



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“ANÁLISIS DE LOS FACTORES DETERMINANTES EN EL
NIVEL DE EXPORTACIÓN DEL MANGO DEL PERÚ A
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA EN LA EMPRESA
CAMPOSOL S. A. EN EL PERIODO 2012-2014”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

José Manuel Grijalva Amancio

Asesor:

Econ. Juan Carlos Ocampo Risco

Lima – Perú

2017

APROBACIÓN DE LA TESIS

El(La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el(la) Bachiller **José Manuel Grijalva Amancio**, denominada:

“ANÁLISIS DE LOS FACTORES DETERMINANTES EN EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DEL MANGO DEL PERÚ A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA EN LA EMPRESA CAMPOSOL S.A. EN EL PERIODO 2012-2014”

Ing. Nombres y Apellidos
ASESOR

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO
PRESIDENTE

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO

Ing. Nombres y Apellidos
JURADO

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi madre, quien me ha apoyado toda la vida en todas mis decisiones.

A mi tía y mis asesores, quienes me apoyaron guiándome y asesorándome durante todo el tiempo en que realizaba esta investigación.

A mis maestros, quienes me proporcionaron todos los conocimientos sobre mi carrera.

A mis compañeros de estudio y amigos, quienes me brindaron su ayuda cuando más la necesité.

La realización de esta investigación no fue un proceso sencillo, se presentaron diversos contratiempos, los cuales pude superar con la ayuda de todos; por eso, esta dedicatoria es para todos ellos, ya que sin su ayuda y apoyo incondicional esta investigación nunca hubiera podido haber sido concretada.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Privada del Norte, por permitirme ser parte de su casa de estudios.

A mis profesores y asesores, por su constante motivación, paciencia y dedicación. Fui muy afortunado de haber sido su alumno.

Gracias a todas las personas que me apoyaron todo este tiempo y que de una u otra forma aportaron un granito de arena en mi vida.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.3. Justificación.....	4
1.4. Limitaciones	4
1.5. Objetivos	5
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases Teóricas	9
2.3. Definición de términos básicos	20
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS.....	26
3.1. Formulación de la hipótesis	26
3.2. Operacionalización de variables	27
CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS.....	28
4.1. Tipo de diseño de investigación.....	28
4.2. Material.....	28
4.2.1. Unidad de estudio	28
4.2.2. Población	29
4.2.3. Muestra	29
4.3. Métodos	29
4.3.1. Técnicas de recolección de datos y análisis de datos	29
4.3.1.1. Técnicas de recolección.....	29
4.3.1.2. Análisis de datos	29
4.3.1.3. Procedimientos.....	30
CAPÍTULO 5. RESULTADOS	32
CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN	40
CONCLUSIONES.....	42
RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS.....	45
Anexos.....	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de la variables	27
Tabla 2: Distribución de datos de la variable factores determinantes en el nivel de exportación del mango ...	33
Tabla 3: Distribución de datos de la dimensión factores internos en el nivel de exportación del mango	34
Tabla 4: Distribución de datos de la sub dimensión capacidad organizativa	35
Tabla 5: Distribución de datos de la sub dimensión estrategia de exportación.....	36
Tabla 6: Distribución de datos de la dimensión factores externos en el nivel de exportación del mango	37
Tabla 7: Distribución de datos de la sub dimensión internacionalización	38
Tabla 8: Distribución de datos de la sub dimensión naturaleza	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Exportación del mango por país destino.....	2
Figura 2: Perspectivas de la industria de exportación de mango peruano.....	2
Figura 3: Perspectivas de la industria de exportación de mango peruano.....	3
Figura 4: Niveles de la variable factores determinantes en el nivel de exportación del mango.	33
Figura 5: Niveles de la dimensión factores internos en el nivel de exportación del mango.	34
Figura 6: Niveles de la sub dimensión capacidad organizativa.	35
Figura 7: Niveles de la sub dimensión estrategia de exportación.....	36
Figura 8: Niveles de la dimensión factores externos en el nivel de exportación del mango.	37
Figura 9: Niveles de la sub dimensión internacionalización de la exportación del mango.....	38
Figura 10: Niveles de la sub dimensión naturaleza de la exportación del mango.....	39

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, analizar cuantitativamente los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014.

La metodología utilizada fue de tipo descriptivo, con un diseño no experimental y de corte transversal. La muestra de estudio estuvo conformada por 30 trabajadores de la empresa Camposol S.A., siendo un muestreo no probabilístico y censal. Como técnica de estudio, se utilizó una encuesta con una escala de Likert, la cual fue confiable al 0.895 según el Alfa de Cronbach.

A través de los resultados obtenidos se pudo establecer que el 20.00% de los trabajadores mencionaron que los factores internos de exportación de mango se encuentran en un nivel alto, un 43.33% manifiestan en un nivel medio y un 36.67% un nivel bajo. Asimismo, el 40.00% de los trabajadores mencionaron que los factores externos de exportación de mango se encuentran en un nivel alto, un 33.33% manifiestan en un nivel medio y un 26.67% un nivel bajo. Por lo tanto, los factores externos generaban grandes dificultades en la exportación.

Palabras claves: Exportación, factores intervinientes, factor externo, factor interno.

ABSTRACT

The present research had as general objective, to quantitatively analyze the determinant factors in the level of export of mango from Peru to the United States of America in the company Camposol S.A. in the period 2012-2014.

The methodology used was descriptive type, with a non-experimental and cross-sectional cut design. The study sample was conformed of 30 workers from the company Camposol S.A., being a non-probabilistic and census sampling. As study technique, a survey with a Likert scale was used, which was reliable at 0.895 according to Cronbach's Alpha.

Through the results obtained, it was observed that 30% of the workers mentioned that the determinants factors of mango export are at a high level, 43.33% in a medium level and 26.67% in a low level.

Through the results obtained, it was possible to establish that 20.00% of the workers mentioned that the internal factors of mango export are at a high level, 43.33% in a medium level and 36.67% a low level. Likewise, 40.00% of the workers mentioned that the external factors of mango export are at a high level, 33.33% in a medium level and 26.67% a low level. Therefore, the external factors generated great difficulties in the export.

Key words: Export, intervening factors, external factor, internal factor.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Esta investigación seguirá las líneas de investigación “Cultura Exportadora, Comercio Internacional y Responsabilidad Social” de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del norte

El comercio internacional es el movimiento que tienen los servicios y bienes a través de los mercados de distintos países. Este se realiza utilizando diversas divisas, así como también está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los gobiernos de sus países de origen y los participantes en el intercambio. Al ejecutarse el comercio internacional, habrá un beneficio mutuo entre los países involucrados al ingresar a mercados extranjeros y posicionar mejor sus productos. Ceballos (2016)

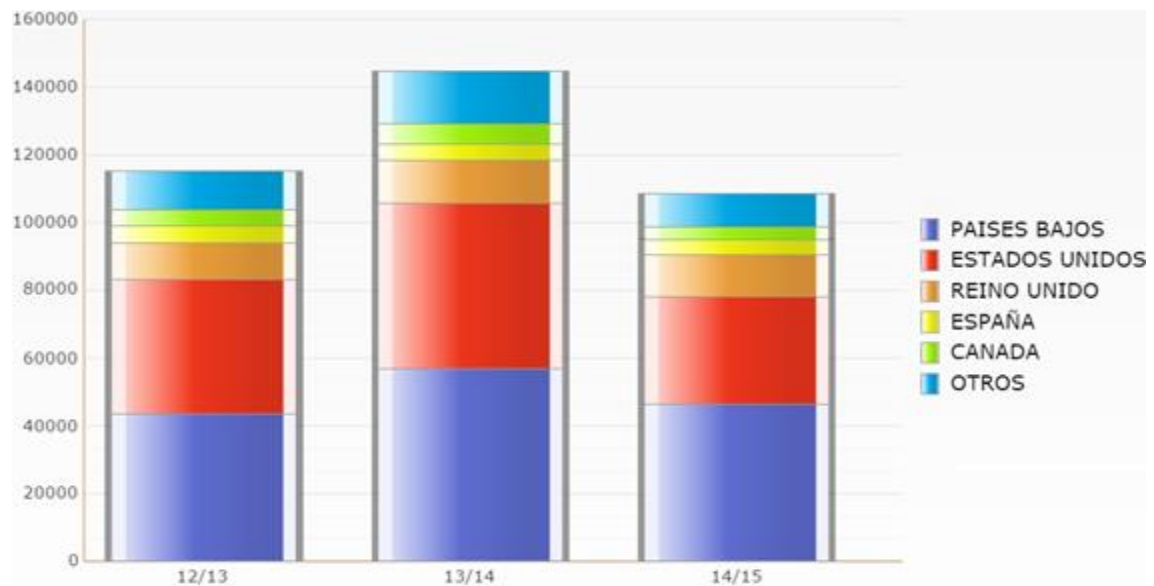
El crecimiento de las exportaciones a beneficiado considerablemente a la economía peruana, hoy en día representan aproximadamente el 21% del PBI. Banco Mundial, (2016)

En el Perú, dentro de las exportaciones, el mango ocupa el tercer puesto del sector de frutas y hortalizas frescas, siendo Estados Unidos de América el segundo mercado de destino de las exportaciones de mango y; por lo tanto, es una de las alternativas que más impulso a generado al crecimiento de la economía. Instituto Nacional de Estadística e Informática (2013) y Deustua (2015).

Según Ferreira, C., Gondim, M., Lopes, L., Umbelino, H., Queiroz, V. y Lopes, J. (2012), el cultivo del mango se somete a condiciones de humedad de los cultivos tropicales.

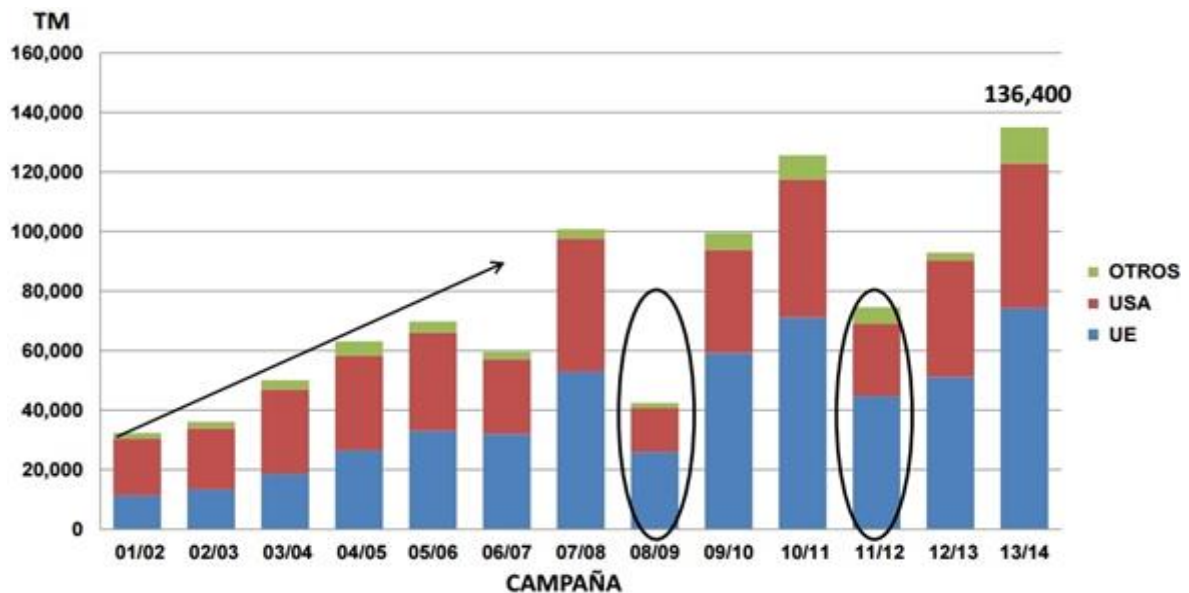
Hasta el 2014 se registraron dos fuertes caídas en el volumen de exportación del mango, las cuales fueron en los años 2008 y 2011, esta última se recuperó rápidamente viéndose reflejado en el aumento considerable de las exportaciones a partir del año siguiente. Agencia Agraria de Noticias (2016).

Figura 1
Exportación del mango por país destino.



Fuente: Tomado de agencia Agraria de Noticias: Exportaciones por país destino (2016).

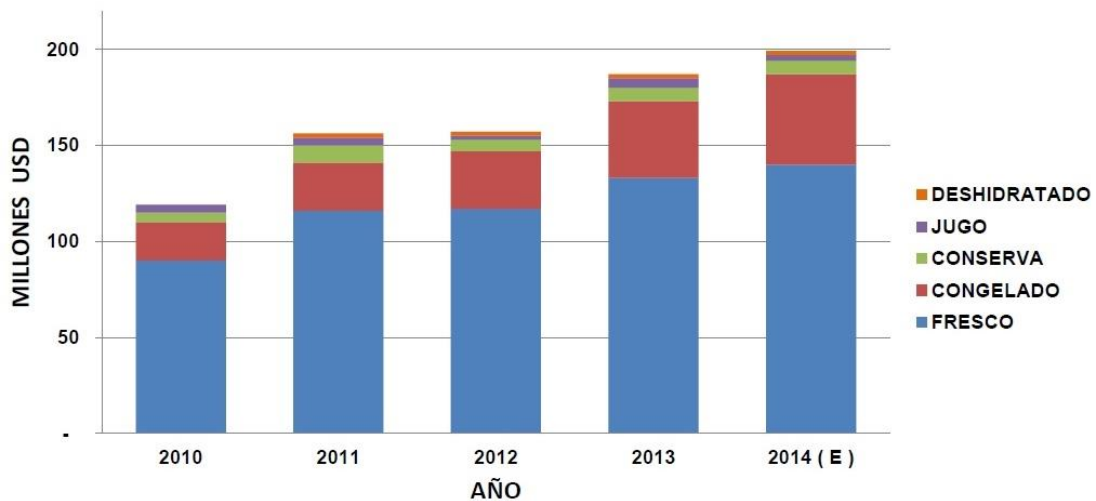
Figura 2
Perspectivas de la industria de exportación de mango peruano.



Fuente: Tomado de Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria: Volumen exportado mango fresco (2016).

Figura 3

Perspectivas de la industria de exportación de mango peruano.



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria: Exportaciones totales de mango (2016).

Según Valle, M. y Peña, I. (2007) en su esquema de clasificación se considera dos niveles en la materia de la exportación los cuales son externo e interno. Acorde con estos niveles se precisan dos amplias categorías las cuales vendrían a ser las influencias externas (entorno) y las influencias internas (estrategia de la empresa, características de la empresa y competencias de la empresa).

