

FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“POTENCIAL EXPORTADOR DE LA EMPRESA CORPORACIÓN ENERCON S.A.C. UBICADA EN SAN PEDRO DE LLOC PARA FACILITAR EL INGRESO DE PAPAYAS FRESCAS HACIA EL MERCADO DE CHILE, TRUJILLO 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

Br. Susana Gisela Cabrera Gutierrez

Br. María Angélica del Carmen Guzmán Sifuentes

Asesor:

Mg. Alan Enrique García Gutti

Trujillo - Perú

2020

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi fortaleza.

A mis padres, mi abuelo por todo su apoyo económico.

Y a las personas que confiaron en mí.

Gisela Cabrera

A dios, que me ilumina y es mi fortaleza para seguir adelante.

A mis padres, por su esfuerzo en mi desarrollo profesional.

María Guzmán

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser nuestra principal fuente de soporte
y quien es digno de toda gloria

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
1.1 Realidad problemática	9
1.2 Formulación del problema	19
1.3 Objetivos	19
1.3.1 Objetivo general	19
1.3.2 Objetivos específicos.....	19
1.4 Hipótesis	20
1.4.1 Hipótesis general.....	20
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	21
2.1 Tipo de investigación.....	21
2.2 Población y muestra.....	21
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	22
2.4 Procedimiento.....	23
2.5 Consideraciones éticas	24
CAPÍTULO III. RESULTADOS	25
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	41
4.1 Discusión	41
4.2 Conclusiones	45
REFERENCIAS	46
ANEXOS	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n° 1: Lista de los 10 principales países importadores del mundo de papayas frescas (expresado en miles de \$)	Pág. 25
Tabla n° 2: Lista de los países de exportaciones peruanas de papayas frescas (expresado en miles de \$)	Pág. 27
Tabla n° 3 Matriz de Selección de Mercados	Pág. 29
Tabla n° 4: Resumen de resultados obtenidos de la Gestión Administrativa de la empresa Corporación Enercon S.A.C 2020	Pág. 30
Tabla n°5: Resumen de resultados obtenidos de la Gestión Productiva y Logística de la empresa Corporación Enercon S.A.C 2020	Pág. 32
Tabla n°6: Resumen de resultados obtenidos de la Gestión de Mercados Internacionales y Logística Exportadora a la empresa Corporación Enercon S.A.C 2020	Pág. 34
Tabla n° 7: Resumen de resultados obtenidos de la Gestión Económica y Financiera de la empresa Corporación Enercon S.A.C 2020	Pág. 37
Tabla n° 8: Resumen del resultado obtenido de las dimensiones de la empresa Corporación Enercon S.A.C 2020.....	Pág. 39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura n°1: Diagrama de diseño de investigación	Pág. 21
Figura n°2: Tasa de crecimiento de los países importadores del mundo de papaya 2014-2018.....	Pág. 27
Figura n°3: Valor exportado de los países importadores de papaya peruana 2015-2018	Pág. 28
Figura n°4: Resultados de Gestión Administrativa (%).....	Pág. 31
Figura n°5: Resultados de la Gestión Productiva y Logística (%)	Pág. 33
Figura n°6: Resultados de Gestión de Mercados Internacionales y Logística Exportadora (%)	Pág. 35
Figura n°7: Resultados de Gestión Económica y Financiera (%)	Pág. 38
Figura n°8: Resultado de las dimensiones de la empresa Corporación Enercon S.A.C	Pág. 41

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general determinar el potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C ubicada en San Pedro de LLoc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, Trujillo 2020. Se utilizó el diseño investigación no experimental, de nivel transversal y tipo descriptiva que permitió analizar la situación de la empresa para conocer el potencial exportador que posee para incursionar en la exportación.

Para la obtención de la información, la técnica que se aplicó fue una encuesta aplicada a 3 personas que laboran en la empresa, el instrumento que se utilizó fue un cuestionario dividido en cuatro dimensiones: gestión administrativa, gestión productiva y logística, gestión de mercados internacionales - logística exportadora y gestión económica -financiera. Para su medición se utilizó la escala de Likert, donde cada pregunta tiene cuatro alternativas con valores del 1 al 4.

Finalmente, los resultados obtenidos fueron que la empresa presenta potencial exportador en la gestión productiva y logística, y la gestión económica – financiera por ser determinadas como fortalezas de acuerdo a lo establecido por PROMPERÚ.

Palabras claves: Potencial exportador

ABSTRACT

The present research has as general objective to determine the export potential of the business Corporation Enercon S. A. C located in San Pedro de LLoc to facilitate to the entry of fresh papayas to the Chilean market, Trujillo 2020. Was used the research design non-experimental, transversal level and descriptive type that allowed to analyze the situation of the company to know the export potential that it has to venture into the export.

For obtaining the information, the technique that was applied was a survey applied to 3 people who work in the company, the instrument used was a questionnaire divided into four dimensions of administrative management, productive management and logistics, management of international markets - logistics export and economic-financial management. For measurement was used the Likert scale, where each question has four alternatives, with values of 1 to 4.

Finally, the results obtained were that the company has export potential in productive management and logistics, and economic-financial management because they are determined as strengths according to the established by PROMPERÚ.

Key words: export Potential

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

Se habla mucho sobre internacionalización. Se utilizan, muchas veces indistintamente, conceptos como internacionalización, globalización, exportación, etc. Pero conviene definir con un mínimo de precisión qué es lo que se entiende por internacionalización de la empresa. La internacionalización de la empresa puede definirse como un proceso mediante el cual ésta desarrolla una parte de sus actividades (venta de sus productos, compra de suministros, producción, etc.) en otros países distintos al suyo de origen. Se trata de un proceso que se desarrolla a lo largo del tiempo, no es normalmente algo estático, un paso o cambio que se produce en un momento dado, sino que va evolucionando por diversas fases. Internacionalización implica “salir” de las fronteras del país, desarrollar actividades del negocio de la empresa –que pueden ser de muy diverso tipo: vender sus productos, invertir, etc.- en otros mercados distintos al mercado nacional o doméstico. (Fanjul, 2017)

A la hora de internacionalizar una empresa sus responsables deben ser conscientes de que la forma en que deben hacerlo dependerá de factores determinados como el tipo de producto que ofrecen o el tamaño del negocio. Algunas de las formas a través de las cuales una entidad puede dar el salto a la internacionalización es la exportación. (International Business School, 2019)

La Exportación es el conjunto de actividades eminentemente económicas (comerciales) de un país y que se caracteriza por ser la venta de bienes o servicios hacia los mercados fuera de las fronteras del país productor. Dentro de los conceptos económicos, el comercio exterior es el intercambio de bienes y servicios entre los países, siendo la oportunidad para vender en mercados donde, por alguna ventaja comparativa, se prefieran y demanden; y vender excedentes que el mercado nacional no puede comprar o sobra. (Minagri, 2015)

Se debe exportar cuando se tenga la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos, administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional. La incursión en los mercados internacionales se realiza por tradición en mercados más cercanos, de rápido crecimiento y similares culturalmente, donde la competencia es menos agresiva que en los más grandes. En varios de los casos ésta se realiza de manera casual según de los pedidos que se reciban. Sin embargo, como lo plantea Minervini (1996) se debe iniciar con los mercados donde pueda adquirirse experiencia a un menor costo. Los errores más comunes al momento de exportar son: falta de evaluación de la capacidad de internacionalización, no considerar aspectos de las diferencias culturales, falta de investigación acerca del mercado, selección errada del socio comercial, falta de conocimiento de las barreras en los países importadores y en el exportador; no efectuar la investigación, registro y monitoreo de la marca, elaboración de contratos sin considerar la legislación y la práctica del país extranjero, extrema diversificación de los mercados, falta de conocimiento de las normas de defensa del consumidor, no contar con una estructura adecuada para gerenciar la exportación y falta de presencia en el mercado. (Guías Empresariales, s.f)

Cuando una empresa decide dar el salto a la internacionalización, son muchos los factores que debe tener en cuenta y constituye una de las decisiones más trascendentes dentro del marketing internacional, habitualmente las empresas adoptan diferentes formas de entrada en función de la particularidad de los mercados. Lo primero que debe de ser consciente de que no es lo mismo exportar que internacionalizar, exportar es sólo una de las muchas formas de internacionalizar una empresa, mientras que internacionalizar es el conjunto de acciones que lleva a cabo la empresa para operar y generar negocio de forma continuada fuera de su país de origen bajo una estrategia definida. (Internacionalmente.com, 2016)

El primer paso en el proceso de internacionalización de una pyme consiste en hacer un análisis de la situación interna de la misma, a fin de determinar si cuenta con los recursos tanto financieros como de personal necesarios para encarar satisfactoriamente este proceso. También se valora y analiza la cartera de productos o

servicios existentes, a fin de determinar las fortalezas y debilidades de la empresa con relación a la internacionalización. El resultado de este análisis sería el diagnóstico del potencial exportador de la empresa. (EuroPerú Consulting, 2016)

El potencial exportador es la facultad que tiene una empresa para exportar utilizando sus fortalezas, debilidades para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado internacional. Entonces el potencial exportador se identifica por un conjunto de características, tales como el comportamiento de la empresa en el mercado nacional, los recursos, los procesos y productos, etc., lo que determina las fortalezas y debilidades. (Mondragón,2017)

Con respecto a lo anterior, se analizará a la empresa Corporación Enercon S.A.C, la cual está constituida desde agosto del 2017 y dentro de una de las actividades de la sociedad es dedicarse a la compra, venta y exportación de frutas y verduras para la agroindustria; motivo por el cual está interesada en incursionar en la actividad de exportación. La empresa tiene un total 60 hectáreas ubicadas en San Pedro de LLoc - Pacasmayo y actualmente cuenta con 8 hectáreas sembradas de papaya, pues este producto es el que se desea exportar.

La papaya no solo es una fruta blanda, sino también de consistencia mantecosa y muy jugosa. Esta última característica la convierte en la fruta predilecta durante el verano; aunque también se puede ingerir en otras estaciones. La papaya pertenece a la familia de las Caricáceas, formada por 71 especies de árboles sin ramas que producen grandes frutos y crecen en regiones tropicales de África y Sudamérica. Existen otras especies que pertenecen al mismo género que el papayo común, del que procede la papaya, cuyos frutos no son comestibles. (Agroindustrial Danper, 2015)

Con respecto a las exportaciones peruanas de papaya, se encontró que el principal y más importante mercado destino es Chile con el 92% de la participación en el año 2018; también se encuentra Italia con 3%, España 3% y Francia 2%. Por otra parte, las principales empresas exportadoras que lideran son: BIO FRUTOS S.A.C con 57% de la participación del mercado y ASAP FOODS S.A.C con el 35%; otras empresas tan solo muestran el 3% y 2% de la participación del mercado. (SIICEX,2019)

Tomando en cuenta que el principal mercado de exportación de papaya peruana es Chile, datos entregados por el Servicio Nacional de Aduanas revelaron que las

importaciones de frutas tropicales en Chile han aumentado cerca de un 600% (seis veces) en los últimos 3 años; sector en el que lideran los plátanos verdes, el coco, mangos, maracuyá, entre otros. Según explican expertos, la principal razón detrás de este considerable incremento, de 1,1 millones en 2014 a casi 8 millones en 2017, es la fuerte migración en el país y el origen de los países de estas personas, quienes provienen en su mayoría desde el Caribe.

Maracuyá, mango, coco y papaya son algunos ejemplos de frutas que son importadas en grandes cantidades desde Perú y países del Caribe. (FreshPlaza, 2018)

Por lo antes mencionado, en la presente investigación se pretende determinar el potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, Trujillo 2020.

Ante lo expuesto, existen trabajos de investigación que determinan el potencial exportador; entre ellas tenemos:

Herrera, Hortúa y Morales (2009), en su tesis titulada “Estudio de medición de potencial exportador de la empresa de calzado manufactura Hortúa Leal, desarrollada en la Universidad del Rosario, Bogotá- Colombia para obtener el grado en Administración en Negocios Internacionales se planteó como objetivo: medir el potencial exportador de la empresa para determinar si está en condiciones de desarrollar un proceso de expansión y examinar a través de un filtro los países candidatos para exportar el calzado; el cual concluye que, la empresa no presenta condiciones favorables para iniciar un proceso de internacionalización inmediatamente, teniendo en cuenta que el comportamiento de expansión y las capacidades competitivas presentan deficiencias que deben mejorarse para poder llevar a cabo un proceso de internacionalización de tal magnitud.

Esta investigación permite aclarar que una empresa debe tener condiciones favorables para expandirse a los mercados internacionales y tener una selección adecuada del país que se desea exportar.

Rios (2018), en su tesis titulada “Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017”, desarrollada en la Universidad Privada del Norte, Lima – Perú, para obtener el título de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales se planteó como objetivo: analizar el nivel de la competitividad del potencial exportador en el sector textil del centro poblado de Porcón Alto – Cajamarca en el año 2017; en el cual concluye que, la situación actual del sector textil en el centro poblado de Porcón Alto en cuanto al manejo de maquinaria, la capacidad económica y la de recursos humanos se encuentra en un nivel totalmente bajo; ya que los conocimientos sobre un proceso de producción no contribuye a que se tenga un producto con un alto nivel de calidad ,al mismo tiempo el acceso al financiamiento del sector textil no se da fácilmente en ésta asociación, causando así un nivel de ventas que no llega al nivel esperado y no se genere competitividad y comercialización.

Esta investigación permite conocer la importancia de los recursos tecnológicos, financieros y humanos que debe poseer una empresa para conseguir productos de calidad para poder exportar.

Castrejón y Tapia (2018), en su tesis titulada “Características de e-commerce B2C en las exportaciones de prendas de algodón orgánico para bebés de 0 a 3 años hacia el mercado de Chile, 2018”, desarrollada en la Universidad Privada del Norte, Cajamarca – Perú, para obtener el título de profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales se planteó como objetivo: Identificar las características más favorables del uso E-commerce B2C para las exportaciones de prendas de algodón orgánico para bebés de 0 a 3 años en el mercado chileno 2019, el cual concluye que, dentro de las tendencias y preferencias del mercado chileno, se identificó que tienen gran afinidad por compras de ropa deportiva y ropa de bebé, son un mercado que reconoce la calidad de un producto y están dispuestos a pagar por ello, más aún cuando se refiere a ropa de bebé, este mercado reconoce la calidad del algodón peruano y el beneficio que ofrece, por tanto, están abiertos a pagar un precio más alto por estos productos. A su vez, Chile es un mercado que muestra conciencia ecológica, por lo que el uso de productos orgánicos muestra mayor demanda y aceptación.

Esta investigación permite conocer las preferencias del mercado chileno para adquirir un producto reconociendo la calidad y los beneficios que poseen.

