

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

“INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y LA TOMA DE
DECISIONES EN LA EXPORTACIÓN DE UVA AL
MERCADO ESTADOUNIDENSE DE UNA
EMPRESA EXPORTADORA, 2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Alexandia Francisca Nontol Marceliano

Asesor:

Mg. Aldo Cotrina Villar

<https://orcid.org/0000-0003-0425-9194>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	José Alexander Guevara Ramírez	80396738
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Alan Enrique García Gutti	41559787
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Omar Fabricio Maguiña Rivero	17821620
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Tesis Alexandria Francisca Nontol Marceliano INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y LA TOMA DE DECISIONES EN LA EXPORTACIÓN DE UVA AL MERCADO ESTADOUNIDENSE DE UNA EMPRESA EXPORTADORA, 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1%
6	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
8	1library.co Fuente de Internet	<1%

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico primeramente a Dios por regalarme sabiduría, consolidarme en mis noches de penuria y sobre todo regalarme amor infinito, a mis padres por su sacrificio y esfuerzo de educarme e impulsarme a seguir adelante a pesar de las dificultades de la vida, a mis hermanos por su amor incondicional y palabras de aliento para perseverar con mis sueños.

Finalmente, a mi amado esposo por su paciencia, amor y cariño, también por creer en mi capacidad y brindarme comprensión en momentos difíciles. Y a mi amado hijo Gadiel, por ser fuente de inspiración y motivación para seguir adelante y poder superarme cada día más.

Gracias a todos.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por su afecto, cariño y apoyo perenne a lo largo de toda mi vida, a mis tíos maternos Elmer Ramos y Aydee Marceliano por sus sabios consejos y palabras de aliento.

A mi esposo e hijo por su comprensión y amor absoluto a lo largo del desarrollo de mi tesis.

A mis docentes universitarios por apoyarme, guiarme y concederme sus conocimientos.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	22
CAPÍTULO III: RESULTADOS	28
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	57
REFERENCIAS	63
ANEXOS	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Áreas de la empresa agroexportadora	22
Tabla 2 Selección de áreas para el estudio	23
Tabla 3 Nivel de confiabilidad del instrumento	25
Tabla 4 Calibración para la importación estadounidense de uva	32
Tabla 5 Requisitos de ingreso	33
Tabla 6 Principales ocho empresas exportadoras de uva fresca bajo subpartida 0806.10 al mercado estadounidense, 2021	34
Tabla 7 Exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10 al mercado estadounidense, de las principales empresas exportadoras, FOB en millones de USD	34
Tabla 8 Volumen de las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10 al mercado estadounidense, de las principales empresas exportadoras, en miles de toneladas	35
Tabla 9 Empresas estadounidenses, clientes de la empresa El Pedregal	36
Tabla 10 Matriz comparativa de características de mercado y la empresa exportadora para la exportación de uva a EE.UU.	52
Tabla 11 Operacionalización de las variables	66
Tabla 12 Matriz del instrumento	67
Tabla 13 Matriz de consistencia	69
Tabla 14 Comparativa de las exportaciones peruanas de uva bajo subpartida 0806.10, FOB en miles de USD	78
Tabla 15 Comparativa del volumen exportado en uva fresca bajo subpartida 0806.10	79
Tabla 16 Exportaciones peruanas de uva fresca al mercado estadounidense, bajo subpartida 0806.10	80

Tabla 17 Comparativa de las importaciones en valor CIF de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en millones USD 81

Tabla 18 Volumen de las importaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en miles de toneladas 82

Tabla 19 Estacionalidad de las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora, en miles de USD 83

Tabla 20 Exportación de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora 85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Comparativa de las exportaciones peruanas de uva bajo subpartida 0806.10, FOB en miles de USD	29
Figura 2 Comparativa del volumen exportado en uva fresca bajo subpartida 0806.10	30
Figura 3 Exportaciones peruanas de uva fresca al mercado estadounidense, bajo subpartida 0806.10	31
Figura 4 Comparativa de las importaciones en valor CIF de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en millones USD	32
Figura 5 Volumen de las importaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en miles de toneladas	33
Figura 6 ¿Considera que existe un alto volumen productivo durante el periodo 2021?	38
Figura 7 ¿Considera que existe un crecimiento anual inferior al 4% del volumen productivo de uva, en los últimos 5 años?	39
Figura 8 ¿Considera estable la estacionalidad productiva de la uva entre los meses de noviembre a enero de cada año?	40
Figura 9 ¿Considera suficiente las 95 hectáreas productivas de uva para la exportación?	41
Figura 10 ¿Considera importante incorporar una variedad de uva diferente a la Red Globe?	41
Figura 11 ¿Considera adecuado invertir para la adquisición de más hectáreas para la producción de uva para el 2024?	42
Figura 12 ¿Se considera rentable que el precio de exportación este entre 1.5 a 1.7 USD por kilogramo de uva?	44
Figura 13 ¿Considera que el certificado de origen les beneficia en sus exportaciones?	45
Figura 14 ¿Consideran importante la certificación de planta de empaque en sus exportaciones?	46
Figura 15 ¿Consideran importante la certificación de producción en sus exportaciones?	47
Figura 16 ¿Consideran importante la certificación de calibración de sensores?	47
Figura 17 ¿Consideran importante el certificado fitosanitario CFR3 en sus exportaciones?	48
Figura 18 ¿Consideran importante que sus plaguicidas se encuentren dentro del Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas?	49

Figura 19 ¿Considera beneficioso que la uva producida se encuentre entre los rangos de 1.43 a 1.59 cm de diámetro?	50
Figura 20 ¿Cree que les beneficiaría la exportación de uva en bolsas plásticas de un promedio de ½ kg cada una?	51
Figura 21 ¿Consideran necesario que sus etiquetas de empaque estén traducidas al idioma inglés?	52
Figura 22 ¿Consideran importante el tratamiento de los embalajes de pallet de madera utilizados para la exportación de uva?	53
Figura 23 Estacionalidad de las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora, en miles de USD	87
Figura 24 Exportación de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora	89

RESUMEN

La necesidad que presentan las empresas por extender sus mercados e incrementar sus clientes, ha generado que se proponga como objetivo general el analizar la inteligencia de negocios y la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021, desarrollándose mediante un estudio cuantitativo y descriptivo, desarrollado con diseño no experimental y corte transversal; utilizando una muestra no probabilística de 18 trabajadores de las áreas involucradas en la exportación de uva, a los que se les encuestó y también se realizó un análisis documental de datos extraídos de páginas especializadas, obteniendo como resultados, que el mercado americano presenta incrementos en sus registros importados, respaldados por los precios FOB y los volúmenes adquiridos, con requisitos documentales, de empaque y mercadería, los cuales son cumplidos por la empresa; además que la entidad produce una cantidad considerable para iniciar su penetración en el mercado americano, con la posibilidad de subir el precio FOB, dado que este es inferior al precio promedio de exportación de uva en dicho mercado, concluyendo que la inteligencia de negocios y la toma de decisiones de exportación uva al mercado estadounidense son favorables en una empresa exportadora, 2021.

PALABRAS CLAVES: Comercialización, comercio internacional, exportación, mercado.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El desarrollo desenfrenado de la globalización ha provocado que la tecnología facilite la consultoría de información (Zapata y Oviedo, 2019). En el ámbito de comercio internacional, las fuentes de datos cada día albergan mayor información, resultando no atractivo y hasta confusa para las empresas que intentar incursionar en ello, olvidando que la aplicación de una inteligencia de negocio es base importante al momento de tomar una decisión de exportar (García et al., 2021).

En España, el estado ha priorizado la difusión de los beneficios de exportar; sin embargo, no facilita modelos de cómo realizar un correcto análisis de negocios o mercado, identificando tendencias o requisitos (Navarro et al., 2017). Lo mencionado anteriormente genera que el empresario no pueda reconocer las estrategias para ser empleadas en los diferentes planes de negocios, mientras que en Ecuador la decisión de ingresar a nuevos países no está basadas en datos reales de los mercados, puesto que no desarrollan una inteligencia de negocios sobre sus potenciales destinos las cuales les ha resultado en transacciones no muy rentables, debido a una toma de decisión fundada en un análisis precario, con información recolectada de fuentes electrónicas no garantizadas (Villagómez, 2021). Eso se debe a que los datos estadísticos que se muestran en las diferentes plataformas de inteligencia comercial son recolectados por personas con poca experiencia (Ponce et al., 2020).

En el Perú, para comenzar a comercializar con el extranjero, el empresario prefiere hacerlo por un pedido de un cliente (Malca, 2021). No obstante, si se desea hacer un ingreso directo las empresas se encuentran con la barrera de no saber cómo identificar a los mercados destinos adecuados o potenciales clientes. Debido a que desconocen o no saben aplicar la inteligencia de negocio a su mercado, afectando en la toma de decisión de exportar.

A nivel local, la empresa exportadora reconocida a nivel internacional, dedicada a la exportación de fruta que busca satisfacer la demanda alrededor del mundo. Actualmente, realiza exportaciones de uva a Holanda y ha manifestado su interés por incursionar en el país el americano puesto que es considerado un mercado competitivo. No obstante, la entidad demuestra preocupación por carecer de conocimiento sobre la inteligencia de mercado, la cual es consciente que es sustancial para la toma de decisión. Por tanto, el estudio se enfoca en la inteligencia de negocios en la toma de decisión de exportación, los cuales son herramientas importantes para conocer el mercado, brindando datos concisos y valiosos donde podrá escoger la mejor alternativa para los fines de la empresa.

Respecto a los antecedentes internacionales, estudios como el De la Fuente (2021) acerca de la inteligencia de negocios de las exportaciones de uva de mesa chilena. Analizó las exportaciones de la mercancía mediante una inteligencia de negocios. Empleando un modelo cuantitativo y descriptivo; con una muestra censal sobre los registros en Aduanas de Chile desde el 2012-2019. Obteniendo que América del norte es el principal exportador con un promedió 103 millones de USD en 42 millones de toneladas; con un precio FOB promedió de exportación entre los 1.9 USD y 2.3 USD el kilogramo. Concluyendo que Chile es uno de los exportadores más representativos de uva a nivel mundial, durante los últimos años, ya que es el proveedor más relevante de EE.UU., China, Reino Unido y Países Bajos.

Murillo et al. (2020) realizó un estudio sobre las exportaciones de arándano colombiano al mercado americano. Con la finalidad de analizar dichas exportaciones al mercado estadounidense mediante la inteligencia de negocios. La investigación es cuantitativa y descriptiva, con una muestra censal, conformada por los registros de las transacciones comerciales internacionales del arándano. Obteniendo que las exportaciones de arándanos a EE.UU. desde el 2011 al 2018 fue liderado por Chile y México; no obstante, en el 2019 el principal país fue Perú y Chile presentó una caída de 22.6%; mientras de las

exportaciones de arándano colombiano a EE.UU. no tuvieron presencia desde el 2011 al 2017 mientras que en el 2018 comenzó con 9 mil USD, y en el 2019 fue 386 mil USD. Concluyendo que las exportaciones de arándano muestran un crecimiento considerable en diferentes partes del mundo, impulsando la producción de para la exportación de arándano colombiano; además que el TLC entre ambos países favorece su comercio.

Bedoya (2019) realizó su estudio sobre el estudio de la inteligencia comercial de las exportaciones de arándano colombiano. Con el objetivo de analizar dichas exportaciones mediante la inteligencia comercial. Estudio descriptivo con datos cuantitativos manifestados en las páginas de comercio exterior oficiales. Obteniendo como resultados que la demanda mayoritaria fue de parte de EE.UU. con un 80%, seguida por Francia con un 7%; no obstante, el mayor exportador en el 2019 es Perú, con destino principales de EE.UU. Holanda, Inglaterra, China y España; con una estacionalidad de octubre a enero; en el 2018, en marzo el precio fue de 10.9 USD el kg. Concluyendo que Colombia tiene una precaria participación de las exportaciones generales de arándano, siendo el continente con mayor producción de arándano, liderado por Chile y Perú.

Castro et al. (2020) realizó su investigación sobre las particularidades que presentan las exportaciones de uchuva al mercado estadounidense. Con el objetivo de analizar dichas exportaciones mediante la inteligencia de negocios. Estudio cuantitativo y descriptivo, con muestra en los registros de las exportaciones de la entidad aduanera del país colombiano. Obteniendo como resultados que las exportaciones de uchuva a EE.UU. fue de 2.4 y 2.5 mil toneladas en el 2018 y 2019; mostrando en el primer trimestre una cantidad FOB de 10.7 y 11.4 millones de USD en el 2018 y 2019; los principales destinos son Holanda, Reino Unido y EE.UU. con un 70.26%, 10.34% y 4.39% respectivamente. Concluyendo que el producto es importante para la exportación en la región Andina, mostrando un crecimiento de su demanda al país americano, respaldado por la tendencia de consumo de productos exóticos.

De igual forma, en los antecedentes nacionales, como el que realizó Lluen (2021) realizó su investigación sobre el análisis del mercado americano en la exportación de uva por parte de la empresa Ecosac, mediante inteligencia de negocio. Con el objetivo de analizar dichas exportaciones de la empresa con dirección al mercado de EE.UU. El estudio descriptivo, no experimental y transversal. Obteniendo como resultados que el precio exportado es de 30.4 USD la caja; capacidad productiva de 22 y 12 mil toneladas de uva con semilla y sin semilla, respectivamente; el país que más exporta a EE.UU. es Chile desde el 2013 con una participación del 60.2%. Concluyendo que el mercado de la uva en el país estudiado. manifiesta un crecimiento constante, el cual está siendo aprovechado por los exportadores peruanos; además, la empresa Ecosac tiene una capacidad considerable de producción de uva.

Garnica (2020) elaboró su investigación basándose en la inteligencia de negocio para la toma de decisiones en empresas pymes exportadoras, 2020. Con la finalidad de identificar la repercusión que tiene la primera variable al ser utilizadas por las empresas en mención. Empleando un formato cualitativo, descriptivo, no experimental-transversal; con una muestra de cinco profesionales quienes fueron entrevistados. Obteniendo los resultados que la gran mayoría de las empresas acuden a herramientas de inteligencia comercial, pero solo las usan en versión gratuita; también se muestran muchos casos en que las entidades no se basan en información verídica. Concluyendo que esta herramienta beneficia a la empresa, ya que muestra características del mercado, análisis de estacionalidad.

Campomanes (2019) indaga sobre la exportación de uva peruana al mercado de EE.UU. 2012-2017. Con el objetivo de analizar dichas exportaciones para la toma de decisión de exportar. Estudio cuantitativo, descriptivo, no experimental-transversal. Empleando una muestra censal conformada por datos de páginas web del Estado. Obteniendo como resultados que el rendimiento de uva en el 2017 fue de 21 mil kilogramos

por hectárea; el volumen productivo para el 2017 fue de 645 mil toneladas; el precio de exportación mostró un crecimiento en el 2016 con 2.8 USD el kg y en el 2017 fue de 3 USD el kg. Concluyendo que el mercado de EE.UU. presenta una tendencia favorable para los exportadores de uva, por lo que se podría direccionar su mercancía al mercado; además, que la producción en el Perú muestra un incremento anual, lo que significa que se podrá satisfacer con mayor oferta la demanda estadounidense.