Valle, M., Peña, I. y Hernández, F. (2007) toman las categorías de factores identificadas en revisiones teóricas pasadas para proponer un marco de clasificación de los mismos. Este marco contiene las características del mercado doméstico, las características del mercado exterior, las características de la empresa, las competencias de la empresa, las estrategias para la exportación, el sector, las características de los gerentes y sus percepciones y actitudes.

Según la Agencia Agraria de Noticias (2016), la empresa Camposol S.A. es el segundo exportador de mango más grande del Perú, se encuentra ubicada en la avenida el Derby Nro. 250 en el distrito de Santiago de Surco del departamento de Lima, la cual se dedica a la elaboración de frutas, legumbres y hortalizas.

Por lo anteriormente mencionado, surge la inquietud de conocer, en su mayor parte la incidencia de los factores internos y externos en nivel de exportación de mango.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 General

¿Cuáles fueron los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014?

1.2.2 Específicos

¿Cuál fue el impacto de los factores internos en la exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014?

¿Cuál fue el impacto de los factores externos en la exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014?

1.3. Justificación

1.3.1 Justificación teórica

La presente investigación servirá como aporte fundamental para otros estudios relacionados a la variable, tomando en cuenta la fundamentación teórica y humanística del presente estudio.

1.3.2 Justificación practica

El mango viene a ser un pilar para la economía del Perú, ya que este es el tercer más exportado dentro de las frutas y hortalizas frescas, por lo que si su exportación de este se ve reducida tendrá grandes repercusiones en la economía del país. Por consiguiente, la importancia de realizar el presente estudio radica en que se logrará analizar el impacto de los factores internos y externos, con lo que se espera determinar los motivos por el cual la exportación del mango disminuyó considerablemente y luego se recuperó. Por lo tanto, es necesario recolectar información, analizarla y sacar las conclusiones correspondientes, las cuales serán entregadas a la empresa Camposol S.A. con la finalidad de contribuir aportando conocimientos; y que del presente estudio se procedan recomendaciones y propuestas que sirvan de mejora.

1.3.3. Justificación metodológica

A través del presente estudio se justifica metodológicamente, puesto que hace uso de un instrumento de recolección de datos titulado "Cuestionario para identificar los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de américa en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014", elaborado para recoger los datos que permitan medir las variables del estudio. El método empleado servirá para llegar a las posibles propuestas de solución a los problemas planteados, resultados que permitirán sugerir estrategias de mejora a los directivos de la empresa Camposol S.A.

1.4. Limitaciones

Para el desarrollo de la investigación se presentaron limitaciones económicas, de tiempo y dificultades para obtener los datos que permitieron la elaboración de la investigación; sin embargo, se considera de trascendental importancia la realización del mismo, puesto que permitirá identificar los factores que influyeron en la exportación del mango.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Analizar los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014.

1.5.2. Objetivos Específicos

1. Determinar el impacto de los factores internos que afectaron la exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014.
2. Determinar el impacto de los factores externos que afectaron la exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1 Nacionales

Castillo (2014), su estudio realizado acerca de “El impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante el periodo 2000-2010” llevado a cabo en Perú. Tuvo como objetivo analizar y mostrar el impacto del aumento de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú de los años 2000 al 2010 a través de un modelo de economía de promoción y apertura comercial con crecimiento hacia afuera (pro-exportador), con el fin de contribuir con conocimientos sobre los beneficios de la política exportadora en el crecimiento económico del Perú.

Sánchez, Ferreira y Firmino (2013), su estudio realizado acerca de “Determinantes de la oferta de Exportación de mango: estudio de caso para Perú” llevado a cabo en Perú. Tuvo como objetivo analizar los factores determinantes en la exportación del mango del Perú hacia los principales mercados de destino en los años 2000 al 2011. En este estudio se usaron variables tales como los precios domésticos, la renta, el tipo de cambio y los precios al por mayor en los mercados de destino; dando como resultado que la renta de los importadores y los precios internacionales, son determinantes para explicar la exportación de esta fruta. En conclusión, esta investigación facilita el entendimiento general de la dinámica de la exportación del mango del Perú.

Herrera (2012), su estudio realizado acerca de “Determinantes de las exportaciones no tradicionales en el Perú entre 2000 y 2010” llevado a cabo en Perú. Tuvo como objetivo encontrar las determinantes de las exportaciones no tradicionales a partir de la relación de largo plazo con las variables demanda externa y los términos de intercambio. Esta investigación dio como resultado la existencia de una buena relación que tienen los términos de intercambio y el producto bruto interno de los Estados Unidos con las exportaciones no tradicionales. Finalmente, existe una mala relación entre el tipo de cambio real y las exportaciones no tradicionales, de tal manera que, si las exportaciones no tradicionales cayeran en un 2%, el índice de tipo de cambio real aumentaría en un 1.41%; de esta manera se demuestra que la economía es dinámica.

Benavente, Calderón, Rivadeneira y Rodríguez (2012), su estudio realizado acerca de “Planeamiento estratégico del mango en la región Lambayeque” llevado a cabo en Perú. Tuvo como objetivo desarrollar un plan estratégico para el mango en la región Lambayeque, ya que en dicho sector se ha registrado crecimiento de las exportaciones en los últimos años, como resultado del aumento de la demanda a nivel mundial de las nuevas preferencias de consumo, las mismas que generan grandes oportunidades de negocio para el Perú y que por lo tanto se deben aprovechar. En esta investigación, se dan conocer todas las ventajas de que el Perú sea un gran productor de mango, ya que este ha sido reconocido como uno de los frutos tropicales más valorados a nivel mundial, lo cual se refleja en el crecimiento de su demanda. También, se destaca las ventajas comparativas y competitivas para el desarrollo del sector del mango, tales como la ventana

comercial, el gran nivel de productividad y la gran diversidad de climas, dichos factores permiten que el mango peruano sea un producto de calidad. La presente tesis es una útil herramienta de gestión donde se han podido identificar los factores críticos para el desarrollo del mango, los cuales se encuentran relacionados al control fitosanitario, mejoras tecnológicas, al incremento de las exportaciones, un óptimo desarrollo para la etapa de cosecha, cultivo y comercialización del mango, una mejora en la asociatividad de los productores e integración de toda la cadena, incluyendo la participación del gobierno regional y entidades gubernamentales relacionadas. Asimismo, se identificó que la mala integración entre los integrantes de la cadena productiva y la poca organización entre los productores de mango resta competitividad al sector. De igual forma, los productores de mango no poseen un adecuado nivel educativo por lo que desconocen los medios y requisitos para aumentar las exportaciones y al mismo tiempo atender nuevos mercados a través de tratados comerciales; así como también desconocen las normas de calidad y estándares fitosanitarios que exige el mercado externo, las buenas prácticas agrícolas, las técnicas agrícolas de poda, fertilización y sistemas de riego los cuales ayudan a mejorar la calidad del mango a exportar. Por lo que este estudio, recomienda que se deben implementar ciertos objetivos a largo plazo y estrategias para alcanzar el futuro deseado.

2.1.2 Internacionales

Mazzini y Ortiz (2015), su estudio realizado acerca de “Plan de exportación de mangos Tommy Atkins de una empresa privada al mercado de Miami – Estados Unidos” llevado a cabo en Ecuador. Tuvo como objetivo exponer todo el proceso por el cual se someterá el mango Tommy Atkins para poder ser comercializado en Estados Unidos. Para la realización se tuvo que efectuar un estudio de todas las condiciones requeridas por Miami, para que así el fruto pueda ingresar y empezar a ser comercializado. Según el estudio, se vieron temas como la situación del mercado, la economía local, el mercado extranjero, la globalización y la intervención del mango en las negociaciones internacionales. Asimismo, se realizó un estudio absoluto al ciclo de producción del mango, revisando detalladamente cada una de las fases, desde la cosecha hasta previo a ser distribuido a los consumidores finales. De igual manera, se analizó el fruto que iba a ser exportado, dentro de este análisis se vieron sus características, composición nutritiva, condiciones de siembra, ciclos de cosecha y los cuidados necesarios para evitar enfermedades; todo esto para asegurar su calidad. Por otra parte, se evaluaron los indicadores financieros los cuales comprenden el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el punto de equilibrio, el tiempo de retorno de inversión y la relación beneficio – costo; los resultados obtenidos respaldan la viabilidad de este plan exportador. Finalmente, se especifican todos los costos y requerimientos que se necesitan para que esta propuesta este en marcha.

Murillo (2014), su estudio realizado acerca de “Análisis para la ampliación de las exportaciones de productos no tradicionales agrícolas como piña y mango, hacia los países miembros del bloque ALADI y su incidencia en la balanza comercial 2007 - 2012” llevado a cabo en Ecuador. Tuvo como objetivo analizar el incremento de las exportaciones de productos no tradicionales agrícolas como

el mango y la piña, hacia los países miembros del bloque la ALADI, ya que se evidenció que estos son pocos conocidos en los países de Latinoamérica. Para esta tesis se entrevistaron a personas encargadas del área de exportación y producción de empresas como Expocanarte S.A., Asopiña, SSMO COMX S.C.C, Exofrut, entre otras, en dichas entrevistas se llegó a saber que frutas como el mango y piña, sí se exportan en grandes cantidades a algunos países de la ALADI. Cabe destacar que el comercio exterior es una actividad importante, ya que genera ingresos al Ecuador, lo que garantiza una estabilidad económica, es por esto que al analizar de manera detallada la balanza comercial del mismo, dio como resultado que el país sigue siendo dependiente del petróleo como de las exportaciones tradicionales, aunque ya se dan un poco más las exportaciones no tradicionales. Finalmente, se conoció que las petroleras y exportaciones se proveen hacia todos los países de la ALADI, pero las exportaciones de productos no tradicionales no son conocidas por todos, debido a esto este estudio ha sido realizado con el fin de proveer estrategias para poder incrementar las exportaciones al resto de países de la ALADI, en otras palabras, que los productos no tradicionales lleguen a todos los países latinoamericanos.

Robinson y Sánchez (2014), su estudio realizado acerca de “Plan de exportación e inversión del mango (Tommy Atkins) en almíbar enlatado al mercado de Vancouver-Canadá” llevado a cabo en Ecuador. Tuvo como objetivo exponer que el Ecuador es apto para estar al margen en proceso de globalización en el contexto del comercio exterior, debido a que es un país que busca nuevas propuestas para la sostenibilidad agrícola. En cuanto a la metodología empleada para la confirmación de la hipótesis, está se sustenta en la inteligencia de los mercados nacional e internacional, en donde se demostró la insatisfacción de la demanda en el consumo del mango, así como también la capacidad de exportación del país. Asimismo, se evidencia un TIR del 51.81% un PRI de 16 meses, por lo que se demuestra que el proyecto es atractivo y viable. En definitiva, un negocio de exportación de mango a Canadá es definitivamente una muy buena alternativa ya que mejorará el crecimiento de la economía de Ecuador.

Olivero, Bustos, Campos, Caro, Valderrama, Reyes y Lozano (2012), su estudio realizado acerca de “Estudio de viabilidad para exportación de pulpa de mango a los Estados Unidos de América para la empresa Nutrimango S.A.” llevado a cabo en Colombia. Tuvo como objetivo dar a conocer el mercado más adecuado para la exportación de pulpa de mango, de esta forma Estados Unidos fue el elegido. Las exportaciones hacia este país, así como el consumo del mango han crecido, por lo tanto, esto viene a ser una buena oportunidad de negocio para la exportación del mango de Colombia teniendo en cuenta el potencial productivo y las intenciones organizadas de instituciones del gobierno y los gremios para desarrollar clúster que permitan afianzar la producción con calidades y cantidades sostenibles. En este trabajo se consiguió información de estudios realizados sobre la tendencia en el consumo de estos productos en el mercado americano, la producción actual en Colombia y como se logra internacionalizar un producto sin temores ni falencias que han ocurrido a diversos empresarios que no pasaron solo de hacer una simple exportación sin llegar a cumplir el objetivo de obtener el posicionamiento esperado. Para finalizar, se dio con la conclusión de que se

necesita mantener una mentalidad productiva exportadora lo cual incrementará las posibilidades de Colombia frente al mercado estadounidense para el posicionamiento de productos procesados. De esta manera, es muy importante que los productores tengan proyecciones de la producción manufacturera y de la producción agrícola. Para finalizar, es preciso el saber acerca de las multas que pueden originar, el no cumplir con las normas como productos frutícolas, las cuales pueden ser desde sanciones económicas hasta restricciones de ingreso al mercado de los Estados Unidos.

Holguín (2012), su estudio realizado acerca de “Exportaciones de productos no tradicionales (abacá, madera, frutas y tabaco en rama) período 2000-2010” llevado a cabo en Ecuador. Tuvo como objetivo analizar el progreso y conducta de las exportaciones de productos no tradicionales en la economía de Ecuador y a su vez su participación a nivel mundial, relacionándolos con la adopción de las preferencias arancelarias ATPDEA. De igual forma, se llegó a examinar las perspectivas de la abacá, madera, frutas y tabaco en rama donde se exhiben las fortalezas que tienen en el mercado global y en la producción nacional. Debido al estudio de las debilidades y fortalezas de la economía de Ecuador se piensa que el mejorar el enfoque exportador será un solución a los problemas que enfrenta, esta mejora comprende un cambio en la forma de pensar hacia la innovación de la producción, de brindar un valor agregado al producto y que las empresas públicas y privadas optimicen el nivel de calidad de las exportaciones, donde se le dé prioridad a la abacá, madera, frutas y tabaco en rama; todo esto para mejorar la competitividad en el entorno y al mismo tiempo extender las fuentes que producen divisas, las cuales fomentan el desarrollo económico del Ecuador y de sus habitantes. En conclusión, gracias al soporte brindado a la industria de producción de productos no tradicionales se logrará expandir los mercados, acrecentar los beneficios netos al país y al mismo tiempo arreglar muchos de los indicadores que exponen cifras o resultados alarmantes, ayudando a la población del Ecuador.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Comercio internacional

Leiceaga, Carrillo y Hernández (2008) definen al comercio internacional como “al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos países (uno exportador y otro importador).

De igual manera, se puede definir al comercio internacional como el intercambio realizado entre países que forman parte de una comunidad internacional, ya sea por medio de organismos oficiales o de los particulares mismos. Amaya (s.f.).

