uso de herramientas que optimicen una visión empresarial más amplia.

En referencia a los factores a nivel nacional en las exportaciones de uvas frescas, las empresas deben sugerir alianzas estratégicas con organismos públicos y privados, para sostener relaciones comerciales con los principales mercados agroindustriales, adecuando diferentes términos legislativos entre países que faciliten el comercio internacional y promuevan una competencia equitativa respecto a las etapas de exportación, incluyendo los procesos de producción, comercialización y distribución.

En relación a los factores a nivel internacional con las exportaciones de uvas frescas, se propone que las empresas agroindustriales de uvas frescas de la región Lambayeque, lleven a cabo un buen desarrollo de estudio de mercado para analizar la situación económica actual del país a exportar, identificando las nuevas tendencias de consumo y mostrando información relevante del mercado, también se debe ejecutar proyectos de exportación a largo y mediano plazo que permitan cumplir con la demanda internacional.

REFERENCIAS

- Alejo-Machado, O. J., Icaza-Guevara, M. F. & Salazar-Raymond, M. B. (2018). The importance of ethics in research. *Scielo*, 10(1), 305-311. <https://acorta.co/AQ5wyu>
- Armas Otero, D. A. (2018). *Factores que determinan la demanda internacional de hortalizas flor del Perú en el periodo 2011-2017*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio digital institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/24928>
- Arrascue-Cotrina, Y. M., Gamero-Muñoz, J. O., Guerrero-Millones, A. M. & Carrión-Mezones, J. M. (2016). Effects of rate reduction drawback (restitution of customs duties) in exports of chemical industry Lambayeque region 2016. *EBSCOhost*, 3(2), 1-16. <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/377>
- Asociación de exportadores [ADEX]. (2021, 21 de septiembre). *Uva: Evaluación del mercado nacional y mundial*. <https://acorta.co/LRCZGQ>
- Avendaño-Pérez, V. & Flores-Urbáez, M. (2016). Theoretical models of knowledge management: descriptors, conceptualizations and approaches. *Redalyc*, 4(10), 201-227. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457646537004>
- Bañuelos-Flores, N., Hurtado-Bringas, B. A., Preciado-Rodríguez, J. M. & Robles-Parra, J. M. (2018). Transportation logistics and local development in Sonoran table grape exporting organizations. *Scielo*, 28(51), 1-25. <http://dx.doi.org/10.24836/es.v28i51.563>
- Baptista Lucio, P., Fernández Collado, C. y Hernández Sampiero, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6.^a ed.). McGRAW-HILL. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Barrientos-Felipa, P. (2019). Small farmer's integration strategy in the exporting chain. *EBSCOhost*, 22(51), 83-123. <https://doi.org/10.22395/seec.v22n51a5>
- Benites-Gutiérrez, L. A., Inca-Alayo, M., Juica-Martinez, P., Matheu-Pérez, A., Ruff-Escobar, C. & Ruiz-Toledo, M. (2019). Analysis of competitiveness factors for the sustainable productivity of SMEs in Trujillo (Peru). *Scopus*, 29(2020), 208-236. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3513>
- Bernal-Jiménez, M. C. & Rodríguez-Ibarra, D. L. (2019). Information and

- communication technologies as a factor of innovation and business competitiveness. *Redalyc*, 24(01), 85-96. <https://www.researchgate.net/publication/332570632>
- Böttger-Bazo, X. S. (2016). *Factors that affect the export of asparagus from Perú to the United States* [Trabajo académico de pregrado, Universidad Zamorano]. Archivo digital. <https://acorta.co/qdAGWK>
- Boulangger-Montoya, J. & Espinoza-Rodríguez, H. (2019). The utilization of coaching in the agricultural enterprise of Lambayeque. *EBSCOhost*, 11(1), 71-78. <https://doi.org/10.26495/rtzh1911.130208>
- Burga, M., Jimenez, J., Sotelo, F., & Raymundo, C. (2019). Operational performance measurement model based on knowledge management to reduce orders returned for a distribution company. *Scopus*, 1-6. <http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2019.1.1.57>
- Cabezas-Arellano, M. J., Cabrera-Echanique, R. E., Naranjo-Armijo, F. G. y Samaniego-Salcán, H. O. (2019). Factores que determinan el nivel de competitividad de las pymes de producción en Santo Domingo. *EBSCOhost*, 7(Edición Especial), 1-26. <https://acorta.co/lj6GFB>
- Cárdenas-Guevara, E. T. (2016). *Factors that affect the export levels of the Ecuadorian pineapple to the Chilean market* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Archivo digital. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/15717>
- Carranza Galvez, A. A. y Lozada-Neyra, F. M. (2017). *Factores internos y externos y su incidencia en las exportaciones de uva de mesa en la región Lambayeque en los años 2012-2015* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Alicia Concytec. <https://acorta.co/Hgl7Mf>
- Carrasco Moreano, L. J. y Montalvo-Gordillo, L. A. (2020). *Factores de crecimiento en la exportación del arándano producido en La Libertad, Perú, a los países del medio oriente (Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos) en el año 2019* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio Académico USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/7371>
- Chamberlain, T. W. & Kalaitzy, A. S. (2020). Exports and Economic Growth: Some Evidence from the GCC. *EBSCOhost*, (26), 203-205. <https://doi.org/10.1007/s11294-020-09786-0>