Huarcaya (2018) realizó su investigación sobre la inteligencia de negocio cuando las uvas son enviadas al mercado estadounidense por empresas peruanas, 2010-2017. Es así como, identificó el escenario comercial de la uva en el mercado de EE.UU. Estudio cuantitativo, descriptivo y no experimental; empleando la guía de análisis de documentos. Obteniendo como resultados que la estacionalidad en territorio peruano se presenta durante los meses de octubre a abril; siendo Ica el departamento que más intervino en la producción de uva entre el 2009-2015 con un 40.5%, seguido por Piura con un 21.6%; la principal empresa exportadora de Ica era Agrícola Andrea en el 2016 tuvo un crecimiento del 14.37% y en el 2017 fue de 0.76%, con un valor exportable de 14 millones de USD al mercado de EE.UU. Concluyendo que dentro del periodo 2010-2017 se presentó una tendencia positiva para las exportaciones de uva, lo que influye en que las empresas apuntan aumentar sus volúmenes de uva con dirección a exportar.

Quispe (2017) realizó su investigación sobre el escenario de las exportaciones peruanas de la uva de variedad red globe al mercado americano. Buscó aplicar la inteligencia de negocios para identificar la evolución de las exportaciones de dicha variedad durante los años 2006-2015. Investigación bajo un modelo descriptivo, no experimental; con una población de 26 empresas exportadoras, empleando como técnica la revisión de documentos en portales web oficiales. Obteniendo como resultados que el año con mayor participación de volumen exportado fue el año 2015, con 202,839 USD de este tipo de uva a EE.UU., casi

el doble del año 2014 con 26%; mostrando un crecimiento de un 2 a 6% anual; no obstante, el precio por kg mostró en el 2015 una caída de 0.18 USD. Concluyendo que la evolución de las remesas es positiva, ya que muestra un ascenso anual, de la misma forma su volumen exportado, lo que influye en que las empresas apuntan a producir más uva.

En cuanto a la variable **inteligencia de negocios** es considerada una investigación de un entorno que desarrolla una entidad, pues, es considerado parte de la gestión estratégica por medio de la información extraída de diferentes fuentes físicas como virtuales (Muñoz et al., 2016). Ayudan a conocer el panorama completo y específico de un mercado, pudiéndose aplicar a nivel de competidores y clientes (Valverde y Sáenz, 2011). Concepto respaldado por Kotler (1974) considerando que es la recolección, diseño, análisis y organización de los datos relevantes que se han encontrado, detallando la situación de interés para la empresa.

El ministerio de comercio exterior y turismo del Perú, lo señala como las actividades bases para que una entidad acceda a nuevos segmentos o mercados, pues ayuda a identificar el cómo, dónde, a quién y cuándo se debe ofertar el servicio o mercancía. Además, favorece al diseñar e implementar las estrategias para la exportación, ya que distingue las tendencias de los países extranjeros gracias a la información sobre su demanda internacional y las aperturas explotables de los mercados (MINCETUR, 2013). Entre las páginas están: SIICEX, TRADEMAP, STANDARDS MAP, SICOEX, DATAWEB-USITC, EXPORT HELPDESK, PROMPERU, RAM, OEC.

Exportación general: hace referencia al valor en conjunto de las transacciones de un servicio o bien. En el caso de las exportaciones, es realizada por algún habitante de la zona hacia un negocio perteneciente a otro país; datos obtenidos en valor FOB y en toneladas métricas para calcular el *volumen exportado*. Del cual se puede extraer el *precio promedio de comercialización*, que es el valor otorgado en términos monetarios, por la venta de un bien o servicio (Godas, 2006).

Investigación de mercado: Se puede analizar varios factores del mercado, estando entre ellos, el *volumen de las importaciones* a nivel general o por el país de interés. Significando que es la compra efectuada del exterior, otorgado en valor CIF y en toneladas métricas (ONU, 2012). Ayudando a conocer la demanda requerida por el mercado o país al que se quiere ingresar. Por otra parte, se puede analizar *las especificaciones del mercado* como la calibración, esto suele presentarse en la comercialización de frutas frescas, el cual es crucial para la venta al consumidor final.

Competidores: refiriéndose a aquellas empresas que se desarrollan dentro del mismo rubro. Por lo que es importante identificarlas e ir haciendo un seguimiento para determinar la influencia ejercida en el mercado. En el caso de las exportadoras, es sustancial el tener conocimiento de la *competencia a nivel nacional o internacional* (Losa, 2021). Además, ayuda a conocer a los *clientes destinos* de las exportaciones, los mismos que se vuelven futuros clientes potenciales. Puesto que, si es un competidor directo, significa que ofrece lo mismo y la empresa también puede satisfacer la demanda del cliente.

Asimismo, la variable **toma de decisiones** es el paso sustancial del análisis de la seguridad y riesgo empresarial, en la que se decide de forma lógica el efectuar una acción en específico, utilizando recursos para desarrollarse (Chiavenato, 2009). Proviene de la obtención de datos originados de diversas fuentes confiables y completas, buscando generar un horizonte amplio respecto al escenario en el que se encuentra la entidad (Cornejo y Márquez, 2021). Mostrando la importancia de presentar información relevante a nivel micro y macro, dependiendo de ello se tomará la decisión que favorecerá o perjudicará a la entidad.

La competencia empresarial genera que el empresario busque nuevas formas de captar clientes, siendo una de ellas el exportar para poder llegar a potenciales clientes fuera del territorio nacional (Escandón y Hurtado, 2014). Sin embargo, para tomar esta decisión primero se analiza el mercado al cual se quiere ingresar, teniendo en cuenta la capacidad

productiva de la entidad, las características del producto que se elabora y si cumple con los requisitos impuestos por los países involucrados para su traslado y comercialización.

Capacidad productiva: es el conjunto de productos similares elaborados dentro del territorio nacional, los cuales conforman parte de la producción total del país. Dependiendo del producto, se calcula en toneladas métricas, barriles, entre otros, para calcular el volumen producido (OMC, 2022). Para la exportación de un producto, es importante el *volumen que puede producir* la empresa, la cual ayuda a proyectarse si puede satisfacer o no la demanda, además que es un dato fundamental para la negociación. Mientras que la *estacionalidad*, es indispensable identificarla para poder direccionar el producto a los mercados que presenta demanda dentro del periodo de producción. Información sobre *volumen exportado* ayuda a conocer la tendencia de desarrollo en un determinado tiempo, también permite conocer qué tan participativa viene siendo la entidad en el mercado donde se encuentra; asimismo, el *precio FOB* demostrará la diferencia monetaria que existe entre el precio ofertado y el precio promedio de exportación.

Características de comercialización: abarcando las regulaciones que instaura un país para la protección de un producto nacional y la integridad de la sociedad (Baena, 2018). En comparación de las arancelarias que es un pago, las no arancelarias se establecen para dificultar su importación, por lo que exige diferentes *certificaciones*, a nivel fitosanitario que tiene relación con la producción del producto, sanitarios que concierne a la salubridad del producto para ser utilizado por el consumidor final. Referente al *envase*, se encuentra relacionado con las normas para su etiquetado, las cuales deben cumplir para su comercialización en el mercado destino. Mientras que, en los *embalajes*, estos consideran normativas para el cuidado en su transporte y manipulación, las cuales son estipuladas de acuerdo al país de destino y de origen.

Considerando la importancia de emplear una inteligencia que favorezca a cualquier negocio antes de tomar una decisión, en el presente estudio se realizó una inteligencia de negocios para la toma de decisión de exportar uva al mercado americano por parte de la empresa JyL agroexportaciones SAC. Tomando en cuenta elementos importantes para identificar si es conveniente que la uva sea exportada al mercado estadounidense. Produciendo información útil para empresas del mismo rubro que también tienen la intención de exportar al mismo país.

1.2. Justificación

El presente estudio, conlleva una justificación teórica, puesto que se ha recolectado datos sustanciosos e importantes sobre la exportación de uva al mercado estadounidense; además de información brindada por la unidad objeto de estudio, es decir, por los colaboradores de la empresa exportadora, lo cual va a permitir contribuir con la toma de decisiones respecto a la exportación hacia los Estados Unidos; entonces a partir de ello es que se verá enriquecida la comunidad científica, puesto que la investigación otorgará nuevos e innovadores conocimientos respecto a las variables de estudio.

Asimismo, la investigación se justifica metodológicamente en el sentido de que se convertirá en un referente para otras investigaciones e investigadores que estén realizando estudios sobre las variables de análisis tratadas en la presente investigación; además, se aporta con los instrumentos, con el propósito de que otras investigaciones puedan realizar evaluaciones a una organización o entidad y con ello poder detectar e identificar las deficiencias, para luego poder plantear estrategias para optimizar esas falencias halladas.

Por último, se justifica en el sentido práctico, debido a los beneficios que se van a obtener a partir de la información recopilada para la realización de la investigación, podrán ser utilizados por la empresa en evaluación, de tal manera que puedan tomar las mejores

decisiones respecto a la conveniencia de la empresa exportadora sobre la exportación de uva hacia el mercado estadounidense.

1.3. Formulación del problema

¿De qué manera la inteligencia de negocios contribuye en la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense es conveniente en una empresa exportadora, 2021?

1.4. Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Evaluar la inteligencia de negocios para contribuir en la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

Analizar la inteligencia de negocios en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021.

Describir la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021.

Establecer una matriz comparativa de las características del mercado americano y una empresa exportadora para su exportación de uva, 2021.

1.5. Hipótesis

La inteligencia de negocios contribuye eficientemente en la toma de decisiones en la exportación uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La ruta o enfoque según Hernández y Mendoza, (2018) es el desarrollo disciplinado y sistemático relacionado a los métodos o alcances de la investigación, el cual es seleccionado después de haber definido el problema, considerándose como un fenómeno a indagar; el cual, se identifica el contexto relacionado a los recursos, tiempo, lugar y conocimientos del investigador. Manteniendo un proceso organizado para corroborar suposiciones propuestas; por ello, el proceso es consecutivo, pues no puede ser obviado por la relación entre ellos.

En este caso es **cuantitativo**, pues se relaciona con datos numéricos, caracterizado por contar con una idea delimitada; pues, se plantea su problemática, para posterior revisar documentos que integren el marco y base teórica. Después se analizará la información para otorgar los resultados de los objetivos para evaluar los objetivos a través del instrumento del cuestionario y de la guía de análisis documental (Hernández y Mendoza, 2018).

El alcance por la existencia de la diversidad de tipos de estudios, es de carácter **aplicada** puesto que se busca incrementar el conocimiento de las variables en relación a la exportación de uva al mercado americano, resultando en datos importante para la empresa, para medir el nivel de toma de decisiones en la empresa; por otro lado, fue de tipo **descriptivo**, ya que tiene el objetivo analizar las características o propiedades del fenómeno a estudiar (Gallardo, 2017). De tal forma, se recopilaron datos y se procesaron para comprender y describir un escenario o comportamiento, mostrando rasgos puntuales del objeto de estudio para luego tomar decisiones de exportación.

Considerando la medición de datos, se presentó una investigación **prospectiva** es una disciplina de estudio que se apoya en la investigación a través de los métodos científicos y empíricos, para realizar análisis y tener una idea bastante próxima de lo que puede suceder

en el futuro. Con diseño **no experimental**, que solo observa o mide los fenómenos o escenarios reales manifestando una problemática vinculada a las variables; pues, no existe manipulación libremente de las variables, evidenciando su efecto en la otra variable (Hernández y Mendoza, 2018). Por ello, se evaluaron las variables según su contexto natural; es decir, en relación a la información obtenida mediante la guía de análisis documental y el cuestionario. Con método **observacional**, puesto que se pretende observar cierto comportamiento sin ningún tipo de manipulación del mismo (Anguera et al., 2018). De corte **transversal** haciendo referencia al momento de la recolección de la información, la cual se efectúa en un solo momento (Ñaupas et al., 2014). De tal manera, se recolectó información en un tiempo específico.

La población correspondiente al grupo general de elementos que se encuentran en el escenario de estudio y son partícipes o presencian el problema objeto de investigación. (Bernal, 2010). En el presente caso, la población está compuesta por el personal en general de la empresa en estudio, el cual suma a 236 personas; además de los documentos relacionados a la uva, ubicados en los portales oficiales de comercio exterior SUNAT, PROMPERÚ, SIICEX, TRADE MAP, RAM, OEC, FDA.

Tabla 1
Áreas de la empresa agroexportadora

ÁREA	CANTIDAD
Fertirriego	15
Sanidad	7
Labores	200
Calidad	3
Recursos Humanos	3
Comercial	2
Finanzas	4
Exportaciones	2

Total	236
--------------	------------

La muestra para el desarrollo del estudio y su medición, se efectúa el tamaño de las muestras, las cuales se ejecutan de forma estadística o no (Hernández y Mendoza, 2018). No obstante, en el presente estudio la muestra será **no probabilística**, considerando los siguientes puntos de inclusión y exclusión:

- Se incluye al personal encargado en la comercialización internacional de la uva en la empresa exportadora, siendo las áreas de finanzas, comercial y exportaciones. Además de los encargados de inspección de la uva como producto final, puesto que mantienen conocimiento de los requerimientos para su comercialización nacional e internacional, siendo las áreas de calidad y sanidad. Así como los registros en los portales de comercio exterior relacionados a la exportación de uva al mercado estadounidense, bajo subpartida 08.06.10.
- Excluyendo al personal de reclutamiento de trabajadores, además de los operarios de campo y los encargados de aplicación de fertilizantes y agroquímicos a las plantas, estando en las áreas de recursos humanos, labores y fertirriego.

Tabla 2

Selección de áreas para el estudio

ÁREA	CANTIDAD
Sanidad	7
Calidad	3
Comercial	2
Finanzas	4
Exportaciones	2
Total	18

Las técnicas empleadas en el presente estudio son dos, las que serán aplicadas a un grupo de integrantes, que suele ser la representación de la población a estudiar. Primero está el **análisis de documentos** aplicada a para la variable inteligencia de negocios, que consiste en el procedimiento por el cual el investigador recoge datos cuantitativos mediante un cuestionario diseñado en relación con las variables (Hernández y Mendoza, 2018). Puede realizarse de forma oral o escrita y con la ayuda de la tecnología esta puede darse presencial o virtual. Seguido de una **encuesta** empleada para la toma de decisión, que consiste en la revisión de información ubicada en archivos, registros o documentos electrónicos o físicos, relacionados a los contextos de estudio. Que ayudan a conocer el panorama nacional e internacional de las variables de estudio (Baena Paz, 2017). Los documentos serán extraídos de los portales de SUNAT, PROMPERÚ, SIICEX, TRADE MAP, RAM, OEC, FDA.