2.2.2. Comercio exterior

Según Blas (2013) “el comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional”.

2.2.3. Exportación

De acuerdo a la investigación de Alva (2011) “la exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales; es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país pretendido para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas”.

Asimismo, la exportación es referirse al régimen de aduanas el cual es la exportación definitiva, el cual, aprueba la salida del territorio aduanero mercancías nacionales o que han sido nacionalizadas. Superintendencia nacional de aduanas y de admisión tributaria (2016).

2.2.4. El mango peruano

La Agencia Peruana de Noticias ANDINA (2008) concluye que *“Actualmente en el país se cultivan dos tipos de mangos, las plantas francas (no injertadas y poliembríonicas) como el Criollo de Chulucanas, el Chato de Ica y el Rosado de Ica, que son orientados principalmente a la producción de pulpa y jugos concentrados que se exportan a Europa. El otro tipo corresponde a las plantas mejoradas (injertadas y monoembríonicas) como el Haden, Kent, Tomy Atkins y Edgard, los cuales se exportan en estado fresco.”*

2.2.5. Variedad y características

En el Perú se exportan 3 tipos de mango, los cuales son los siguientes:

Kent

Este mango es de un tamaño grande, su peso aproximado es entre 500 gramos a 800 gramos, su color es anaranjado-amarillo el cual posee una chapa rojiza en su madurez, su forma es ovalada orbicular, posee un sabor agradable, es jugoso de poca fibrosidad y tiene un alto contenido de azúcar. Su variedad es semi-tardía. Agrobanco (2007).

Haden

Posee un tamaño mediano-grande, el cual llega a pesar de 380 gramos a 700 gramos, su color es rojo-amarillo con una capa rojiza en su madurez, su forma es ovalada, con una pulpa firme y de sabor agradable. Su variedad es de media estación. Agrobanco (2007).

Tommy Atkins

Esta fruta es de tamaño grande, el cual pesa aproximadamente 600 gramos, su forma es oblonga, oval, es resistente a daños mecánicos y posee un mayor periodo de conservación. Por otro lado, no posee un buen sabor comparado a las demás variedades de mango, al igual que su aroma. Su variedad es tardía. Agrobanco (2007).

2.2.6. Cultivo del mango

Los cultivares de mango se agrupan en cultivares indochinos y filipinos, cultivares indios y cultivares de Florida. En el Perú se produce el cultivar de Florida. Infoagro Systems SL (2016).

Cultivares de Florida

Es el cultivar que posee la mayor presencia en las plantaciones de mango de todo el mundo, aunque en ciertas áreas de cultivo prevalecen los cultivares locales. Estos cultivares poseen excelentes características, pero casi todos son sensibles a la descomposición interna. La variedad de mango Haden se desarrolló en Florida como planta de semilla del cultivar indio Mulgoba en 1910. Esta variedad de mango se hizo famoso en el comercio internacional debido a su alta resistencia, color rojo atractivo, su piel resistente al transporte a larga distancia y su alto contenido en ácidos. Infoagro Systems SL (2016).

A partir de 1940 se han desarrollado en Florida un grupo de cultivares con características parecidas, las cuales poseen un orden de maduración en diferentes zonas de cultivo. Asimismo, se continúa investigando para desarrollar nuevas variedades de mango y cultivares mejor adaptados a las condiciones de cada área productiva donde se han desarrollado. Infoagro Systems SL (2016).

2.2.7. Producción del mango

La producción de mango se reúne en los valles costeros de la zona norte, con lo cual Piura es zona productora más grande del Perú, ya que produce alrededor del 68% del total nacional. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (2016).

La superficie dedicada a variedades de exportación alcanza las 14,2 mil hectáreas, de las cuales 7,5 mil hectáreas se encuentran en producción y 6,7 mil hectáreas en crecimiento, Piura concentra el 83% distribuido en San Lorenzo (53%), Chira (20%) y el Alto Piura (8%); Lambayeque el 14% con Motupe (11%) y Olmos (3%); y Ancash con Casma (5%). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (2016).

Los principales departamentos productores de mango en Perú del 2011 al 2014 fueron Piura, Lima, Ancash y Lambayeque. Agencia agraria de noticias (2016).

2.2.8. Cadena de valor agregado del mango

Según Cedrón (2008), en el mercado nacional e internacional el mango en la mayoría de los casos es consumido de forma fresca. Asimismo, el mango es utilizado para elaborar derivados agroindustriales como jugos y néctares de mango y para mercados como el europeo es utilizado para hacer mezclas de frutas tropicales; también se puede elaborar hojuelas de mango, conservas de mango, puré, mermeladas, helado, etc.

2.2.9. Factores determinantes en el nivel de exportación del mango

2.2.9.1 Factores internos

Los factores internos son aquellos que dependen directamente de la empresa y sobre las cuales la empresa puede desenvolverse. Gestión Empresarial (2011).

Asimismo, los factores internos son aspectos que constituyen parte de la gestión una empresa u organización. Angel (2015)

- **Capacidad organizativa**

La capacidad organizativa traduce a toda la empresa u organización los objetivos y las estrategias, sincronizando las competencias y talentos humanos con las necesidades de la organización. Ramos (2016).

- **Recursos Humanos**

Dentro de la administración de empresas, recursos humanos (RR. HH.) es denominado a la labor aportado por los empleados de una empresa, por otro lado, se le llama así al departamento encargado de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la empresa. El propósito primordial es ordenar el área de recursos humanos con el plan de la empresa, lo que permitirá instaurar el plan organizacional a través de las personas, quienes son apreciadas como los únicos recursos vivos dotados de inteligencia, creatividad, innovación y capacitados de llevar al éxito a la empresa y afrontar los retos que hoy en día se presentan en el ámbito empresarial. Viviana Peña (2016).

- **Recursos financieros**

Según Anzil (2009), los recursos financieros son los activos financieros y el efectivo de una empresa, compuesto por:

- Tenencias de divisas
- Préstamos a terceros
- Dinero en efectivo
- Tenencias de bonos y acciones
- Depósitos en entidades financieras

Según Anzil (2009), las fuentes de recursos financieros de las organizaciones son diversas, entre las cuales se pueden mencionar:

- Actividad de la empresa.
- Subsidios del gobierno.
- Inversores.

- Préstamos de entidades financieras.

La administración de los recursos financieros de la empresa está a cargo de un área específica, la cual se ocupa de la rentabilidad y de la liquidez de la empresa. Es muy importante que esta área realice un planeamiento financiero, el cual se convertirá en un plan estratégico que tiene la función de cómo conseguir fondos y como invertirlos. Todo esto es para evitar situaciones de carencia de recursos financieros, lo cual pondría en peligro a la empresa. Hilda (2010).

➤ **Infraestructura**

Es el conjunto de servicios o elementos necesarios para el funcionamiento de una empresa o para la realización de una actividad. Este conjunto de elementos o servicios son indispensables para que los equipos de trabajo realicen sus labores. Castro (2011).

Tipos de infraestructura

Según Castro (2011), los tipos de infraestructura son los siguientes:

- Vehículos.
- Equipo.
- Herramienta mayor.
- Herramienta menor.
- Software.
- Hardware.
- Salas de desarrollo de capital intelectual.
- Computadoras.
- Reuniones.
- Evaluaciones.
- Formatos de registro.

Debido a que los requerimientos de los clientes aumentan diariamente, la infraestructura del equipo debe adaptarse a las nuevas exigencias del mercado y laborales, mejorando sus procedimientos y actividades. Castro (2011).

➤ Auto-supervisión

Mecanismos de Control

Control

Según Kuri, J. (2013), el control es evaluar las decisiones y es una función que se ejecuta por medios de parámetros que han sido determinados por una planificación adecuada.

Tipos de Control

Según Kuri, J. (2013), los mecanismos de control se clasifican en:

- Control direccional.
- Control aprobado reprobado.
- Control postoperacional.

El Proceso de Control

El proceso de control son acciones que siguen una secuencia determinada que son realizadas con la intención de que las acciones se ejecuten en conformidad con el plan. Posteriormente, una vez que se haya establecido la alternativa elegida, se procede a tomar en cuenta todas las acciones para poder controlarla y realizarla lo mejor posible. Kuri, J. (2013).

Indicadores de Gestión

Son normas usadas para comprobar el éxito de un plan o una empresa, estos suelen ser establecidos por los líderes del proyecto. Posteriormente, empiezan a ser usados a lo largo del ciclo de vida, para evaluar resultados y el desempeño. Los indicadores de gestión normalmente están relacionados con la reducción de costos en manufactura o ventas anuales, en otras palabras, con resultados cuantificables. Blade Media LLC (s.f.).

Criterios para establecer indicadores de gestión

Los indicadores de gestión para que sean efectivos y útiles deben poseer ciertas características, entre las principales están: fácil de comprender y usar, relevante, verificable y costo-efectivo, claramente definido y comparable. Blade Media LLC (s.f.).

➤ Adaptabilidad

La adaptabilidad es la rapidez con la que una empresa reacciona antes a la disposición al cambio de los clientes. El nivel de adaptabilidad se refiere a la destreza para absorber los cambios a los que se enfrenta. En caso de no se logre aumentar el nivel de adaptabilidad de una empresa de manera efectiva hacia los cambios importantes o identificar cuáles son los realmente necesitan atención, se corre el peligro de que la empresa experimente una situación de caos. El ambiente que rodea a las empresas es dinámico y está en perpetuo movimiento, este requiere una eminente capacidad de

adaptación. Deben hacer frente al cambio constante el cual es un entorno turbulento; ya que una empresa para competir y sobrevivir debe adaptarse al cambio eficazmente y rápidamente. La adaptabilidad es aquello que posee una organización para adecuarse a los cambios que nacen en el entorno. Por lo tanto, la adaptabilidad vendría a ser la capacidad de llevar a cabo el proceso de adaptación y lograrlo en el mínimo tiempo posible exigidas por las situaciones. Frías y Véliz (2012).

➤ **Coordinación**

La coordinación es el procedimiento de unificar las actividades de departamentos independientes con el propósito de alcanzar las metas de la empresa. Valda (2012).

Para que la coordinación sea posible es indispensable que se realice un análisis donde se incluyan a todos los departamentos de la organización. De este modo, se tomará en cuenta sus características y particularidades, y también se analizará la susceptibilidad a ser coordinadas. Outsourcing & Consulting (2012).

● **Estrategia de exportación**

Una estrategia de exportación es la creación de un proyecto destinado a fomentar el desarrollo y la competitividad del sector de exportación de un país. Centro de Comercio Internacional (2016).

➤ **Expansión Internacional**

La expansión internacional es un proceso a largo plazo con un plan detallado. Asimismo, la expansión internacional es estar completamente estable en la economía de países extranjeros. El plan debe estar bien definido en el mercado local y tener en conocimiento que los mercados internacionales contribuyen con otras variables a la posibilidad de éxito del servicio o producto. Escuela de Estrategia Empresarial (2014).

➤ **Acciones o métodos competitivos**

La competitividad es la capacidad de una organización o empresa, para crear y conservar unas ventajas comparativas que le permitan mantener una posición definida en el ambiente socio económico en que opera. Asimismo, la acción competitiva es una operación elaborada para superar las ventajas de otras empresas o para que la empresa supere a otra; también, puede ser considerada como un ataque específico al punto débil de otra empresa en un mercado específico, usada para optimizar su propia posición y exponer como exhibir de la forma más factible los productos o servicios como plan de ataque. Pérez (2008).

➤ **Política de productos**

Diversificación

La diversificación es un plan de evolución para una empresa, pero esta estrategia es muy arriesgada, ya que se basa en lanzar un nuevo producto (o productos) a un nuevo mercado (desconocido). Debido a que este plan es el más arriesgado de todos, la ganancia tiene mayores

beneficios. Si este plan llega a tener éxito, la empresa tendrá un crecimiento en la cartera de clientes, habrá obtenido un producto nuevo y una ampliación en su gama. Por lo tanto, la diversificación es muy útil ya que, si un producto tiene una baja demanda, esto se podrá compensar con la subida del nuevo producto, por lo que a largo plazo es muy rentable asegura la permanencia de la empresa en el mercado. Montero (s.f.).

Valor agregado

El Valor agregado es un extra (servicio o característica) dado a un servicio o producto, con lo cual aumentará su valor, esto hará que la empresa se diferencie de la competencia, llame la atención de los clientes, los cautive y por lo tanto aumente las ventas. Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (2015).

Beneficios del valor agregado

Según El Eco de Tandil (2008), los beneficios de que un producto o servicio posea un valor agregado son:

- Al superar las expectativas del cliente se logra fidelizar a este.
- Crea una diferencia entre los productos o servicios de los competidores.
- Logra cautivar a los actuales clientes y atrae a nuevos clientes.
- Aumenta el valor de nuestra marca, así como su posicionamiento.

2.2.9.2 Factores externos

Son factores externos aquellos que constituyen parte del microambiente y del macroambiente en el que se desarrollan las actividades de las organizaciones o empresas. Ángel (2015).

Una organización o empresa funciona en un ambiente que puede ser hasta cierto punto previsible, pero los factores externos de una organización o empresa pueden variar velozmente e influir en las operaciones diarias de una forma negativa, lo cual podría causar la desaparición de la empresa u organización. Escobar (2014).

- **Nivel de internacionalización**

El nivel de internacionalización de una empresa hace referencia a los flujos comerciales, es decir, a las importaciones y exportaciones de bienes y servicios; y a los flujos de inversión directa desde un país a otro. Rave (2010).

- **Barreras arancelarias**

Son los impuestos (aranceles) que los importadores deben pagar y los exportadores por la entrada de mercancías. Para ello es utilizado la tarifa aduanera, la cual es un instrumento que proporciona certidumbre y transparencia al importador y exportador. El objetivo primordial de estas barreras es frenar la importación de mercancías que puedan desequilibrar la balanza del país y dañar a la

producción nacional. A pesar de la existencia del libre comercio y de la globalización, las barreras arancelarias son comunes en varios países. Por lo tanto, frenan el desarrollo del libre comercio y benefician a las multinacionales que controlan una gran porción del comercio mundial. Gerencie (2013).

Arancel

Es un impuesto que es aplicado a los bienes importados en un país. Gerencie (2013).

Tipos de arancel

- Arancel de valor agregado, también llamado ad valorem se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF),
- Arancel de renta, tarifas para la recaudación de fondos para el gobierno.
- Arancel proteccionista, para proteger la industria nacional de la competencia extranjera, aumenta los precios sobre un producto importado. Gerencie (2013).