- Collado-Agudo, J., Herrero-Crespo, A. y Solano-Acosta, A. (2017). Efecto de la orientación al mercado, la capacidad de redes y la orientación emprendedora en el desempeño internacional de las pymes. *EBSCOhost*, 649-667. <https://acorta.co/1ZfWEC>
- Del Castillo-Guardamino, C. & Ventura-Egoávil, J. (2020). Export performance in South America: do intangibles affect firms' performance in developing countries such as Peru? *Scopus*, 61(2), 1-15. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020210205>
- Díaz-Rodríguez, F. M., Llagas-Alvarado, E. D., Ortega-Rodríguez, J. F. & Pintado-Damián, M. P. (2016). Project "development of filter sheet Guanabana with stevia" (tariff heading 2101.20.00.00) for export to Santiago-Chile company - Teas Peru sac. *EBSCOhost*, 3(1), 1-10. <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/308>
- Durán-Quirós, A., González-Lutz, M. I., Mora-Acedo, D. & Vargas-Hernández, G. (2018). Technical competitiveness of nontraditional, fresh agricultural commodities, of costarrican exporters. *Scielo*, 42(2), 141-158. <http://dx.doi.org/10.15517/rac.v42i2.33785>
- Echeverría-Jara, J. F., Jiménez-Boggio, D. J. & Suárez-Mendoza, G. E. (2017). Differentiation Strategies for the export of palta Hass (Persea Americana Mill) from the company Agrícola Agrícola Yotita S.A. To Germany - 2016. *Dialnet*, 6(2), 8-19. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6058683>
- Escobar-Toledo, C., Hernández-Gómez, A., Larios-Prado, J. M. & Noriega-Morales, S. (2015). Critical success factors for the strategic deployment of total productive maintenance in the exporting maquiladora industry in Ciudad Juárez: a factorial solution. *ScienceDirect*, 60(1), 82-106. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000510>
- Galván-Vela, E. & Sánchez-Limón, M. L. (2019). Organizational factors related to the intrapreneurial behavior. *Scielo* 29(71), 55-68. <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v29n71/0121-5051-inno-29-71-55.pdf>
- Godoy Pazos, A. J. (2018). *Perfiles de productores de palta hass con fines de exportación de la provincia de Chincha, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Académico UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/32139>

- González, R. (2017, 14 de marzo). *Competitividad de las Exportaciones: Un análisis teórico de indicadores de Ventajas Comparativas Reveladas y su aplicación a los datos de comercio de Paraguay*. Economía.gov.py. <https://acorta.co/bZellr>
- Gutiérrez-Jaramillo, N. & Mena-Coronel, K. (2021). Effect of covid 19 and its financial impact on exports of the cocoa sector. *EBSCOhost*, 14(6), 34-44. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol14iss36.2021pp34-44p>
- Heller-Ledgard, V., Pérez-Aponte, M. C. & Roo-Superlano, E. (2018). Is the pacific alliance an effective trade integration strategy to get a foothold in Latin America and strengthen its position in the Asia-Pacific market? A vision from Peru. *Dialnet*, 10(1), 36-70. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7058538>
- Hernández-Chacín, J., Hernández-Fernández, L., Navarro-Caballero, M. & Navarro-Manotas, E. (2020). Innovation in micro, small and medium-sized family business in the manufacturing sector in Atlántico-Colombia. *Scopus*, 26(4), 124-144. <https://doaj.org/article/0120e3fae0394699952da2a5ec447b28>
- Herrera-Rodríguez, J. M., Lozano-Rueda, O. M. & Otálora-Gómez, L. M. (2020). The innovation in marketing of agro-industrial companies in the province of Sugamuxi. *Scielo*, 21(2), 45-62. <https://doi.org/10.22267/rtend.202102.140>
- Hoyos-Villa, O. A. (2019). Factors driving industrial SMEs in the Colombian Coffee Region towards internationalization. *Dialnet*, 15(2), 78-103. <http://dx.doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.5597>
- Información disponible sobre la industria del comercio exterior [INFOTRADE]. (2021, 31 de octubre). *Empresas exportadoras de uvas frescas en la región Lambayeque 2020*. PROMPERÚ. <https://infotrade.promperu.gob.pe/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2021, 13 de abril). *Índices de producción agrícola*. <http://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/agricultural/>
- International Trade Center [TRADE MAP]. (2021, 11 de abril). *Main export indicators of fresh grapes*. <https://www.trademap.org/>
- Jáuregui-Machuca, K. L. & Robles Gutiérrez, F. (2017). International markets entry strategy determinants: an exploratory study in Peru. *Redalyc*, 33(59), 2-19.