Los instrumentos a utilizar son el **cuestionario** empleado para la aplicación de los trabajadores de la empresa para analizar la toma de decisión de exportar uva al mercado estadounidense, que funciona como herramienta guía para la recopilación de la información, aplicada cuando se quiere obtener información masiva. Utiliza un formulario compuesto por preguntas diseñadas de acuerdo a las dimensiones e indicadores de las variables de estudio, con el objetivo que se pueda medir (Paniagua y Condori, 2018). Las preguntas formuladas estarán en una escala de Likert para facilitar su medición. También, la **guía de análisis de documentos**, que será desenvuelta con la información de las páginas web de especialización que refiere a la forma funcional y práctica de la elección de datos sustanciales de los documentos analizados, necesarios para cumplir los objetivos propuestos (Bernal, 2010). Por lo que, en respecto a la investigación, los datos obtenidos serán relacionados a la transacción comercial de uva fresca con el mercado estadounidense, bajo subpartida 08.06.10.

La confiabilidad del instrumento se efectuará mediante el **Alfa de Cronbach**, según Hernández y Mendoza (2018) consiste en medir la conveniencia interna de las preguntas, es decir, la relación de los ítems. Teniendo en cuenta la cantidad de interrogantes, existe una confiabilidad alta de 0,944 evidenciado en la tabla 3.

Tabla 3

Nivel de confiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,944	19

Con respecto a la validación de los instrumentos, estos pasaron por el proceso de **validación por expertos**, los cuales verificarán la coherencia y validez de las interrogantes en relación con las variables de investigación, ubicado en el anexo 6.

Para el desarrollo de la investigación el **procedimiento de recolección de datos** inició con la formulación del cuestionario el cual fue elaborado en base a las dimensiones e indicadores de la variable toma de decisiones; luego de ello, se procedió a ser validado por el criterio de juicio de expertos y también se evaluó su confiabilidad a fin de verificar el grado de confianza; posterior a ello, fue aplicado a la muestra de estudio previamente seleccionada; por otro lado, para la variable inteligencia de negocios se empleó la guía de análisis documental, la cual consistió en realizar una búsqueda exhaustiva de información relacionada a la partida de la uva en portales referentes a comercio exterior seleccionado solo la data de interés y que cumpla con los lineamientos del estudio.

Concerniente al **análisis de datos**, los datos obtenidos en el cuestionario y en la guía documental fueron exportados al programa de Excel para su tabulación, tratamiento e interpretación de cada tabla y figura generadas por cada respuesta brindadas por los encuestados estableciendo su determinada tabla y figura adecuada para su interpretación de

acuerdo a los objetivos planteados; asimismo, su procesamiento permitió establecer cuadros y tabulaciones concretas, las cuales otorgaron información dinámica para una interpretación concisa y sencilla. En este caso, como es un estudio descriptivo los datos procesados fueron analizados paralelamente para un adecuado entendimiento del escenario en cuestión y así poder constatar las hipótesis planteadas.

Por último, para la ejecución de la pesquisa también se consideraron diversos **principios éticos** resaltando entre ellos el respeto; dado que, se ha respetado la autoría de los diferentes autores que han sido citados y empleados en el cuerpo de la indagación utilizando la normativa APA 7ma edición y el reglamento otorgado por la Universidad Privada del Norte; de igual forma, se consideró el principio de consentimiento informado; ya que, la empresa estudiada tiene conocimiento sobre su respectiva participación en el llenado del cuestionario; adicional a ello, el principio de confidencialidad pues la información brindada por los encuestados se empleó para fines netamente investigativos sin ningún tipo de divulgación externa; también, el criterio de originalidad, pues el tema abordado junto con las variables de estudios no es muy común; es decir, no es muy tocado; y por último, el principio de veracidad; puesto que, la información contenida en toda el estudio fue extraído de plataformas confiables como revistas indexadas de alto rigor científico, todo ello con la finalidad de proporcionar un trabajo de alta calidad.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Los resultados expuestos a continuación están relacionados a la empresa exportadora, la cual es una agroexportadora que produce frutas, siendo una de sus principales la uva. Dicha empresa presenta interés en exportar la uva a Estados Unidos, por lo que los datos considerados están enfocados a dicho mercado.

3.1. Resultados descriptivos de la variable

Objetivo específico 1: Analizar la inteligencia de negocios en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021.

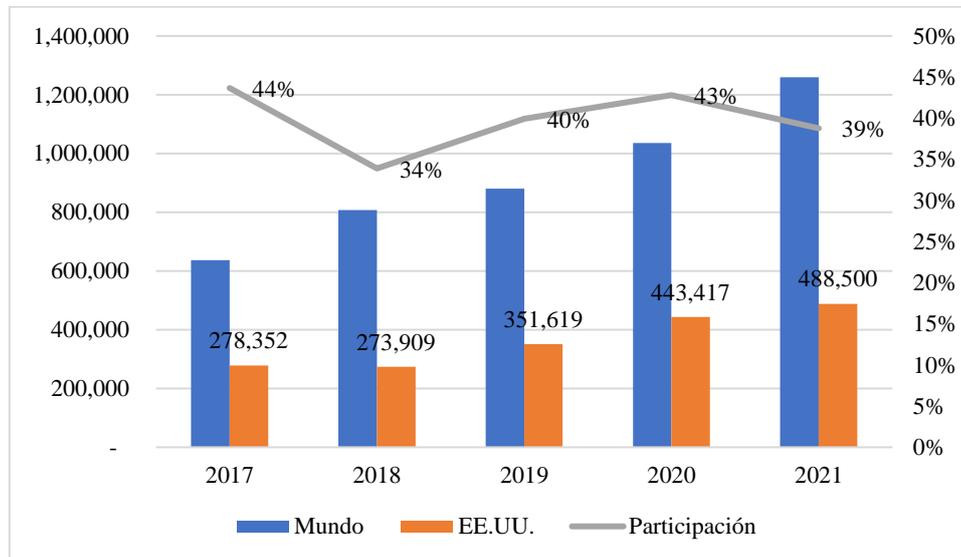
La inteligencia de negocios, consiste en los siguientes criterios: la indagación y recopilación de información sobre el mercado de la uva en el país americano a través de un análisis documental. Para lo cual se consideró los datos de exportación internacional de la uva a nivel mundial, de la cual se extrajo el precio FOB de su comercialización. Para saber la demanda que presenta dicho mercado se analizaron los volúmenes importados y las especificaciones que requiere el país para la comercialización de uva. Sin dejar de lado la competencia, está fue identificada de acuerdo a su participación, la misma que ayudó por manifiesto de carga los clientes potenciales que podría relacionarse la empresa exportadora para la exportación de uva al mercado estadounidense.

❖ Exportaciones peruanas

El proceso de los datos extraídos de las exportaciones se dan considerando el Anexo 7, donde se considera las exportaciones peruanas a nivel mundial y a nivel de Estados Unidos, con el objetivo de identificar la importancia que presenta dicho mercado en la comercialización internacional de la uva peruana.

Figura 1

Comparativa de las exportaciones peruanas de uva bajo subpartida 0806.10, FOB en miles de USD



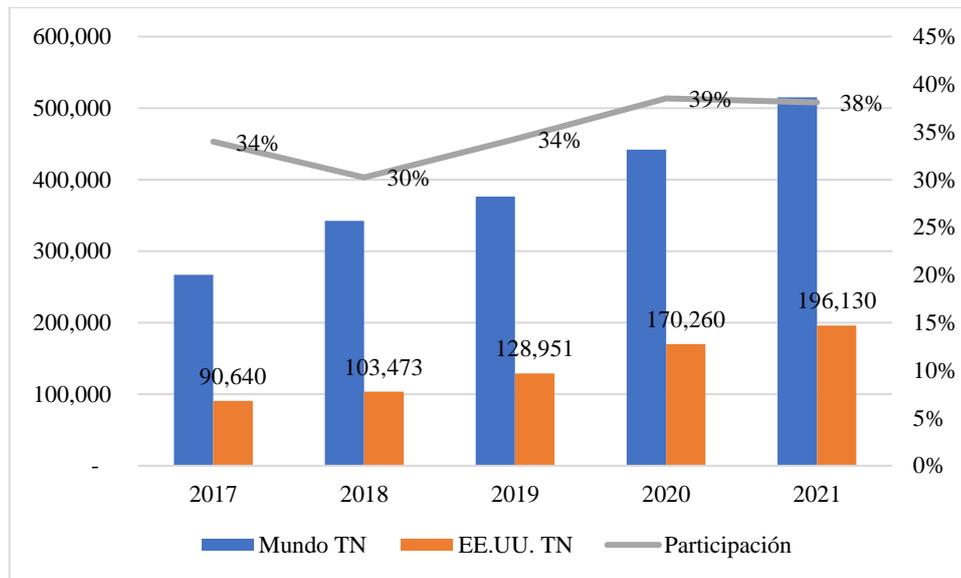
Nota: datos procesados de TRADE MAP (2022), INEI (2022), MINCETUR (2022).

En la Figura 1, se muestra una comparativa de las exportaciones peruanas de uva bajo subpartida 0806.10, en FOB de miles de USD. Observando que el mercado de EE.UU. en los cinco últimos años es un mercado sustancial para las exportaciones de uva fresca, con una tendencia irregular, pero sin variaciones abruptas, concentrando un promedio del 40% de las transacciones. No obstante, a pesar que en el 2021 las exportaciones peruanas ascendieron a 1,260 millones de USD de la cual 488 millones de USD son producto de la comercialización EE.UU., la participación del país americano cayó en un 9% en relación al año anterior, justificado por la redirección de las exportaciones a otros países y la recesión de las transacciones por la incertidumbre del covid-19.

De igual forma se analiza el volumen de las exportaciones de uva fresca a nivel mundial y de Estados Unidos, considerando los datos expuestos en el Anexo 8, con el objetivo de identificar la participación de la comercialización con dicho país en relación al volumen exportado a nivel mundial.

Figura 2

Comparativa del volumen exportado en uva fresca bajo subpartida 0806.10



Nota: datos procesados de TRADE MAP (2022), INEI (2022), MINCETUR (2022).

En la Figura 2, se muestra una comparativa del volumen exportado en uva fresca bajo subpartida 0806.10. Evidenciando la importancia del mercado estadounidense en las exportaciones peruanas, con una tendencia positiva, con un promedio del 35% en su participación en volumen comercializado. Desde el 2018 al 2020 ha mostrado un crecimiento en su colaboración de la demanda de la uva peruana en estado fresco, siendo en el 2021 una cantidad de 196 mil toneladas, siendo un 1% menos que el año anterior, dado por la influencia de la pandemia en el comercio internacional, donde se observó reducción de volúmenes exportados por las complicaciones en la producción y coordinación para la salida e ingreso al mercado destino.

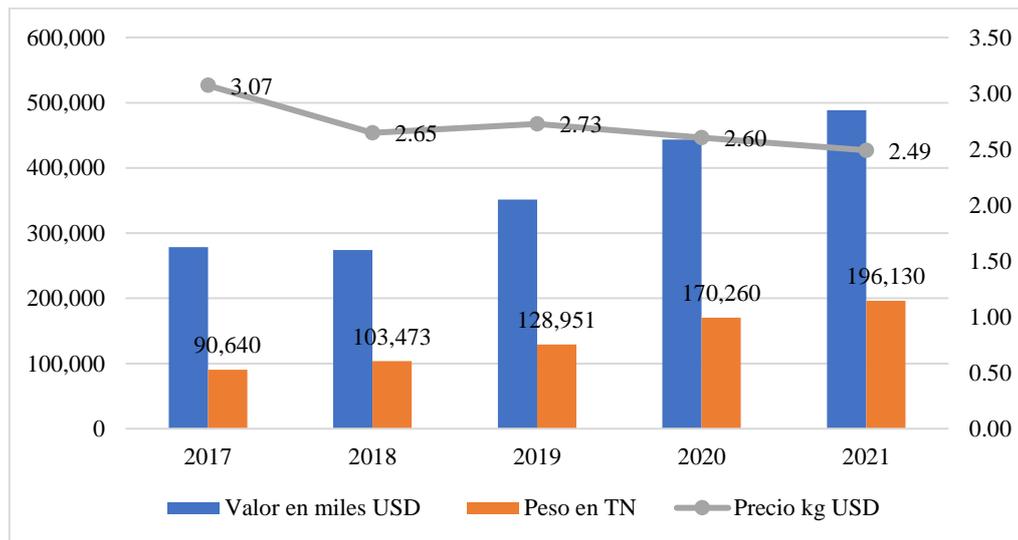
❖ **Precio FOB EE.UU.**

Dato que es obtenido del análisis de las cantidades FOB de las exportaciones junto a su volumen detallado en el Anexo 9. Información importante para realizar comparaciones

de los precios actuales que la empresa comercializa con los posibles rangos de precio que puede ingresar la uva al mercado estadounidense.

Figura 3

Exportaciones peruanas de uva fresca al mercado estadounidense, bajo subpartida 0806.10



Nota: datos procesados de SUNAT (2022), MINCETUR (2022).

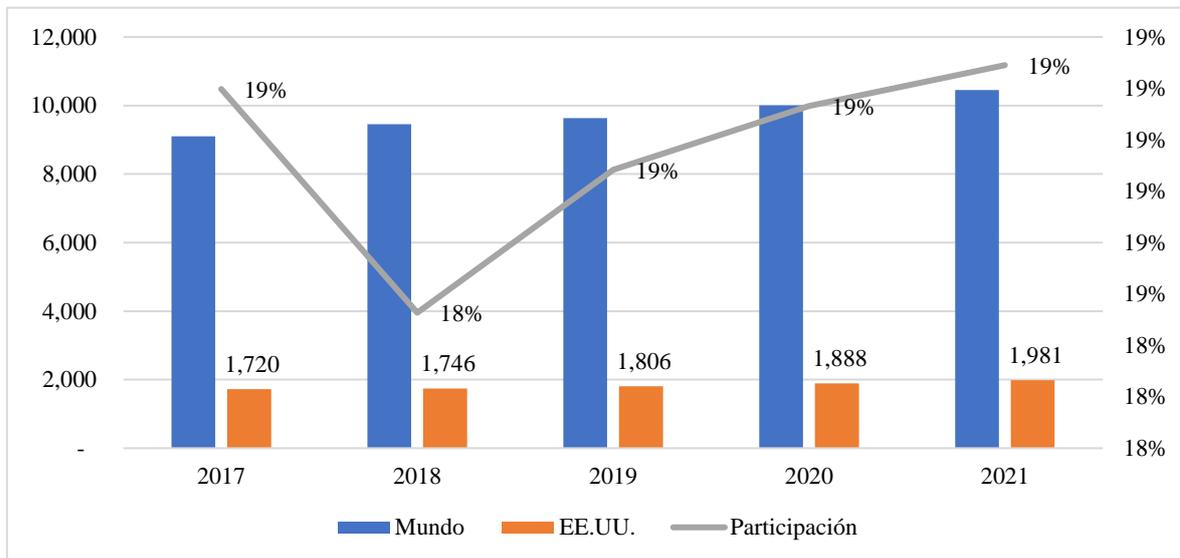
En la Figura 3, se muestran las exportaciones peruanas de uva fresca al mercado estadounidense, bajo subpartida 0806.10. Mostrando que el precio por kilogramo de uva exportado al mercado americano, presenta una tendencia decreciente desde los últimos tres años, siendo 2.49 USD en el 2021, precio inferior en 4% en relación al año 2020. Esto se presenta por que el volumen ha crecido en mayor porcentaje que la cantidad en USD.