Azabache y Polo (2014), en su tesis titulada “Estrategias de internacionalización para la exportación del calzado de la empresa Calzados Paredes S.A.C al país de Chile para el periodo 2014-2019”, desarrollada en la Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú, para obtener el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales se planteó como objetivo: proponer estrategias de internacionalización para la exportación del calzado de la empresa Trujillana Calzados Paredes S.A.C. y promover la apertura a mercados internacionales, a través de una preselección de mercados entre ellos: Ecuador, Estados Unidos, Canadá, Chile y República Dominicana, los cuales vienen siendo los principales destinos de las exportaciones peruanas de calzado en los últimos 5 años, teniendo como resultado a esta investigación al país de Chile; este mercado es interesante por poseer una economía estable, acuerdos económicos vigentes con nuestro país además resulta ser más accesible realizar negocio con este por su entorno transparente, bien regulado y políticamente estable.

Esta investigación permite conocer las ventajas que favorecen el mercado chileno para la exportación de productos peruanos.

Aranda (2017), en su tesis titulada “Potencial exportador de la Asociación Manos Laboriosas para la exportación de artesanía textil al mercado colombiano 2017”, desarrollada en la Universidad César Vallejo, Trujillo - Perú, para obtener el título de Licenciado en negocios internacionales se planteó como objetivo: analizar el potencial exportador de la Asociación Manos Laboriosas para la exportación de artesanía textil al mercado 1 colombiano en su gestión empresarial, gestión productiva, gestión de mercados y logística internacional, gestión económica y financiera 2017; mediante el cual concluyó que, el potencial exportador de la asociación se encuentra en su gestión productiva y gestión empresarial esto gracias a que la asociación posee un producto reconocido a nivel regional e innova cada año, la gestión empresarial juega un rol de vital importancia ya que, sin planificaciones, sin las organizaciones, ni la visión a futuro de la asociación el producto estuviera estancado. Con respecto al análisis de gestión

de mercados y logística internacional y la gestión económica y financiera menciona que la asociación presenta ciertas deficiencias; pues carecen de conocimientos sobre comercio exterior, no cuentan con capacidad financiera y no conocen los tipos de servicios que brinda el sistema financiero.

Esta Investigación permite aclarar la importancia de la gestión empresarial y gestión productiva en el desarrollo de un producto de calidad y la deficiencia que existe aspectos dentro de la gestión de mercados y logística internacional y la gestión económica – financiera.

Asalde y Zañartu (2018), en su tesis titulada “Potencial exportador de la empresa Fábrica de chocolates La Española S.R.L para el ingreso de barras de chocolate al mercado Holandés, Trujillo 2018 desarrollada en la Universidad César Vallejo, Trujillo - Perú, para obtener el título de Licenciados en negocios internacionales se planteó como objetivo: analizar el potencial exportador de la empresa La Española S.R.L para el ingreso de barras de chocolate al mercado Holandés, el cual concluye que al analizar su gestión productiva se obtuvo como resultado un porcentaje de 75% de 100% según lo requerimientos de PromPerú. Al analizar la gestión empresarial se obtuvo un porcentaje de 75% de 100% a juicio de PromPerú. Cuenta con una buena planificación, control y organización de áreas, pero carecen de conocimiento en el aspecto internacional. En el análisis de la gestión financiera y económica se determinó que esta cuenta con un control económico ya que tiene liquidez y solvencia económica, también maneja muy bien su relación con los bancos para futuras inversiones. Con respecto al análisis de la gestión de mercados y logística internacional se observó que desconocía hasta cierta parte la terminología y procesos que se realiza en el comercio exterior, así mismo carecen de conocimiento en la logística internacional. Finalmente concluye que el potencial exportador de la empresa se encuentra en su gestión productiva y gestión empresarial esto gracias a que la empresa posee un producto reconocido a nivel local y nacional.

Esta investigación permite conocer el resultado del potencial exportador dentro de la gestión de la gestión productiva y gestión administrativa mediante porcentajes establecidos por PROMPERÚ.

Atoche y Corzo (2015), en su tesis titulada "Factores de competitividad que promueve el potencial exportador de las microempresas de la Asociación de Fabricantes Industriales Textiles La Libertad-2015" desarrollada en la Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú, para obtener el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales se planteó como objetivo: Evaluar los factores de competitividad que determinan el potencial exportador de las microempresas de la Asociación de Fabricantes Textiles La Libertad en el años 2015, lo cual concluye que el nivel alcanzado por los factores de competitividad para la dimensión gestión empresarial fue de un nivel alto (59.09%), para un producto de un nivel alto (100%), para la gestión productiva, de los mercados y logística Internacional con el nivel medio (63.64%) y finalmente gestión económica y financiera con un nivel medio (63.64%); lo cual manifiesta que a pesar que la asociación cuenta con un producto de calidad, eso no basta para poder alcanzar un potencial exportador.

Esta investigación permite conocer los porcentajes encontrados en las dimensiones evaluadas y conocer el nivel alcanzado del Potencial Exportador según la clasificación propuesta por PromPerú.

Basándonos en la definición conceptual, según PROMPERÚ (2017), el potencial exportador se identifica por un conjunto de características, tales como el comportamiento de la empresa en el mercado nacional, los recursos, procesos y productos, etc., lo que determina sus fortalezas y debilidades. Es importante considerar los factores externos a la empresa para encontrar y aprovechar las oportunidades y minimizar los riesgos o amenazas en el mercado internacional. Para poder diagnosticar en función a sus fortalezas y debilidades, podemos tomar en cuenta el análisis de cuatro gestiones clave: gestión administrativa, gestión productiva y logística, gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, gestión económica y financiera.

A continuación, se define las 4 gestiones mencionadas en el párrafo anterior por PROMPERÚ:

La gestión administrativa es el conjunto de formas, acciones y mecanismos que permiten utilizar los recursos humanos, materiales y financieros de una empresa, a fin de alcanzar el objetivo propuesto. Se basa en cuatro principios fundamentales; el orden

es el primero, según cada trabajador debe ocupar el puesto para el cual está capacitado. La falta de orden conlleva a un trabajo menos eficiente y al uso incorrecto de los recursos. El segundo principio es la disciplina; ya que las normas y reglas deben ser cumplidas y respetadas por todos. El tercer principio es la unidad de mando. El empleado debe saber a quién reporta su trabajo y de quién recibirá órdenes, para evitar mensajes erróneos que perjudiquen la calidad del trabajo. Por último, fomentar y valorar la iniciativa en el personal es crucial para motivar; esto repercutirá positivamente en el ambiente de trabajo y en el logro de metas. (Sy Corvo, 2019)

La gestión productiva es un conjunto de responsabilidades y de tareas que deben ser satisfechas para que las operaciones propiamente tales de la producción sean realizadas respetando las condiciones de calidad, de plazo y de costos que se desprenden de los objetivos y de las estrategias de la empresa. (Amat, 2000, en Darromán y Velázquez, 2011).

Por otra parte, la logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado. (Thompson, 2007)

La gestión de mercados internacionales es la búsqueda de información para conocer las posibilidades y comportamientos de cada uno de los mercados en destino, implica el registro y análisis de la información para la toma de decisiones en concordancia con la estrategia de expansión de la empresa en los mercados internacionales. (Blog CEUPE-Centro Europeo de Postgrado, 2019)

Con respecto a la logística exportadora, Mondragón (2015) señala que: la logística del comercio internacional comprende todas las actividades que realizarán para trasladar la mercancía desde un lugar en el país de origen hasta un punto exacto en el país de destino. En ese sentido, participarán una serie de operadores logísticos o empresas que deben intervenir para brindar sus servicios a un exportador o importador, y de esta manera se realice el traslado seguro y oportuno de la mercancía.

La Gestión Económico-Financiera es el poder lograr conseguir objetivos y metas empresariales; se relaciona con la toma de decisiones relativas al tamaño y composición de los activos, al nivel y estructura de la financiación y a la política de dividendos, enfocándose en la maximización del beneficio y la riqueza. Relacionado con la gestión funcional operativa, la eficiencia y eficacia en la producción y es una forma de evaluar la “salud” de la empresa y su “fortaleza” financiera. La gestión económica de la empresa, es la capacidad que la empresa tiene para generar y sustancialmente retener beneficio durante un periodo determinado. Y la gestión financiera, se relaciona con la capacidad que tiene la empresa para administrar adecuadamente sus compromisos de pagos financieros, es decir, sería una expresión también aproximada del mejor o menor estado de liquidez (cash) de la empresa. (Eslava, 2010, en Ludeña, 2017)

El presente informe de tesis se encuentra sustentado en la teoría de recursos y capacidades, es una herramienta que permite determinar las fortalezas y debilidades internas de la organización. Según esta teoría, el desarrollo de capacidades distintivas es la única forma de conseguir ventajas competitivas sostenibles. (Carrión, 2004)

La Teoría de Recursos y Capacidades procede del ámbito académico, se desarrolla en los años 80 y viene a ser la precursora de la Gestión del Conocimiento años 90, concepto mucho más ligado a la práctica empresarial. Partiendo del modelo de las cinco fuerzas de Porter (1982), herramienta fundamental para entender el entorno competitivo y los vectores que desde el exterior (competidores potenciales, productos sustitutos, proveedores, compradores y competidores en la industria) influyen en las empresas de un mismo sector, el análisis estratégico ha intentado investigar por qué dentro de un mismo sector se producen diferencias en el desempeño de las organizaciones. Por esta razón, el estudio de la estrategia avanzó hacia el paradigma de la estrategia basada en los recursos y capacidades que se poseen (enfoque interno), o los que se deben adquirir para poder competir. En definitiva, se pasa de un enfoque exterior a uno interior a la hora de fundamentar la creación de ventajas competitivas. (Loggioldice, s.f)

El tema de la presente investigación se encuentra comprendido dentro de las líneas de investigación de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de nuestra Universidad Privada del Norte como es el de generar cultura exportadora a los mercados internacionales.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C. ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, Trujillo 2020?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar cuál es el potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C. ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, Trujillo 2020.

1.3.2 Objetivos específicos

Determinar que el mercado chileno facilita el ingreso de papayas frescas de la empresa Corporación Enercon S.A.C en el 2020.

Determinar que la gestión administrativa de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

Determinar que la gestión productiva y logística de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

Determinar que la gestión de mercados internacionales y logística exportadora de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

Determinar que la gestión económica y financiera de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis general

H1: El potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, se encuentra en la gestión administrativa, la gestión productiva y logística, la gestión de mercados internacionales y logística exportadora y la gestión económica-financiera.

H0: El potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, no se encuentra en la gestión administrativa, la gestión productiva y logística, la gestión de mercados internacionales y logística exportadora y la gestión económica-financiera.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de enfoque mixto.

En el enfoque cualitativo se utiliza en la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. En el enfoque cuantitativo se usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 15-16)

También es de diseño no experimental, porque se realiza sin manipular deliberadamente variables y sólo se pueden observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. El nivel de investigación es transeccional o transversal, porque se recolectan datos en un momento, en un tiempo único. Es de tipo descriptiva, debido a que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis. (Hernández et. al, 2014, p.154-155)

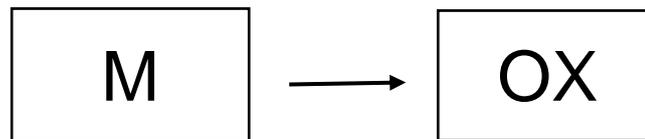


Figura n°1: Diagrama de diseño de investigación

M: Empresa Corporación Enercon S.A.C

Ox: Potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C

2.2 Población y muestra

- **Población**

9 trabajadores de la empresa Corporación Enercon S.A.C.

- **Muestra**

Se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, en este caso las unidades que conformarán la muestra se seleccionan de acuerdo a la conveniencia del investigador. (Millones, Barreno, Vásquez y Catillo, 2015, p.25).

En la presente investigación, según el criterio de las tesis se ha considerado aplicar el cuestionario a 3 personas que están relacionadas directamente con el tema de estudio, las cuales son: el gerente general, el gerente de operaciones y la asistente legal.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

- **Técnica**

En el análisis cualitativo, se utiliza el análisis documental, que es un tipo de indagación basado en la revisión de documentos escritos y no escritos que guarden relación con el propósito del estudio. (Castillo, 2019)

En el análisis cuantitativo, la técnica que se utilizó fue la encuesta. La encuesta es una técnica de recogida de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso. (Martínez, 2011, p.42)

- **Instrumento**

Para el análisis cualitativo, se utilizó como instrumento la guía de análisis documental, en la cual se recolecta información encontrada en las herramientas de inteligencia comercial como Trademap, Siicex, Macmap y Cesce con la finalidad de seleccionar el mercado objetivo.

Para el análisis cuantitativo, el instrumento utilizado para recopilar la información de la empresa fue el cuestionario. Un cuestionario es un conjunto de preguntas diseñado para generar la información necesaria para lograr recolectar información de los entrevistados. (McDaniel y Gates, 2011, p. 370)

El cuestionario está dividido por cuatro tipos de gestión que hace referencia PROMPERÚ los cuales son:

- Gestión administrativa
- Gestión productiva y logística
- Gestión de mercados internacionales y logística exportadora
- Gestión económica y financiera

El cuestionario se basa en un conjunto de preguntas que son medidas bajo una escala Likert.

La escala de Likert consiste en un conjunto de ítems presentado en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categoría de la escala. A cada escala se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones. (Hernández et al, 2010, p.245).

Validez y confiabilidad:

La guía de análisis documental fue validada por 2 docentes de la Universidad Privada del Norte y por la administradora de la empresa Harsco Metals Perú SA (ver anexo n°8) El cuestionario diseñado para la recopilación de información se sometió para su validez de contenido al juicio de expertos, el cual se realizó por 3 profesionales expertos en temas de investigación de mercado, comercio internacional y logística de la Universidad Privada Del Norte. Las observaciones emitidas por los expertos fueron tomadas en cuenta para la debida corrección del instrumento. (ver anexo n°3)

Para establecer la confiabilidad se realizó una prueba estadística, en la cual de un total de 15 pruebas realizadas a nivel piloto para medir la confiabilidad se obtuvo un índice de confiabilidad Alfa de Cronbach de $\alpha = 0.983$ ($\alpha > 0.70$) lo cual indica que el instrumento que evalúa el potencial exportador de la Empresa Corporación ENERCON S.A.C es confiable. (Ver anexo n°4)

2.4 Procedimiento

Debido a que la presente investigación es de enfoque mixto, consideramos como método lógico de nuestra investigación el método inductivo y deductivo.