- <https://www.redalyc.org/journal/2250/225057026002/>
- Jerez Riesco, J. L. & García Mendoza, A. (2010). *International marketing for the expansion of the company*. Esic Editorial.
- Jiménez-García M., Peña-Sánchez, A. R. & Ruiz-Chico, J. (2021). Analysis of competitiveness of Spanish exports to the European Union with emphasis on the food sector. *Scielo*, 59(4), 1-17. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.231181>
- Kato-Vidal, E. L. (2019). Productivity and Innovation in Small and Medium Enterprises. *Scopus*, 35(150), 38-46. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.150.2909>
- Lladó-Hernández, M. (2018). Process of finding clients in the international market. *EBSCOhost*, *InnovaG*(6), 35-43. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/21906>
- Llaguento-Cajo, V. y Vallejos-Lucumí, A. F. (2016). Propuesta de un plan de exportación de hongo deshidratado boletus luteus con destino a Languedoc Roussillon-Francia, para incrementar la competitividad de la asociación san isidro labrador del Distrito de Incahuasi, en el año 2015. *EBSCOhost*, 3(1), 1-12. <http://vlex.com.pe/vid/propuesta-plan-exportacion-hongo-868569614>
- Martínez Ruiz, H. (2018). *Metodología de la investigación*. CENGAGE. <http://www.ebooks7-24.com/?il=6401&pg=132>
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://acorta.co/PJAZ8d>
- Mendez-Lazarte, C. (2019). Dynamic networks in early international agribusiness. *Scielo*, 17(3), 639-655. <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395174077x>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2021, 14 de abril). *Datos de exportaciones en el sector agropecuario no tradicional*. <https://acorta.co/KaZ0pz>
- Molineros Holguín, S. A. (2016). *Organizational structure of medium-sized companies of the Canton Valencia* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica Estatal de Quevedo]. Repositorio Digital UTEQ. <http://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/1656>
- Niño Rojas, V. M. (2019). *Metodología de la Investigación (2.ª ed.)*. Ediciones de la U. <http://www.ebooks7-24.com/?il=9546&pg=1>

- Nolazco-Cama, J. L. (2020). Effects between innovation, export and productivity: An analysis of Peruvian manufacturing firms. *Scopus*, (85), 67-110. <https://doi.org/10.13043/DYS.85.2>
- Ñaupas Paitán, H., Palacios Vilela, J. J., Romero Delgado, H. E. & Valdivia Dueñas, M. R. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis (5.ª ed.)*. Ediciones de la U. <http://www.ebooks7-24.com/?il=8046&pg=1>
- Ormeño Noriega, R. J. (2019). *Influencia de los factores determinantes de la exportación de espárragos en el Perú (2007-2018)* [Trabajo académico de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional USIL. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9547/1/2019_Orme%C3%B1o-Noriega.pdf
- Orozco-Acosta, E., Pertuz, V. & Romero-Suárez, D. (2020). Determining factors of competitiveness and organizational integration: scoping review. *EBSCOhost*, 31(5), 21-32. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000500021>
- Palacios-Florencio, B., Santos-Roldán, L. M. & Ureta-Santana, D. M. (2021). Factors which favor the exports of cocoa grains from Ecuador. *Dialnet*, 46(6), 272-279. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8024522>
- Peixoto-Batista, J. (2016). Legal Perspectives of International Relations: Constitutionalism, Fragmentation and Legal Pluralism in Debate. *Scielo*, 9(39), 132-151. <https://acorta.co/BBbRZb>
- Porta, F., Santarcangelo, J. y Schteingart, D. (2017). Cadenas globales de valor y desarrollo económico. *EBSCOhost*, 1(1), 1-21. <https://acorta.co/dwdXnt>
- Rosero Almeida, I. A. & Suarez Mina, A. S. (2019). *Plan de exportación para la comercialización de chaquetas artesanales de la microempresa Winter Sun, en Mami* [Trabajo académico de pregrado, Universidad de Otavalo]. Repositorio Digital Universidad de Otavalo. <http://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/107>
- Scott Doyle, M. & Bruce Fryer, T. (2018). *Commercial success*. Cengage Learning. <https://acorta.co/zIIOmn>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria [SUNAT]. (2021, 30 de septiembre). *Exportaciones de uvas frescas*.