❖ **Importación mundial**

Para identificar la demanda manifestada por Estados Unidos es necesario analizar las importaciones de la mercancía a nivel mundial y de EE.UU. con el objetivo de determinar la participación de sus transacciones, considerando los datos de valores CIF expuestos en el Anexo 10.

Figura 4

Comparativa de las importaciones en valor CIF de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en millones USD



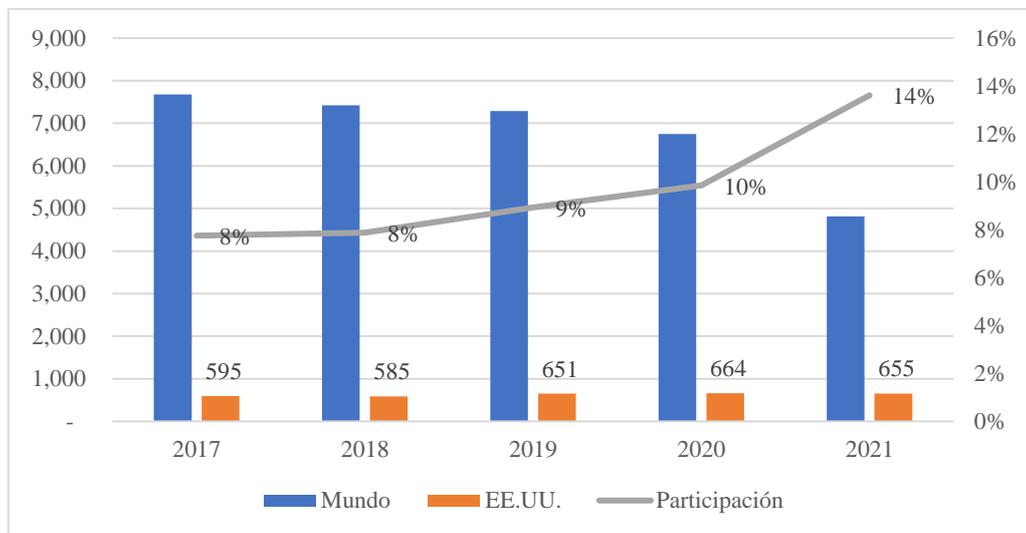
Nota: datos procesados de TRADE MAP (2022).

En la Figura 4, se muestra la comparativa de las importaciones en valor CIF de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en millones USD. Evidenciando que entre los cinco últimos años el promedio de participación de EE.UU. en las importaciones mundiales de uva fresca es el 19%, mismo porcentaje que el año anterior. Participación constante e igualitaria por el incremento equivalente de las importaciones americanas y mundiales. Siendo en el 2021 10,457 millón de USD y EE. UU un monto de 1,981 millones de USD, siendo un 5% más que el año anterior.

La demanda identificada debe demostrarse en datos de volúmenes, como de detalla en el Anexo 11, con el objetivo de determinar la participación en volúmenes de las importaciones estadounidense en relación a las importaciones mundiales.

Figura 5

Volumen de las importaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en miles de toneladas



Nota: datos procesados de TRADE MAP (2022), OEC (2022).

En la Figura 5, se muestra el volumen de las importaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en miles de toneladas. Evidenciando una tendencia positiva en los últimos cinco años, teniendo EE.UU. una participación de 14% en el 2021, un 38% más que el 2020, porcentaje justificado por la caída del volumen importado a nivel mundial por la pandemia del covid-19; sin embargo, el volumen importado a EE.UU. solo disminuyó en un 1%.

❖ **Especificaciones de mercado**

Tabla 4

Calibración para la importación estadounidense de uva

Característica	Descripción
Apariencia	Uniforme, desarrolladas, firmes, maduras
Tamaño – diámetro	1.43cm a 1.59cm
Racimo	Peso menor a 140 gr.

Nota: datos extraídos de USDA (2020), MINCETUR (2020)

En la Tabla 4, se especifica la calibración de la uva, la cual debe cumplirse para su ingreso al mercado americano. Comenzando que las bayas deben ser maduros, secos, firmes, sin quemaduras de sol ni defectuosas, con una apariencia uniforme. Las uvas deben mantener un diámetro de 1.43 cm a 1.59 cm o 9/16 a 10/16 pulgadas. Además, que los racimos no deben exceder de 140 gr. cada uno.

Tabla 5
Requisitos de ingreso

Requisito	Documento	Entidad Perú	Entidad EE.UU
Fitosanitario	Certificado Fitosanitario	SENASA	APHIS
Fitosanitario	Certificado de lugar de producción	SENASA	APHIS
Fitosanitario	Certificado de planta de empaque	SENASA	APHIS
Fitosanitario	Carta de instrucción al capitán	SENASA	APHIS
Fitosanitario	Certificado de calibración de sensores	SENASA	APHIS
Sanitario	Autorización Sanitaria de Establecimiento dedicado al Procesamiento Primario de Alimentos Agropecuarios y Piensos	SENASA	FDA

Nota: extraído de RAM (PROMPERÚ, 2022).

En la Tabla 5, se detalló la documentación necesaria para realizar una exportación de uva al mercado americano. Comenzando que el exportador debe contar con la autorización sanitaria de su establecimiento, el cual es emitido por DIGESA; así como el certificado fitosanitario, del lugar de producción, de planta empleada para empaque y de las calibraciones de los sensores e instrumentos y el de instrucciones al capitán que son emitidos por SENASA. Por otro lado, el importador debe primero registrar las instalaciones alimentarias donde se aceptará la mercadería, después se notifica la importación de la mercadería y su llegada al país, para se le extraigan las muestras de los Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas.

❖ Principales empresas exportadoras

Tabla 6

Principales ocho empresas exportadoras de uva fresca bajo subpartida 0806.10 al mercado estadounidense, 2021

N°	RUC	Empresa
1	20336183791	El pedregal S.A
2	20451779711	Sociedad Agrícola Rapel S.A.C.
3	20293718220	Agrícola Don Ricardo S.A.C.
4	20505688903	Agrícola Andrea S.A.C.
5	20530184596	Ecosac Agrícola
6	20340584237	Camposol S.A.
7	20515552520	Exportadora Safco Perú S.A.
8	20307758645	Sociedad Agrícola Saturno

Nota: datos extraídos de PROMPERÚ (2022)

En la Tabla 6, se detalla las principales ocho empresas exportadoras de uva fresca bajo subpartida 0806.10 al mercado estadounidense, en el año 2021. Teniendo el primer puesto la empresa El Pedregal SA, seguido por la Sociedad Agrícola Rapel SAC, en tercer puesto está Agrícola Don Ricardo SAC, mientras que el octavo lugar lo tiene la Sociedad Agrícola Saturno.

Tabla 7

Exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10 al mercado estadounidense, de las principales empresas exportadoras, FOB en millones de USD

Empresa	2017	2018	2019	2020	2021	Var. 20-21
El Pedregal S.A	35	44	43	51	57	11%
Sociedad Agrícola Rapel S.A.C.	18	26	13	31	31	1%
Agrícola Don Ricardo S.A.C.	19	16	12	13	15	10%
Agrícola Andrea S.A.C.	11	10	15	20	20	0%
Ecosac Agrícola	12	10	14	16	17	4%
Camposol S.A.	6	5	11	27	24	-8%
Exportadora Safco Perú S.A.	14	15	15	9	9	-1%
Sociedad Agrícola Saturno	6	5	11	28	22	-23%

Nota: datos procesados de SUNAT (2022), PROMPERÚ (2022).

En la Tabla 7, se detalla las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10 al mercado estadounidense, de las principales empresas exportadoras, FOB en millones de USD. Registrando que El Pedregal en el 2021 exportó 57 millones de USD de uva fresca al mercado americano, un 11% más que el año anterior que figuró con 51 millones de USD. Seguido por Sociedad Agrícola Rapel, que en el 2021 alcanzó a exportar 31 millones de USD, un mismo porcentaje que en el 2020 que fue de 31 millones de USD. La empresa que presentó mayor reducción en sus exportaciones fue Sociedad Agrícola Saturno, con una disminución del 23% que representó 22 millones de USD con respecto al 2020 que fue de 28 millones de USD. Las 8 principales empresas expuestas abarcan el 39.8% de las exportaciones generales a EE.UU.

Tabla 8

Volumen de las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10 al mercado estadounidense, de las principales empresas exportadoras, en miles de toneladas

Empresa	2017	2018	2019	2020	2021	Var. 20-21
El pedregal S.A	10	14	14	16	20	20%
Sociedad agrícola rapel S.A.C.	6	11	6	15	19	25%
Agrícola Don Ricardo S.A.C.	6	5	4	4	6	33%
Agrícola Andrea S.A.C.	3	4	6	7	7	9%
Ecosac agrícola	3	4	5	5	7	37%
Camposol s.a.	2	3	4	9	12	36%
Exportadora Safco Perú s.a.	4	3	4	3	5	38%
Sociedad agrícola saturno	1	2	2	4	5	15%

Nota: datos procesados de SUNAT (2022), PROMPERÚ (2022)

En la Tabla 8, se detalla el volumen de las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10 al mercado estadounidense, de las principales empresas exportadoras, en miles de toneladas. Mostrando que El Pedregal exportó 20 mil toneladas en el 2021, un incremento

del 20% con respecto al 2020 que realizó 16 mil toneladas. Seguida por la Sociedad Agrícola Rapel, que vendió 19 mil toneladas en el 2021, significando un aumento del 25% en relación con el 2020. Mientras que la empresa Sociedad Agrícola Saturno comercializó con EE.UU. 5 mil toneladas de uva fresca, siendo un 15% más que el 2020, que realizó 4 mil toneladas. Las ocho empresas abarcan el 41.4% del volumen general de las exportaciones de uva fresca al mercado americano.

❖ Principales clientes estadounidenses

Tabla 9

Empresas estadounidenses, clientes de la empresa El Pedregal

Nº	Empresa	Rubro	Estado	Ciudad	Dirección
1	Terrasur Imports Inc.	Mayorista	Nueva Jersey	Mount Laurel	3000 Atrium Way
2	Camposol Fresh USA Inc.	Mayorista	Florida	Broward	5555 Anglers Ave
3	JAC Vandenberg Inc.	Mayorista	New York	New York	100 Corporate Dr, Yonkers
4	David Oppenheimer Co. Ec	Mayorista	Washington	Seattle	180 Nickerson St # 211
5	Walmart Inc.	Mayorista	Florida	Miami	8400 Coral Way
6	MJ International Marketing s.a. de c.v.	Mayorista	Arizona	Rio Rico	15 avenida Acaponeta
7	Am Fresh North America Inc	Mayorista	Nueva Jersey	Pedricktown	243 US-130,

Nota: extraídos de SUNAT (2022).

En la Tabla 9, se detalla algunas de las empresas estadounidenses, clientes de la empresa El Pedregal, que importan uva fresca bajo subpartida 0806.10. La cual es comenzada por la empresa Terrasur Imports Inc. y Am Fresh North America Inc ubicados en el estado de Nueva Jersey, seguida por Camposol Fresh USA Inc. y Walmart Inc situados en Florida, también está JAC Vandenberg Inc., que se encuentra en New York, de ahí está David Oppenheimer Co. Ec en Washington y MJ International Marketing se encuentra en el

estado de Arizona. Todas estas empresas son del rubro mayorista que ofertan diferentes productos, entre ellos están las frutas frescas como la uva exportada de Perú.

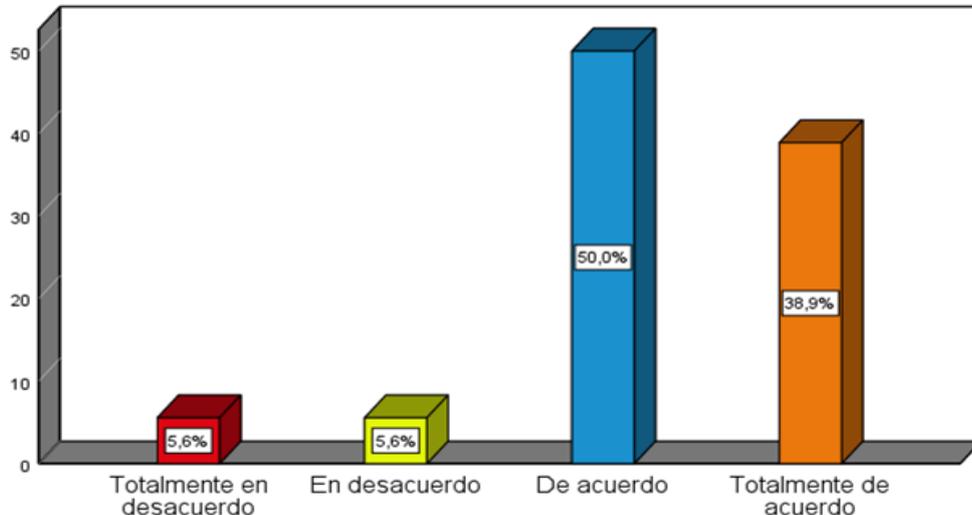
Objetivo específico 2: Describir la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021.

El desarrollo del objetivo específico 2, se da mediante una encuesta realizada a la empresa exportadora con la intención de identificar la capacidad productiva a través del volumen productivo de la empresa, la estacionalidad de sus cosechas, su volumen exportado y el precio FOB de sus exportaciones de uva. Además de identificar las características de la comercialización que la empresa emplea, mediante las certificaciones y requisitos de envase y embalaje.

❖ **Volumen productivo**

Figura SEQ Figura * ARABIC 6

¿Considera que existe un alto volumen productivo durante el periodo 2021?

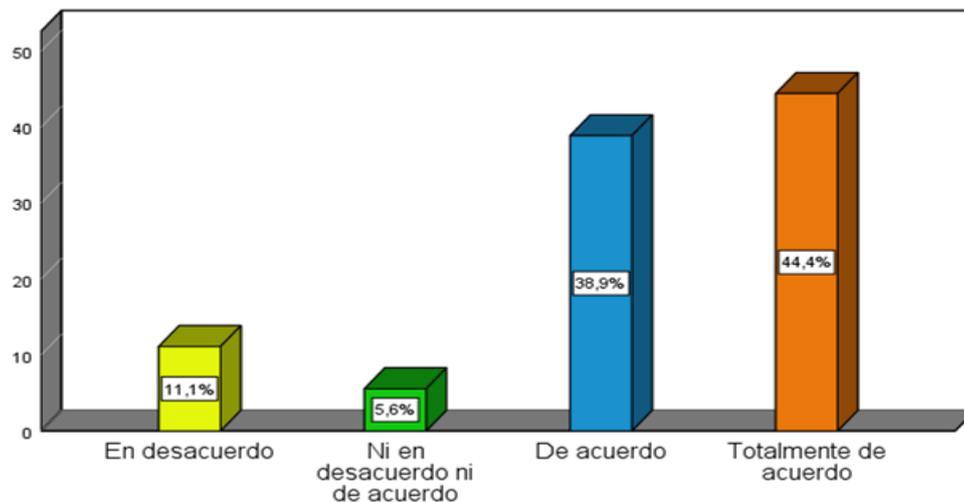


En la Figura 6, se muestra si el personal considera que existe un alto volumen productivo en la empresa exportadora; en la que 9 encuestados que representa el 50% mencionan estar de acuerdo que en el 2021 se produjo una cantidad alta como se registra en su página web de un aproximado de 2,800 toneladas de uva; el 38.9% menciona que

efectivamente la producción fue alta; el 5.6% se mostró estar en desacuerdo y el 5.6% está totalmente en desacuerdo respecto a que se haya producido un volumen alto durante el 2021.