➤ **Barreras no arancelarias o técnicas**

Toda medida no arancelaria, con propósito proteccionista, que busca evitar o restringir el ingreso de un producto o servicio a un determinado mercado, es llamada barrera arancelaria. Universidad Icesi (2006).

El exportador debe cumplir con todos los requisitos impuestos por el mercado de interés para que su producto pueda ingresar a este, debido a esto, el exportador se ve afectado en el tema de costos y en el tiempo necesario para que empiece la comercialización del producto o servicio en el mercado de interés. Asimismo, al verse afectado el precio del producto o servicio, esto perturbaría su competitividad. Dentro de estos requisitos se pueden encontrar los subsidios, las normas de origen, las restricciones cuantitativas, las prohibiciones de ciertos productos, cuotas, entre otras. Reyes (2010).

Las barreras no arancelarias más importantes son las siguientes:

Licencias de importación

Son permisos especiales para importar un producto determinado. Componen un instrumento limitador y regulador de la cantidad y flujo de las importaciones. Reyes (2010).

Normas de origen

Su objetivo instaurar criterios para determinar la procedencia de una mercancía.

Dentro de los tratados de libre comercio, las normas de origen son uno de los componentes más importantes. Reyes (2010).

Normas técnicas

Son medidas gubernamentales con la finalidad de resguardar los derechos del consumidor, el medio ambiente y la salud pública. Estas normas son especificaciones técnicas que establecen las características de un producto según seguridad, dimensiones, calidad, ingredientes y rendimiento. Reyes (2010).

Normas sanitarias, fitosanitarias y zoonositarias

Son normas que cumplen la función de proteger la salud y vida vegetal, animal y humana, a través del control de enfermedades, plagas y tóxicos de animales, plantas y alimentos. Son utilizadas con la condición de que no serán usadas para impedir el ingreso de productos agrícolas a otros mercados y que se ajustarán a las recomendaciones y normas del Código Alimentario (Codex Alimentarius) de la FAO (Food and Agriculture Organization) y de otros organismos internacionales. Reyes (2010).

Restricciones cuantitativas a las importaciones

Son límites de importación o exportación de las cantidades de ciertos productos durante un período específico, siendo en la mayoría de casos por valor o volumen. Reyes (2010).

• **Naturaleza**

La naturaleza es todo lo que está creado en el planeta de manera natural, también formando parte de ella el clima y la geología de la tierra. Asimismo, está relacionada con los seres vivos, como las plantas y animales. Ciencia N (2015).

➤ **Fenómenos Climáticos**

Un fenómeno climático es una alteración del clima con respecto a su historial climático de forma regional o global; estos cambios son producidos en parámetros climáticos (precipitaciones, temperatura, etc.) y diversos niveles de tiempo. Un fenómeno climático nace debido a la actividad humana (contaminación, calentamiento global, etc.) y causas naturales. La meteorología es la ciencia encargada de estudiar los fenómenos climáticos y prever su comportamiento. Navarro (2014).

El fenómeno del niño

Es un fenómeno climático que se produce en las aguas del océano Pacífico afectando a Sudamérica, Australia y Asia. Este fenómeno se caracteriza por la invasión de aguas cálidas en el mar, por lo que ocasiona unos cambios climáticos radicales, como sequías, fuertes lluvias y también el aumento de la temperatura del aire y del mar, lo cual afecta drásticamente la pesca. Instituto Nacional de Innovación Agraria (2015).

El fenómeno del niño se produce porque el agua de mar que es fría en temporada de otoño e invierno comienza a calentarse, lo que provoca que la temperatura del aire aumente. Por debajo

del mar viajan desde Australia a Perú las corrientes de agua cálida, este proceso empieza en enero y tiene una duración de tres meses. Por lo tanto, a partir de ese momento las playas del norte son invadidas por las aguas cálidas que viajaron desde Australia y se extienden por todo el litoral peruano. Levy (s.f.).

➤ Plagas

Una plaga es cualquier animal que el ser humano considera nocivo a las personas, al medioambiente o a sus posesiones. Por lo tanto, existen varios tipos de plagas de productos almacenados (roedores e insectos); plagas de interés veterinario (piojos y garrapatas del ganado); interés médico (chirimachas, zancudos y otros parásitos de enfermedades humanas); plagas domésticas (moscas y cucarachas) y las plagas agrícolas conformado por animales fitófagos (se alimentan de plantas) que dañan los cultivos y disminuyen la producción del cultivo, por consecuente se incrementa sus costos de elaboración. Cisneros (s.f.).

Plagas del mango

Coccidios

Son numerosos insectos que atacan al mango, los cuales pueden ser la cochinilla de la tizne, el piojo rojo, la cochinilla blanca, etc. Estos provocan daños a las hojas, frutos y tronco; además en las partes dañadas se origina una melaza la cual beneficia el ataque de varios hongos. Asimismo, se originaría una decoloración en los frutos, lo cual impediría su exportación. Ministerio de Agricultura de República Dominicana (2016).

Según Infoagro Systems SL, 2016 “el momento más oportuno para combatirlos empleando el control químico es en invierno, a base de insecticidas emulsionados con aceites amarillos. De ser el árbol invadido por la tizne o fumagina, será mejor sustituir los aceites por insecticidas sistémicos; para combatir esta plaga se puede emplear polisulfuro de potasio aplicado en fuertes dosis en invierno”.

Mosca de la Fruta

Con más de 200 tipos de frutas que son atacadas por esta plaga a nivel mundial, la Mosca de la Fruta vendría a ser una de las plagas que mayores pérdidas origina en la fruticultura. Servicio Nacional de Sanidad Agraria (2016).

Para el control de la mosca de la fruta se utiliza el tratamiento hidrotérmico, el cual es un requisito indispensable para permitir el ingreso del mango a países como Estados Unidos, Japón, Nueva Zelanda y Chile. Este consiste en un tratamiento con agua a 46 °C durante 90 minutos. Aunque también se son utilizadas otras alternativas como la irradiación o vapor caliente. Infoagro Systems SL (2016).

También, se produce un daño al fruto ya que la hembra deposita sus huevos en pulpa del fruto causando una maduración prematura lo cual originaria que se pudra. Ministerio de Agricultura de República Dominicana (2016).

Polillas de las flores

Son unos pequeños lepidópteros, los cuales procrean unas orugas que atacan a las flores, devorando estambres y pétalos, y roen los ovarios con la consiguiente destrucción de los frutos. Además, estas orugas también atacan al melocotonero, al almendro, la vid y a otras plantas cultivadas o silvestres. Ministerio de Agricultura de República dominicana (2016).

2.3. Definición de términos básicos

Activos financieros: Un activo financiero es un instrumento financiero que otorga a su comprador el derecho a recibir ingresos futuros por parte del vendedor, es decir, es un derecho sobre los activos reales del emisor y el efectivo que generen. Pueden ser emitidas por cualquier unidad económica (empresa, gobierno, etc.).

Acuerdos: Acuerdo es, en Derecho, la decisión tomada en común por dos o más personas, o por una junta, asamblea o tribunal. También se denomina así a un pacto, tratado, convenio, convención o resolución tomada en el seno de una institución (cualquier tipo de organización o empresa, públicas o privadas, nacionales o internacionales).

Aduanas: La aduana es la oficina pública y/o fiscal que, a menudo bajo las órdenes de un Estado o gobierno político, se establece en costas y fronteras con el propósito de registrar, administrar y regular el tráfico internacional de mercancías y productos que ingresan y egresan de un país.

ALADI: La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) es un organismo internacional de ámbito regional. Fue creado el 12 de agosto de 1980 por el Tratado de Montevideo 1980, en sustitución de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC). Actualmente, cuenta con 13 estados miembros de Latinoamérica; Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Cualquier país de Latinoamérica puede solicitar su adhesión al proceso de integración.

Apertura comercial: Se denomina apertura comercial a la capacidad de un país de transar bienes y servicios con el resto del mundo, lo cual depende mucho del nivel de las llamadas barreras arancelarias y para-arancelarias establecidas por el país. En la literatura económica se puede encontrar que aquellos que sostienen que una economía más abierta crecerá más rápidamente, mientras otros defienden que medidas proteccionistas pueden contribuir con la buena performance económica de los países.

ATPDEA: Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga, mejor conocida como ATPDEA (Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act) fue un sistema de preferencias comerciales por los cuales Estados Unidos otorgaba acceso libre de aranceles a una amplia gama

de las exportaciones de cuatro países andinos: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, como una compensación económica por la lucha contra el tráfico de drogas.

Balanza comercial: La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país cualquiera durante un período y es uno de los componentes de la balanza de pagos.

Bienes: Conjunto de propiedades o riquezas que pertenecen a una persona o grupo.

Buenas prácticas agrícolas: Las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) son un conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas aplicables a la producción, procesamiento y transporte de alimentos, orientadas a asegurar la protección de la higiene, la salud humana y el medio ambiente, mediante métodos ecológicamente seguros, higiénicamente aceptables y económicamente factibles.

Cadena productiva: Cadena productiva o proceso productivo es el conjunto de operaciones planificadas de transformación de unos determinados factores o insumos en bienes o servicios mediante la aplicación de un procedimiento tecnológico.

CIF: Las siglas CIF (Cost, Insurance and Freight o Coste, seguro y flete), se refieren a un INCOTERM o término de comercio internacional que se utiliza en las operaciones de compraventa, en que el transporte de la mercancía se realiza por barco (mar o vías de navegación interior). Se debe utilizar siempre seguido de un puerto de destino.

Código Alimentario (Codex Alimentarius): El Codex Alimentarius (código alimentario) es una colección reconocida internacionalmente de estándares, códigos de prácticas, guías y otras recomendaciones relativas a los alimentos, su producción y seguridad alimentaria, bajo el objetivo de la protección del consumidor. Oficialmente este código es mantenido al día por la Comisión del Codex Alimentarius, un cuerpo conjunto con la Food and Agriculture Organization (FAO) organismo perteneciente a las Naciones Unidas y a la Organización Mundial de la Salud (OMS) cuyo objeto ya desde 1963 es la protección de la salud de los consumidores y asegurar las prácticas en el comercio internacional de alimentos. El Codex Alimentarius está reconocido por la World Trade Organization como una referencia internacional para la resolución de conflictos o disputas concernientes a la seguridad alimentaria y a la protección del consumidor. El Programa Conjunto es financiado por la FAO en un 75% y por la OMS en un 25%, el Secretariado es conjunto y tiene su sede en las oficinas de la FAO en Roma.

Consumidor final: En economía y comercio, consumidor final (también llamado usuario final), se define como la persona que realmente utiliza un producto. El consumidor final difiere del cliente, que puede comprar el producto, pero no necesariamente consumirlo.

Control fitosanitario: El control fitosanitario se define como los métodos y técnicas para la prevención, control y eliminación o curación de las enfermedades de las plantas, procurando la estabilidad y bienestar de tu cultivo o agroecosistema.

Convenios internacionales: Un convenio internacional es un acuerdo de voluntades suscrito entre instituciones, en el que se establecen los términos o bases de cooperación interinstitucional y las obligaciones y compromisos de las partes.

Crecimiento económico: El crecimiento económico es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en un determinado periodo (generalmente en un año).

Crecimiento hacia afuera: El crecimiento hacia afuera es el crecimiento vía promoción de las exportaciones. De esta forma crecieron los países asiáticos. Este crecimiento permite cubrir la brecha de divisas y de ahorro, las divisas son generadas por las exportaciones mayores que las importaciones, y los ahorros se incrementan por el aumento del ingreso vía incremento de exportaciones, que no se traduce en igual aumento del consumo, todo genera un círculo virtuoso.

Cultivos tropicales: Son los cultivos que se dan entre el trópico de Cáncer y el de Capricornio. Vulgarmente se consideran plantas tropicales aquellas, cuyas exigencias de temperaturas hacen que no resistan las heladas

Demanda externa: La demanda externa o demanda extranjera se refiere a la demanda neta de bienes y servicios del resto de países, o lo que es igual, la demanda exterior viene determinada por la diferencia entre las exportaciones e importaciones de bienes y servicios, que habitualmente se denominan exportaciones netas. Los productores nacionales venden, a través de las exportaciones, una parte importante de su producción a agentes que residen en el extranjero (personas, empresas, gobiernos, etc.). La demanda externa puede ser un factor determinante en el crecimiento de una economía.

Despacho Aduanero: cumplimiento del conjunto de formalidades aduaneras necesarias para que las mercancías sean sometidas a un régimen aduanero. Se podrá efectuar bajo las modalidades de Anticipado, Urgente y Excepcional.

Divisas: Divisa es un concepto de la ciencia económica que refiere a toda moneda extranjera, es decir, perteneciente a una soberanía monetaria distinta a la del país de origen. Las divisas fluctúan entre sí dentro del mercado monetario mundial. De este modo, se pueden establecer distintos tipos de cambio entre divisas que varían constantemente en función de diversas variables económicas como el crecimiento económico, la inflación, el consumo interno de una nación, etc.

Exportación definitiva: La exportación definitiva en adelante exportación, es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno.

Exportación: Una exportación es cualquier bien para la economía o el servicio enviado fuera del territorio nacional.

Exportaciones no tradicionales: Venta al extranjero de productos que han sufrido cierto grado de transformación y que históricamente no se transaban en el exterior; el país no depende de las ganancias que estos generen.

FAO: La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, mundialmente conocida como FAO (Food and Agriculture Organization), es un organismo especializado de la ONU que dirige las actividades internacionales encaminadas a erradicar el hambre. Brinda sus servicios tanto a países desarrollados como a países en vías de desarrollo y actúa como un foro neutral donde todas las naciones se reúnen como iguales para negociar acuerdos y debatir políticas. También es fuente de conocimiento e información y ayuda a los países en vías de desarrollo y transición a modernizar y mejorar sus actividades agrícolas, forestales y pesqueras con el fin de asegurar una buena nutrición para todos. A 15 de junio de 2013 la FAO cuenta con 197 miembros: 194 Estados Miembros, 1 Organización Miembro (la Unión Europea) y 2 Miembros Asociados (Islas Feroe y Tokelau). También forma parte del Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Fidelizar: Es un concepto de marketing que designa la lealtad de un cliente a una marca, producto o servicio concretos, que compra o a los que recurre de forma continua o periódica.

Globalización: La globalización es un proceso económico, tecnológico, político y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. La globalización es a menudo identificada como un proceso dinámico producido principalmente por las sociedades que viven bajo el capitalismo democrático o la democracia liberal, y que han abierto sus puertas a la revolución informática, llegando a un nivel considerable de liberalización y democratización en su cultura política, en su ordenamiento jurídico y económico nacional, y en sus relaciones internacionales.