El método inductivo es un proceso utilizado para poder sacar conclusiones generales partiendo de hechos particulares y el método deductivo se usa para referirse a una forma específica de pensamiento o razonamiento, que extrae conclusiones lógicas y válidas a partir de un conjunto dado de premisas o proposiciones. (Raffino, 2019)

El procedimiento de análisis de información consistió en lo siguiente:

En el análisis cualitativo; para la selección del mercado objetivo, se analizó la información obtenida a través de la partida arancelaria 080720 que corresponde al producto papayas frescas en las herramientas de inteligencia comercial Trademap, Siicex, Macmap y Cesce; para lo cual se utilizó el programa de Microsoft Excel para la elaboración de tablas y gráficos.

En primer lugar; se obtuvo información de Trade Map, en la cual sólo se eligieron los 10 principales países importadores mundiales de papayas frescas durante el período 2014-2018. A estos 10 países se aplicó la fórmula de tasa de crecimiento de las cantidades importadas (expresadas en miles de \$), con la finalidad de encontrar el o los países que tienen mayor crecimiento en la demanda mundial de papayas frescas.

En segundo lugar; se obtuvo información de Trade Map para analizar las cantidades exportadas (expresadas en miles de \$) de los países destino de las exportaciones peruanas de papayas frescas durante el período 2015-2018, con la finalidad de elegir el país que más demanda de papaya fresca tiene en Perú.

Por último; a partir de esta información, se elabora una matriz de selección de mercados, en la cual se analizó al mercado de Chile, por ser el principal y mayor mercado de las exportaciones peruanas y España e Italia porque son países que tienen mayor crecimiento en demanda mundial de papayas frescas, además de ser mercados destinos de exportaciones peruanas de papayas frescas (ver tabla n°1 y n°2); para determinar el mercado más conveniente se toma en cuenta los siguientes criterios: % participación de exportaciones 2018 (Perú), arancel, tarifas referenciales de flete, ubicación, situación política, economía interna y economía externa. A cada uno de estos criterios se les asignó puntuaciones del 1 al 3, en donde: puntaje de 1 es desfavorable, puntaje de 2 es regular y puntaje de 3 es favorable. La sumatoria de las puntuaciones de los criterios muestra que Chile obtuvo el puntaje más elevado. (ver tabla n°3)

En el análisis cuantitativo; para la recopilación de datos utilizamos un cuestionario dividido en cuatro gestiones, donde cada pregunta fue medida bajo una escala Likert (ver anexo n°5) y fue aplicado a tres personas que pertenecen a la empresa que son el gerente general, gerente de operaciones y una asistente. (ver anexo n°6). El cuestionario fue llenado de manera presencial en la oficina de la empresa Corporación Enercon S.A.C.

Para el análisis estadístico, se procesaron los resultados del cuestionario en el programa de Microsoft Excel. Posteriormente, se elaboraron tablas por cada dimensión evaluada en las cuales se colocaron los indicadores, el puntaje obtenido y el puntaje máximo de cada indicador. Una vez obtenidos los puntajes, se encuentra la suma total de los indicadores con la finalidad de encontrar el porcentaje obtenido en cada dimensión. Con estos datos, se considera según las escalas propuestas por PROMPERÚ, si cada dimensión es una fortaleza (más del 70%) o debilidad (menos del 70%).

2.5 Consideraciones éticas

Las personas involucradas en la investigación fueron informadas acerca del estudio a realizar, pues la información brindada será usada solamente con fines de carácter académico para la realización de la presenta tesis. Así mismo, se respetará las definiciones de los autores y las reglas establecidas por la universidad.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Objetivo 1: Determinar que el mercado chileno facilita el ingreso de papayas frescas de la empresa Corporación Enercon S.A.C en el 2020.

Para este objetivo se utilizará la información encontrada en las herramientas de inteligencia comercial, en las cuales se analizará los principales mercados importadores de papayas frescas a nivel mundial y los mercados de exportación peruana, para esta información se hace uso de la partida arancelaria 080720 correspondiente al producto papayas frescas.

Tabla n° 1:

*Lista de los 10 principales países importadores del mundo de papayas frescas
(expresado en miles de \$)*

Importadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	TASA DE CRECIMIENTO 2014-2018
Estados Unidos de América	117555	129341	133607	121896	125238	2%
Alemania	27843	29238	26697	29548	28298	0%
Portugal	16912	15084	17838	20561	25209	10%
Canadá	23477	20696	20781	22217	21485	-2%
España	13098	13515	14879	17657	18759	9%
Países Bajos	17985	18292	16029	17427	16546	-2%
Reino Unido	15126	14707	15088	15380	15592	1%
Emiratos Árabes Unidos	9625	11812	11280	11392	11684	5%
Singapur	9470	9291	8958	9664	8844	-2%
Italia	6197	6870	7203	7882	8627	9%
Otros	56696	53614	53185	58833	64151	3%
Total general	313984	322460	325545	332457	344433	2%

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

En la tabla n° 1 se muestran los 10 principales países importadores de papayas frescas a nivel mundial durante el periodo 2014-2018. El país con mayor tasa de crecimiento es Portugal con 10%. Esto se debe a que la demanda de frutas es prácticamente todo el año; puesto que la creciente preocupación por la salud conlleva a que aumente el consumo de frutas frescas, los portugueses gastaron el 6,5% de su renta en alimentos y las importaciones de frutas han aumentado 20,1%. (PROCOLOMBIA, s.f)

Con respecto a España e Italia presentan una tasa de crecimiento de 9%. En Italia, según PROECUADOR (2017), en los últimos años ha aumentado el consumo de frutas tropicales en este

país, debido a que extranjeros que viven en Italia han contribuido a la introducción de las frutas tropicales en el mercado, ha aumentado la disponibilidad del producto gracias a los menores costos de envío vía marítima y al incremento del transporte aéreo y las frutas exóticas disfrutan de una percepción positiva en términos de calidad, constituyen opciones saludables para dietas bajas en calorías y son componentes esenciales de la alimentación vegana y vegetariana.

Emiratos Árabes Unidos con 5%. La principal característica del mercado es la dependencia de las importaciones ya que la producción local es muy reducida e incluso inexistente en determinadas partidas debido a que las condiciones climáticas no permiten la producción agrícola durante la mayor parte del año. (Teijeiro, 2019)

Estados Unidos y Reino Unido no representan tasas de crecimiento significativas con 2% y 1% respectivamente. Según FRESH PLAZA (2018), Estados Unidos importa desde México y el volumen de papayas mexicanas ha presentado una disminución y la oferta ha sido limitada.

Con respecto a Reino Unido, la papaya todavía no es muy conocida o adquirida por el consumidor británico de forma regular. El consumidor de esta fruta es el segmento étnico (población africana, caribeña, latinoamericana, asiática). Sin embargo, la creciente importancia que ha tenido la salud en la mente del consumidor ha permitido que la papaya pase a ser considerada como otra opción en muchos hogares. (Vásquez, 2018)

Canadá, Países Bajos y Singapur presentan tasas de crecimiento negativas con -2% cada uno. En cuanto a Países Bajos, FRESH PLAZA (2018), menciona que debido a la inestabilidad de las condiciones meteorológicas y al retraso de varios envíos, en la actualidad el mercado es muy complicado.

Figura n°2

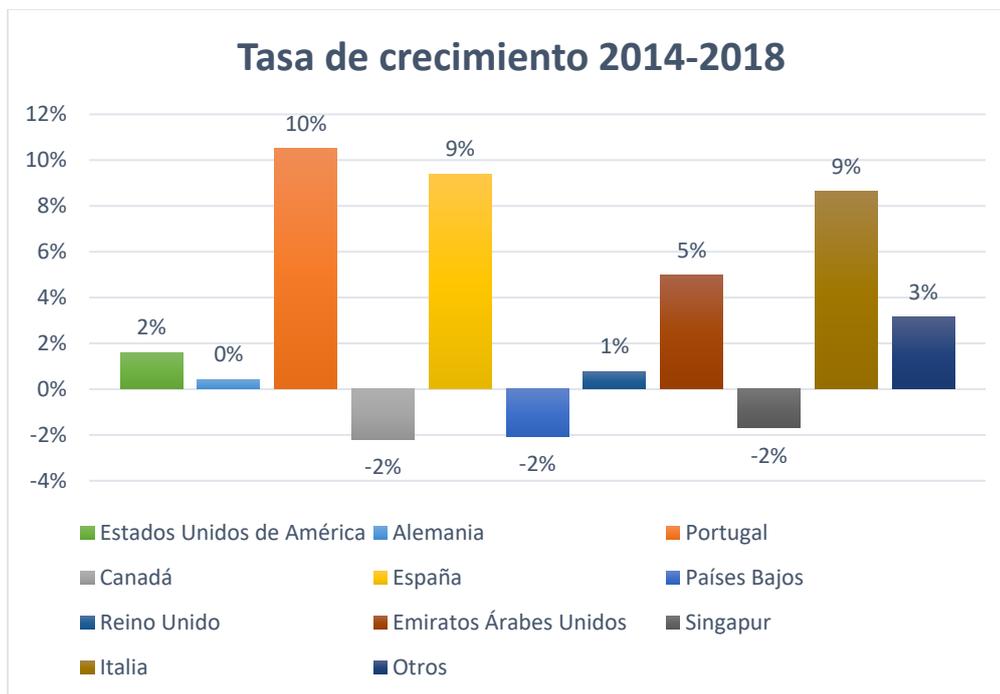


Figura n°2: Tasa de crecimiento de los países importadores del mundo de papaya 2014-2018

Elaboración: Propia

Como se observa en la figura n°2, Portugal es el principal importador de papaya a nivel mundial durante el periodo 2014 – 2018 con una tasa de crecimiento del 10%. Otros países que destacan son España, Emiratos Árabes Unidos e Italia.

Tabla n° 2:

*Lista de los países de exportaciones peruanas de papayas frescas
(expresado en miles de \$)*

Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018
Chile	2	6	54	21
Italia	0	1	0	1
España	0	0	0	1
Total general	2	7	54	22

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

La tabla n° 2 muestra los países importadores de papaya peruana durante el periodo 2015 – 2018, en el cual se observa que Chile presenta los mayores valores exportados; esto debido que en el 2017 la fuerte migración en el país y el origen de las personas provienen en su mayoría desde el caribe, razón por la cual ha aumentado la importación de frutas tropicales. España e Italia muestran pequeñas

cantidades exportadas, según FRESH PLAZA (2016), no existe un gran mercado de exportación de la variedad de papaya peruana porque la fruta es amarilla y Europa prefiere la papaya roja.

Figura n°3



Figura n°3: Valor exportado de los países importadores de papaya peruana 2015-2018

Elaboración: Propia

La figura n°3 muestra que Chile tiene el mayor valor exportado durante el periodo 2015- 2018, alcanzando los mayores valores de exportación en el año 2017 en comparación de los otros años.

Selección de mercado:

Según el análisis obtenido en la tabla n°1 se muestra que España e Italia son dos países que tienen mayor tasa de crecimiento en importaciones de papaya del mundo, así mismo también importan desde Perú; por otra parte, Chile es el país con mayor valor de importaciones peruanas de papaya, tal como se observa en la tabla n°2. Es por esto, que se evaluará al mercado de Chile con España e Italia, y se determinará si es el mercado más conveniente.

Tabla n° 3:

Matriz de Selección de Mercados

	CHILE	P.	ITALIA	P.	ESPAÑA	P.
% Participación 2018 (Perú)	92%	3	3%	1	3%	1
Arancel	0%	3	0%	3	0%	3
Tarifas referenciales de flete (FCL 20 pies) \$	400- 501	3	1510-1560	1	1417-1462	2
Ubicación	América del Sur	3	Europa	1	Europa	1
Situación Política	Muy estable	3	Estable	2	Muy estable	3
Economía Interna	Favorable	3	Desfavorable	1	Regular	2
Economía Externa	Favorable	3	Desfavorable	1	Favorable	3
Puntaje total		21		10		15

Fuente: SIICEX, MACMAP, CESCE, GOOGLE

Elaboración: Propia

En la tabla n°3 se observa que Chile es el mercado más conveniente, puesto que obtuvo el mayor puntaje en comparación de los otros mercados. Por lo tanto, se elige Chile; ya que su participación de mercado en las exportaciones peruanas fue de 92%, tiene un arancel preferencial de 0%, la tarifa de flete es la más baja en comparación con los otros países, se encuentra ubicado en el mismo continente, presenta una situación política muy estable y su economía interna y externa son favorables.

Objetivo 2: Determinar que la gestión administrativa de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

Para la gestión administrativa se plantearon las siguientes preguntas:

- ¿Cuántos trabajadores en total laboran en su empresa?
- ¿La misión y visión ha sido debidamente socializada con el personal que labora en la empresa?
- ¿La empresa promueve el cumplimiento de los principios?
- ¿La empresa cuenta con un organigrama que detalle a la organización en forma general?
- ¿El personal conoce en forma clara el concepto del negocio del mercado internacional?
- ¿Su empresa tiene un plan estratégico que incluya la exportación de su producto o servicio?
- ¿La empresa otorga capacitaciones de gestión de la exportación al personal de la empresa constantemente y cuando ingresan a la misma?
- ¿La empresa ha definido sus expectativas de exportación dentro de los próximos 2 años?
- ¿Cuál de los siguientes objetivos persiguen los directivos de su empresa?
- ¿Se fomenta a los empleados una cultura exportadora?

Tabla n° 4:

Resumen de resultados obtenidos de la Gestión Administrativa de la empresa Corporación Enercon S.A.C 2020.

Indicadores	Puntaje obtenido	Puntaje máximo
Número de empleados	1	4
Misión y visión	3.67	4
Cumplimiento de principios	4	4
Organigrama	3.33	4
Conocimiento de negocios internacionales	2	4
Plan estratégico	1.67	4
Capacitaciones	1	4
Expectativas	3	4
Objetivos	3.89	4
Cultura exportadora	2.33	4
Total	25.89	40
Porcentaje	65%	100%

Fuente: Resultados del cuestionario aplicado a la empresa Corporación Enercon S.AC (ver anexo n°6)

Elaboración: Propia

La tabla n°4 muestra que el total del puntaje obtenido de los indicadores de la gestión administrativa es de 25.89 puntos representando un 65% frente a un puntaje total máximo de 40 puntos que representa el 100%. A partir de este resultado, se determina que esta gestión es una debilidad para

la empresa acorde con lo propuesto por PROMPERÚ. En esta gestión, los indicadores con puntajes altos son: misión y visión, cumplimiento de principios, organigrama, expectativas y objetivos. Pero los indicadores con puntajes bajos que no favorecen son: el número de empleados, conocimientos en negocios internacionales, capacitaciones y plan estratégico.