<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

Villegas Chero, R. A., & Yarlaqué Cajusol, L. V. (2018). *Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la Región Lambayeque, Período 2011-2016* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo].

Repositorio

Institucional

UNPRG.

<https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/1945>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE FACTORES DE EXPORTACIÓN

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Factores de Exportación	Elementos e indicadores que contribuyen con el desarrollo económico del país a través de la actividad de exportación (Villegas y Yarlaqué, 2018).	Villegas & Yarlaqué (2018) define a la variable factores de exportación e indica sus dimensiones factores a nivel empresarial, nacional e internacional. En esta variable 1 se mencionan 7 indicadores. En esta investigación se aplicará un cuestionario como instrumento de recolección de datos.	Factores a nivel empresarial	Estructura organizacional	1,2	Escala de Likert Ordinal
				Innovación	3,4	
				Conocimiento empresarial	5,6	
			Factores a nivel nacional	Competencia nacional	7,8	
				Legislación nacional	9	
			Factores a nivel internacional	Situación económica	10	
				Características de la demanda	11	
				Información del mercado	12	

Nota. adaptado de (Villegas y Yarlaqué, 2018).

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE EXPORTACIONES

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Exportaciones	Es la venta de un producto y/o servicio desde un país hacia otro con la finalidad de generar ganancias mediante un comercio. La exportación es la transacción de un bien o servicio a un territorio extranjero con un fin comercial (Chamberlain & Kalaitzy, 2020).	Chamberlain & Kalaitzy (2020) define a la variable exportaciones. Las dimensiones para esta variable 2 son volumen de exportaciones y país destino de las exportaciones, y a su vez se mencionan 4 indicadores. En esta investigación se aplicará un cuestionario como instrumento de recolección de datos.	Volumen de exportaciones	Exportaciones en toneladas	13,14,15	Escala de Likert Ordinal
				Valor FOB	16,17,18	
			País destino de las exportaciones	Principales compradores	19,20,21	
				Demanda internacional	22,23,24	

Nota. adaptado de (Villegas y Yarlaqué, 2018).

ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “Factores claves y exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la Región Lambayeque 2021”

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
Título: “Factores claves y exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la Región Lambayeque 2021”						
Autores: Gonzales Perez, Maria Rosa y Romero Chavez, Jean Paul						
Problema	Objetivos	Variables, dimensiones e indicadores				
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación entre los factores claves de exportación y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>Problema específico 1</p> <p>¿Cuál es la relación entre los factores claves de exportación a nivel empresarial y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿Cuál es la relación entre los factores claves de exportación a nivel nacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021?</p> <p>Problema específico 3</p> <p>¿Cuál es la relación entre los factores claves de exportación a nivel internacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre los factores claves de exportación y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Determinar la relación entre los factores claves de exportación a nivel empresarial y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.</p> <p>Objetivo específico 2</p> <p>Determinar la relación entre los factores claves de exportación a nivel nacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.</p> <p>Objetivo específico 3</p> <p>Determinar la relación entre los factores claves de exportación a nivel internacional y las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque en el año 2021.</p>	Variable 1: Factores de exportación				
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Sujetos de estudio	Empresa
		1. Factores a nivel empresarial	Estructura organizacional	1, 2	20	Complejo Agroindustrial Beta S.A., Agroindustrias AIB S.A., Agrícola Pampa Baja S.A.C., Plantaciones del sol S.A.C., Empresa Agrícola San Juan S.A., Proserla S.A.C., Agrovisión Perú S.A.C., Frusan Agro S.A.C., Agrícola Cerro Prieto S.A., Fce Export S.A.C., Consorcio de Frutas Lambayeque S.A.C., Sobifruits S.A.C., Consorcio de Productores de Fruta S.A., Varayoc Agro S.A.C., Negociación Agrícola Jayanca S.A., Agrícola BGS S.A.C., Frutas de Piura S.A.C., Greenland Perú S.A.C., Tropical Fruit Trading Perú S.A.C. y Agro Victoria S.A.C.
			Innovación	3, 4		
			Conocimiento empresarial	5, 6		
		2. Factores a nivel nacional	Competencia nacional	7, 8		
			Legislación nacional	9		
		3. Factores a nivel internacional	Situación económica	10		
			Características de la demanda	11		
			Información del mercado	12		
Variable 2: Exportaciones						
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Sujetos de estudio	Empresa		