Herramienta de gestión: Se entiende que las herramientas de gestión son todos los sistemas, aplicaciones, controles, soluciones de cálculo, metodología, etc., que ayudan a la gestión de una empresa en el registro de datos en cualquier departamento empresarial, en el control y mejora de los procesos empresariales y en la consolidación de datos y toma de decisiones.

Importación definitiva: Es el régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior, para ser destinadas al consumo.

Mercado doméstico: En economía y finanzas, un mercado es un mecanismo que permite que los agentes económicos, ya sean oferentes o demandantes, comercien. En otras palabras, es el lugar al que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

Mercancías: La palabra mercancía proviene del vocablo “mercante” (comerciante), cuando se habla de mercancía nos estamos refiriendo a todo lo que se puede “vender o comprar” que se aplica más que todo en los bienes económicos o bienes escasos, por la rivalidad a los bienes libres, que son los que compran en el mercado pero que pagan por ellos un determinado precio.

Multinacionales: Una empresa multinacional es aquella que fue creada y registrada en un país, pero que cuenta con fines de venta en todo el mundo, y aunque crea ofertas de trabajo en esos lugares, la mayor parte de las ganancias regresan al país de origen de la multinacional. Son también un poderoso agente de globalización. Actúan con una estrategia global para obtener el mayor margen de beneficios; compran las materias primas donde les resulta más barato; instalan sus fábricas en los lugares más favorables y venden sus productos en cualquier punto de la Tierra.

PBI: El producto interno bruto (PIB), conocido también como producto interior bruto o producto bruto interno (PBI), es una magnitud macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país (o una región) durante un período determinado de tiempo (normalmente un año).

PRI: El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Régimen aduanero: El régimen aduanero es el conjunto de operaciones que están relacionadas con un destino aduanero específico de una mercancía de acuerdo con la declaración presentada por el interesado en la aduana. Todas las mercancías que entran o salen del país necesitan destinarse a un régimen aduanero, a través de un documento oficial en el que se especifica el destino que se pretende dar a dicha mercancía.

SUNAT: Es una Institución Pública Descentralizada del Ministerio de Economía y Finanzas, dotada con personería jurídica de Derecho Público, patrimonio propio y autonomía económica, administrativa, funcional, técnica y financiera; a la quien el Gobierno Central, así como algunas otras administradoras de otros tributos, le han encargado la recaudación y fiscalización de algunos tributos.

Términos de intercambio: Términos de intercambio, también denominado Relación real de intercambio (terms of trade, TOT) es un término utilizado en economía y comercio internacional, para medir la evolución relativa de los precios de las exportaciones y de las importaciones de un país, y puede expresar asimismo la evolución del precio de los productos exportados de los países, calculado según el valor de los productos que importa, a lo largo de un período, para saber si existen aumentos o disminuciones. Se habla de deterioro de los términos de intercambio cuando el precio de los productos exportados tiende a disminuir comparado con el de los productos importados.

TIR: La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el Valor Actualizado Neto (VAN). También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado. La

tasa interna de retorno (TIR) nos da una medida relativa de la rentabilidad, es decir, va a venir expresada en tanto por ciento.

Tratados: Un tratado internacional es un acuerdo escrito entre ciertos sujetos de Derecho internacional y que se encuentra regido por este, que puede constar de uno o varios instrumentos jurídicos conexos, y siendo indiferente su denominación. Como acuerdo implica siempre que sean, como mínimo, dos personas jurídicas internacionales quienes concluyan un tratado internacional.

Un mercado doméstico, por lo tanto, incluye todos los mecanismos comerciales dentro de un país, exceptuando del mismo las exportaciones e importaciones.

Ventajas comparativas: La ventaja comparativa es uno de los conceptos básicos que fundamenta la teoría del comercio internacional y demuestra que los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto del mundo, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto producen con unos costes comparativamente más altos que el resto del mundo.

Ventajas competitivas: La ventaja competitiva es la capacidad de una empresa de sobreponerse a otra u otras de la misma industria o sector mediante técnicas no necesariamente definidas. Cada empresa puede innovar a su manera. Sin embargo, estas ventajas competitivas no siempre se pueden mantener por mucho tiempo debido a que los mercados cambian constantemente y las empresas tienen que estar alerta a estos cambios para no "pasar de moda" con las ventajas competitivas que desarrollen.

CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS

3.1. Formulación de la hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

H_i : Los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 fueron, en mayor proporción, externos.

H_0 : Los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 fueron, en mayor proporción, internos.

3.1.2. Hipótesis específicas

H_{i1} : El impacto de los factores internos en nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 es alto.

H_{e1} : El impacto de los factores internos en nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 es bajo.

H_{i2} : El impacto de los factores externos en nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 es alto.

H_{e2} : El impacto de los factores externos en nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 es bajo.

3.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable factores determinantes en el nivel de exportación del mango

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INDICADORES
Factores determinantes en el nivel de exportación del mango.	Conjunto de factores internos y externos que determinan el nivel de exportación.	Factores internos	Capacidad organizativa	Manejo de recursos Humanos.
				Recursos Financieros.
				Infraestructura.
				Auto-supervisión.
				Adaptabilidad.
				Coordinación.
		Estrategia de exportación	Expansión internacional.	
			Acciones o métodos competitivos.	
			Política de productos.	
		Factores externos	Internacionalización	Gestión de planta propia en país objetivo.
				Barreras arancelarias.
				Barreras no arancelarias o técnicas.
			Naturaleza	Fenómenos climáticos.
Plagas.				

CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS

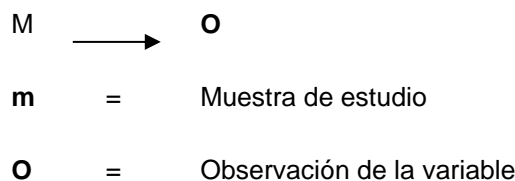
4.1. Tipo de diseño de investigación.

Para definir los alcances de esta investigación, es necesario saber primero que existen diferentes tipos de investigación, según (Hernández, Fernández y Baptista, 2010) enfoca la investigación hacia 4 tipos que son: Exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. En esta investigación se desarrollará 1 tipo, ya que solo se describió el fenómeno a estudiar. A continuación, se brinda una breve descripción del tipo seleccionado, con el fin de poder entender mejor la metodología de esta investigación.

Se utilizó el tipo descriptivo, puesto que midió, evaluó y recolectó datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar, (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Esto con el fin de recolectar toda la información que se obtenga para poder llegar al resultado de la investigación.

Presentó un diseño no experimental de corte transversal. Este estudio se realizó sin la manipulación deliberada de la variable y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2010)

A continuación, se presenta el siguiente esquema del diseño:



4.2. Material

4.2.1. Unidad de estudio

La unidad de estudio la conforma cada uno de los trabajadores de todas las áreas que intervienen en el proceso de exportación de mango de la empresa Camposol S.A.; dado que responderán las preguntas formuladas que nos servirán para la medición de la variable. El criterio de inclusión está dado, porque el personal mencionado conoce la realidad de la empresa. Esto se debe a que los encargados de las diversas áreas afrontan la problemática de la empresa y toman en cuenta los factores situacionales para la planificación estratégica.

4.2.2. Población

La población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (Hernández, Fernández, y Baptista ,2010)

La población la constituye 30 trabajadores que laboran en el área de exportación de mango de la empresa Camposol S.A.

4.2.3. Muestra

La muestra fue el total de la población por ser una cantidad mínima de estudio, la cual fue 30 trabajadores, siendo un muestreo no probabilístico censal.

4.3. Métodos

4.3.1. Técnicas de recolección de datos y análisis de datos

4.3.1.1. Técnicas de recolección

Según Hernández et al (2010) “Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas de obtener información”.

Para la variable factores determinantes en el nivel de exportación del mango se ha seleccionado como técnica de recolección de datos el uso de la encuesta, la cual se estructuró según sus dimensiones, basada en la aplicación de la escala de Likert.

4.3.1.2. Análisis de datos

Para mostrar los resultados obtenidos, se trabajó con tablas de frecuencias, porcentajes y gráficos de barras a través del programa SPSS 22.0, elementos que ayudaron a ver descripción de la variable de estudio.

Para el procesamiento estadístico y comprobación de la variable en el presente proyecto descriptivo se ha establecido Baremos para la interpretación del instrumento “Cuestionario para identificar los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014”. A continuación, en el siguiente cuadro se detalla el procedimiento usado para establecer rangos por tercios.

Formula de baremos

Para determinar el rango en la distribución se realizó a través de:

$$\frac{\text{Max. valor} - \text{Min. valor}}{\text{Niveles}} = \text{RANGO}$$

Niveles

4.3.1.3. Procedimientos

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario; la cual fue confiable a través del resultado del Alfa de Cronbach, aplicado a los trabajadores que laboran en el área de exportación de mango de la empresa Camposol S.A.. En él se consideraron los datos que me permitió evaluar los factores que determinaron el nivel de exportación del mango en el periodo 2012-2014.

Para llevar a cabo el presente estudio se realizó el trámite administrativo mediante un oficio dirigido a los gerentes de la empresa Camposol S.A. para obtener el permiso para la ejecución del mismo.

Luego se llevó a cabo las coordinaciones pertinentes con las jefaturas de cada área, a fin de establecer el cronograma de recolección de datos, considerando una duración promedio aproximado de 30 minutos por entrevistado.

Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN, MUESTRA	INSTRUMENTO
Análisis de los factores determinantes en el nivel de exportación del mango en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014	<p>Problema General</p> <p>¿Cuáles fueron los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Analizar los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Hi: Los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 fueron, en mayor proporción, externos.</p> <p>H0: Los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 fueron, en mayor proporción, internos.</p>	<p>Factores internos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos. - Recursos financieros. - Auto-supervisión. - Adaptabilidad. - Coordinación. - Expansión internacional. - Acciones o métodos competitivos. - Política de productos. 	<p>Tipo</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño</p> <p>No experimental, transversal</p>	<p>Población</p> <p>N= 30</p> <p>Muestra</p> <p>n= 30</p> <p>Muestreo</p> <p>No probabilístico, censal</p>	<p>Técnica</p> <p>- Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>- Cuestionario</p>
	<p>Problemas Específicos</p> <p>a. ¿Cuál fue el impacto de los factores internos en la exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014?</p> <p>b. ¿Cuál fue el impacto de los factores externos en la exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>a. Determinar el impacto de los factores internos que afectaron la exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014.</p> <p>b. Determinar el impacto de los factores externos que afectaron la exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014.</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>Hi1: El impacto de los factores internos en nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 es alto.</p> <p>H01: El impacto de los factores internos en nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 es bajo.</p> <p>Hi2: El impacto de los factores externos en nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 es alto.</p> <p>H02: El impacto de los factores externos en nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 es bajo.</p>	<p>Factores Externos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión de planta propia en país objetivo. - Barreras arancelarias. - Barreras o arancelarias o técnicas. - Fenómenos climáticos. - Plagas. 			

CAPÍTULO 5. RESULTADOS

5.1. Resultados descriptivos

Formula de baremos

Para determinar el rango en la distribución se realizó a través de:

$$\frac{\text{Max. valor} - \text{Min. valor}}{\text{Niveles}} = \text{RANGO}$$

Máximo valor: 240 (48x5)

Mínimo valor: 48 (48x1)

Niveles: 3 (bajo, medio y alto)

$$\frac{240 - 48}{3} = \text{RANGO}$$

$$64 = \text{RANGO}$$

Alto	(176 - 240)
Medio	(112 - 175)
Bajo	(48 - 111)

Niveles = Alto, medio y bajo

f = muestra

Tabla 2

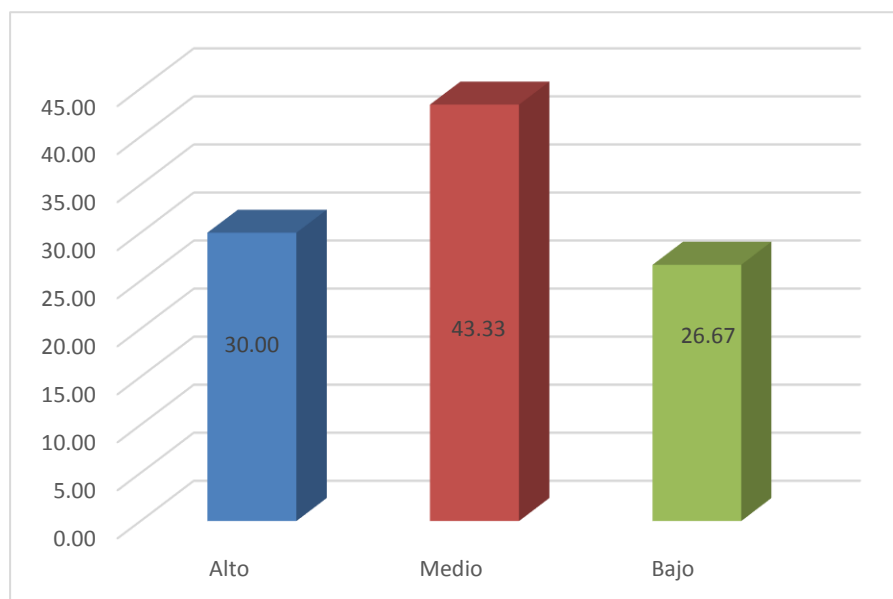
Distribución de datos de la variable factores determinantes en el nivel de exportación del mango.

Niveles	f	%
Alto	9	30.00
Medio	13	43.33
Bajo	8	26.67
Total	30	100.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

Niveles de la variable factores determinantes en el nivel de exportación del mango.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 2 y figura 1 se observa que el 30% de los trabajadores mencionaron que los factores determinantes de exportación de mango se encuentran en un nivel alto, un 43.33% manifiestan en un nivel medio y un 26.67% un nivel bajo.