Figura SEQ Figura * ARABIC 7

¿Considera que existe un crecimiento anual inferior al 4% del volumen productivo de uva, en los últimos 5 años?



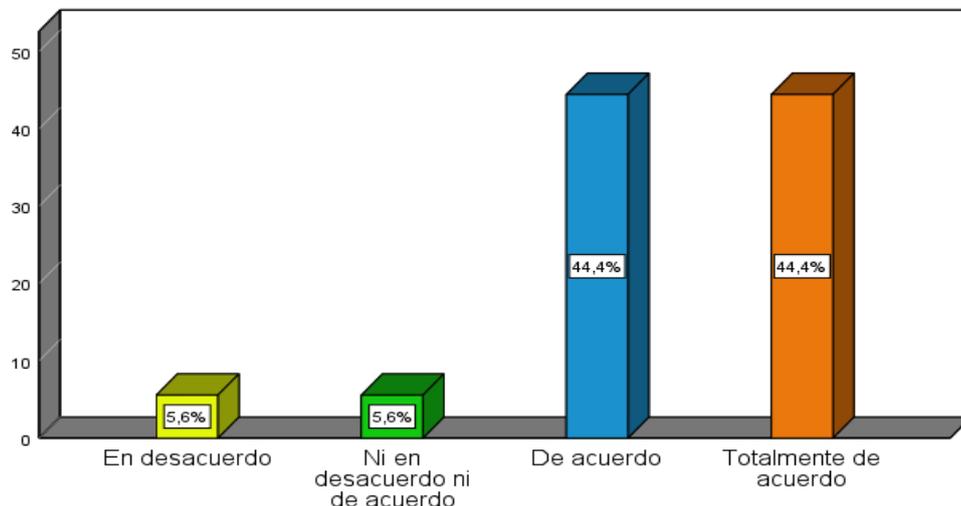
En la Figura 7, se muestra el crecimiento del volumen productivo de uva de la empresa exportadora representaciones, en el que 8 encuestados que representan el 44.4%, afirman se encuentra totalmente de acuerdo que durante los últimos años se ha presentado un crecimiento inferior al 4% anualmente; el 38.8% se muestra de acuerdo, el 11.1% está en desacuerdo y el 5.6% no está de acuerdo ni en desacuerdo ni de acuerdo respecto a que en los últimos 5 años se haya manifestado un crecimiento inferior al 4% de forma anual en la cantidad producida en uva. Porcentaje considerable debido a que el incremento productivo en empresas agroindustriales se debe a la adquisición de terreno para siembra y en las técnicas de cuidado a las plantaciones, junto a la correcta manipulación de los fertilizantes y agroquímicos que se emplean en pre y pos cosecha. Por lo que demuestra que la empresa ha manifestado tener crecimientos productivos constantes en los últimos 5 años.

❖ **Estacionalidad**

Considerando el Anexo 12, de donde se saca el dato de que la estacionalidad productiva de la empresa exportadora se da entre los meses de noviembre a enero, donde diciembre es el mes con mayor producción, siendo 4,152 miles de USD en diciembre.

Figura SEQ Figura * ARABIC 8

¿Considera estable la estacionalidad productiva de la uva entre los meses de noviembre a enero de cada año?



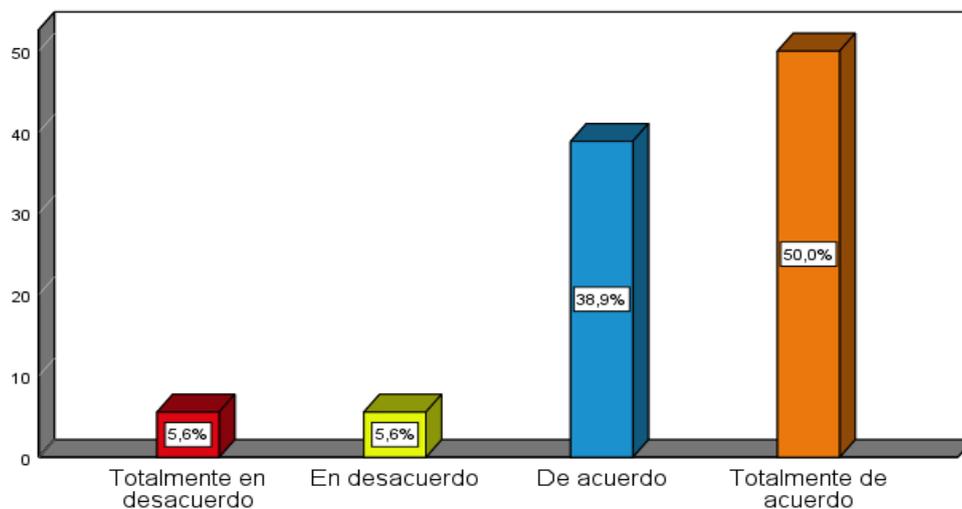
En la Figura 8, se muestra la estacionalidad productiva de la uva de la empresa exportadora, en donde 8 encuestados que representan el 44.4% afirman estar totalmente de acuerdo con que sea entre los meses de noviembre a enero cada año, el 44.4% está de acuerdo, el 5.6% está ni en desacuerdo ni de acuerdo y el 5.6% está en desacuerdo en que la estacionalidad productiva de la uva en la empresa sea entre los meses de noviembre a enero cada año. Dato confirmado por la página web de la entidad y los registros de exportación de la empresa en SUNAT, la misma que está dentro de las temporadas de exportación peruanas de uva por parte de otras empresas exportadoras de uva al mercado americano. Favoreciendo

la atención de uva demandada por el mercado estadounidense y para las programaciones de oferta productiva para potenciales clientes.

❖ **Volumen exportado**

Figura SEQ Figura * ARABIC 9

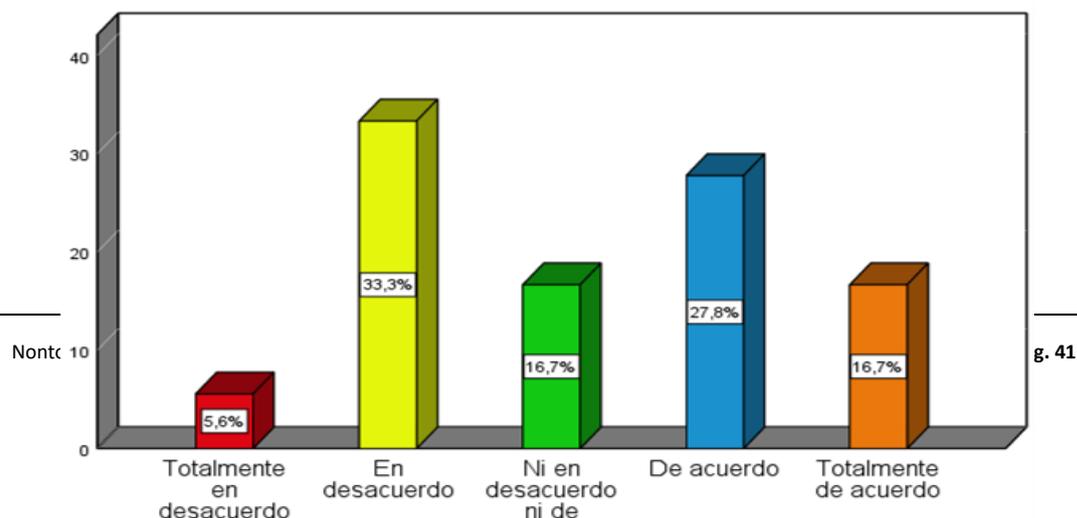
¿ Considera suficiente las 95 hectáreas productivas de uva para la exportación?



En la Figura 9, se muestra que el 50% expone que están totalmente de acuerdo en que la cantidad es de 95 hectáreas, el 38.9% está de acuerdo, el 5.6% está en desacuerdo y el 5.6% está totalmente en desacuerdo respecto a que exista 95 hectáreas productivas de uva en la empresa exportadora. Dato confirmado por la página web de la empresa, significando que el rendimiento productivo de las hectáreas de uva fue de un promedio de 29 toneladas cada una en todo el año 2021.

Figura SEQ Figura * ARABIC 10

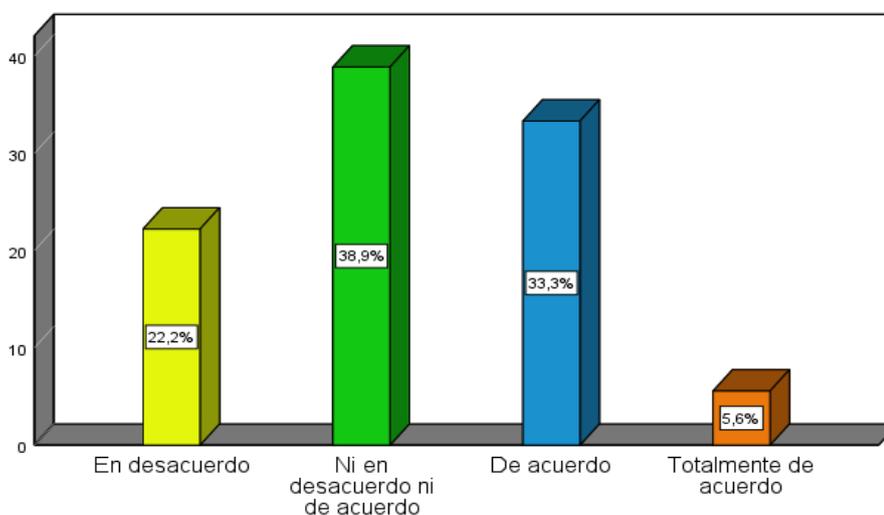
¿ Considera importante incorporar una variedad de uva diferente a la Red Globe?



En la Figura 10, se observa la intención de incorporar una nueva variedad de uva aparte de la Red Globe de la empresa exportadora, en donde 6 encuestados que representan el 33.3% está en desacuerdo con la idea de programar incorporar una variedad adicional a la Red Globe, el 27.8% está de acuerdo, el 16.7 está totalmente de acuerdo, el 16.7% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo y el 5.6% está totalmente en desacuerdo en que se realicen programaciones para incorporar una variedad adicional a la Red Globe. Demostrando que la empresa solo oferta uva Red Globe, debido a la apreciación del fruto en el mundo y su demanda manifestada por diferentes mercados, por lo que agregar una nueva variedad está en análisis aún, debido a que se tiene que realizar un estudio de mercado con sus respectivos costos con perspectivas de consumo, para demostrar la viabilidad y beneficios de incrementar una nueva variedad de uva a su portafolio.

Figura SEQ Figura * ARABIC 11

¿Considera adecuado invertir para la adquisición de más hectáreas para la producción de uva para el 2024?



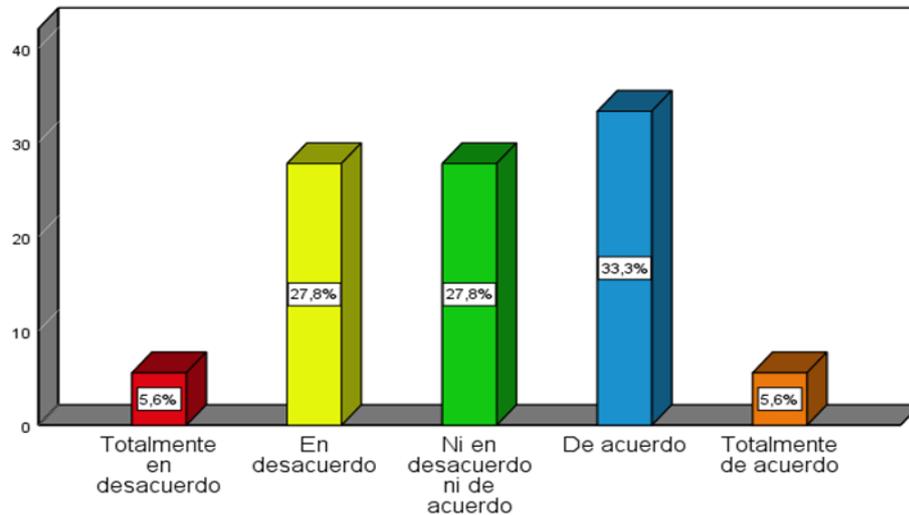
En la Figura 11, se muestra la intención de programar la adquisición de hectáreas para la producción de uva, de la empresa exportadora. El 38.9% indican no estar ni acuerdo ni en desacuerdo con el adquirir hectáreas para el 2024 una cantidad inferior a 20 hectáreas, el 33.3% está de acuerdo, el 22.2% está en desacuerdo y el 5.6% está totalmente de acuerdo con se programe para el 2024 la compra de una cantidad inferior de 20 hectáreas para la producción de uva. Significando que la empresa presenta un incremento de sus volúmenes de venta, el cual necesitan comprar más hectáreas, las cuales se infiere también que se están registrando ganancias en las transacciones y que se está incrementando la cartera de clientes, los cuales pueden avalar la calidad y garantía del producto a potenciales clientes estadounidense para su exportación de uva. Considerando los datos del Anexo 12, se detalla que la empresa exportadora en el 2021 exportó 2,367 toneladas de uva fresca, con un monto total de 4,152 mil USD, significando un incremento de 122% en relación al año anterior.

❖ Precio

Considerando que en el Anexo 13, se identificó que el precio por kilogramo exportado de uva fresca se obtiene un precio de 1.75 USD en el 2021, significando un incremento del 2% en relación al 2020 que fue de 1.72.

Figura SEQ Figura * ARABIC 12

¿Se considera rentable que el precio de exportación este entre 1.5 a 1.7 USD por kilogramo de uva?