		<p>Volumen de exportaciones</p> <p>Exportaciones en toneladas</p> <p>13, 14, 15</p> <p>Valor FOB</p> <p>16, 17, 18</p>	<p>20</p> <p>Complejo Agroindustrial Beta S.A., Agroindustrias AIB S.A., Agrícola Pampa Baja S.A.C., Plantaciones del sol S.A.C., Empresa Agrícola San Juan S.A., Proserla S.A.C., Agrovision Perú S.A.C., Frusan Agro S.A.C., Agrícola Cerro Prieto S.A., Fce Export S.A.C., Consorcio de Frutas Lambayeque S.A.C., Sobifruits S.A.C., Consorcio de Productores de Fruta S.A., Varayoc Agro S.A.C., Negociación Agrícola Jayanca S.A., Agrícola BGS S.A.C., Frutas de Piura S.A.C., Greenland Perú S.A.C., Tropical Fruit Trading Perú S.A.C. y Agro Victoria S.A.C.</p>
		<p>País destino de las exportaciones</p> <p>Principales compradores</p> <p>19, 20, 21</p> <p>Demanda internacional</p> <p>22, 23, 24</p>	
Tipo y diseño de investigación	Sujetos de estudio	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Tipo: Básica, Cuantitativa</p> <p>Alcance: Relacional</p> <p>Diseño: No experimental - Transversal</p> <p>Método: Hipotético deductivo</p>	20	<p>Variable 1: Factores de exportación</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Monitoreo: variable1</p> <p>Ámbito de Aplicación:</p> <p>Empresas agroindustriales de la región Lambayeque que hayan exportado uvas frescas en el año 2020, y que se encuentren operando activamente en la actualidad, considerando una experiencia mínima de 2 años en el mercado internacional, así también, que estén</p>	<p>DESCRIPTIVA E INFERENCIAL</p> <p>Alfa de Cronbach</p>

		<p>dispuestos a participar en el desarrollo de nuestra investigación.</p>	
		<p>Variable 2: Exportaciones</p> <p>Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Monitoreo: variable 2 Ámbito de Aplicación: Empresas agroindustriales de la región Lambayeque que hayan exportado uvas frescas en el año 2020, y que se encuentren operando activamente en la actualidad, considerando una experiencia mínima de 2 años en el mercado internacional, así también, que estén dispuestos a participar en el desarrollo de nuestra investigación.</p>	

Nota. Elaboración propia.

ANEXO 4: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO

Edad: _____ Sexo: _____ Fecha: _____

INSTRUCCIONES: El presente cuestionario tiene por objetivo recibir percepciones acerca de los Factores claves y exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque. Lo cual nos permitirá aportar estrategias al mejoramiento de los factores claves en las exportaciones de la región Lambayeque. Le agradecemos su participación y el apoyo brindado al responder todas las preguntas del cuestionario. Marcar con una **X** según la respuesta que usted considere.

OPCIONES DE RESPUESTA:

- (5) = Siempre
- (4) = Casi Siempre
- (3) = Algunas Veces
- (2) = Casi Nunca
- (1) = Nunca

VARIABLE: FACTORES DE EXPORTACIÓN						
VALOR DE ESCALA						
N°	DIMENSIONES	Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Casi Nunca	Nunca
		5	4	3	2	1
Factores a nivel empresarial						
1	¿Considera usted que la estructura organizacional en una empresa influye en sus exportaciones?					
2	¿La dirección organizacional de la empresa funciona adecuadamente con el cumplimiento de sus objetivos y metas?					
3	¿Considera usted que la innovación es un factor clave para el desarrollo constante de las exportaciones?					
4	¿Cree que la innovación mejora el plan y diseño de las exportaciones en empresas agroindustriales?					