Tabla 3

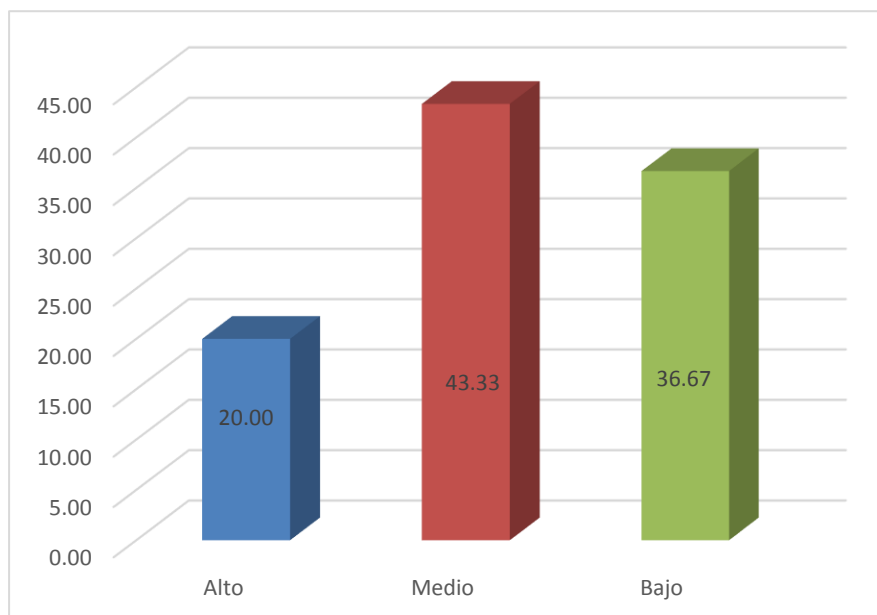
Distribución de datos de la dimensión factores internos en el nivel de exportación del mango.

Niveles	f	%
Alto	6	20.00
Medio	13	43.33
Bajo	11	36.67
Total	30	100.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Niveles de la dimensión factores internos en el nivel de exportación del mango.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 3 y figura 2 se observa que el 20.00% de los trabajadores mencionaron que los factores internos de exportación de mango se encuentran en un nivel alto, un 43.33% manifiestan en un nivel medio y un 36.67% un nivel bajo.

Tabla 4

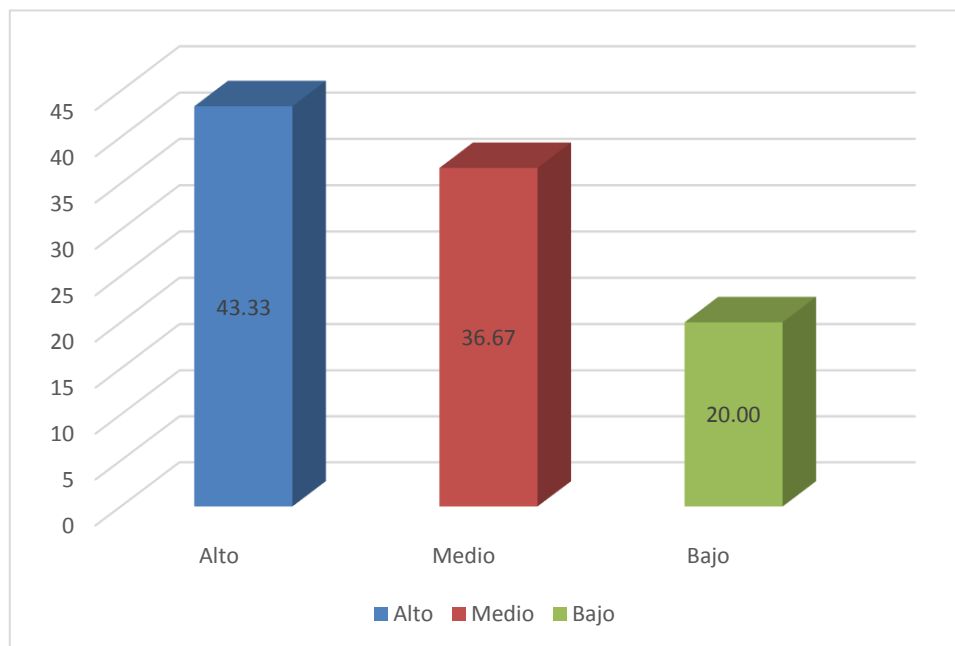
Distribución de datos de la sub dimensión capacidad organizativa.

Niveles	f	%
Alto	13	43,33
Medio	11	36,67
Bajo	6	20,00
Total	30	100,00

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Niveles de la sub dimensión capacidad organizativa.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 4 y figura 3 se observa que el 43.33% de los trabajadores mencionaron que la capacidad organizativa se encuentra en un nivel alto, un 36.67% manifiestan en un nivel medio y un 20.00% un nivel bajo.

Tabla 5

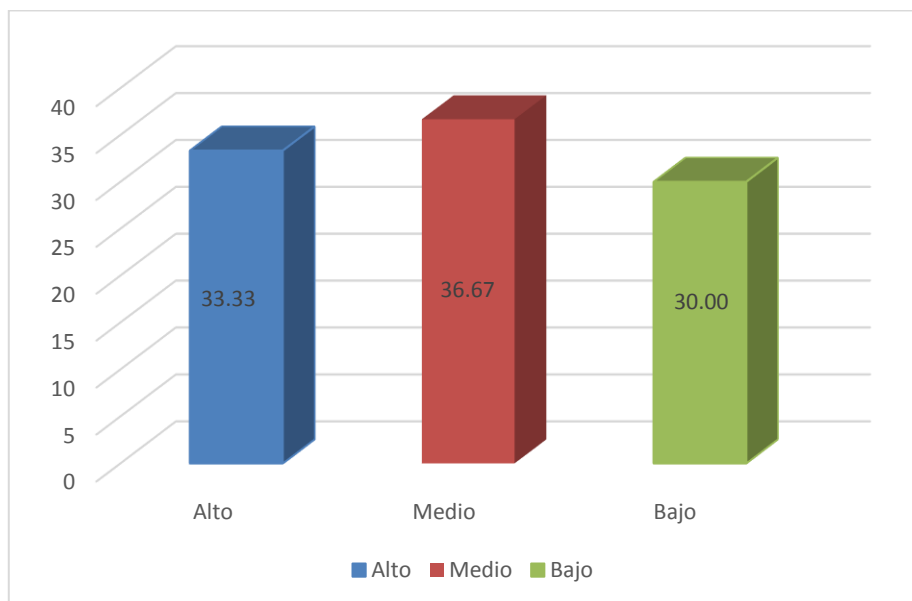
Distribución de datos de la sub dimensión estrategia de exportación.

Niveles	f	%
Alto	10	33,33
Medio	11	36,67
Bajo	9	30,00
Total	30	100,00

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Niveles de la sub dimensión estrategia de exportación.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 5 y figura 4 se observa que el 33.33% de los trabajadores mencionaron que las estrategias de exportación se encuentran en un nivel alto, un 36.67% manifiestan en un nivel medio y un 30.00% un nivel bajo.

Tabla 6

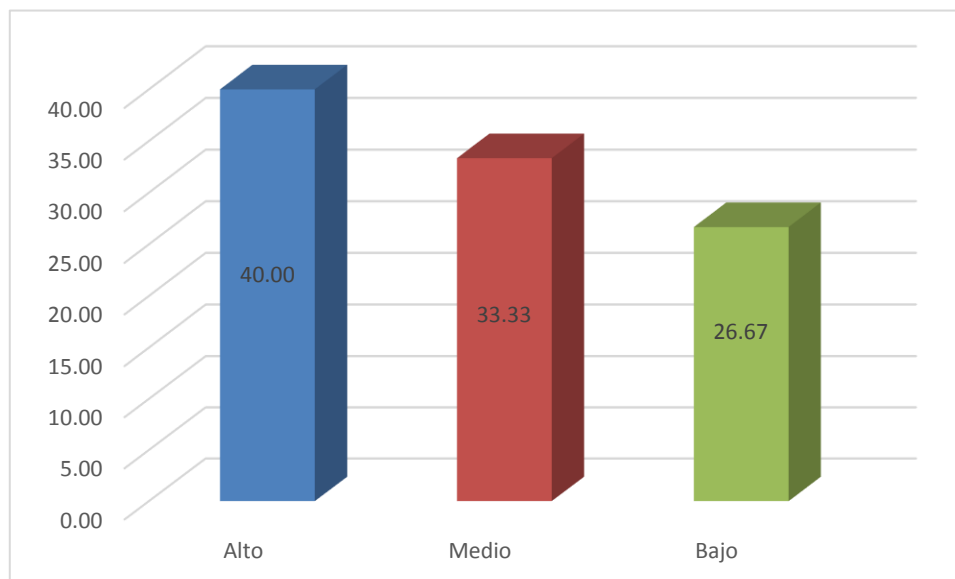
Distribución de datos de la dimensión factores externos en el nivel de exportación del mango.

Niveles	f	%
Alto	12	40.00
Medio	10	33.33
Bajo	8	26.67
Total	30	100.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

Niveles de la dimensión factores externos en el nivel de exportación del mango.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 6 y figura 5 se observa que el 40.00% de los trabajadores mencionaron que los factores externos de exportación de mango se encuentran en un nivel alto, un 33.33% manifiestan en un nivel medio y un 26.67% un nivel bajo.

Tabla 7

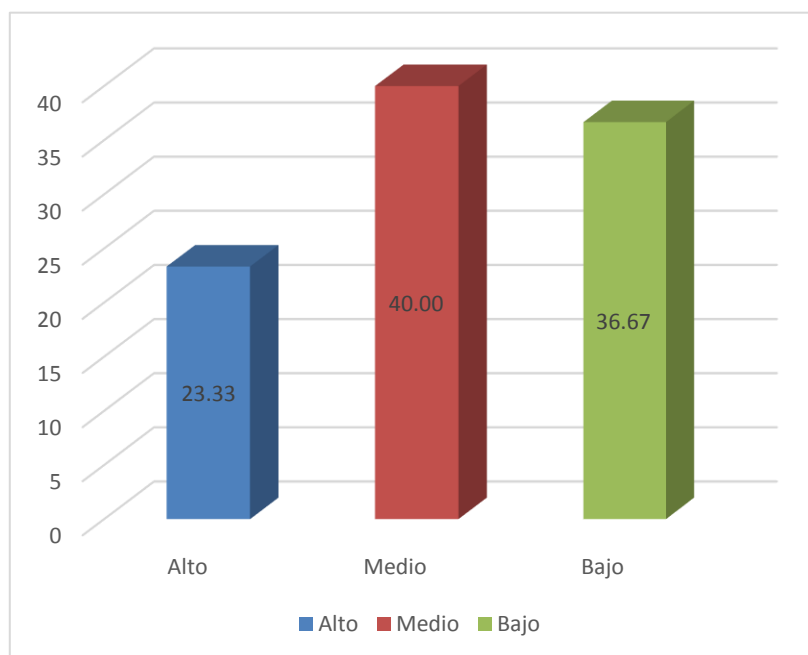
Distribución de datos de la sub dimensión internacionalización.

Niveles	f	%
Alto	7	23,33
Medio	12	40,00
Bajo	11	36,67
Total	30	100,00

Fuente: Elaboración propia

Figura 9

Niveles de la sub dimensión internacionalización de la exportación del mango



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 7 y figura 6 se observa que el 23.33% de los trabajadores mencionaron que los factores externos de exportación de mango se encuentran en un nivel alto, un 40.00% manifiestan en un nivel medio y un 36.67% un nivel bajo.

Tabla 8

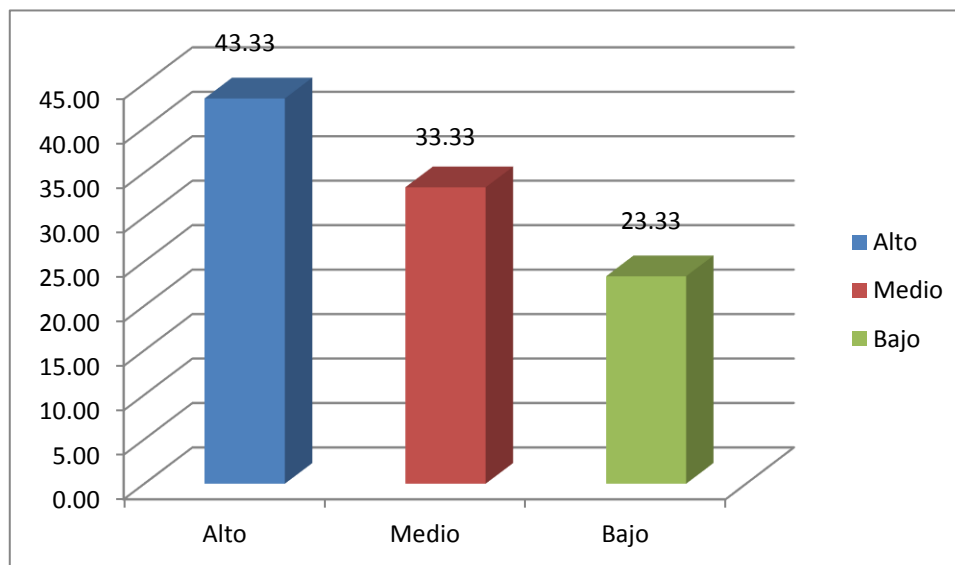
Distribución de datos de la sub dimensión naturaleza.

Niveles	f	%
Alto	13	43,33
Medio	10	33,33
Bajo	7	23,33
Total	30	100,00

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

Niveles de la sub dimensión naturaleza de la exportación del mango



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 8 y figura 7 se observa que el 43.33% de los trabajadores mencionaron que la naturaleza de la exportación de mango se encuentra en un nivel alto, un 33.33% manifiestan en un nivel medio y un 23.33% un nivel bajo.

CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN

Desde el 2001 se registra un rápido crecimiento en la exportación del mango del Perú, pero este se vio interrumpido repentinamente debido a la caída de las exportaciones de mango en los periodos 2006-2007, 2008-2009 y 2011-2012, así como también los periodos 2009-2010 y 2012-2013 tuvieron un bajo nivel de exportación de mango con respecto a años anteriores.

Según la Agencia Agraria de Noticias (2016), la empresa Camposol S.A. es el segundo exportador de mango más grande del Perú.

A través de los resultados obtenidos se pudo observar que el 30% de los trabajadores mencionaron que los factores determinantes de exportación de mango se encuentran en un nivel alto, un 43.33% manifiestan en un nivel medio y un 26.67% un nivel bajo. En la cual la investigación realizada por Herrera (2012), acerca de los factores determinantes de las exportaciones no tradicionales en el Perú entre 2000 y 2010, la cual tuvo como objetivo el encontrar las determinantes de las exportaciones no tradicionales a partir de la relación de largo plazo con las variables demanda externa y los términos de intercambio. Tuvo como resultado la existencia de una buena relación que tienen los términos de intercambio y el producto bruto interno de los Estados Unidos con las exportaciones no tradicionales. Asimismo, existe una mala relación entre el tipo de cambio real y las exportaciones no tradicionales, de tal manera que, si las exportaciones no tradicionales cayeran en un 2%, el índice de tipo de cambio real aumentaría en un 1.41%; de esta manera se demuestra que la economía es dinámica. Existiendo una similitud con el presente estudio, la cual sirvió como aporte fundamental en la investigación.