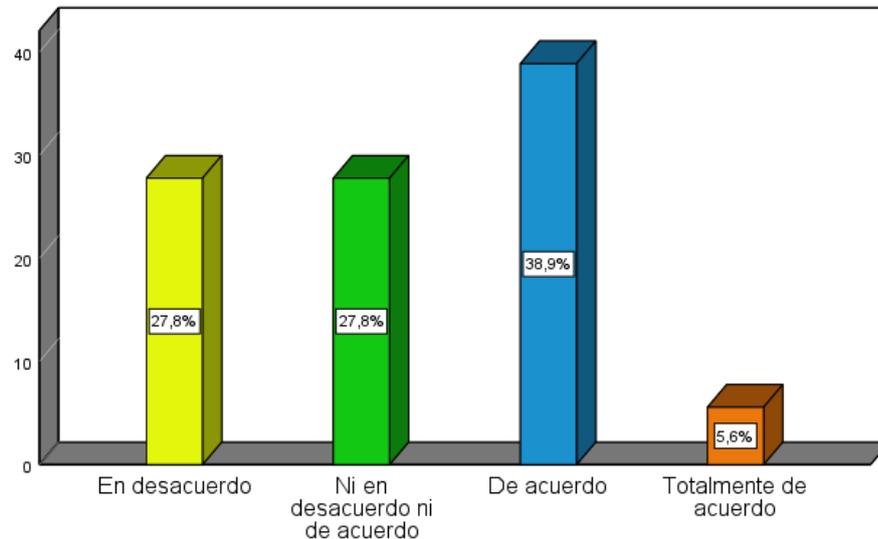


En la Figura 12, se muestra el precio promedio por kilogramo de las exportaciones de uva de la empresa exportadora. En donde 6 encuestados que presenta al 33.3% está de acuerdo con que el precio estándar es de 1.5 a 1.7 dólares, el 27.8% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo, el 27.8% está en desacuerdo en que el precio promedio de exportación es de 1.5 a 1.7 USD por kilogramo de uva en una empresa exportadora, 2021. De acuerdo a las cantidades de los porcentajes en positivos y negativos, se puede inferir que esto se da porque los precios no siempre son fijos, debido a que se acogen a los volúmenes de la compra y el precio del mercado.

❖ **Certificación**

Figura SEQ Figura * ARABIC 13

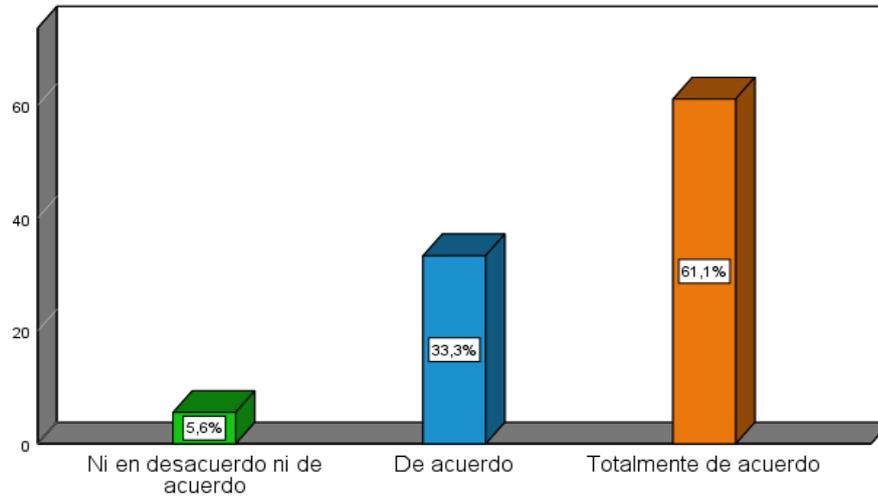
¿ Considera que el certificado de origen les beneficia en sus exportaciones?



En la Figura 13, se trata sobre el certificado de origen para las exportaciones de la empresa exportadora, en la que 7 encuestados que representan el 38.9% afirmó que están de acuerdo con respecto a que la empresa utiliza dicha certificación, el 27.8% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo, el 27.8% está en desacuerdo y el 5.6% está totalmente de acuerdo en que se utiliza el certificado de origen en las exportaciones en una empresa. Significando que sus clientes no suelen requerir el certificado de origen para reducir sus impuestos en sus países correspondientes. Demostrando que no es un requisito esencial para la compra venta internacional. De la misma forma, para el ingreso al mercado americano, no es un requisito establecido por las autoridades, más bien es petición del cliente.

Figura SEQ Figura * ARABIC 14

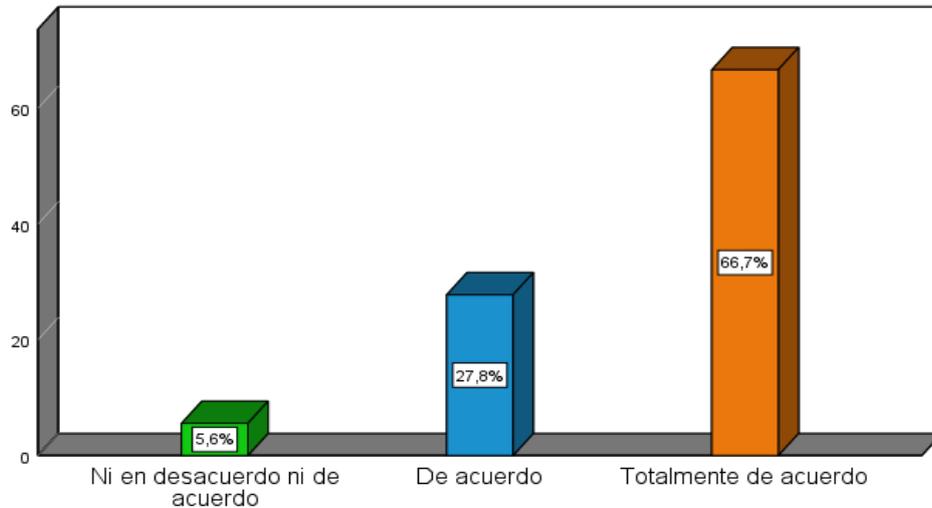
¿Consideran importante la certificación de planta de empaque en sus exportaciones?



En la Figura 14, se trata sobre la certificación de la planta de empaque de la empresa exportadora, en la que 11 encuestados que representa el 61.1% manifiestan está totalmente de acuerdo con respecto a que la empresa cuenta con dicha certificación, el 33.3% dice estar de acuerdo y el 5.6% expresa no estar en desacuerdo ni de acuerdo con que la entidad cuente con la certificación de planta de empaque para la exportación de uva. Infiriendo que a los mercados destino de la empresa, también le solicitan ese requisito, por lo que es un documento ya tramitado que puede emplearse para las exportaciones al mercado americano.

Figura SEQ Figura * ARABIC 15

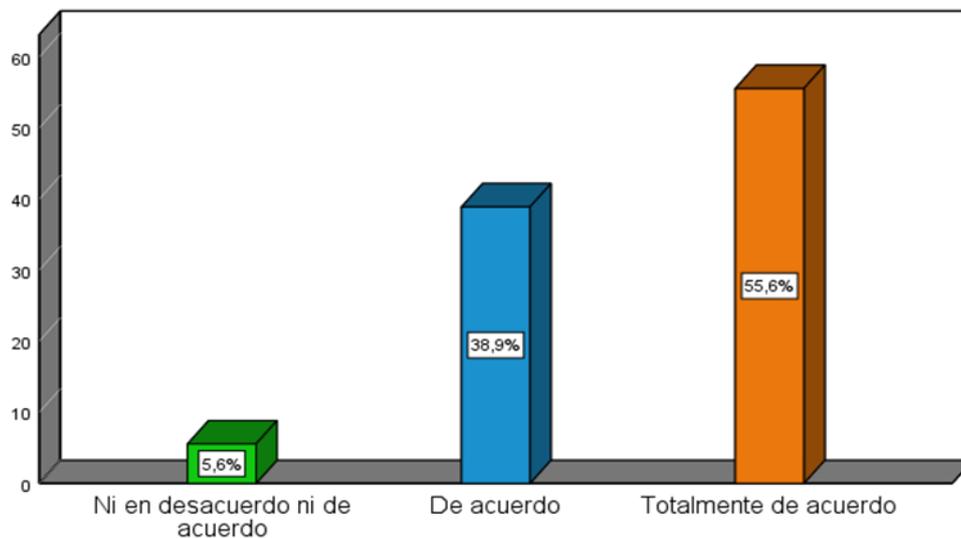
¿Consideran importante la certificación de producción en sus exportaciones?



En la Figura 15, se trata sobre la certificación de producción de la empresa exportadora, en que el 66.7%, mencionan estar totalmente de acuerdo con respecto a que la empresa cuenta con dicho certificado, el 27.8% está de acuerdo y el 5.6% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo cuenta con que la entidad cuente con la certificación. Significando que la entidad emplea este documento para la tramitación de sus exportaciones, dado a que es un producto que se exporta en un estado fresco.

Figura SEQ Figura * ARABIC 16

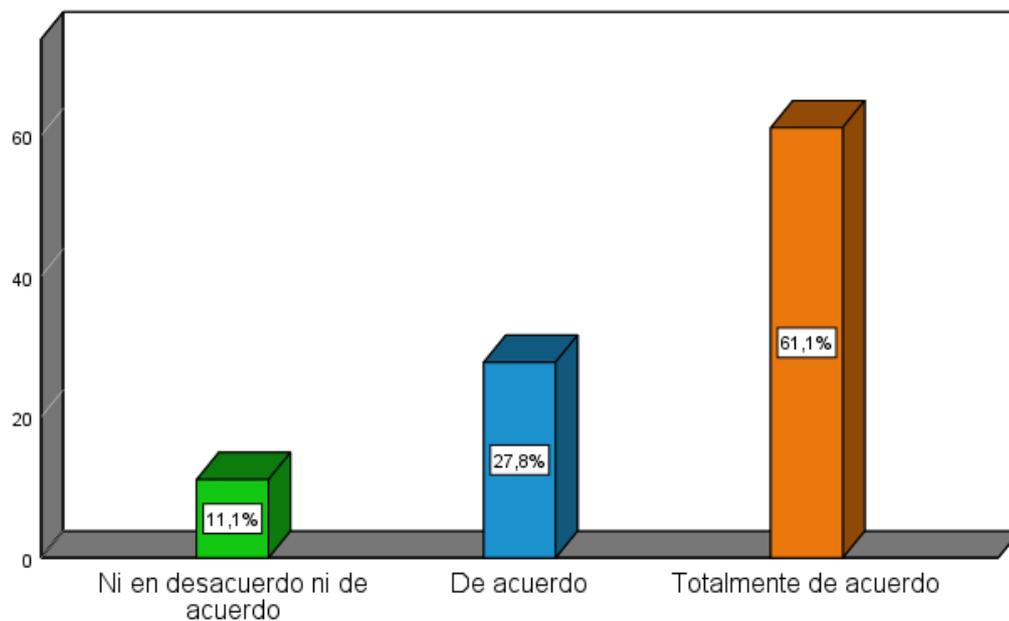
¿Consideran importante la certificación de calibración de sensores?



En la Figura 16, se trata sobre la certificación de calibración de sensores de la empresa exportadora. En la que 10 encuestados, que representa a 55.6%, exponen estar totalmente de acuerdo con respecto a que la empresa cuenta con dicha certificación, el 38.9% indica estar de acuerdo y el 5.6% no está ni en desacuerdo ni en acuerdo con que la empresa cuente con certificación de calibración de sensores empleados para la exportación de uva. Significando que, para la exportación al mercado americano, la empresa ya tendrá la certificación de sus sensores, dado que es requisito en la transacción internacional con dicho país.

Figura SEQ Figura * ARABIC 17

¿Consideran importante el certificado fitosanitario CFR3 en sus exportaciones?

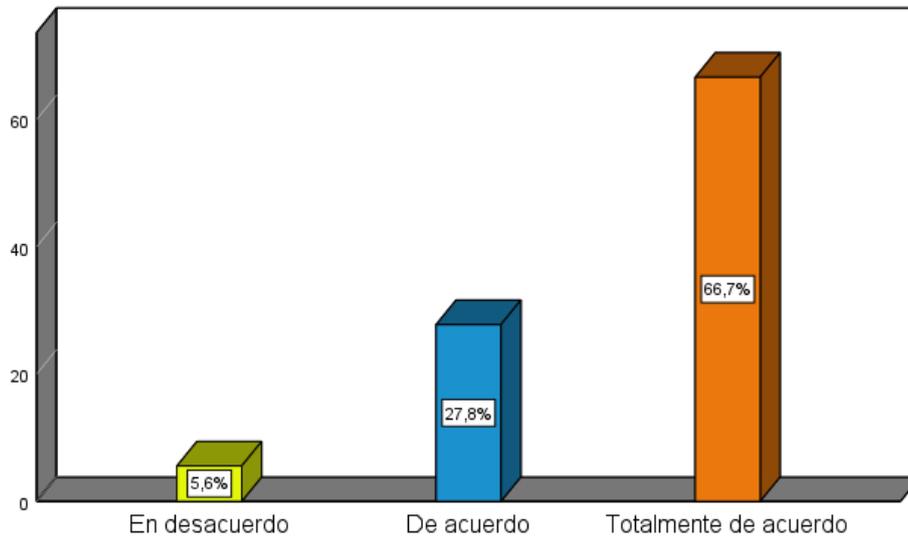


En la Figura 17, se trata sobre el certificado fitosanitario CFR3 de la empresa exportadora. Mostradas que 11 encuestados, que simbolizan a 61.1%, respondieron estar totalmente de acuerdo con respecto a que la entidad utiliza dicha certificación, el 27.8% mencionan estar de acuerdo y solo el 11.1% no está ni en descuento ni de acuerdo con que la empresa emplea el certificado fitosanitario CFR3 en la exportación de uva. Documento

esencial para la exportación de frutos frescos, por lo que ya se cumple con el requisito para el ingreso al mercado americano, ya que la empresa ya cuenta con dicho requisito.

Figura SEQ Figura * ARABIC 18

¿Consideran importante que sus plaguicidas se encuentren dentro del Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas?

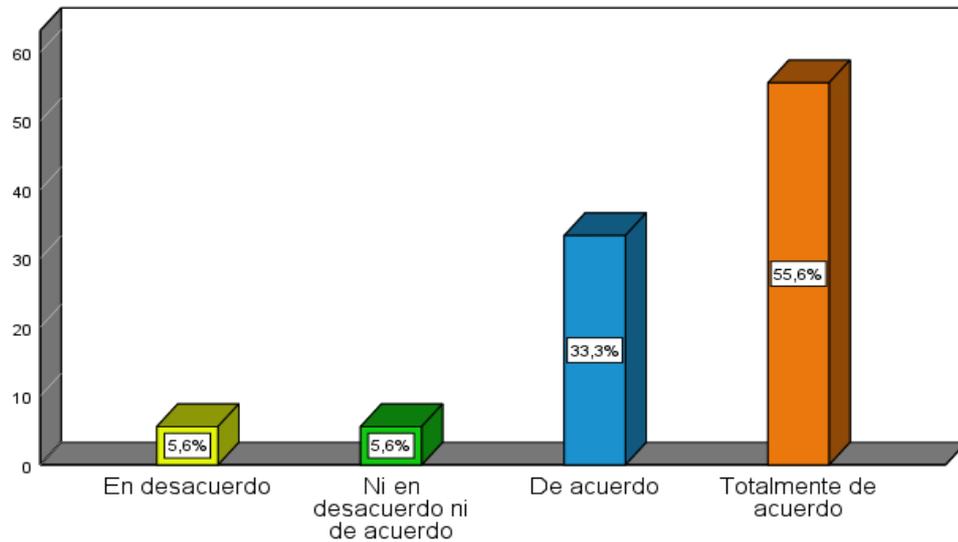


En la Figura 18, se trata sobre los plaguicidas empleados por la empresa exportadora. Se encontró 12 encuestados que representa el 66.7%, que afirmó estar totalmente de acuerdo con que las cantidades de los plaguicidas se encuentran dentro del Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas, el 27.8% está de acuerdo y el 5.6% está en desacuerdo con que las cantidades utilizadas se encuentren dentro del límite máximo de residuos de plaguicidas para exportación de uva. Significando que la empresa ha tenido clientes que consideran dichos límites, por lo que ha mantenido sus plaguicidas dentro de los límites aceptados, beneficiándose para la obtención del requisito sustancial para el ingreso al mercado de EE.UU.