5	¿Existen estrategias consistentes acorde con el desarrollo de las exportaciones?					
6	¿Considera usted que el conocimiento empresarial influye como factor interno en las exportaciones de empresas agroindustriales?					
Factores a nivel nacional						
7	¿Cree que a la competencia nacional se le debe aplicar estándares de calidad para alcanzar el mercado extranjero?					
8	¿Considera usted que una adecuada gestión de producción y comercialización influye en la competencia nacional de empresas agroindustriales?					
9	¿Considera usted que la legislación nacional es importante para regular y promover el comercio internacional en empresas agroindustriales?					
Factores a nivel internacional						
10	¿Considera usted a la situación económica de un país como factor clave para las exportaciones?					
11	¿Considera usted propicio realizar un estudio de mercado para lograr óptimos resultados de exportación?					
12	¿Considera usted un factor clave la obtención de información del mercado para el proceso de exportación?					
VARIABLE: EXPORTACIÓN						
VALOR DE ESCALA						
N°	DIMENSIONES	Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Casi Nunca	Nunca
		5	4	3	2	1
Volumen de exportaciones						
13	¿Considera usted que el volumen de exportaciones en empresas agroindustriales influye estratégicamente en su desarrollo?					

14	¿Considera usted importante la aplicación estadística para medir el valor FOB de las exportaciones en empresas agroindustriales?					
15	¿Considera usted un indicador de gestión empresarial al volumen de exportaciones?					
16	¿Considera usted que el volumen de las exportaciones en términos FOB integra estadísticamente la participación de diferentes mercados?					
17	¿Considera usted que el volumen de las exportaciones en términos FOB de uvas frescas se incrementa respecto a cada año?					
18	¿Considera que el valor FOB es un factor clave de exportación en los mercados internacionales?					
País destino de las exportaciones						
19	¿Considera usted que los principales compradores de uvas frescas se rigen en torno a la calidad productiva y gestión de su proceso exportable?					
20	¿Implementa estrategias de desarrollo sostenible con los principales países importadores de uvas frescas?					
21	¿Considera usted importante los Tratados de Libre Comercio (TLC) con los principales países importadores de uvas frescas?					
22	¿Considera usted que la demanda internacional influye en el proceso de internacionalización en empresas agroindustriales?					
23	¿Considera usted que la demanda internacional es un factor clave para las exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales?					
24	¿Considera que los costos administrativos, aduaneros y logísticos de exportación se relacionan con el incremento de las exportaciones de uvas frescas en los principales países?					

Gracias por completar el cuestionario.

ANEXO 5: INFORMES DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dra. Patricia Maribel Yllescas Rodríguez
- I.2. Especialidad del Validador: Metodóloga
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC – Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO APLICADO A EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE
- I.5. Autores del instrumento: Gonzales Perez, Maria Rosa y Romero Chavez, Jean Paul.

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				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
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%

Chiclayo, 05 de octubre del 2021

.....
Dra. Patricia Maribel Yllescas Rodríguez

DNI: 07266567

Teléfono: 977 484 038



PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Roberto Macha Huamán
- I.2. Especialidad del Validador: Especialista en Comercio y Aduanas
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO APLICADO A EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE
- I.5. Autores del instrumento: Gonzales Perez, Maria Rosa y Romero Chavez, Jean Paul.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					78%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

78%

Chiclayo, 11 de octubre del 2021

.....
Dr. Roberto Macha Huamán

DNI: 07500952

Teléfono: 997534175



PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. Rogger Orlando Morán Santamaría
- I.2. Especialidad del Validador: Especialista en Negocios Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO APLICADO A EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE
- I.5. Autores del instrumento: Gonzales Perez, Maria Rosa y Romero Chavez, Jean Paul.

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					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN						83%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

83%

Chiclayo, 11 de octubre del 2021

.....
Mg. Rogger Orlando Morán Santamaría
DNI: 44546517
Teléfono: 948 880 208

ANEXO 6: PRUEBA DE CONFIABILIDAD

Ambas pruebas de confiabilidad se realizaron mediante el software estadístico SPSS versión 25.0, el cual se mide mediante los siguientes valores:

0,90 – 1,00: Muy satisfactoria.

0,80 – 0,89: Adecuada.

0,70 – 0,79: Moderada

0,60 – 0,69: Baja

< 0,50: El instrumento no se acepta, no pasa la prueba de fiabilidad

Alfa de Cronbach variable: Factores de Exportación

Resumen de procesamiento de casos		
	N	%
Válido	10	100,0
Casos Excluido ^a	0	,0
Total	10	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,923	12

Interpretación: La variable Factores de exportación consta de 12 preguntas del examen de la prueba piloto, considerando una muestra de 10, en la cual se obtuvo un valor de alfa de Cronbach 0,923, mediante el software estadístico SPSS versión 25.0, que se califica como muy satisfactoria, pasando la prueba de fiabilidad.