También en el estudio realizado por Castillo (2014), acerca del impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante el periodo 2000-2010, en la cual dicho estudio analiza y muestra el impacto del aumento de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú de los años 2000 al 2010 a través de un modelo de economía de promoción y apertura comercial con crecimiento hacia afuera (pro-exportador), con el fin de contribuir con conocimientos sobre los beneficios de la política exportadora en el crecimiento económico del Perú. Sirviendo dicho estudio como aporte fundamental en la investigación.

Por otro lado en el estudio realizado por Benavente, Calderón, Rivadeneira y Rodríguez (2012), acerca de un planeamiento estratégico del mango en la región Lambayeque, la cual tuvo como objetivo desarrollar un plan estratégico para el mango ya que en dicho sector se ha registrado crecimiento de las exportaciones en los últimos años, como resultado del aumento de la demanda a nivel mundial de las nuevas preferencias de consumo, las mismas que generan grandes oportunidades de negocio para el Perú y que por lo tanto se deben aprovechar. En dicho antecedente se dan a conocer todas las ventajas de que el Perú sea un gran productor de mango, ya que este ha sido reconocido como uno de los frutos tropicales más valorados a nivel mundial, lo cual se refleja en el crecimiento de su demanda. También, se destaca las ventajas comparativas y

competitivas para el desarrollo del sector del mango, tales como la ventana comercial, el gran nivel de productividad y la gran diversidad de climas, dichos factores permiten que el mango peruano sea un producto de calidad. Dicho estudio será una útil herramienta de gestión donde se han podido identificar los factores críticos para el desarrollo del mango, los cuales se encuentran relacionados al control fitosanitario, mejoras tecnológicas, al incremento de las exportaciones, un óptimo desarrollo para la etapa de cosecha, cultivo y comercialización del mango, una mejora en la asociatividad de los productores e integración de toda la cadena, incluyendo la participación del gobierno regional y entidades gubernamentales relacionadas. Asimismo, se identificó que la mala integración entre los integrantes de la cadena productiva y la poca organización entre los productores de mango resta competitividad al sector. De igual forma, los productores de mango no poseen un adecuado nivel educativo por lo que desconocen los medios y requisitos para aumentar las exportaciones y al mismo tiempo atender nuevos mercados a través de tratados comerciales; así como también desconocen las normas de calidad y estándares fitosanitarios que exige el mercado externo, las buenas prácticas agrícolas, las técnicas agrícolas de poda, fertilización y sistemas de riego los cuales ayudan a mejorar la calidad del mango a exportar. Existiendo una contrariedad con los resultados obtenidos en la presente tesis, sirviendo dicho estudio como aporte fundamental en la investigación.

CONCLUSIONES

1. En base a los resultados obtenidos se comprobó que 20.00% de los trabajadores mencionaron que los factores internos de exportación de mango se encuentran en un nivel alto, un 43.33% manifiestan en un nivel medio y un 36.67% un nivel bajo. Esta dimensión se divide en 2 sub dimensiones las cuales son las siguientes:
 - La primera sub dimensión es la capacidad organizativa, en esta se observa que el 43.33% de los trabajadores señalaron que esta sub dimensión se encuentra en un nivel alto, un 36.67% manifiestan en un nivel medio y un 20.00% un nivel bajo. En esta sub dimensión el nivel alto predomina debido principalmente al clima laboral el cual no es bueno, a la asignación de tareas la cual muchas veces carga de mucho trabajo a los trabajadores con límites de tiempo reducidos y a la coordinación entre áreas la cual no es muy fluida.
 - La segunda sub dimensión es la estrategia de exportación, en la cual se observa que el 33.33% de los trabajadores indicaron que las se encuentran en un nivel alto, un 36.67% manifiestan en un nivel medio y un 30.00% un nivel bajo. Por lo tanto, en esta sub dimensión se determinó que el manejo de las estrategias de exportación no el correcto, teniendo como problema principal la capacidad de abastecer la demanda del mercado internacional.
2. De igual forma, se percibe que el 40.00% de los trabajadores señalaron que los factores externos de exportación de mango se encuentran en un nivel alto, un 33.33% manifiestan en un nivel medio y un 26.67% un nivel bajo. Esta dimensión se divide en 2 sub dimensiones las cuales son las siguientes:
 - En la sub dimensión internacionalización se determinó que el 23.33% de los trabajadores manifestaron que los factores externos de exportación de mango se encuentran en un nivel alto, un 40.00% manifiestan en un nivel medio y un 36.67% un nivel bajo. De esta manera se concluiría que el indicador “gestión propia en país objetivo” no tuvo una gran influencia en esta sub dimensión, pero los indicadores “barreras arancelarias” y “barreras no arancelarias” si tuvieron un impacto de nivel medio-alto.
 - En la sub dimensión naturaleza se observa que el 43.33% de los trabajadores mencionaron que la naturaleza de la exportación de mango se encuentra en un nivel alto, un 33.33% manifiestan en un nivel medio y un 23.33% un nivel bajo. Debido a estos porcentajes se concluye que la naturaleza es la sub dimensión que más impacto ha generado dentro de los factores externos, siendo el indicador que más influyó los fenómenos climáticos.
3. Por lo tanto, según la investigación realizada se determinó que los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en la empresa Camposol S.A. en el periodo 2012-2014 fueron, en mayor proporción, externos. Asimismo, el impacto de los factores externos es alto.

4. Por consiguiente, tanto con la investigación realizada y el instrumento aplicado, los fenómenos climáticos son los que más ha afectado a las exportaciones de mango en el país, siendo el fenómeno del niño el causante del problema.
5. Finalmente, según mi punto de vista se concluye lo siguiente:
 - En primer lugar, la capacidad organizativa de la empresa Camposol S.A., si bien tal y como se menciona en la misión de la empresa se busca la excelencia, esto no se ha visto reflejado en el personal; debido a problemas personales, riñas entre el personal y áreas, falta de trabajo en equipo, malas capacitaciones y falta de acercamiento de la empresa hacia el personal.
 - En segundo lugar, con respecto a la estrategia de exportación, la empresa Camposol S.A. posee muy buenas estrategias para la expansión internacional, pero esto se ve perjudicado con respecto a la capacidad de abastecer al mercado extranjero, debido a los fenómenos climáticos. Asimismo, se pudo observar que no hay mucho interés en brindar un buen valor agregado al mango.
 - En tercer lugar, dentro de la internacionalización, las barreras arancelarias y no arancelarias, si bien podrían ser consideradas como obstáculos para las exportaciones, su impacto fue medio, debido a que la empresa tiene experiencia exportando mango y posee el conocimiento correspondiente acerca de todos los requisitos.
 - En último lugar, la naturaleza, esta dimensión destaca ya que al igual que la internacionalización la empresa no tiene control sobre esta. Dentro de esta dimensión encontramos a las plagas, las cuales son un gran problema para los cultivos y necesitan de insecticidas y constantes monitoreos. De igual manera, se encuentran los fenómenos climáticos, los cuales son los que más daño han generado a los cultivos y mermado la exportación del mango; tal y como se mencionó anteriormente en la estrategia de exportación, la empresa puede tener las mejores estrategias y las mejores alianzas, pero si no se buscan soluciones o alternativas, no se podrá abastecer el mercado internacional.

RECOMENDACIONES

1. Dentro de los factores internos, la empresa debe invertir en capacitar a los encargados de todas las áreas en el manejo de los recursos humanos; de esta manera se evitará sobrecargar y desgastar al personal con límites de tiempo muy reducidos por consiguiente mejorando el clima laboral, la relación entre personal y encargados y aumentando la permanencia del personal (renuncias).
2. Una vez que cada área logre mejorar su clima laboral, se podrá iniciar la mejora en la coordinación entre áreas, capacitando a los encargados seguido por el personal, lo cual generará una mejor comunicación entre las áreas mejorando el tiempo de respuesta.
3. Las plagas, son un gran problema tanto para el mango como para otros cultivos, y el método usado para controlarlas es la utilización de pesticidas; los cuales protegen los frutos, pero son contaminados levemente debido a los residuos químicos. Por lo tanto, se recomienda la instalación de mallas especiales sobre los cultivos, para que así las plagas no entren en contacto con las frutas, de este modo se logrará tanto evitar que el mango sea atacado por plagas, así como el uso de pesticidas, lo cual le dará un valor extra al producto, su calidad no se verá afectada y captará la atención de nuevos clientes (consumidores de alimentos libres de químicos). Adicionalmente, se recomienda monitorear el estado de la fruta constantemente.
4. Los fenómenos climáticos, son un gran problema que se presentan año tras año en el norte del país; los cuales afecta gravemente tanto a la población como a los cultivos. Por lo tanto, se recomienda incentivar la implementación de estrategias para que tanto Camposol S.A. como otras empresas y los pobladores puedan beneficiarse de los fenómenos climáticos. Algunas de estas estrategias podrían ser captar y almacenar el agua de las lluvias para su uso posterior (regadío o consumo animal); dialogar con el estado y otras empresas para poder aprovechar la fuerza de la corriente del fenómeno del niño, la cual podría ser utilizada para generar energía o solamente redirigir el agua a las centrales hidroeléctricas más cercanas, para que estas aprovechen la fuerza de la corriente. Esta recomendación no solo beneficiará a las empresas, sino también a la población que se ve muy afectada, ya que lamentablemente muchas familias han perdido todos sus bienes debido a los fenómenos climáticos.

REFERENCIAS

- Agencia Agraria de Noticias. (2017). *Estadísticas*. Recuperado de <http://agraria.pe>
- Agencia Peruana de Noticias Andina. (2008). *Minag estima récord de producción de mango para campaña 2007 - 2008*. Recuperado de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-minag-estima-record-produccion-mango-para-campana-2007-2008-158677.aspx>
- Agrobanco. (2007). *Cultivo del mango*. Recuperado de http://www.agrobanco.com.pe/pdfs/publicacionagroinforma/3_cultivo_del_mango.pdf
- Alva, J. (2011). La exportación de bienes y servicios: *¿Conoce la regulación en la ley del IGV?*. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2011/09/01/la-exportacion-de-bienes-y-servicios-conoce-la-regulacion-en-la-ley-del-igv>
- Ángel M. (2015). *Factores internos y externos de las empresas*. Recuperado de https://prezi.com/gl_rtxhoks8d/factores-internos-y-externos-de-las-empresas
- Anzil, F. (2009). *Recursos Financieros*. Recuperado de <http://www.zonaeconomica.com/recursos/financieros>
- Banco Mundial (2016). Recuperado de <https://www.bancomundial.org>
- Benavente, M., Calderón A., Rivadeneira D. y Rodriguez K. (2012). *Planeamiento estratégico del mango en la región Lambayeque*. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4594/BENAVENTE_CALDERON_RIVADENEIRA_RODRIGUEZ_MANGO.pdf
- Blade Media LLC (s.f.). *Indicadores de Gestión*. Recuperado de http://www.degerencia.com/tema/indicadores_de_gestion
- Blas, P. (2014). *Diccionario de Administración y Finanzas*. Bloomington, Indiana: Palibrio LLC. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=8q0KBAAAQBAJ&printsec=frontcover>
- Castillo, S. (2014). *El impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante el periodo 2000 - 2010*. Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/790/castillo_saira.pdf
- Castro, L. (2011). *Infraestructura: elemento de desarrollo organizacional*. Recuperado de <https://scastor.wordpress.com/2011/12/06/infraestructura-elemento-de-desarrollo-organizacional>
- Ceballos L. (s.f.). *Qué es Comercio Internacional*. Recuperado de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/113-que-es-comercio-internacional>
- Cedrón, R. (2008). *El mango peruano y su producción*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos57/mango-peruano-produccion/mango-peruano-produccion.shtml>

Centro de Comercio Internacional. (s.f.). *Una estrategia nacional de exportación*. Recuperado de <http://www.intracen.org/itc/apoyo-al-comercio/disenio-de-la-estrategia-de-exportacion>

Ciencia N. (2015). *Definición de Naturaleza*. Recuperado de <http://conceptodefinicion.de/naturaleza>

Cisneros, F. (s.f.). *Definición de Plaga Agrícola*. Recuperado de <https://hortintl.cals.ncsu.edu/es/content/definición-de-plaga-agrícola>

Deustua, A. (2015). *Envíos de frutas y hortalizas sumarían US\$2.100 mlls. el 2015*. Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/peru/envios-frutas-y-hortalizas-sumarian-us2100-mlls-2015-noticia-1861559>

El Eco de Tandil (2008). *Hablemos de marketing... El valor agregado y sus beneficios*. Recuperado de <http://eleco.com.ar/interes-general/hablemos-de-marketing-el-valor-agregado-y-sus-beneficios>

Escobar V. (2014). *Factores internos y externos de una empresa*. Recuperado de <https://prezi.com/c7gckhfw3sbe/factores-internos-y-externos-de-una-empresa>

Escuela de Estrategia Empresarial (2014). *¿Qué es la Internacionalización de empresas?*. Recuperado de <http://www.escueladeestrategia.com/que-es-la-internacionalizacion-de-empresas>

Ferreira, C., Gondim, M., Lopes, L., Umbelino, H., Queiroz, V. & Lopes, J. (2012). *Tommy Atkins mango trees subjected to high density planting in subhumid tropical climate in northeastern Brazil*. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/pab/v47n1/47n01a06.pdf>

Frías, J. y Véliz, J. (2012). *La adaptabilidad a los cambios imprevistos del entorno y la creación de capacidades para el autocontrol en la empresa*. Recuperado de <http://www.cyta.com.ar/ta1201/v12n1a2.htm>

Gerencie (2013). *Barreras arancelarias*. Recuperado de <https://www.gerencie.com/barreras-arancelarias.html>

Gestión Empresarial. (2011). *Factores internos y externos de la competitividad*. Recuperado de <http://gestionempresarial.blogspot.pe/2011/09/factores-internos-y-externos-de-la.html>

Herrera, J. (2012). *Determinantes de las exportaciones no tradicionales en el Perú entre 2000 y 2010*. Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/607/3/herrera_jj.pdf