Figura n°4

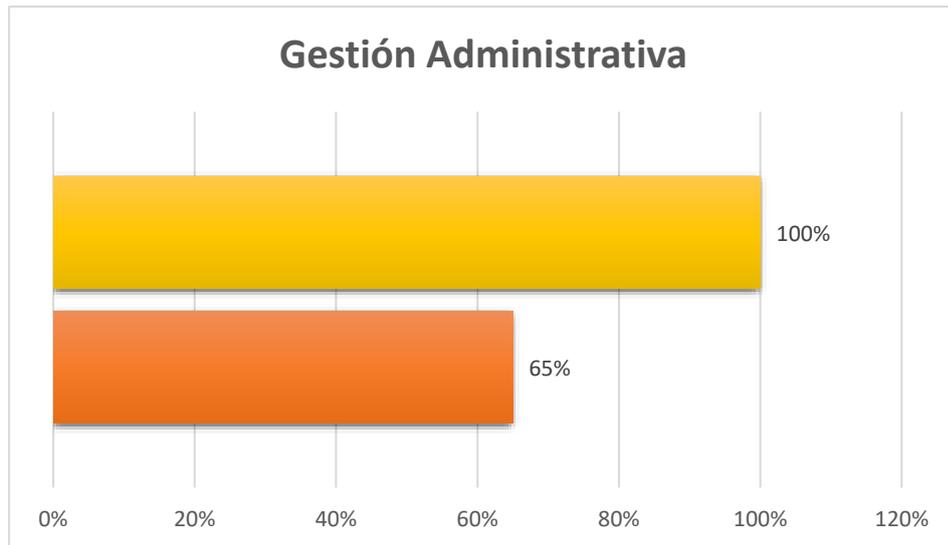


Figura n°4: Resultados de Gestión Administrativa (%)

Fuente: Porcentaje obtenido de la tabla de resultados de gestión administrativa (ver tabla n°4)

Elaboración: Propia

La figura n°4 muestra el porcentaje obtenido de la gestión administrativa de la empresa, el cual representa un 65% con respecto a su puntaje obtenido de 25.89. Esto representa que la gestión administrativa es una debilidad para la empresa según lo propuesto por PROMPERÚ.

Objetivo 3: Determinar que la gestión productiva y logística de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

Para la gestión productiva y logística se plantearon las siguientes preguntas:

- ¿Su empresa produce directamente los productos que venden en el mercado?
- ¿Cuánto es la superficie de siembra de su producto?
- ¿Cuál es su capacidad de producción por hectárea?
- ¿La empresa tiene la posibilidad de expansión de planta? ¿En cuánto?
- ¿Existen procedimientos, estándares de operación que describan la forma correcta de realizar las actividades de producción?
- ¿Se realiza un control de calidad en la producción?
- ¿Está el personal capacitado para realizar un control de calidad adecuado?
- ¿Se aplican las normas y planes de higiene y seguridad industrial en la empresa?

¿Tiene la empresa la posibilidad de incrementar su producción para cubrir las cantidades necesarias para pedidos de exportación futuros?

¿Cuenta con un sistema establecido que garantice el nivel de calidad constante de los productos a exportar?

Tabla n°5:

Resumen de resultados obtenidos de la Gestión Productiva y Logística de la empresa Corporación Enercon S.A.C 2020.

Indicadores	Puntaje obtenido	Puntaje máximo
Producción propia	4	4
Superficie de siembra	1	4
Rendimiento por hectárea	4	4
Expansión de planta	4	4
Procedimiento de operación	3	4
Control de calidad	3	4
Personal capacitado	2	4
Normas y planes de higiene	3	4
Capacidad para aumentar producción para exportación	4	4
Sistema de calidad	2	4
Total	30	40
Porcentaje	75%	100%

Fuente: Resultados del Cuestionario aplicado a la empresa Corporación Enercon S.AC (ver anexo n°6)

Elaboración: Propia

La tabla n°5 muestra que el total del puntaje obtenido en la gestión productiva y logística es de 30 puntos representando un 75% frente a un puntaje total máximo de 40 puntos que representa el 100%; a partir de estos resultados se determina que esta gestión es una fortaleza acorde a lo propuesto por PROMPERÚ. Para lograr este resultado, los indicadores que más favorecen en puntuación son: producción propia, rendimiento por hectárea, expansión de planta, capacidad para aumentar producción para exportación, procedimiento de operación, control de calidad, normas y planes de higiene.

Figura n°5

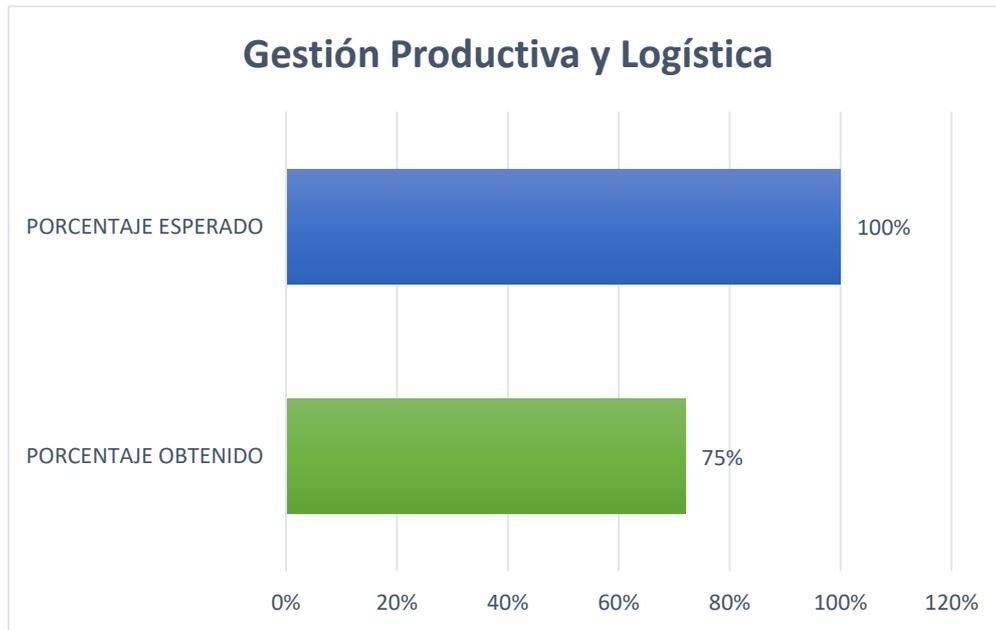


Figura n°5: Resultados de la Gestión Productiva y Logística (%)

Fuente: Porcentaje obtenido de la tabla de resultados de gestión productiva y logística (ver tabla n°5)

Elaboración: Propia

En la figura n°5 muestra el porcentaje obtenido en la gestión productiva y logística de 75% con respecto al puntaje de 30 puntos. Lo cual significa que es una fortaleza para la empresa.

Objetivo 4: Determinar que la gestión de mercados internacionales y logística exportadora de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

Para la gestión de mercados internacionales y logística exportadora se plantearon las siguientes preguntas:

- ¿A qué mercado está dirigido el producto que desarrolla su empresa?
- ¿Su empresa realiza estudios de mercados internacionales?
- ¿Conoce su empresa los reglamentos técnicos de su producto a exportar?
- ¿Su empresa conoce las certificaciones de su producto a exportar?
- ¿Tiene su empresa alguna certificación en calidad o inocuidad?
- ¿Está su producto adaptado a los gustos y preferencias de los consumidores del país que desea exportar?
- ¿Su empresa aplica estrategias de precio?
- ¿Su producto tiene un precio competitivo en el mercado?

Los canales más frecuentes que utiliza para colocar sus productos en el mercado son:

¿Su empresa mantiene contactos comerciales permanentes en el exterior que demande sus productos o servicio?

¿Para la comercialización de sus productos utilizan intermediarios?

¿Su empresa conoce los diferentes trámites y términos utilizados en el comercio internacional?

¿Su empresa utiliza en su proceso productivo materia prima e insumos importados?

Tabla n° 6:

Resumen de resultados obtenidos de la Gestión de Mercados Internacionales y Logística Exportadora a la empresa Corporación Enercon S.A.C 2020.

Indicadores	Puntaje obtenido	Puntaje máximo
Tipo de mercado	3.67	4
Estudio de mercado	1	4
Acceso a mercado internacionales	3.47	4
Reglamentos de exportación	2.13	4
Certificaciones de exportación	2.08	4
Certificaciones de calidad o inocuidad	2	4
Adaptación de gustos y preferencias	1.67	4
Estrategias de precio	2.33	4
Precio competitivo	3.67	4
Canales de comercialización	1.59	4
Contactos comerciales	1	4
Uso de intermediarios	1	4
Trámites y términos de comercio internacional	2.33	4
Uso de insumos importados	1.67	4
Total	29.61	56
Porcentaje	53%	100%

Fuente: Resultados del Cuestionario aplicado a la empresa Corporación Enercon S.A.C (Ver anexo n°6)

Elaboración: Propia

La tabla n°6 muestra que el total del puntaje obtenido en la gestión de mercados internacionales y logística exportadora es de 29.61 puntos representando un 53% frente a un puntaje total máximo de 56 puntos que representa el 100%; a partir de estos resultados se determina que esta gestión es una debilidad acorde a lo propuesto por PROMPERÚ. Para obtener este resultado, los indicadores como:

estudio de mercado, reglamentos de exportación, certificaciones de exportación, certificaciones de calidad, adaptación de gustos y preferencias, estrategia de precio, canales de comercialización, contactos comerciales, uso de intermediarios, tramites y términos de comercio internacional y uso de insumos importados, obtuvieron puntuaciones bajas, lo cual significa que la empresa desconoce aspectos sobre investigación de mercados internacionales y los requisitos que se necesita para exportar. Los indicadores con mayor puntaje fueron tipo de mercado, acceso a mercados internacionales y precio competitivo.

Figura n°6



Figura n°6: Resultados de Gestión de Mercados Internacionales y Logística Exportadora (%)

Fuente: Porcentaje obtenido de la tabla de resultados de gestión de mercados internacionales y logística exportadora (ver tabla n°6)

Elaboración: Propia

La figura n°6 muestra el porcentaje obtenido de la gestión de mercados internacionales y logística exportadora, lo cual obtuvo un 53% con respecto al puntaje total obtenido de 29.61, lo que significa que esta gestión representa una debilidad para la empresa.

Objetivo 5: Determinar que la gestión económica y financiera de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

Para la gestión económica y financiera se plantearon las siguientes preguntas:

¿Cree que la información financiera generada actualmente en su empresa es confiable para la toma de decisiones?

¿Su empresa cuenta con las siguientes características de política contable?

¿Cree que es importante las Normas Internacionales de Información Financiera (NIF) para las PYMES, puesto que ayuda a la medición, presentación e interpretación en los estados financieros de cualquier empresa y con esto es de mayor utilidad en la toma de decisiones?

¿Considera importante para su empresa una auditoría financiera, ya que a través de esta le daría a la información financiera un valor adicional, concluyendo razonable para un tercero, bancos o entidades financieras poseer su confianza?

¿Tiene sus estados financieros al día?

¿Su empresa y/o directivos tiene la facilidad para acceder a productos financieros?

¿Posee actualmente un crédito bancario, en qué producto?

¿Su empresa tiene un presupuesto inicial que se necesita para empezar a exportar?

¿Su empresa cuenta con una estructura de costos de exportación?

¿Su empresa planea realizar inversiones para exportar sus productos en los próximos 5 años? ¿Cuáles serían esas inversiones?

¿Su empresa tiene capacidad financiera para recibir pagos diferidos del mercado internacional; es decir cobro de sus ventas en periodos mayores a 6 meses?

¿Su empresa tiene conocimiento sobre los productos financieros que pueden brindar el sistema financiero sobre comercio exterior?

¿Su empresa evalúa los riesgos internacionales?

Tabla n° 7:

Resumen de resultados obtenidos de la Gestión Económica y Financiera de la empresa Corporación Enercon S.A.C 2020.

Indicadores	Puntaje obtenido	Puntaje máximo
Información financiera	4	4
Políticas contables	3.67	4
Normas Internacionales de Información Financiera	4	4
Auditoría financiera	4	4
Estados financieros	4	4
Acceso al financiamiento	3.33	4
Crédito bancario	0.86	4
Presupuesto para exportación	2.67	4
Costos de exportación	1	4
Inversiones	2.33	4
Capacidad financiera	1	4
Financiamiento sobre comercio exterior	2.56	4
Riesgos internacionales	4	4
Total	37.42	52
Porcentaje	72%	100%

Fuente: Resultados del Cuestionario aplicado a la empresa Corporación Enercon S.A.C (Ver anexo n°6)

Elaboración: Propia

La tabla n°7 muestra que el total del puntaje obtenido en la gestión económica y financiera es de 37.42 puntos representando un 72% frente a un puntaje total máximo de 52 puntos que representa el 100%; a partir de estos resultados se determina que esta gestión es una debilidad acorde a lo propuesto por PROMPERÚ. Para obtener este resultado, los indicadores de información financiera, políticas contables, normas internacionales de información financiera, auditoría financiera, estados financieros, acceso al financiamiento y riesgos internacionales tuvieron los puntajes más alto. Los demás indicadores como son presupuesto para exportación, costos de exportación, capacidad financiera y financiamiento sobre comercio exterior presenta puntuaciones bajas debido a que la empresa no cuenta con un presupuesto que respalde todos los costos de exportación.

Figura n°7

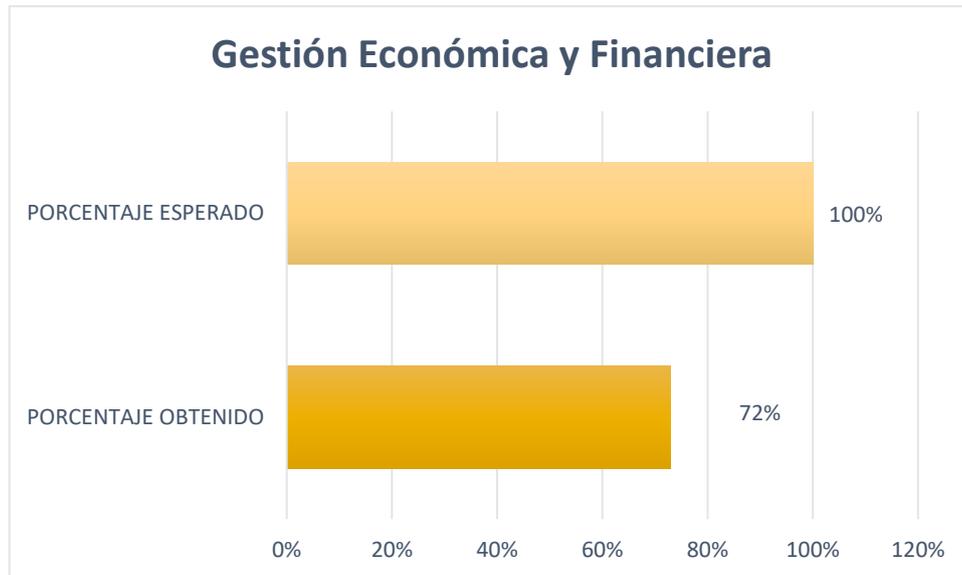


Figura n°7: Resultados de Gestión Económica y Financiera (%)

Fuente: Porcentaje obtenido de la tabla de resultados de gestión económica y financiera (ver tabla n°7)

Elaboración: Propia

La figura n° 7 nos muestra el porcentaje obtenido en la gestión económica y financiera con un total de 72% con respecto al puntaje total obtenido de 37.42 puntos, lo que significa que es una fortaleza para la empresa.