Alfa de Cronbach variable: Exportaciones

Resumen de procesamiento de casos		
	N	%
Válido	10	100,0
Casos Excluido ^a	0	,0
Total	10	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,942	12

Interpretación: La variable exportaciones consta de 12 preguntas del examen de la prueba piloto, considerando una muestra de 10, se obtuvo un valor de alfa de Cronbach 0,942, mediante el software estadístico SPSS versión 25.0, que se califica como muy satisfactoria, pasando la prueba de fiabilidad.

ANEXO 7: Matriz BCG, Principales productos agroexportables



Nota. Elaboración propia.

ANEXO 8: EVIDENCIA DE ENCUESTAS

ENCUESTA DE TESIS : EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE UVAS FRESCAS EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE 2021

 **JEAN PAUL ROMERO CHAVEZ** <jromerocha@ucvvirtual.edu.pe>

1 oct 2021, 10:29



para Jolsamen, athugo, arsenio.duarez, juanjose.gallino, Josmar_262, asistente.cont, dneira, arquitectocpm, ivanjuniorcix, jairo_1929, fernand ▾

Buenos Días:

Le brindamos un cordial saludo y nos presentamos como alumnos de la Universidad César Vallejo - Sede Chiclayo.

En esta oportunidad le hacemos de su conocimiento que su empresa ha sido seleccionada para participar en el desarrollo de nuestra investigación, con el objetivo de lograr obtener datos importantes que nos ayudaran a concluir nuestra tesis titulada: "Factores claves y exportaciones de uvas frescas en empresas agroindustriales de la región Lambayeque 2021". Para ello le brindamos a traves de este correo el enlace correspondiente para su participación.

De antemano agradecerle por su tiempo y apoyo.

Por favor comenzar con la encuesta haciendo en Clic en: <https://forms.gle/QLkAfHmgcgtu8kyM8>

Alumnos:

Gonzales Perez y Romero Chavez.

Hasta Pronto.



Sección 1 de 2

CUESTIONARIO APLICADO A EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE UVAS FRESCAS EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE 2021



Somos alumnos Pregrado de la Universidad César Vallejo y nos dirigimos específicamente a las "Empresas agroindustriales de uvas frescas en la región Lambayeque" con la finalidad de culminar el desarrollo de nuestro Informe de Tesis

Nombre o Ruc de la Empresa *



Texto de respuesta corta

Correo Electrónico o Número Telefónico *

Act
Ve a

Texto de respuesta corta

Edad *

Texto de respuesta corta

Sexo *

Masculino

Femenino

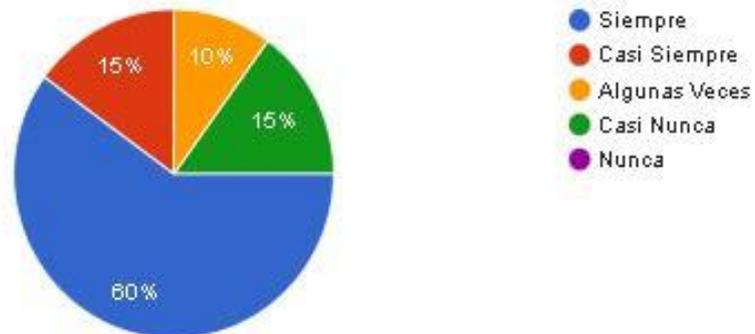
Fecha *

Mes, día, año



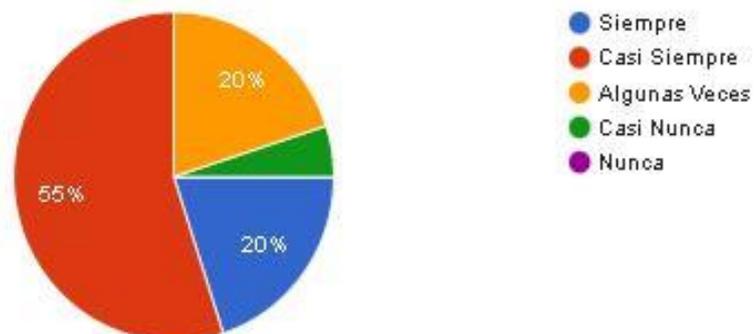
1. ¿Considera usted que la estructura organizacional en una empresa influye en sus exportaciones?