Hilda (2010). *Recursos financieros de la empresa*. Recuperado de <http://derecho.laguia2000.com/derecho-comercial/recursos-financieros-de-la-empresa>

Holguín, M. (2012). *Exportaciones de productos no tradicionales (abacá, madera, frutas y tabaco en rama) período 2000 - 2010*. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5431/T-PUCE-5659.pdf>

Infoagro Systems SL (s.f.). *El cultivo del mango*. Recuperado de http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/mango.htm

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2014). *Divisas por exportación de mango aumentaron en 402,4%*. Recuperado de <https://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/divisas-por-exportacion-de-mango-aumentaron-en-4024-7576/>

Kuri, J. (2013). *Apuntes De Planeación Del M.I. José Antonio Kuri Abdala*. Recuperado de http://www.ingenieria.unam.mx/~jkuri/Apunt_Planeacion_internet/TEMAVII.3.pdf

Leiceaga, C., Carrillo F. y Hernández A. (2008). *Economía 1º de Bachillerato*. Pokopandegi, San Sebastian: Editorial Donostiarra. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=xtF93EagJU0C&printsec=frontcover>

Levy, A. (s.f.). *¿Qué es el fenómeno el niño?*. Recuperado de <http://elgranfenomeno2015.blogspot.pe>

Mazzini, J. y Ortiz, S. (2015). *Plan de exportación de mangos Tommy Atkins de una empresa privada al mercado de Miami - Estados Unidos*. Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9934/1/UPS-GT000964.pdf>

Ministerio de Agricultura de República Dominicana (s.f.). *Plagas y enfermedades del mango*. Recuperado de <http://www.agricultura.gob.do/publicaciones/plagas-enfermedades-y-tratamientos-de-cultivos/plagas-y-enfermedades-del-mango>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (s.f.). Recuperado de <http://www.mincetur.gob.pe>

Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (2015). *¿Qué es valor agregado?*. Recuperado de <http://cdoc.economiafamiliar.gob.ni/2015/09/18/que-es-valor-agregado>

Montero, Y. (s.f.). *Diversificación empresarial*. Recuperado de <http://economipedia.com/definiciones/diversificacion-empresarial.html>

Murillo, J. (2014). *Análisis para la ampliación de las exportaciones de productos no tradicionales agrícolas como piña y mango, hacia los países miembros del bloque ALADI y su incidencia en la balanza comercial 2007 - 2012*. Recuperado de <http://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/148/1/MURILLO%20CRUEL%20JESSICA.pdf>

Navarro, J. (2014). *Introducción al cambio climático*. Recuperado de <http://www.cambioclimatico.org/tema/introduccion-al-cambio-climatico>

Olivero, B., Bustos, B., Campos, L., Caro, E., Valderrama, O., Reyes, L. y Lozano, E. (2012). *Estudio de viabilidad para exportación de pulpa de mango a los Estados Unidos de América para la empresa Nutrimango S.A.* Recuperado de <http://documents.mx/documents/estudio-de-viabilidad-para-exportacion-de-pulpa-de-mango-a-los-estados-unidos-de-america-para-la-empresa-nutrimango-2-2.html>

- Outsourcing & Consulting (2012). *Organización y coordinación en la administración*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/organizacion-y-coordinacion-en-la-administracion>
- Peña, V. (2016). *La Gerencia De Recursos Humanos*. Recuperado de <http://en.calameo.com/read/004970642e8758cdc8468>
- Pérez, V. (2008). *Concepto de competitividad empresarial*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/concepto-competitividad-empresarial>
- Ramos B. (2016). *Capacidad Organizativa*. Recuperado de <https://prezi.com/av4dpjybmjof/capacidad-organizativa>
- Rave E. (s.f.). *La internacionalización de las empresas*. Recuperado de <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/106/206>
- Reyes, R. (2010). *Economía internacional*. Recuperado de <http://economaiinternacionaladmon.blogspot.pe/2010/02/26-barreras-no-arancelarias.html>
- Robinson, G. y Sánchez, I. (2014). *Plan de exportación e inversión del mango (Tommy Atkins) en almíbar enlatado al mercado de Vancouver - Canadá*. Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/587/1/T-ULVR-0390.pdf>
- Sánchez, J., Ferreira, J. y Firmino, A. (2013). *Determinantes de la oferta de exportación de mango: estudio de caso para el Perú*. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/resr/v51s1/06.pdf>
- Servicio Nacional de Sanidad Agraria (s.f.). *Biología y comportamiento de la mosca de la fruta*. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/wp-content/uploads/2014/12/Biologia-de-la-Mosca.pdf>
- Universidad Icesi (2006). *Barreras no arancelarias*. Recuperado de <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2006/09/29/barreras-no-arancelarias>
- Valda (2012). *Organización y coordinación en la administración*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/organizacion-y-coordinacion-en-la-administracion>
- Valle, M. y Peña, I. (2007). *La estrategia exportadora como determinante de los resultados exportadores de las bodegas pertenecientes a la denominación de origen "La Mancha"*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2486928.pdf>
- Valle, M., Peña, I. y Hernández, F. (2007). *Factores determinantes del éxito exportador. El papel de la estrategia exportadora en las empresas de economía social*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2234883.pdf>

Anexos

Anexo 01: Instrumento

CUESTIONARIO PARA IDENTIFICAR LOS FACTORES DETERMINANTES EN EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DEL MANGO DEL PERÚ A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA EN LA EMPRESA CAMPOSOL S.A. EN EL PERIODO 2012-2014

Estimado(a);

A continuación, se le invita a desarrollar un cuestionario con el cual se pretende recolectar información acerca de los factores determinantes en el nivel de exportación del mango del Perú a Estados Unidos de América en el **periodo 2012-2014**; este cuestionario será utilizado únicamente como instrumento de medición en este trabajo de investigación.

Se le agradecerá que conteste las preguntas con seriedad y honestidad, ya que su opinión será **ANÓNIMA Y RESERVADA**.

Instrucciones

Por favor, marque con un aspa (X) dentro del cuadro correspondiente a la respuesta que elija. Muchísimas gracias por su apoyo.

Datos Generales

Área de trabajo: _____

Cargo: _____

Edad

- a) Menos de 25 años
- b) 25 a 35 años
- c) 36 a 45 años
- d) 46 a 55 años
- e) Más de 56 años

PREGUNTAS	ESCALAS				
FACTORES INTERNOS					
CAPACIDAD ORGANIZATIVA					
Manejo de Recursos Humanos					
¿Establecieron objetivos ambiciosos, pero realistas, para su equipo o departamento?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Identificaron y desarrollaron métodos apropiados para la consecución de los objetivos del equipo o departamento y los de la empresa?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Contaron con medidas de control de los progresos cuando se definieron los planes?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Identificaron los factores, internos y externos, que pudieron afectar a la consecución de los objetivos?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Previeron las necesidades del equipo o del departamento cuando se realizaron la planificación para conseguir los objetivos?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Distribuían las tareas dentro del equipo o del departamento, teniendo en cuenta la carga laboral y las preferencias personales?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Las acciones correctoras fueron planificadas oportunamente y teniendo en cuenta los resultados del seguimiento de los planes?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Previeron los recursos necesarios (técnicos, humanos y económicos) para alcanzar los objetivos en los plazos fijados?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Establecieron los objetivos a alcanzar por otros, indicando prioridades, fechas límite y posibles desviaciones, de modo que sean alcanzables?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Comprobaron que los trabajos y actividades se llevaron a cabo de la forma prevista y dentro de los plazos temporales señalados?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Fueron frecuentes las huelgas?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿El nivel de compromiso fue el adecuado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿El clima laboral fue el adecuado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Hubo técnicos especializados?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Qué tan frecuente capacitaban a sus colaboradores?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

Recursos Financieros					
¿La línea de crédito con los bancos fue la adecuada?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿El nivel de liquidez, solvencia y rentabilidad fue el adecuado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Se consiguieron productos financieros de menor costo?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Infraestructura					
¿El equipamiento tecnológico fue el adecuado para atender las necesidades de los clientes?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿La infraestructura fue la adecuada para la realización de las labores?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Se efectuaban ampliaciones en la infraestructura?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Auto supervisión					
¿Existieron mecanismos de control?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Existieron indicadores de gestión?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿El nivel de logro obtenido respecto a las metas y objetivos trazados fue el adecuado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Adaptabilidad					
¿Se revisaba el plan estratégico periódicamente?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Qué tan adaptable se fue al constante cambio del mercado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿El nivel de adaptabilidad fue el adecuado para cumplir con los requerimientos constantes del mercado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Coordinación					
¿Todas las áreas estuvieron alineadas con la misión y visión?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Una correcta coordinación fue necesaria para obtener buenos resultados?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Qué tan coordinados fueron los grupos de trabajo?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN					
Expansión internacional					
¿Hubo un progreso con respecto a la expansión internacional?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Se pudo abastecer la demanda del mercado internacional?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿El nivel del canal de distribución fue óptimo?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Las ferias internacionales impactaron adecuadamente en la expansión de las exportaciones?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Acciones o métodos competitivos					
¿El nivel de competitividad internacional fue el adecuado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Existieron alianzas con otras empresas?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Fueron frecuentes las absorciones y/o fusiones?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Política de productos					
¿El nivel de crecimiento de la diversificación del mango fue el adecuado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿El darle un valor agregado al mango hubiera permitido aumentar las exportaciones?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

FACTORES EXTERNOS					
INTERNACIONALIZACIÓN					
Gestión de planta propia en país objetivo					
¿Poseer una planta propia en el país objetivo para la transformación del producto fue necesario?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Barreras arancelarias					
¿Las barreras arancelarias afectaron el nivel de las exportaciones?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Barreras no arancelarias o técnicas					
¿Las barreras no arancelarias o técnicas afectaron el nivel de las exportaciones?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿El nivel de preparación para superar las barreras no arancelarias o técnicas fue el adecuado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
NATURALEZA					
Fenómenos climáticos					
¿El nivel de inversión para proteger los cultivos de los fenómenos naturales fue el adecuado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Fueron perjudiciales los fenómenos naturales?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Se utilizaron estrategias para beneficiarse del fenómeno del niño?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Plagas					
¿El nivel de inversión para proteger los cultivos de las plagas fue el adecuado?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
¿Fueron perjudiciales las plagas?	NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

Anexo 02: Base de datos

	ITEM01	ITEM02	ITEM03	ITEM04	ITEM05	ITEM06	ITEM07	ITEM08	ITEM09	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16	ITEM17	ITEM18	ITEM19	ITEM20	ITEM21	ITEM22	ITEM23	ITEM24	ITEM25	ITEM26	ITEM27	ITEM28	ITEM29	ITEM30	ITEM31	ITEM32	ITEM33	ITEM34	ITEM35	ITEM36	ITEM37	ITEM38	ITEM39	ITEM40	ITEM41	ITEM42	ITEM43	ITEM44	ITEM45	ITEM46	ITEM47	ITEM48		
1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	3	5	3	3	2	5	2	4	4	2				
2	5	4	3	5	4	3	5	3	4	3	2	2	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	3	5	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	3	3	4	5	2		
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	5	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	2	2	4	3	3	3	2	3	3		
4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	1	1	4	5	4	5	5	3	3	4	3	4	5		
5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	1	5	5	5	4	3	3	3	5	5	3	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4	3	2	3	3	1	3	4	3	4	5	1	5	5		
6	5	5	4	4	5	3	5	5	3	4	1	4	4	3	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	5	5	4	3	3	4	2	5	2	3	5		
7	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4	5	
8	3	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	2	5	5	5	3	3	3	4	5	2	3	5		
9	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	2	4	5	5	5	5	5	2	4	4	3	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	1	3	3	3	4	3	3	4	2		
10	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	3	3	3	3	5	2	3	5	
11	5	4	3	3	3	4	3	3	5	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	2	2	4	4	5	3	3	3	2	5	1	2	5		
12	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5
13	3	4	5	5	5	5	4	5	3	4	1	3	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5
15	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5		
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	5	
17	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	2	3	5	
18	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5		
19	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5		

Anexo 03: Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,895	48

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

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM01	180,7667	256,668	,306	,894
ITEM02	180,5333	250,809	,613	,890
ITEM03	180,7667	247,840	,668	,889
ITEM04	180,7333	246,823	,777	,888
ITEM05	180,7667	246,392	,689	,889
ITEM06	180,9667	256,309	,246	,895
ITEM07	180,7000	254,631	,462	,892
ITEM08	180,5333	256,051	,454	,892
ITEM09	180,8333	251,454	,497	,891
ITEM10	180,6000	250,662	,599	,890
ITEM11	183,2000	260,510	,171	,896
ITEM12	180,6000	262,593	,101	,897
ITEM13	180,9000	253,403	,426	,892
ITEM14	180,8000	261,476	,186	,895
ITEM15	180,9333	251,099	,593	,890
ITEM16	181,0000	253,103	,395	,893
ITEM17	180,7667	256,047	,425	,893
ITEM18	181,3667	250,654	,430	,892
ITEM19	180,8000	253,614	,482	,892
ITEM20	180,6000	258,731	,338	,894
ITEM21	181,2000	253,200	,422	,892
ITEM22	180,6667	253,816	,456	,892
ITEM23	180,7667	252,530	,458	,892
ITEM24	180,7333	257,857	,331	,894
ITEM25	181,0667	249,375	,531	,891
ITEM26	180,9000	254,714	,423	,892
ITEM27	180,7667	259,771	,351	,894
ITEM28	180,6333	256,585	,386	,893
ITEM29	180,4667	261,223	,245	,894
ITEM30	180,7333	257,720	,337	,894
ITEM31	180,6000	255,628	,420	,893
ITEM32	180,7333	254,685	,473	,892
ITEM33	180,8333	259,178	,306	,894
ITEM34	180,9000	266,576	-,050	,900
ITEM35	180,7667	255,633	,444	,892
ITEM36	181,9000	263,128	,086	,897
ITEM37	182,2667	248,271	,570	,890
ITEM38	180,8667	258,189	,373	,893
ITEM39	180,5333	265,430	,001	,897
ITEM40	181,2667	249,582	,310	,896
ITEM41	181,4333	256,806	,291	,894
ITEM42	181,3000	260,355	,233	,895
ITEM43	181,3000	262,838	,133	,896
ITEM44	181,5667	259,289	,199	,896
ITEM45	180,5667	254,875	,337	,894
ITEM46	182,2333	248,806	,491	,891
ITEM47	181,3333	252,437	,522	,891
ITEM48	180,6667	258,575	,170	,897