- **Objetivo general:** Determinar cuál es el potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.AC. ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, Trujillo 2020.

Tabla n° 8:

Resumen del resultado obtenido de las dimensiones de la empresa Corporación Enercon S.A.C 2020.

Gestión Administrativa	65%	Debilidad
Gestión Productiva y Logística	75%	Fortaleza
Gestión de Mercados Internacionales y Logística exportadora	53%	Debilidad
Gestión Económica y Financiera	72%	Fortaleza

Fuente: Datos obtenidos de las figuras n° 4,5,6,7

Elaboración: Propia

La tabla n°8 muestra que la gestión productiva - logística tiene un porcentaje 75% y la gestión económica-financiera tiene un 72%, por lo tanto, son fortalezas para la empresa Corporación Enercon S.A.C; mientras que la gestión administrativa tiene un 65% y la gestión de mercados internacionales y logística exportadora tiene un 53% representan debilidad para la empresa; esto es conforme a lo planteado por PROMPERÚ, si el puntaje final de cada componente es mayor o igual a 70%, se debería considerar como una fortaleza; si es menos de 70 % es considerado como una debilidad. Por lo tanto, se concluye que el potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, Trujillo 2020 se encuentra en su gestión productiva - logística y la gestión económica-financiera al ser determinadas como fortalezas.

Figura n°8

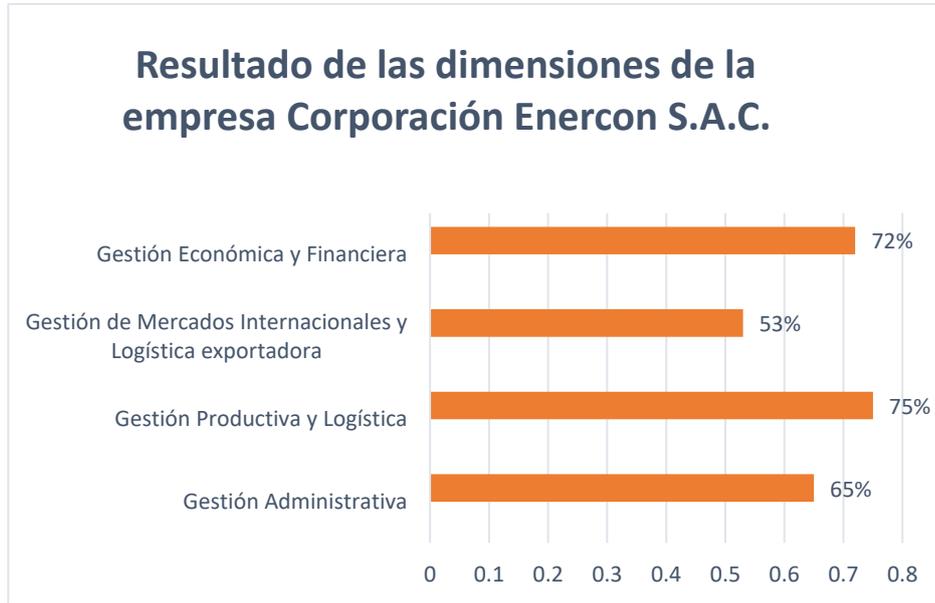


Figura n°8: Resultado de las dimensiones de la empresa Corporación Enercon S.A.C

Elaboración: Propia

La figura muestra que la gestión económica-financiera tiene un 72%, la gestión de mercados internacionales y logística exportadora tiene un 53%, la gestión productiva - logística 75% y la gestión administrativa obtuvo un 65%.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

Luego de haber revisado nuestros objetivos y de plantear la hipótesis: El potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, se encuentra en la gestión administrativa, la gestión productiva y logística, la gestión de mercados internacionales y logística exportadora y la gestión económica-financiera, se discuten los siguientes puntos:

El objetivo general de esta investigación busca determinar cuál es el potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C. ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, Trujillo 2020. Después de haber realizado la investigación, se pudo confirmar la hipótesis que el potencial exportador de la empresa se encuentra solo en la gestión productiva con 75% y la gestión económica – financiera con 72%, pues estas dos gestiones están representadas como fortalezas según lo establecido por PROMPERÚ. Estos resultados difieren con la investigación de los autores Atoche y Corzo (2015), en su tesis ‘Factores de competitividad que promueve el potencial exportador de las microempresas de la Asociación de Fabricantes Industriales Textiles La Libertad-2015’, lo cual concluye que el potencial exportador de las microempresas de la Asociación de Fabricantes Textiles La Libertad se encuentran en la dimensión de gestión empresarial con un nivel alto (59.09%), para un producto de un nivel alto (100%), para la gestión productiva, de los mercados y logística Internacional con el nivel medio (63.64%). y finalmente gestión económica y financiera con un nivel medio (63.64%).

Los resultados obtenidos en el objetivo específico 1. Determinar que el mercado chileno facilita el ingreso de papayas frescas de la empresa Corporación Enercon S.A.C en el 2020.

Según los datos estadísticos obtenidos, la tabla n°3 muestra la matriz de selección de mercado entre los países de Chile, Italia y España en la cual se demostró que el mercado chileno facilita el ingreso de papaya fresca peruana, pues el porcentaje de participación de mercado fue de 92% frente a la participación de mercado de Italia y España de 3 % cada uno. También muestra que tiene un arancel preferencial de 0% y sobretodo tiene una ubicación favorable al encontrarse en el mismo continente que Perú, por lo cual su tarifa de flete referencial varía entre 400 y 500 dólares, siendo menos costosa en comparación de los países europeos de Italia y España que varían entre los 1400 y 1500 dólares. Además, cuenta con una situación política muy estable y una situación económica interna y externa favorable. Esto confirma lo que menciona Azabache y Polo (2014), en su tesis “Estrategias de internacionalización para la exportación del calzado de la empresa Calzados Paredes S.A.C al país de Chile para el periodo 2014-2019”, en la cual obtuvo como resultado a través de una preselección de mercados que el mercado de Chile es interesante por poseer una economía estable, acuerdos económicos vigentes con nuestro país además resulta ser más accesible realizar negocio

con este por su entorno transparente, bien regulado y políticamente estable. Además, la investigación realizada por Herrera, Hortúa y Morales (2009), en su tesis titulada “Estudio de medición de potencial exportador de la empresa de calzado manufactura Hortúa Leal, indica que una empresa para poder expandirse a los mercados internacionales debe tener una selección adecuada del país que se desea exportar. Por lo tanto, se concluye que el mercado chileno es adecuado para la exportación de papaya fresca, pues presenta condiciones favorables con respecto a aranceles, situación política, participación de mercado y ubicación.

Los resultados obtenidos en el objetivo específico 2. Determinar que la gestión administrativa de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

La tabla n°4 muestra los indicadores evaluados en la gestión administrativa de la empresa y la figura n°4 representa el resultado obtenido en esta dimensión, el cual alcanzó un 65% del 100% considerándose una debilidad para la empresa; debido que no cuentan con el número de personal adecuado, no se brindan capacitaciones sobre exportación al personal, no poseen conocimiento de negocios internacionales, no tiene definido un plan estratégico y no se fomenta la cultura exportadora. Por otra parte, los indicadores que obtuvieron buen puntaje fueron: cumplimiento de principios, objetivos, visión y misión, organigrama y expectativas. Estos resultados se pueden comprobar con lo que teoriza Sy Corvo (2019) donde menciona que, uno de los principios fundamentales de la gestión administrativa es el orden; pues cada trabajador debe ocupar el puesto para el cual está capacitado y la falta de orden conlleva a un trabajo menos eficiente y al uso incorrecto de los recursos. También menciona que fomentar y valorar la iniciativa en el personal es crucial para motivar; esto repercutirá positivamente en el ambiente de trabajo y en el logro de metas. También Asalde y Zañartu (2018) en su tesis: “Potencial exportador de la Fábrica de chocolates La Española S.R.L para el ingreso de barras de chocolate al mercado holandés, Trujillo 2018”, concluyeron que: la empresa cuenta con una buena planificación, control y organización de áreas, pero carecen de conocimiento en el aspecto internacional.

Los resultados obtenidos en el objetivo específico 3. Determinar que la gestión productiva y logística de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

En la presente investigación la tabla n°5 muestra los indicadores evaluados en la gestión productiva y logística de la empresa pues los indicadores analizados que obtuvieron el puntaje máximo fueron producción propia, rendimiento por hectárea, expansión de planta y capacidad para aumentar producción. Por otra parte, los indicadores de procedimiento de operación, control de calidad y normas y planes de higiene también obtuvieron un buen puntaje. Estos resultados confirman lo que teoriza Amat (2000), en Darromán y Velázquez (2011), en el cual indica que las tareas de gestión productiva deben ser satisfechas para que las operaciones propiamente tales de la producción sean realizadas respetando las condiciones de calidad, plazo y costos que se desprenden de los objetivos y de las estrategias de la empresa.

También la figura n°5 representa el resultado obtenido en porcentaje el cual alcanzó un 75% del 100% considerándose esta dimensión una fortaleza para la empresa; esto se corrobora en la investigación de Aranda (2017), pues en su tesis “Potencial exportador de la Asociación Manos Laboriosas para la exportación de artesanía textil al mercado colombiano 2017” menciona que el potencial exportador de la asociación se encuentra en su gestión productiva, gracias a que la asociación posee un producto reconocido a nivel regional e innova cada año.

Los resultados obtenidos en el objetivo específico 4. Determinar que la gestión de mercados internacionales y logística exportadora de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

Analizando los indicadores evaluados de la gestión de mercados internacionales y logística exportadora mostrados en la tabla n°6 se obtuvo que, la mayoría de los indicadores obtuvieron una puntuación baja los cuales son: estudio de mercado, contactos comerciales, reglamento y certificados de exportación, certificaciones de calidad, adaptación de gustos y preferencias, uso de intermediarios, contactos comerciales y trámites y términos de comercio internacional. Por lo tanto, en la figura n°6 muestra el resultado en % de los indicadores obteniendo un 53% del 100% en total, lo que resulta que este tipo de gestión represente una debilidad para la empresa. Estos resultados no son favorables para la empresa pues no cuentan con las condiciones necesarias que menciona el Centro Europeo de Postgrado (2019), en la cual la gestión de mercados internacionales es la búsqueda de información para conocer las posibilidades y comportamientos de cada uno de los mercados en destino, implica el registro y análisis de la información para la toma de decisiones en concordancia con la estrategia de expansión de la empresa en los mercados internacionales.

Los resultados obtenidos en el objetivo específico 5. Determinar que la gestión económica y financiera de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.

En el análisis de los indicadores de la gestión económica y financiera la figura n°7 muestra el resultado final de la puntuación en porcentaje obteniendo un 72% lo que representa que la gestión económica y financiera es una fortaleza para la empresa. Por otra parte, La tabla n°7 muestra los resultados obtenidos en cada indicador, los cuales fueron muy favorables, del total de 13 indicadores, fueron 7 los que obtuvieron buen puntaje los cuales son: información, políticas contables, normas internacionales de información financiera, auditoría, estados financieros, acceso al financiamiento y riesgos internacionales. Este resultado beneficia a la empresa pues Eslava (2010), en Ludeña (2017) afirma que: la gestión económico-financiera es el poder lograr conseguir objetivos y metas empresariales; se relaciona con la toma de decisiones relativas al tamaño y composición de los activos, al nivel y estructura de la financiación y a la política de dividendos, enfocándose en la maximización del beneficio y la riqueza.

La presente investigación se justifica teóricamente basados en la Teoría de recursos y capacidades, que permite determinar las fortalezas y debilidades internas de la organización. Metodológicamente

se ha utilizado las escalas propuestas por PromPerú para definir si cada gestión es una fortaleza o una debilidad.

Como consecuencias teóricas, los resultados obtenidos en la presente tesis son aplicables a la realidad de las empresas dedicadas a la Agroindustria. Así mismo, el instrumento aplicado sirve para futuras investigaciones, ya que pasó por un proceso de estudio de confiabilidad estadística obteniendo un coeficiente de Alfa de Cronbach (0.983) superior al mínimo aceptado para este tipo de estudios. Teniendo la certeza de que los instrumentos son confiables estadísticamente.

Finalmente cabe destacar que, a pesar de las limitaciones, como la disponibilidad del tiempo, y la dificultad para acceder a la información de la empresa; se logró terminar la investigación.

Se recomienda a la empresa asistir a cursos, talleres, charlas y/o capacitaciones en temas de comercio internacional; pues son los aspectos que la empresa necesita reforzar si desea iniciar un proceso de exportación. También, debe mejorar en aspectos de calidad y tener un personal capacitado en procesos de producción para poder abastecer adecuadamente en mercado internacional.