❖ **Requisitos envases**

Figura SEQ Figura * ARABIC 19

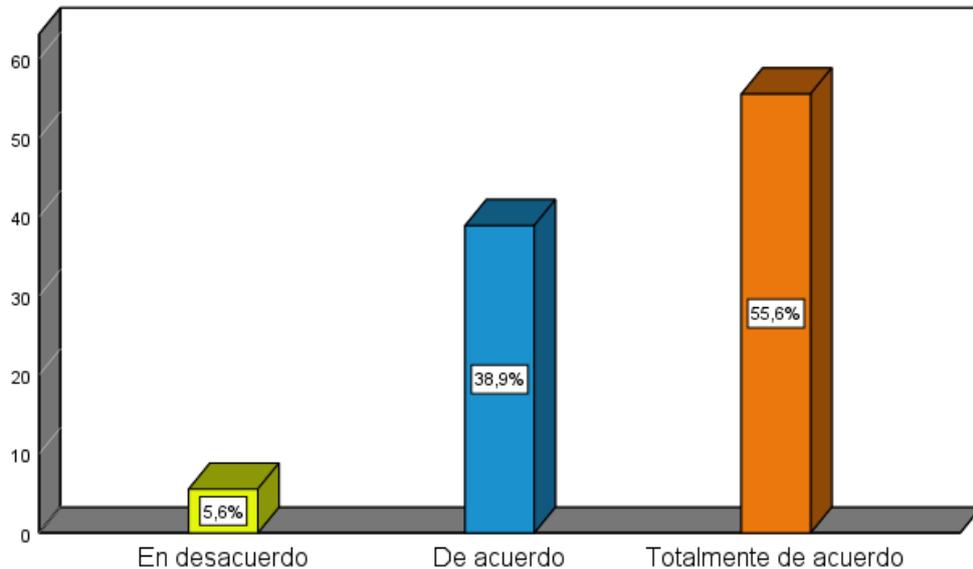
¿Considera beneficioso que la uva producida se encuentre entre los rangos de 1.43 a 1.59 cm de diámetro?



En la Figura 19, se observa sobre el diámetro de la uva producida por la empresa exportadora, en la que 10 encuestados, que representa el 55.6%, dijeron estar totalmente de acuerdo con que las uvas se mantengan dentro del rango, 33.3% está de acuerdo, el 5.6% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo y el 5.6% está en desacuerdo en que la uva producida se encuentre entre los rangos de 1.43 a 1.59 cm de diámetro. Demostrando que la calibración de la baya mantiene ese rango en varios países, siendo uno de ellos EE.UU., lo cual la empresa cumple en sus uvas Red Globe, beneficiándose para la oferta del fruto a posibles clientes americanos.

Figura SEQ Figura * ARABIC 20

¿Cree que les beneficiaría la exportación de uva en bolsas plásticas de un promedio de ½ kg cada una?



En la Figura 20, se muestra sobre el envase de exportación de la uva por parte de la empresa exportadora. En la que 10 encuestados representan el 55.6%, mencionan que están totalmente de acuerdo con que la exportación de uva se realice en bolsas plásticas de un promedio de ½ kg cada una, el 38.9% está de acuerdo y el 5.6% está en desacuerdo en que se realice la exportación de uva en bolsas plásticas es en capacidad individual de un promedio de ½ kg. Esta afirmación por el envase exportado es positiva, debido a que la empresa actualmente exporta en clamshells de 500gr. y pasar a bolsas plásticas es más rentable, además que significaría una oportunidad de ingreso al mercado americano, donde es uno de los envases más comerciables para el consumidor final.

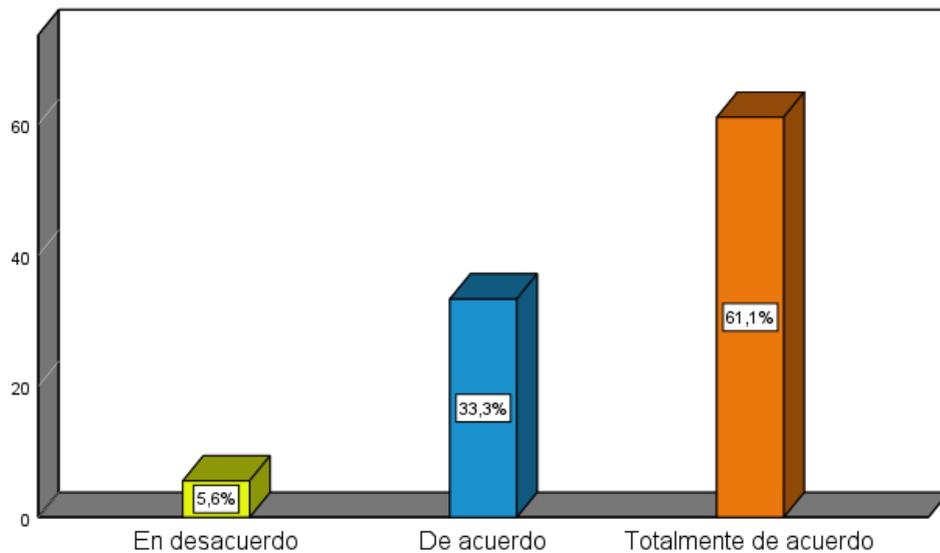
Considerando que las exportaciones de uva para consumo directo se realizan al mercado estadounidense en presentación de bolsas o clamshells. Los primeros son bolsas de plástico ventilado con capacidad de 1 a 2 libras, mientras que las segundas son cajas de

plástico de una sola pieza, que presenta ventilación y con una capacidad de 1 a 3 libras (MINCETUR, 2020).

❖ **Requisitos embalaje**

Figura SEQ Figura * ARABIC 21

¿Consideran necesario que sus etiquetas de empaque estén traducidas al idioma inglés?



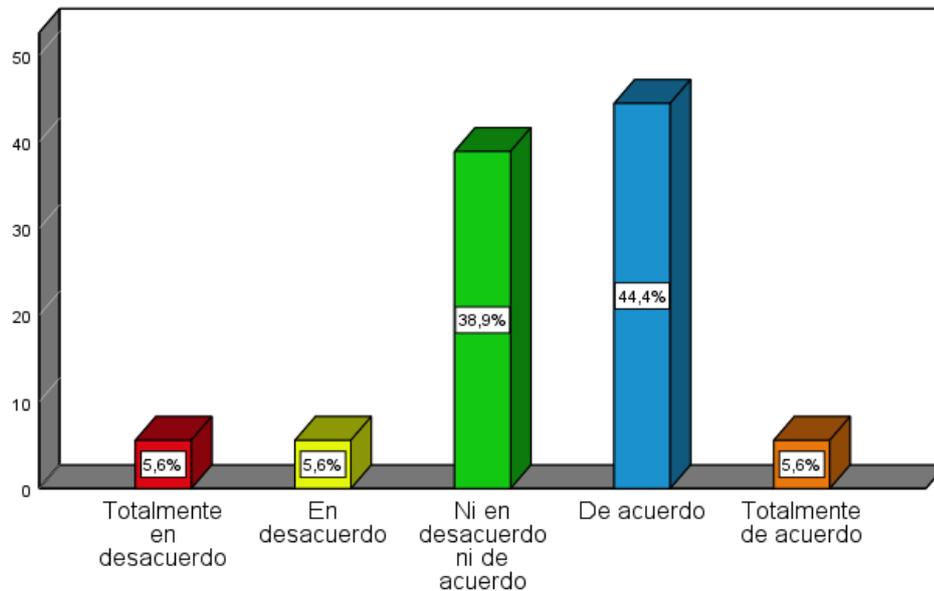
En la Figura 21, se muestra sobre las etiquetas del empaque para la exportación de uva realizadas por parte de la empresa exportadora. En la que 11 encuestados que representan el 61.1% mostraron estar totalmente de acuerdo en que las etiquetas sean elaboradas en el idioma inglés, el 33.3% está de acuerdo y el 5.6% está en desacuerdo en que las etiquetas de empaque están traducidas al idioma inglés para la exportación de uva al mercado estadounidense para la empresa exportadora, 2021. Dado a que sus clientes extranjeros también solicitan sus etiquetados en el idioma inglés, por lo que facilita el diseño de las etiquetas para el mercado americano.

Considerando que, en el etiquetado de los productos frescos, deben tener la denominación del producto, declaración del contenido involucrando el peso en libras u

onzas, el modo de almacenamiento, nombre del productor junto a su dirección, de igual forma su distribuidor, con su determinado país, ciudad y código postal (RAM, 2022).

Figura SEQ Figura * ARABIC 22

¿Consideran importante el tratamiento de los embalajes de pallet de madera utilizados para la exportación de uva?



En la Figura 22, el 44.4% menciona estar de acuerdo con que los pallets pasen por un tratamiento, el 38.9% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 5.6% está totalmente de acuerdo, el 5.6% está en desacuerdo y el 5.6% está totalmente en desacuerdo respecto a la aceptación para el tratamiento de los embalajes de pallet de madera utilizados para la exportación de uva. Significando que la empresa está predispuesta a realizar el tratamiento a sus pallets para exportar a EE.UU., ya que este es un requisito para su ingreso al mercado, facilitando los tramites en sus controles de salida del territorio aduanero e ingreso al territorio extranjero.

Objetivo específico 3: Establecer una matriz comparativa de las características del mercado americano y una empresa exportadora para su exportación de uva, 2021.

Para el desarrollo del objetivo 3, se considera la información recopilada en los objetivos anteriores, para ser posicionados en paralelos con respecto al mercado

estadounidense y de la empresa exportadora. Considerando las exportaciones peruanas a EE.UU. de uva fresca, el precio FOB, las importaciones de uva por parte del país americano, las especificaciones de la uva para su comercialización en EE.UU. la competencia nacional, el volumen productivo y exportado de la empresa, la estacionalidad de producción, las certificaciones para la exportación y el precio FOB actual de sus exportaciones.

Tabla 10

Matriz comparativa de características de mercado y la empresa exportadora para la exportación de uva a EE.UU.

Indicador	Descripción	Mercado Estadounidense		J&L Agroexportaciones SAC	
		Cumple	No Cumple	Cumple	No Cumple
Exportaciones Peruanas a EE.UU.	Presenta un aumento en las exportaciones FOB de los 5 últimos años	x			
Exportaciones Peruanas a EE.UU.	Presenta un aumento en los volúmenes de los 5 últimos años	x			
Precio FOB EE.UU	Presenta un aumento en los 3 últimos años		x		
Importación americana	Presenta un aumento de los 5 últimos años	x			
Especificaciones	El calibre de la uva de la empresa exportadora está dentro del rango del mercado americano			x	
Competencia	Los 5 principales competidores nacionales abarcan un 50% de las exportaciones a EE.UU.		x		
Volumen productivo	El volumen productivo puede llenar 10 contenedores de 40"			x	
Estacionalidad	La estacionalidad de la empresa está en concordancia con la estacionalidad de las exportaciones internacionales			x	
Volumen exportado	Se direcciona más del 90% de la producción a la exportación			x	
Certificaciones	La empresa presenta los certificados para la exportación de uva			x	
Precio FOB Empresa exportadora	El precio FOB por Kg. de la empresa es inferior al precio promedio de la exportación a EE. UU			x	

En la Tabla 10, se muestra una matriz comparativa de las características del mercado americano y de la empresa exportadora, datos extraídos de la aplicación de una inteligencia de negocios desarrollada en los objetivos anteriores. Demostrando que el mercado americano cumple en su mayoría las características necesarias para considerar un mercado destino de las exportaciones de uva, puesto que, si bien el precio FOB en destino no muestra un aumento consecutivo en los 3 últimos, pero este sigue siendo superior al precio que la empresa fija para la comercializar con otros países. Además, la empresa exportadora presenta un escenario factible para incorporarse en el mercado estudiado, en términos de presentar volúmenes apropiados para llenar contenedores completos para su exportación reduciendo costos de traslado, así como manejar los certificados necesarios para el ingreso al mercado americano, facilitando su tramitación para la exportación de uva a EE.UU.; incidiendo positivamente debido a que el precio es mayor al comercializado actualmente, dejando un margen mayor en las utilidades empresariales.

Objetivo General: Evaluar la inteligencia de negocios para contribuir en la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021.

El ejercer una inteligencia de negocios antes de tomar la decisión de exportar, es sustancial puesto que muestran el panorama del mercado al que se quiere incursionar, demostrando si es conveniente o no su penetración en dicho país. En este caso se ha considerado importante analizar las exportaciones internacionales realizadas de Perú a EE.UU. con el objetivo de ver si existe un comercio de uva con dicho país, demostrando que efectivamente lo hay, teniendo una participación de un 39% en relación a las exportaciones de uva peruana a nivel mundial y a un precio promedio de 2.45 USD el kilogramo en el

2021. Mientras que la demanda de uva en Estados Unidos a nivel mundial es del 19%, porcentaje considerable en el 2021. Significando que dicho país es uno de los principales importadores de uva a nivel mundial y se sigue manteniendo en los últimos cinco años. Teniendo como característica principal que en dicho mercado la uva comercializada mantiene un calibre de 1.43 a 1.59 centímetros de diámetro, además de necesitar el certificado fitosanitario, así como la certificación de los lugares del proceso productivo.

Mientras que, a nivel de la empresa presenta una producción considerable para exportar uva fresca, puesto que este tipo de productos es recomendable realizarse por contenedores llenos, la empresa tiene la capacidad de exportar un promedio de 100 contenedores de 20 pies, además que está en prospectos de crecimiento con respecto a sus hectáreas productivas y mantener una estacionalidad de noviembre a enero, meses demandantes en Estados Unidos. Además, la empresa exporta su uva a un precio FOB promedio de 1.75 USD, precio inferior al comercializado a Estados Unidos. Por lo que analizando los datos obtenidos de la inteligencia de negocios del mercado americano se observa que estos contribuyen positivamente a tomar la decisión presentada por la empresa para exportar uva al mercado estadounidense, demostrándose atractivo y factible en una empresa exportadora.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

❖ Discusiones

En el presente estudio, se obtuvo como principal limitación la obtención de información relevante de las exportaciones de uva actualizada para medir la inteligencia de negocios en la empresa; además de tener que recurrir constantemente al establecimiento para la aplicación del instrumento para medir el nivel de toma de decisiones. Además, se le adiciona las restricciones personales por la falta de tiempo disponible para la realización del estudio.

El objetivo general consistió en evaluar la inteligencia de negocios para su contribución en la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021. Concordando con Garnica (2020) mencionó que la inteligencia de negocio ayuda a estudiar los factores influyentes en las decisiones de ingreso a nuevos mercados, por lo que se recurrió a analizar por separado las variables. Obteniéndose que mercado americano presenta una participación del 19% a nivel mundial desde el 2019 al 2021, con cantidades CIF crecientes concordando con Lluen (2021) que dijo que EE.UU. manifiesta una demanda de uva constantemente.