20 respuestas



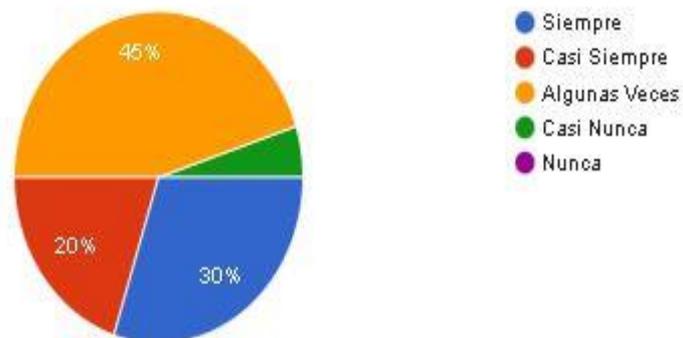
2. ¿La dirección organizacional de la empresa funciona adecuadamente con el cumplimiento de sus objetivos y metas?

20 respuestas



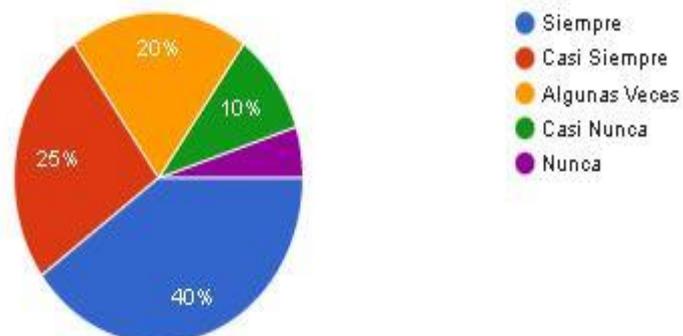
7. ¿Cree que a la competencia nacional se le debe aplicar estándares de calidad para alcanzar el mercado extranjero?

20 respuestas



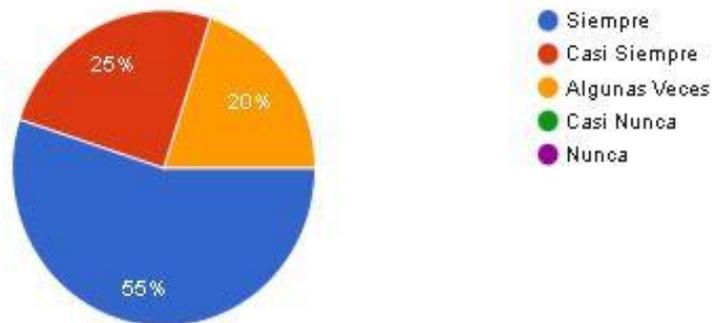
8. ¿Considera usted que una adecuada gestión de producción y comercialización influye en la competencia nacional de empresas agroindustriales?

20 respuestas



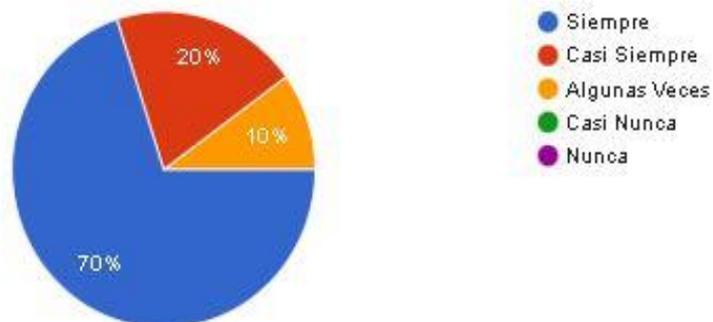
17. ¿Considera usted que el volumen de las exportaciones en términos FOB de uvas frescas se incrementa respecto a cada año?

20 respuestas



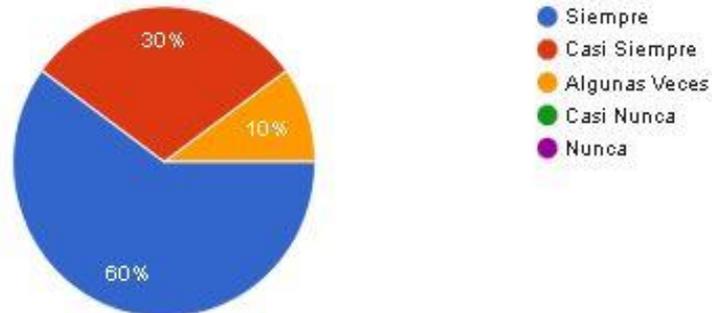
18. ¿Considera que el valor FOB es un factor clave de exportación en los mercados internacionales?

20 respuestas



21. ¿Considera usted importante los Tratados de Libre Comercio (TLC) con los principales países importadores de uvas frescas?

20 respuestas



22. ¿Considera usted que la demanda internacional influye en el proceso de internacionalización en empresas agroindustriales?

20 respuestas