4.2 Conclusiones

Se determinó que el potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, Trujillo 2020, se encuentra en la gestión productiva y logística con 75% y la gestión económica – financiera con 72% por ser determinadas como fortalezas. Según las escalas propuestas por PROMPERÚ se determina que es una fortaleza cuando el porcentaje alcanzado es mayor a 70%. (ver tabla n°8)

Se determinó que el mercado chileno si facilita el ingreso de papayas frescas de la empresa Corporación Enercon S.A.C, pues presenta condiciones adecuadas para la exportación de papaya fresca con respecto a aranceles, participación de mercado, costos de flete, ubicación, situación política y situación económica interna y externa. (ver tabla n°3)

Se determinó que la gestión administrativa de la empresa Corporación Enercon S.A.C no facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020; pues obtuvo un porcentaje de 65% del 100% lo cual representa una debilidad con respecto a PROMPERÚ; pues no muestra un buen manejo de sus recursos humanos, ya que al contar con poco personal que no está capacitado en temas de comercio exterior, tampoco puede definir un plan estratégico que ayude a la mejora de sus decisiones para las actividades de exportación. (ver tabla n°4)

Se determinó que la gestión productiva y logística de la empresa Corporación Enercon S.A.C si facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020; pues obtuvo un porcentaje de 75% del 100%, considerándose esta dimensión una fortaleza con respecto a PROMPERÚ. La empresa aún debe mejorar en aspectos de calidad y tener un personal capacitado en procesos de producción, a pesar de esto cuenta con recursos de producción adecuados para poder abastecer a los mercados internacionales. (ver tabla n°5)

Se determinó que la gestión de mercados internacionales y logística exportadora de la empresa Corporación Enercon S.A.C no facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020; pues obtuvo un porcentaje de 53% del 100%, lo que resulta que este tipo de gestión represente una debilidad para la empresa con respecto a PROMPERÚ. Esto debido a que carece de contactos comerciales en el exterior, no realiza estudios de mercados, cuenta con poco conocimiento en trámites y términos del comercio internacional y tampoco cuenta con certificaciones de calidad. (ver tabla n°6)

Se determinó que la gestión económica y financiera de la empresa Corporación Enercon S.A.C si facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020; pues obtuvo un porcentaje de 72% del 100% con respecto a PROMPERÚ, lo que representa una fortaleza para la empresa. La empresa cuenta con un buen potencial para poder incursionar en un proyecto de exportación, aunque le falta mejorar aspectos sobre presupuesto de exportación, costos de exportación, inversiones, capacidad financiera y financiamiento sobre comercio exterior pues estos indicadores obtuvieron puntuaciones bajas. (ver tabla n°7)

REFERENCIAS

- ADOEXPO. (s.f). *Test potencial exportador.* Recuperado de [https://adoexpo.org/es/assets/files/pdf/Test_Potencial_Exportador_BID-FOMIN\(2\).pdf](https://adoexpo.org/es/assets/files/pdf/Test_Potencial_Exportador_BID-FOMIN(2).pdf)
- Agroindustrial Danper. (2015). *¿Conoces todo sobre la papaya?* Recuperado de <http://www.danper.com/blog/todo-sobre-la-papaya/>
- Aranda, S. (2017). *Potencial exportador de la Asociación Manos Laboriosas para la exportación de artesanía textil al mercado colombiano 2017.* (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú.
- Asalde, S. & Zañurtu, D. (2018). *Potencial exportador de la Fábrica de chocolates La Española S.R.L para el ingreso de barras de chocolate al mercado Holandés, Trujillo 2018.* (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú.
- Asqui, E. (2016). *Análisis de las limitaciones para la exportación de aceituna de mesa en envases destinados al consumo en la empresa Agroindustrias Olivepack S.A.C.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada de Tacna. Tacna, Perú.
- Azabache, M & Polo, J (2014). *Estrategias de internacionalización para la exportación del calzado de la empresa calzados paredes S.A.C al país de Chile para el periodo 2014-2019.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte. Trujillo, Perú.
- Blog CEUPE (2019). *La investigación internacional de mercados.* Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/la-investigacion-internacional-de-mercados.html>
- Carrión, J. (2014). *Teoría de recursos y capacidades y gestión del conocimiento.* Recuperado en <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-recursos-y-capacidades-y-gestion-del-conocimiento/>
- Castillo, I. (2019). *5 Instrumentos de Investigación Documental.* Recuperado en <https://www.lifeder.com/instrumentos-investigacion-documental/>
- Castrejón, S & Tapia, W (2018). *Características de e-commerce B2C en las exportaciones de prendas de algodón orgánico para bebés de 0 a 3 años hacia el mercado de Chile, 2018.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte. Cajamarca, Perú.
- CESCE. (2019). Riesgo país. Recuperado de <https://www.cesce.es/riesgo-pais>
- Darromán, C & Velázquez, R. (2011). *El proceso de gestión y la gestión económica en las empresas.* Recuperado en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2011/dsvl.htm>
- EuroPerú Consulting. (2016). *Diagnóstico inicial del potencial exportador.* Recuperado de <http://europeruconsulting.com/diagnostico-del-potencial-exportador/>
- Fanjul, E. (2017). *Qué es la internacionalización.* Recuperado de <http://iberglobal.com/index.php/escuela-de-comercio-exterior/1448-que-es-la-internacionalizacion>

- FRESHPLAZA. (2016). Resumen del mercado global de la papaya. Recuperado de <https://www.freshplaza.es/article/3102293/resumen-del-mercado-global-de-la-papaya/>
- FRESHPLAZA. (2018). *Chile aumenta un 600% la importación de frutas tropicales*. Recuperado de <https://www.freshplaza.es/article/3114108/chile-aumenta-un-600-la-importacion-de-frutas-tropicales/>
- FRESHPLAZA. (2018). Resumen del mercado global de la papaya. Recuperado de <https://www.freshplaza.es/article/3113407/resumen-del-mercado-global-de-la-papaya/>
- Guías Empresariales. (s.f). *Exportación – Importancia de la exportación*. Recuperado de <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=32>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. (4 ed.). México: Mc Graw Hill. Recuperado de https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis_sampieri_unidad_1-1.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5 ed.). México: Mc Graw Hill
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6 ed.). México: Mc Graw Hill
- Herrera, M; Hortúa, S & Morales, A (2009). *Estudio de medición de potencial exportador de la empresa de calzado Manufactura Hortúa Leal (MHL)*. (Tesis de Licenciatura). Universidad del Rosario. Bogotá, Colombia.
- Internacionalmente.com. (2016). *Formas de entrada en los mercados internacionales*. Recuperado de <https://internacionalmente.com/formas-de-entrada-en-los-mercados-internacionales/>
- International Business School. (2019). *¿Cómo se puede internacionalizar una empresa?* Recuperado de <https://www.nextibs.com/de-que-maneras-se-puede-internacionalizar-una-empresa/>
- Loggiodice, Z. (s.f). *La gestión del conocimiento como ventaja competitiva para las agencias de viajes y turismo*. Recuperado en <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/teorias-recursos-capacidades.html>
- McDaniel, C. & Gates, R. (2011). *Investigación de Mercados*. (8 ed.). México: Cengage Learning
- Martinez, R. (2011). *Investigación Comercial*. Madrid, España: Tebar
- Market Access Map. (2019). Condiciones de acceso al mercado. Recuperado de <https://www.macmap.org/>
- Master Logística. (2019). *Riesgos del comercio exterior*. Recuperado de <http://www.masterlogistica.es/riesgos-comercio-exterior/>
- Millones, R., Barreno, E., Vásquez, F. & Castillo, C. (2015). *Estadística aplica a la ingeniería y los negocios*. Perú: Universidad de Lima

- MINAGRI. (2015). *¿Por qué es importante exportar? La razón de ser económica*. Recuperado de <http://www.minagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/como-exportar/introduccion62/666-ipor-que-es-importante-exportar-la-razon-de-ser-economica>
- Mondragón, V (2015). *Cadena logística simulando proceso de exportación e importación*. Recuperado de https://www.diariodelexportador.com/2015/07/cadena-logistica-simulando-proceso-de_13.html
- Mondragón, V. (2017). *¿Mi empresa tiene potencial exportador?* Recuperado de <https://www.diariodelexportador.com/2017/04/en-que-consiste-el-potencial-exportador.html>
- PROCOLOMBIA. (s.f). Portugal – Frutas Frescas. Recuperado de <https://www.colombiatrader.com.co/oportunidades-de-negocio/portugal-frutas-frescas>
- PROCOMER. (2018). Demanda de frutas exóticas en Italia. Recuperado de <https://www.procomer.com/es/alertas-comerciales/demanda-de-frutas-exoticas-en-italia>
- PROMPERÚ. (2013). *Guía test del exportador*. Recuperado de <http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/123456789/182>
- PROMPERÚ. (2017). *Plan de negocio exportador*. Recuperado de <http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/handle/123456789/1781>
- Raffino, M. (2019). *Método inductivo*. Recuperado de <https://concepto.de/metodo-inductivo/#ixzz6Bi2ICDHf>
- Rios, I. (2018). *Nivel de competitividad del potencial exportador en el sector textil artesanal del centro poblado de Porcón alto – Cajamarca en el año 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte. Lima, Perú.
- SIICEX. (2019). *Buscar partida*. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=234.00000>
- SIICEX (2019). *Rutas Marítimas*. Recuperado de <http://rutasmaritimas.promperu.gob.pe/home>
- Sy Corvo, H. (2019). *Gestión Administrativa: Funciones y Procesos*. Recuperado de <https://www.lifeder.com/gestion-administrativa/>
- Teijeiro, A (2019). El mercado de frutas y verduras frescas en Emiratos Árabes Unidos. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2019832690.html>
- Thompson, I (2007). *Definición de Logística*. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>

TRADEMAP. (2020). Países importadores de papayas frescas a nivel mundial. Recuperado de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c080720%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c

TRADEMAP. (2020). Exportaciones peruanas de papayas frescas. Recuperado de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c080720%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

Vázquez, V (2018). Papaya fresca en Reino Unido. Recuperado de <https://docplayer.es/67802497-Papaya-fresca-en-reino-unido-parte-uno-informacion-del-mercado.html>

Vidal, G (2017). *Auditoria interna y su influencia en la gestión económica y financiera de las empresas industriales en el distrito de Santa Anita, en el año 2016.* (Tesis de Licenciatura). Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú.

ANEXOS

Anexo n°1:
Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición Operacional	Dimensiones	Diseño de Investigación
¿Cuál es el potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, Trujillo 2020?	<p>General:</p> <p>Determinar cuál es el potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C. ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, Trujillo 2020.</p> <p>Específicos:</p> <p>Determinar que el mercado chileno facilita el ingreso de papayas frescas de</p>	<p>H1: El potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, se encuentra en la gestión administrativa, la gestión productiva y logística, la</p>	Potencial Exportador	<p>El potencial exportador de la empresa permite identificar las capacidades que posee la empresa y aprovechar las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales.</p>	Selección de mercados	<p>Enfoque de investigación Cualitativa y Cuantitativa (Mixta)</p> <p>Tipo de Investigación Descriptiva</p> <p>Nivel de Investigación Transversal</p> <p>Diseño de la Investigación: No experimental</p> <p>Método: Inductivo y Deductivo</p>
					Gestión administrativa	
					Gestión productiva y Logística	
					Gestión de mercados internacionales y logística exportadora	

	<p>la empresa Corporación Enercon S.A.C en el 2020.</p> <p>Determinar que la gestión administrativa de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.</p> <p>Determinar que la gestión productiva de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.</p> <p>Determinar que la gestión de mercados internacionales y logística exportadora de la empresa Corporación Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.</p> <p>Determinar que la gestión económica y financiera de la empresa Corporación</p>	<p>gestión de mercados internacionales y logística exportadora y la gestión económica-financiera.</p> <p>H0: El potencial exportador de la empresa Corporación Enercon S.A.C ubicada en San Pedro de Lloc para facilitar el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile, no se encuentra en la gestión administrativa, la gestión productiva y logística, la gestión de mercados internacionales y logística exportadora y la gestión económica-financiera.</p>			<p>Gestión económica y financiera</p>	
--	---	--	--	--	---------------------------------------	--

	Enercon S.A.C facilita el ingreso de papayas frescas hacia el mercado de Chile en el 2020.					
--	--	--	--	--	--	--

Anexo n°2:
Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Potencial exportador	<p>PROMPERÚ (2017), menciona: El autodiagnóstico empresarial, también llamado análisis del potencial exportador, es vital para la inserción de la empresa en el mercado global, ya que identifica las capacidades en las diferentes etapas del proceso del comercio exterior. El potencial exportador muestra a la empresa la habilidad que ésta puede tener para sacar ventajas de las oportunidades del mercado internacional.</p>	<p>El potencial exportador de la empresa permite identificar las capacidades que posee la empresa y aprovechar las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales.</p>	Selección de mercado	% Participación 2018 Arancel Tarifas referenciales de flete (FCL 20 pies) \$ Ubicación Situación política Economía interna Economía externa
			Gestión administrativa	Número de empleados Misión y visión Cumplimiento de principios Organigrama Conocimiento de negocios internacionales Plan estratégico Capacitaciones Expectativas Objetivos Cultura exportadora

			<p>Gestión productiva y logística</p>	<p>Producción propia Superficie de siembra Rendimiento por hectárea Expansión de planta Procedimiento de operación Control de calidad Personal capacitado Normas y planes de higiene Capacidad para aumentar producción para exportación Sistema de calidad</p>
			<p>Gestión de mercados internacionales y logística exportadora</p>	<p>Tipo de mercado Estudio de mercado Acceso a mercado internacionales Reglamentos de exportación Certificaciones de exportación Certificaciones de calidad o inocuidad Adaptación de gustos y preferencias Estrategias de precio Precio competitivo Canales de comercialización Contactos comerciales Uso de intermediario Tramites de termino de comercio internacional</p>

				Uso de insumos importados
			Gestión económica y financiera	Información financiera Políticas contables Normas Internacionales de Información Financiera Auditoría financiera Estados financieros Acceso al financiamiento Crédito bancario Presupuesto para exportación Costos de exportación Inversiones Capacidad financiera Financiamiento sobre comercio exterior Riesgos internacionales

Anexo n°3:
Ficha de validación de cuestionario

FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellidos y nombres del especialista o experto	Grado académico, cargo o institución donde labora	Autor(s) de la investigación
Cabrera Villar Aldo	Magister	Cabrera Gutiérrez, Susana Guzmán Sifuentes, María
Título de la investigación:		
Potencial Exportador de la Empresa Corporación Enercon hacia el Mercado de Chile, Trujillo 2019		

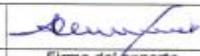
II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Formulado con lenguaje apropiado				✓	
2. OBJETIVIDAD	Expresado en conductas observables				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				✓	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica			✓		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y claridad				✓	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de investigación				✓	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				✓	
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones				✓	
9. METODOLOGÍA	Corresponde al propósito de la propuesta				✓	
10. OPORTUNIDAD	Propicio para su aplicación en el momento adecuado				✓	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Preguntar sobre BPA.

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Trujillo ¹² de <u>06</u> del 2019	<u>06447940</u>		<u>953402250</u>
Lugar y fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono



FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellidos y nombres del especialista o experto	Grado académico, cargo o institución donde labora	Autor(s) de la investigación
RODRIGUEZ CASTILLO MARIA SOLEDAD	MAESTRO	Cabrera Gutiérrez, Susana Guzmán Sifuentes, María
Título de la investigación:		
Potencial Exportador de la Empresa Corporación Enercon hacia el Mercado de Chile, Trujillo 2019		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Formulado con lenguaje apropiado			/		
2. OBJETIVIDAD	Expresado en conductas observables			/		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología			/		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica			/		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			/		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de investigación			/		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos			/		
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones			/		
9. METODOLOGÍA	Corresponde al propósito de la propuesta			/		
10. OPORTUNIDAD	Propicio para su aplicación en el momento adecuado			/		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Debe repararse el orden de preguntas según indicadores de cada dimensión

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Trujillo 11 de Junio del 2019	18 102264		
Lugar y fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono

FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellidos y nombres del especialista o experto	Grado académico, cargo o institución donde labora	Autor(s) de la investigación
MANTUA RODRIGUEZ LUIS ALFREDO	MAESTRO U.P.N.	Cabrera Gutiérrez, Susana Guzmán Sifuentes, María
Título de la investigación:		
Potencial Exportador de la Empresa Corporación Enercon hacia el Mercado de Chile, Trujillo 2019		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Expresado en conductas observables					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de investigación					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	Corresponde al propósito de la propuesta					X
10. OPORTUNIDAD	Propicio para su aplicación en el momento adecuado					X

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

TODO CONFORME - INSTRUMENTO COHERENTE

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Trujillo, 08 de 07 del 2019	18066188		945014844
Lugar y fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono

PRUEBA DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO QUE EVALÚA EL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA EMPRESA CORPORACIÓN ENERCON “α” DE CRONBACH.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dónde:

α: Coeficiente de Confiabilidad

K: Número de ítems

S_i^2 : Varianza de cada ítem

S_t^2 : Varianza del total de ítems

Σ: Sumatoria

Cálculo de los datos:

K = 128

$\sum S_i^2 = 116.838$

$S_t^2 = 4658.781$

Reemplazando:

$$\alpha = \frac{128}{128-1} \times \left(1 - \frac{116.838}{4658.781} \right) = 0.983 > 0.70 \Rightarrow \text{Confiable}$$

CONFIABILIDAD POR DIMENSIONES / ÍTEMS:

1. GESTIÓN ADMINISTRATIVA:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,874	15

Salida SPSS 25.0

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
Ítem1	39,0667	69,067	,668	,860
Ítem2	38,4000	73,114	,403	,872
Ítem3	38,6000	67,686	,650	,860
Ítem4	38,8667	67,267	,657	,859
Ítem5	38,5333	68,124	,593	,863
Ítem6	38,8000	76,457	,281	,875
Ítem7	38,5333	71,410	,526	,866

Ítem8	38,3333	70,381	,553	,865
Ítem9	38,5333	69,267	,568	,864
Ítem10	38,3333	70,095	,697	,860
Ítem11	38,2667	74,924	,369	,873
Ítem12	38,6000	73,543	,418	,871
Ítem13	38,6667	68,238	,655	,860
Ítem14	38,5333	74,695	,257	,880
Ítem15	38,6000	69,257	,557	,865

Salida SPSS 25.0

2. GESTION PRODUCTIVA Y LOGÍSTICA:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,845	10

Salida SPSS 25.0

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
Ítem1	25,0667	33,924	,596	,825
Ítem2	24,4000	35,543	,441	,839
Ítem3	24,6000	32,543	,619	,822
Ítem4	24,8667	32,552	,600	,824
Ítem5	24,5333	32,552	,585	,826
Ítem6	24,8000	38,886	,225	,853
Ítem7	24,5333	35,552	,453	,838
Ítem8	24,3333	33,667	,591	,826
Ítem9	24,5333	32,838	,606	,824
Ítem10	24,3333	34,095	,680	,820

Salida SPSS 25.0

3. GESTIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES Y LOGÍSTICA EXPORTADORA:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,952	51

Salida SPSS 25.0

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
Ítem1	126,5333	658,838	,434	,951
Ítem2	126,8667	653,838	,501	,951
Ítem3	126,9333	638,210	,718	,950
Ítem4	126,8000	656,886	,346	,952
Ítem5	126,8667	641,838	,614	,950
Ítem6	127,3333	640,952	,727	,950
Ítem7	126,6667	655,381	,426	,951
Ítem8	126,8667	638,124	,683	,950
Ítem9	127,1333	634,552	,731	,949
Ítem10	126,8000	640,743	,606	,950
Ítem11	127,0667	665,210	,300	,952
Ítem12	126,8000	648,171	,588	,950
Ítem13	126,6000	646,400	,587	,950
Ítem14	126,8000	644,029	,584	,950
Ítem15	126,6000	645,400	,725	,950
Ítem16	126,5333	658,838	,434	,951
Ítem17	126,8667	653,838	,501	,951
Ítem18	126,9333	638,210	,718	,950
Ítem19	126,8000	656,886	,346	,952
Ítem20	126,8667	641,838	,614	,950
Ítem21	127,3333	640,952	,727	,950
Ítem22	126,6667	655,381	,426	,951
Ítem23	126,8667	638,124	,683	,950
Ítem24	127,1333	634,552	,731	,949
Ítem25	128,1333	671,124	,219	,952
Ítem26	128,1333	678,981	-,074	,953
Ítem27	128,0000	683,143	-,232	,953
Ítem28	128,2000	678,743	-,066	,953
Ítem29	128,0000	675,857	,043	,952
Ítem30	128,2000	678,886	-,071	,953
Ítem31	128,0000	679,143	-,081	,953
Ítem32	128,0667	671,495	,205	,952
Ítem33	126,9333	638,210	,718	,950
Ítem34	126,8000	656,886	,346	,952
Ítem35	126,8667	641,838	,614	,950
Ítem36	127,3333	640,952	,727	,950
Ítem37	126,6667	655,381	,426	,951

Ítem38	126,8667	638,124	,683	,950
Ítem39	127,1333	634,552	,731	,949
Ítem40	126,8000	640,743	,606	,950
Ítem41	127,0667	665,210	,300	,952
Ítem42	126,8000	648,171	,588	,950
Ítem43	126,6000	646,400	,587	,950
Ítem44	126,8000	644,029	,584	,950
Ítem45	126,6000	645,400	,725	,950
Ítem46	126,5333	658,838	,434	,951
Ítem47	126,8667	653,838	,501	,951
Ítem48	126,9333	638,210	,718	,950
Ítem49	126,8000	656,886	,346	,952
Ítem50	126,8667	641,838	,614	,950
Ítem51	127,3333	640,952	,727	,950

Salida SPSS 25.0

4. GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,955	52

Salida SPSS 25.0

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
Ítem1	131,5333	709,552	,509	,954
Ítem2	131,7333	693,352	,725	,953
Ítem3	132,0000	692,571	,721	,953
Ítem4	131,6667	693,810	,686	,953
Ítem5	131,9333	722,638	,334	,955
Ítem6	131,6667	708,524	,542	,954
Ítem7	131,4667	703,695	,600	,954
Ítem8	131,6667	699,667	,624	,954
Ítem9	131,4667	703,410	,723	,953
Ítem10	131,4000	719,400	,385	,955
Ítem11	131,7333	714,210	,456	,955
Ítem12	131,8000	697,743	,682	,953
Ítem13	131,6667	717,810	,303	,955
Ítem14	131,7333	699,781	,611	,954

Ítem15	132,2000	702,171	,657	,954
Ítem16	131,5333	709,552	,509	,954
Ítem17	131,7333	693,352	,725	,953
Ítem18	132,0000	692,571	,721	,953
Ítem19	131,6667	693,810	,686	,953
Ítem20	131,9333	722,638	,334	,955
Ítem21	131,6667	708,524	,542	,954
Ítem22	131,4667	703,695	,600	,954
Ítem23	131,6667	699,667	,624	,954
Ítem24	133,0667	739,067	-,101	,956
Ítem25	132,8667	738,695	-,087	,956
Ítem26	132,9333	731,924	,156	,955
Ítem27	132,8667	729,552	,246	,955
Ítem28	133,1333	732,552	,142	,955
Ítem29	132,8000	737,457	-,043	,956
Ítem30	132,8667	733,124	,115	,956
Ítem31	131,5333	709,552	,509	,954
Ítem32	131,7333	693,352	,725	,953
Ítem33	132,0000	692,571	,721	,953
Ítem34	131,6667	693,810	,686	,953
Ítem35	131,9333	722,638	,334	,955
Ítem36	131,6667	708,524	,542	,954
Ítem37	131,4667	703,695	,600	,954
Ítem38	131,6667	699,667	,624	,954
Ítem39	131,4667	703,410	,723	,953
Ítem40	131,4000	719,400	,385	,955
Ítem41	131,7333	714,210	,456	,955
Ítem42	131,8000	697,743	,682	,953
Ítem43	131,6667	717,810	,303	,955
Ítem44	131,7333	699,781	,611	,954
Ítem45	132,2000	702,171	,657	,954
Ítem46	131,5333	709,552	,509	,954
Ítem47	131,7333	693,352	,725	,953
Ítem48	132,0000	692,571	,721	,953
Ítem49	131,6667	693,810	,686	,953
Ítem50	131,9333	722,638	,334	,955
Ítem51	131,6667	708,524	,542	,954
Ítem52	131,7333	730,924	,116	,956

Salida SPSS 25.0

Anexo n°5:

Cuestionario para determinar el potencial exportador

Nombre:	
Cargo:	
Profesión :	

Este cuestionario tiene como propósito analizar a la empresa en cuatro aspectos, lo cual permitirá conocer el potencial de la empresa ante las exigencias del mercado internacional.

Preguntas:

Dentro de los recuadros marque con una x la respuesta que considera estar de acuerdo según las diferentes alternativas que se presentan.

A. Gestión Administrativa.

1. ¿Cuántos trabajadores en total laboran en su empresa?

De 1 a 10 (1 pto)	Entre 11 y 49 (2 ptos)	Entre 50 y 250 (3 ptos)	Más de 250 (4 ptos)

2. ¿La misión y visión ha sido debidamente socializada con el personal que labora en la empresa?

Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)

3. ¿La empresa promueve el cumplimiento de los principios?

Nunca (1 pto)	A veces (2 ptos)	Frecuentemente (3 ptos)	Siempre (4 ptos)

4. ¿La empresa cuenta con un organigrama que detalle a la organización en forma general?

Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)

5. ¿El personal conoce en forma clara el concepto del negocio del mercado internacional?

Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)

6. ¿Su empresa tiene un plan estratégico que incluya la exportación de su producto o servicio?

Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)

7. ¿La empresa otorga capacitaciones de gestión de la exportación al personal de la empresa constantemente y cuando ingresan a la misma?

Nunca (1 pto)	A veces (2 ptos)	Frecuentemente (3 ptos)	Siempre (4 ptos)

8. ¿La empresa ha definido sus expectativas de exportación dentro de los próximos 2 años?

Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)

9. ¿Cuál de los siguientes objetivos persiguen los directivos de su empresa?

OBJETIVOS	Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)
Rentabilidad				
Maximizar el beneficio (producto)				
Imagen				
Satisfacción de consumidores				

Necesidades sociales				
Internacionalización				

10. ¿Se fomenta a los empleados una cultura exportadora?

Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)

B. Gestión productiva y logística.

1. ¿Su empresa produce directamente los productos que venden en el mercado?

Nunca (1 pto)	A veces (2 ptos)	Frecuentemente (3 ptos)	Siempre (4 ptos)

2. ¿Cuánto es la superficie de siembra de su producto?

Menos 20 has (1 pto)	Entre 20 y 30 has (2 ptos)	Más de 30 y 40 has (3 ptos)	Más de 50 has (4 ptos)

3. ¿Cuál es su capacidad de producción por hectárea?

Menos 20 tn (1 pto)	Entre 20 y 30 tn (2 ptos)	Más de 30 y 40 tn (3 ptos)	Más de 50 tn (4 ptos)

4. ¿La empresa tiene la posibilidad de expansión de planta? ¿En cuánto?

Menos de 20% (1 pto)	Entre 20 y 30% (2 ptos)	Más 30 y de 40% (3 ptos)	Más de 50% (4 ptos)

5. ¿Existen procedimientos, estándares de operación que describan la forma correcta de realizar las actividades de producción?

Nunca (1 pts)	A veces (2 pts)	Frecuentemente (3 pts)	Siempre (4 pts)

6. ¿Se realiza un control de calidad en la producción?

Nunca (1 pts)	A veces (2 pts)	Frecuentemente (3 pts)	Siempre (4 pts)

7. ¿Está el personal capacitado para realizar un control de calidad adecuado?

Definitivamente no (1 pts)	Probablemente no (2 pts)	Probablemente sí (3 pts)	Definitivamente sí (4 pts)

8. ¿Se aplican las normas y planes de higiene y seguridad industrial en la empresa?

Nunca (1 pts)	A veces (2 pts)	Frecuentemente (3 pts)	Siempre (4 pts)

9. ¿Tiene la empresa la posibilidad de incrementar su producción para cubrir las cantidades necesarias para pedidos de exportación futuros?

Definitivamente no (1 pts)	Probablemente no (2 pts)	Probablemente sí (3 pts)	Definitivamente sí (4 pts)

10. ¿Cuenta con un sistema establecido que garantice el nivel de calidad constante de los productos a exportar?

Definitivamente no (1 pts)	Probablemente no (2 pts)	Probablemente sí (3 pts)	Definitivamente sí (4 pts)

C. Gestión de mercados internacionales y logística exportadora

1. ¿A qué mercado está dirigido el producto que desarrolla su empresa?

Tipo de mercado	Nunca (1 pts)	A veces (2 pts)	Frecuentemente (3 pts)	Siempre (4 pts)
Local				
Regional				
Nacional				
Internacional				

2. ¿Su empresa realiza estudios de mercados internacionales?

Nunca (1 pts)	A veces (2 pts)	Frecuentemente (3 pts)	Siempre (4 pts)

3. El acceso a los mercados internacionales le implica:

	Nunca (1 pts)	A veces (2 pts)	Frecuentemente (3 pts)	Siempre (4 pts)
Mayor velocidad de innovación				
Reducción de los costos de producción				
Ampliar infraestructura física				
Capacitación del RR.HH.				
Gestión del Talento Humano				
-Actualización y renovación tecnológica				
Vincular especialistas para los procesos misionales				
Mejorar y ampliar el portafolio de productos				
Certificar competencias Laborales				



Incorporar procesos logísticos relacionados con almacenamiento, transporte y distribución de los productos				
--	--	--	--	--

4. ¿Conoce su empresa los reglamentos técnicos de su producto a exportar?

Reglamentos Técnicos	Definitivamente no (1 pts)	Probablemente no (2 pts)	Probablemente sí (3 pts)	Definitivamente sí (4 pts)
Envase y embalaje				
Etiquetado				
Preferencias arancelarias				
Aditivos complementarios				
Medidas sanitarias y fitosanitarias				

5. ¿Su empresa conoce las certificaciones de su producto a exportar?

Certificaciones	Definitivamente no (1 pts)	Probablemente no (2 pts)	Probablemente sí (3 pts)	Definitivamente sí (4 pts)
Certificación fitosanitario				
Certificación ambiental (producto ecológico)				
Certificación de riesgo (seguridad)				
Certificación de responsabilidad social (bienestar)				

6. ¿Tiene su empresa alguna certificación en calidad o inocuidad? Seleccione si tuviera alguna certificación.

Certificaciones	No (2 pts)	Sí (4 pts)
Buenas Prácticas agrícolas		
Global Gap		
ISO 22000		
Certificación Orgánica		
Comercio Justo (Fair Trade)		
ISO 14000		
ISO 9000		
Otros		

Si seleccionó otros especifique en el siguiente recuadro cuales son:

7. ¿Está su producto adaptado a los gustos y preferencias de los consumidores del país que desea exportar?

Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 pts)	Probablemente sí (3 pts)	Definitivamente sí (4 pts)

8. ¿Su empresa aplica estrategias de precio?

Nunca (1 pto)	A veces (2 pts)	Frecuentemente (3 pts)	Siempre (4 pts)

9. ¿Su producto tiene un precio competitivo en el mercado?

Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)

10. Los canales más frecuentes que utiliza para colocar sus productos en el mercado son:

Canales de distribución	Nunca (1 pto)	A veces (2 ptos)	Frecuentemente (3 ptos)	Siempre (4 ptos)
Puntos de venta				
Grandes superficies comerciales				
Cadenas especializadas				
Distribuidores internacionales				
Comercializadores internacionales				
Venta directa				
Comercio electrónico				
Otros				

Si seleccionó otros especifique en el siguiente recuadro cuales son:

11. ¿Su empresa mantiene contactos comerciales permanentes en el exterior que demande sus productos o servicio?

Nunca (1 pto)	A veces (2 ptos)	Frecuentemente (3 ptos)	Siempre (4 ptos)

12. ¿Para la comercialización de sus productos utilizan intermediarios?

Nunca (1 pts)	A veces (2 pts)	Frecuentemente (3 pts)	Siempre (4 pts)

13. ¿Su empresa conoce los diferentes trámites y términos utilizados en el comercio internacional?

Trámites y términos	Definitivamente no (1 pts)	Probablemente no (2 pts)	Probablemente sí (3 pts)	Definitivamente sí (4 pts)
Incoterms				
Formas de pago				
Trámite documentario				
Formas de exportación				
Régimen aduanero				

14. Su empresa utiliza en su proceso productivo materia prima e insumos importados.

Nunca (1 pts)	A veces (2 pts)	Frecuentemente (3 pts)	Siempre (4 pts)

D. Gestión económica y financiera

1. ¿Cree que la información financiera generada actualmente en su empresa es confiable para la toma de decisiones?

Muy en desacuerdo (1 pts)	En desacuerdo (2 pts)	De acuerdo (3 pts)	Muy de acuerdo (4 pts)

2. ¿Su empresa cuenta con las siguientes características de política contable?

Características	Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)
Comprensibilidad				
Relevancia				
Comparabilidad				
Fiabilidad				
La esencia sobre la forma				
Prudencia				
Integridad				
Oportunidad				
Equilibrio entre costo y beneficio				

3. ¿Cree que es importante las Normas Internacionales de Información Financiera (NIF) para las PYMES, puesto que ayuda a la medición, presentación e interpretación en los estados financieros de cualquier empresa y con esto es de mayor utilidad en la toma de decisiones?

Muy en desacuerdo (1 pto)	En desacuerdo (2 ptos)	De acuerdo (3 ptos)	Muy de acuerdo (4 ptos)

4. ¿Considera importante para su empresa una auditoría financiera, ya que a través de esta le daría a la información financiera un valor adicional, concluyendo razonable para un tercero, bancos o entidades financieras poseer su confianza?

Muy en desacuerdo (1 pto)	En desacuerdo (2 ptos)	De acuerdo (3 ptos)	Muy de acuerdo (4 ptos)

5. ¿Tiene sus estados financieros al día?

Estados financieros	Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)
Balance general				
Estados de ganancias y pérdidas				
Flujo de caja				
Estado de cambio en el patrimonio neto				

6. ¿Su empresa y/o directivos tiene la facilidad para acceder a productos financieros?

Productos financieros	Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)
Línea de crédito				
Crédito comercial				
Capital de trabajo				
Carta fianza				
Factoring				
Leasing				
Otros				

Si seleccionó otros especifique en el siguiente recuadro cuales son:

--

7. ¿Posee actualmente un crédito bancario, en qué producto?

Productos financieros	No	Sí
	(1 pto)	(2 ptos)
Línea de crédito		
Crédito comercial		
Capital de trabajo		
Carta fianza		
Factoring		
Leasing		
Otros		

8. ¿Su empresa tiene un presupuesto inicial que se necesita para empezar a exportar?

Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)

9. ¿Su empresa cuenta con una estructura de costos de exportación?

Nunca (1 pto)	A veces (2 ptos)	Frecuentemente (3 ptos)	Siempre (4 ptos)

10. ¿Su empresa planea realizar inversiones para exportar sus productos en los próximos 5 años? ¿Cuáles serían esas inversiones?

Inversiones	Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)
Infraestructura				
Edificaciones				
Ampliaciones				

Compra de bienes raíces				
Otros				

Si seleccionó otros especifique en el siguiente recuadro cuales son:

11. ¿Su empresa tiene capacidad financiera para recibir pagos diferidos del mercado internacional; es decir cobro de sus ventas en periodos mayores a 6 meses?

Nunca (1 pto)	A veces (2 ptos)	Frecuentemente (3 ptos)	Siempre (4 ptos)

12. ¿Su empresa tiene conocimiento sobre los productos financieros que pueden brindar el sistema financiero sobre comercio exterior?

Productos financieros de comercio exterior	Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)
Carta de crédito				
Pre / post embarque				
Forfaiting				
Factoring internacional				
Transferencias al exterior				
Otros				

Si seleccionó otros especifique en el siguiente recuadro cuales son:

--

13. ¿Su empresa evalúa los riesgos internacionales?

Riesgos	Definitivamente no (1 pto)	Probablemente no (2 ptos)	Probablemente sí (3 ptos)	Definitivamente sí (4 ptos)
Tipo de cambio				
Riesgos comerciales				
Cambios políticos				
Amenazas en el transporte				
Riesgos de abastecimiento				
Conflictos laborales				
Rechazo de la mercancía				
Desastres naturales				

Anexo n°6:
Resultados del desarrollo del cuestionario

A. Gestión Administrativa.

1. ¿Cuántos trabajadores en total laboran en su empresa?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
1	1	1	1

2. ¿La misión y visión ha sido debidamente socializada con el personal que labora en la empresa?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	4	4	3.67

3. ¿La empresa promueve el cumplimiento de los principios?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	4	4

4. ¿La empresa cuenta con un organigrama que detalle a la organización en forma general?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	4	3	3.33

5. ¿El personal conoce en forma clara el concepto del negocio del mercado internacional?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
2	2	2	2

6. ¿Su empresa tiene un plan estratégico que incluya la exportación de su producto o servicio?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
2	1	2	1.67

7. ¿La empresa otorga capacitaciones de gestión de la exportación al personal de la empresa constantemente y cuando ingresan a la misma?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
1	1	1	1

8. ¿La empresa ha definido sus expectativas de exportación dentro de los próximos 2 años?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	3	3	3

9. ¿Cuál de los siguientes objetivos persiguen los directivos de su empresa?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3.83	4	3.83	3.89

10. ¿Se fomenta a los empleados una cultura exportadora?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	2	2	2.33

B. Gestión productiva y logística.

1. ¿Su empresa produce directamente los productos que venden en el mercado?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	4	4

2. ¿Cuánto es la superficie de siembra de su producto?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
1	1	1	1

3. ¿Cuál es su capacidad de producción por hectárea?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	4	4

4. ¿La empresa tiene la posibilidad de expansión de planta? ¿En cuánto?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	4	4

5. ¿Existen procedimientos estándares de operación que describan la forma correcta de realizar las actividades de producción?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	3	3	3

6. ¿Se realiza un control de calidad en la producción?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	3	3	3

7. ¿Está el personal capacitado para realizar un control de calidad adecuado?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
2	2	2	2

8. ¿Se aplican las normas y planes de higiene y seguridad industrial en la empresa?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	3	3	3

9. ¿Tiene la empresa la posibilidad de incrementar su producción para cubrir las cantidades necesarias para pedidos de exportación futuros?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	4	4

10. ¿Cuenta con un sistema establecido que garantice el nivel de calidad constante de los productos a exportar?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
2	2	2	2

C. Gestión de mercados internacionales y logística exportadora

1. ¿A qué mercado está dirigido el producto que desarrolla su empresa?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	3.5	3.5	3.67

2. ¿Su empresa realiza estudios de mercados internacionales?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
1	1	1	1

3. El acceso a los mercados internacionales le implica:

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3.5	3.6	3.3	3.47

4. ¿Conoce su empresa los reglamentos técnicos de su producto a exportar?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
1.8	2.6	2	2.13

5. ¿Su empresa conoce las certificaciones de su producto a exportar?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
2.25	3	1	2.08

6. ¿Tiene su empresa alguna certificación en calidad o inocuidad?
Seleccione si tuviera alguna certificación.

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
2	2	2	2

7. ¿Está su producto adaptado a los gustos y preferencias de los consumidores del país que desea exportar?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
2	2	1	1.67

8. ¿Su empresa aplica estrategias de precio?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	2	2	2.33

9. ¿Su producto tiene un precio competitivo en el mercado?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	3	3.67



10. Los canales más frecuentes que utiliza para colocar sus productos en el mercado son:

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
1.75	2.13	0.88	1.59

11. ¿Su empresa mantiene contactos comerciales permanentes en el exterior que demande sus productos o servicio?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
1	1	1	1

12. ¿Para la comercialización de sus productos utilizan intermediarios?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
1	1	1	1

13. ¿Su empresa conoce los diferentes trámites y términos utilizados en el comercio internacional?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	3	1	2.33

14. ¿Su empresa utiliza en su proceso productivo materia prima e insumos importados?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
2	2	1	1.67

D. Gestión económica y financiera

1. ¿Cree que la información financiera generada actualmente en su empresa es confiable para la toma de decisiones?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	4	4

2. ¿Su empresa cuenta con las siguientes características de política contable?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	3	3.67

3. ¿Cree que es importante las Normas Internacionales de Información Financiera (NIF) para las PYMES, puesto que ayuda a la medición, presentación e interpretación en los estados financieros de cualquier empresa y con esto es de mayor utilidad en la toma de decisiones?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	4	4

4. ¿Considera importante para su empresa una auditoría financiera, ya que a través de esta le daría a la información financiera un valor adicional, concluyendo razonable para un tercero, bancos o entidades financieras poseer su confianza?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	4	4

5. ¿Tiene sus estados financieros al día?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	4	4

6. ¿Su empresa y/o directivos tiene la facilidad para acceder a productos financieros?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	2.57	3.43	3.33

7. ¿Posee actualmente un crédito bancario, en qué producto?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
0.86	0.86	0.86	0.86

8. ¿Su empresa tiene un presupuesto inicial que se necesita para empezar a exportar?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	3	2	2.67

9. ¿Su empresa cuenta con una estructura de costos de exportación?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
1	1	1	1

10. ¿Su empresa planea realizar inversiones para exportar sus productos en los próximos 5 años? ¿Cuáles serían esas inversiones?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
3	2.4	1.6	2.33

11. ¿Su empresa tiene capacidad financiera para recibir pagos diferidos del mercado internacional; es decir cobro de sus ventas en periodos mayores a 6 meses?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
1	1	1	1

12. ¿Su empresa tiene conocimiento sobre los productos financieros que pueden brindar el sistema financiero sobre comercio exterior?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	2	1.67	2.56

13. ¿Su empresa evalúa los riesgos internacionales?

Gerente General	Gerente de Operaciones	Asistente	Total Promedio
4	4	4	4

Anexo n° 7

Guía de análisis documental de selección de mercado

Indicadores	Fuente
Países importadores de papayas frescas del mundo (en miles de \$)	www.trademap.org/Index.aspx
Exportaciones peruanas de papayas frescas (en miles de \$)	www.trademap.org/Index.aspx
% Participación 2018 (Perú)	www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=0807200000
Arancel	www.macmap.org/es
Tarifas referenciales de flete (FCL 20 pies) \$	www.mapex.pe/rutasmaritimas/home
Ubicación	www.google.com/
Situación Política	www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs
Economía Interna	www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs
Economía Externa	www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs

Anexo n°8
Validación de guía de análisis documental

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL DE SELECCIÓN DE MERCADO

Indicadores	Fuente
Países importadores de papayas frescas del mundo (en miles de \$)	www.trademap.org/Index.aspx
Exportaciones peruanas de papayas frescas (en miles de \$)	www.trademap.org/Index.aspx
% Participación 2018 (Perú)	www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=17217100&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&producto=0807200000
Arancel	www.macmap.org/es
Tarifas referenciales de flete (FCL 20 pies) \$	www.mapex.pe/rutasmaritimas/home
Ubicación	www.google.com/
Situación Política	www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs
Economía Interna	www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs
Economía Externa	www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs

Apellido y Nombre de Evaluador: García Jutti Alan

Grado Académico: Magister

Firma: 

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL DE SELECCIÓN DE MERCADO

Indicadores	Fuente
Países importadores de papayas frescas del mundo (en miles de \$)	www.trademap.org/Index.aspx
Exportaciones peruanas de papayas frescas (en miles de \$)	www.trademap.org/Index.aspx
% Participación 2018 (Perú)	www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portalid=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=0807200000
Arancel	www.macmap.org/es
Tarifas referenciales de flete (FCL 20 pies) \$	www.mapex.pe/rutasmaritimas/home
Ubicación	www.google.com/
Situación Política	www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs
Economía Interna	www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs
Economía Externa	www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs

Apellido y Nombre de Evaluador: MAQUILA RODRIGUEZ LUIS A.

Grado Académico: MAGISTER

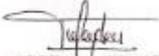
Firma: 

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL DE SELECCIÓN DE MERCADO

Indicadores	Fuente
Países importadores de papayas frescas del mundo (en miles de \$)	www.trademap.org/index.aspx
Exportaciones peruanas de papayas frescas (en miles de \$)	www.trademap.org/index.aspx
% Participación 2018 (Perú)	www.siticex.gob.pe/siticex/porta/SES.asp?page=172.171008_pocletid=sfichaproductoinit&scripto=cc_fp_init&producto=0807200000
Arancel	www.macmap.org/es
Tarifas referenciales de flete (FCL 20 pies) \$	www.mapex.pe/rutasmaritimas/home
Ubicación	www.google.com/
Situación Política	www.cesca.es/riesgo-pa%C3%ADs
Economía Interna	www.cesca.es/riesgo-pa%C3%ADs
Economía Externa	www.cesca.es/riesgo-pa%C3%ADs

Apellido y Nombre de Evaluador: Brenda Emilia Piminchumo Leyton

Grado Académico: Contador Público Colegiado

Firma: 
C.P.C. Brenda E. Piminchumo Leyton
MATRÍCULA N° 82-7387