Con respecto al primer objetivo específico, se analizó la inteligencia de negocios en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021. Encontrándose que las exportaciones de uva a EE.UU. mantienen un promedio del 40% en relación de las exportaciones mundiales, porcentaje mayor a la participación de la uva chilena, que mantiene un 13% según De la Fuente (2021). Con respecto a la cantidad exportada, se encontró una variación con Campomanes (2019), que menciona que para el 2017 se exportaron una cantidad cercana a 645 mil toneladas uva peruana al mundo, siendo según SUNAT 266 mil toneladas en el 2017 y en el 2021 515 mil tn y para EE. UU un

volumen superior de 90 mil toneladas. Dicho país mantiene una participación en las importaciones de uva del 19% con respecto a las compras mundiales de la misma fruta, mientras que en valores de volúmenes se presenta entre el 8% y el 14%. Mientras que las características de calibración, el mercado americano tiene una tendencia de que el diámetro de la baya sea de 1.43cm a 1.59cm cada uno y con un peso por racimo menor a 140 gr. En donde se encontró que es importante obtener los certificados de fitosanitario, sanitario, de origen, calibración, de empaque, APPC y POES. Por lo que la encuesta realizada para ver si la empresa cumplía con dichos requisitos se encontró que la empresa exportadora si cumple con los requisitos exigidos, los cuales son identificados también por Murillo et al. (2020) en donde estos son los certificados sanitarios, fitosanitarios, CFR 3 para fruta fresca. Encontrándose que la principal empresa peruana exportadora de uva al mercado americano es El Pedregal, que para el 2021 registró 57 millones de USD, un 11% más que el año anterior. Considerando lo mencionado por Huarcaya (2018) que dice que Agrícola Andrea es una de las empresas principales, estando dentro de las 8 principales empresas exportadoras de uva peruana, con una cantidad exportada de 9 millones de dólares en el 2021, un 9% más que el 2020, mientras que Agrícola Sol de Villavuri no se encuentra del ranking de las 8 principales exportadoras de uva al mercado estadounidense. Mayormente, los clientes americanos identificados por medio de las 8 empresas peruanas que exportan uva a dicho mercado son empresas mayoristas.

En el segundo objetivo se describió la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021. En la se mostró que la empresa de estudio, considera presentar un volumen alto de producción que son originarias de 95 hectáreas según el 50%; no obstante, esta cantidad es muy lejana a la producida por Ecosac que Lluen (2021) lo identificó con una capacidad de 22 mil toneladas de uva, puesto que la empresa según el 44.4% indica que crece en un porcentaje inferior al 4% anual. El

88.8% indica que la estacionalidad de la producción es entre noviembre a enero, aunque Huarcaya (2018) menciona que estos meses se extienden entre octubre a abril; mientras que la estacionalidad de un sustituto de la uva se da en octubre a enero según Bedoya (2019). Mientras que el volumen exportado por la empresa es considerado suficiente por el 50% para las 95 hectáreas que posee la empresa. A un precio FOB de 1.75 USD cada kilogramo, cantidad que es considerada rentable por el 33.3%, pero incluso por debajo del precio de la uva chilena exportada a Europa mencionado por De la Fuente (2021) que estaba en un rango de 1.9 y 2.3 USD el kg, esto justificado porque Castro et al. (2020) mencionó, en donde los precios son muy diferentes de acuerdo al país de destino. Con respecto a los certificados sustanciales para la exportación de uva al mercado americano, la empresa ya los emplea para sus exportaciones a Europa, dando razón a Murillo et al. (2020) que explicaba la importancia de los certificados fitosanitarios y adaptación de envases para ingresar a un mercado.

Para el tercer objetivo se realizó una matriz comparativa de las características del mercado americano y en una empresa exportadora para su exportación de uva, 2021. Donde se encontró que el mercado presenta características positivas, las cuales son consideradas primordiales para que una empresa tome la decisión de exportar a dicho mercado, estando de acuerdo con Quispe (2017), que dijo que las importaciones del país destino en relación a la mercancía deseada a exportar deben mostrar datos crecientes y que dicho dato puede suplir a la caída de su precio. En este caso el mercado americano está en crecimiento en valores CIF a pesar de haber caído en su volumen, demostrando que el precio se eleva, dato interesante para la empresa; puesto que, actualmente comercializa a un precio FOB inferior a los 2.49 USD el kg que se presenta en EE.UU. Como implicancia de los hallazgos se logró dar respuesta a cada uno de los objetivos, evidenciando el nivel de cada una de las variables y ver su impacto directo en las exportaciones de uva.

❖ Conclusiones

De acuerdo con el objetivo general se evaluó que la inteligencia de negocios contribuye eficientemente a la toma de decisiones de exportación uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021, aceptándose la hipótesis general, debido a que ayuda a visualizar con datos reales y confiables que el mercado americano es atractivo para exportar uva peruana por parte de la empresa; puesto a que, presenta un crecimiento su demanda mundial de uva y a nivel de exportación de uva peruana; además que el kilogramo de uva es exportado a un precio promedio de 2.49 USD el kg. superior al que la empresa exportadora ofrece a otros países, que es de 1.75 USD, siendo este precio rentable para la empresa, por lo que si se direcciona las exportaciones a EE.UU. se obtendría un margen mayor en las rentabilidades. También, los requisitos establecidos para el ingreso al mercado americano, la empresa los cumple tanto como de calibre de 1.43 a 1.59 cm cada baya, como de certificaciones a nivel de instalaciones, maquinarias y mercadería puesto que son empleados y beneficiosos para sus exportaciones actuales. Si bien la empresa no iguala en capacidad productiva de las empresas que lideran el mercado como El Pedregal, es considerable la cantidad que se produce de manera anual puesto que fácilmente llena 100 contenedores de 20 pies, manteniendo una estacionalidad constante entre noviembre a enero.

Para el primer objetivo específico, al analizar la inteligencia de negocios demostró un escenario favorable en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021. Ya que se demuestra que EE.UU. es un mercado favorable para las exportaciones peruanas de uva, evidenciado en el posicionamiento que presenta en las exportaciones generales de uva peruana y mundial, acaparando más de la tercera parte del

volumen ofertado de uva, justificado por ser uno de los principales destinos mundiales de la uva puesto que es país consumista de uva fresca. Acción que favorece el precio FOB de la uva, puesto que es superior al comercializado en Europa, volviéndolo atractivo a los productores peruanos, pero a la vez exigente, reflejado en las dimensiones de diámetro que debe presentar la uva, esto dado que la población considera una uva fresca, rica en nutrientes y saludable a la uva con un rango de 1.43 a 1.59 cm. Mientras que, a nivel de requisitos no arancelarios, sus bases son parecidas a las de otros países, exigiendo certificación fitosanitaria y de los ambientes de producción, empaque, calibración.

En el segundo objetivo específico se describió que la toma de decisión en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021 es regular. Debido a que la empresa presenta un escenario como potencial exportador al mercado de Estados Unidos. Ya que cumple con los requisitos en certificaciones puesto que son los mismos que emplea para sus exportaciones a los países europeos; también de presentar una capacidad productiva considerable para exportar en modalidad FCL, recomendable para reducir costos con respecto a espacios de contenedor. Además, que el mercado americano presenta una tendencia de precio superior a la ofertada por la empresa en la actualidad, factor importante para tomar la decisión de exportar.

Para el tercer objetivo específico, se estableció que la matriz comparativa de las características del mercado americano y en una empresa exportadora, 2021, facilitó la toma de decisión de exportar uva a EE.UU. Puesto que ubica en paralelo las características consideradas importantes a nivel de mercado destino y de empresa. Mostrando en este caso que el mercado americano presenta una tendencia positiva de su demanda de uva peruana y a nivel internacional, otorgando seguridad en términos de clientes, puesto que la población estadounidense es consumidora de uva fresca. Así como también evidencia que

la exportación de uva a EE.UU. es atractiva para la empresa ya que con su direccionamiento las ganancias incrementarían a razón del volumen exportado.

REFERENCIAS

- Anguera, T., Blanco, A., Losada, J. y Portell, M. (2018). Pautas para elaborar trabajos que utilizan la metodología observacional. *Anuario de Psicología*, 1(48), 9-17.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.anpsic.2018.02.001>
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (3rd ed.). Grupo Editorial Patria.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Baena Rojas, J. J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. *Revista Venezolana De Gerencia*, 23(83), 543–562.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37960/revista.v23i83.24263>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (3rd ed.). Pearson Educación.
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bedoya Klaiss, J. F. (2019). *Inteligencia comercial de las exportaciones de arándano* [ESUMER].
<https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1947/1/Juan%20Felipe%20Bedoya%20y%20Juan%20F.%20Jaramillo.pdf>
- Campomanes Blas, Y. (2019). *Productividad y Exportación de uvas peruanas al mercado de Estados Unidos, 2012-2017* [Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41019/Campomanes_BY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro León, J. A., Penagos Diaz, L., & Salgado, S. T. (2020). *Viabilidad para exportar uchuva hacia Estados Unidos*.

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional* (segunda edición). McGraw-HILL.

<https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2873/1/Comportamiento%20organizacional.pdf>

Cornejo Gutiérrez, V., & Márquez Miramontes, B. L. (2021). Toma de Decisiones, Capital

Intelectual y Creación de Valor: Validación de instrumentos de medición en la industria de alta tecnología. *Doxa Digital*, 11(20), 44–56.

<https://doi.org/https://doi.org/10.52191/rdojs.2020.211>

De la Fuente G., M. C. (2021). *Análisis de exportaciones de uva de mesa Inigrape-one*.

<https://biblioteca.inia.cl/bitstream/handle/20.500.14001/68071/NR42604.pdf?sequence=4>

Escandón Barbosa, D. M., & Hurtado Ayala, A. (2014). Factores que influyen en el

desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(131), 172–183. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.006>

Gallardo Echenique, E. E. (2017). *Metodología de la Investigación*.

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf

García Jiménez, A. D. J., Aguilar-Morales, N., Hernández Triano, L., & Lancaster Díaz, E.

(2021). La inteligencia de Negocios: Herramienta clave para el uso de la información y la toma de decisiones empresariales. *Revista de Investigaciones Universidad Del Quindío*, 33(1), 132–139. <https://doi.org/10.33975/riuuq.vol33n1.514>

Garnica Chau, M. (2020). *La inteligencia de mercados para mejorar la toma de decisiones*

en las pymes exportadoras, Perú 2020 [Universidad Privada del Norte].

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25538/Garnica%20Chau%2c%20Meylin.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Godas, L. (2006). El precio. *OFFARM*, 25(4), 92–98. <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-pdf-13086781>

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación, las rutas: cualitativa, mixta y cuantitativa*. Mc Graw Hill. <https://bit.ly/3MkLfmE>

Huarcaya Olivares, A. S. (2018). *Exportación de uva fresca por las principales empresas peruanas al mercado de EE.UU. 2010-2017* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32237/Huarcaya_OA_S.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Kotler, P. (1974). *Dirección de Mercadotecnia* (2 edición). Editorial Diana.

Lluen Naquiche, C. B. (2021). *Análisis de la capacidad de exportación de la uva de la empresa Ecosac-Piura hacia el mercado de Estados Unidos* [Universidad César Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64158/Lluen_NCB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Losa, J. (2021). Competencia y Crecimiento en la era digital. *Hipertextos*, 9(16), 131–141. <https://doi.org/10.24215/23143924e044>

Malca León, G. S. (2021). La inteligencia comercial y su influencia en la comercialización de bombas con China. *Horizonte Empresarial*, 8(2), 596–603. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i2.2013>

MINCETUR. (2013). *Herramientas de Inteligencia Comercial*. http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/173/Guia_15_Herr

amintas_Inteligencia_Comercial_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

MINCETUR. (2020). *Ficha mercado producto*. MINCETUR. <https://institucional.promperu.gob.pe/ContenidosFichas/norteamerica/OMIA-Ficha-Mercado-EEUU-Producto-Uvas-Frescas-2021.pdf>

Muñoz Hernández, H., Osorio Mass, R. C., & Zúñiga Pérez, L. M. (2016). Inteligencia de los negocios. Clave del Éxito en la era de la información. *Clío América*, 10(20), 194. <https://doi.org/10.21676/23897848.1877>

Murillo Gonzales, B. J., Orozco Arciniegas, S. P., & Serna Aros, J. (2020). *Viabilidad para la exportación del arándano azul colombiano al mercado americano* [Universidad Santiago de Cali]. <https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/5008/VIABILIDAD%20DE%20%20EXPORTACION%20ARANDANOS%20AZULES.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (Cuarta Edición). <https://fdiazca.files.wordpress.com/2020/06/046.-mastertesis-metodologicc81a-de-la-investigaciocc81n-cuantitativa-cualitativa-y-redacciocc81n-de-la-tesis-4ed-humberto-ncc83aupas-paitacc81n-2014.pdf>

Navarro García, A., Rey Moreno, M., & Barrera Barrera, R. (2017). Compromiso, recursos, emprendimientos exportadores y resultados empresariales. *Revista de Administração de Empresas*, 57(2), 135–147. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020170203>

- OMC. (2022). *Información técnica sobre salvaguardias*. Organización Mundial Del Comercio. https://www.wto.org/spanish/tratop_s/safeg_s/safeg_info_s.htm#top
- Paniagua Machicao, F., & Condori Ojeda, P. (2018). *Investigación científica en educación* (Segunda edición). Industria Gráfica Maxcolor S.A.C. <https://www.aacademica.org/cporfirio/5.pdf>
- Pavez Gallardo, D. (2015). *Análisis del mercado exportador chileno de la cereza fresca* [Universidad Austral de Chile]. <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2015/fap337a/doc/fap337a.pdf>
- Ponce, J., Pastor, J., & Miño, G. (2020). Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio. *Revista Espacios*, 41(14), 26-31. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n14/a20v41n14p25.pdf>
- PROMPERÚ. (2022). *RAM*. <http://ram.promperu.gob.pe/>
- Quispe Huaranca, J. (2017). *Exportación de uva Red Globe peruana a Estados Unidos 2006 - 2015*. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23732/Quispe_HJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- RAM. (2022). *RAM*. <http://ram.promperu.gob.pe/#/?product=7&partida=0806.10.00.00&country=1>
- USDA. (2020). *Servicio de comercialización Agrícola*. <https://www.ams.usda.gov/grades-standards/table-grapeseuropean-or-vinifera-type-grades-and-standards>
- Valverde Castro, N., & Sáenz Blanco, F. (2011). Módico: Modelo De Inteligencia Competitiva Organizacional. *Innovación y Tecnología*, 5(1), 653–670. <https://riico.net/index.php/riico/article/view/590>

Villagómez, C. (2021). *Uso De La Inteligencia De Negocios Como Herramienta De Internacionalización De Las Pymes De Banano En Ecuador* [Keiser University].

<https://www.proquest.com/openview/3f9291b1d8f19af29c29cfd937214ca7/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

Zapata Ruiz, D. L., & Oviedo Lopera, J. C. (2019). Modelo de Simulación de Alternativas de Productividad para Apoyar los Procesos de Toma de Decisiones en Empresas del Sector Floricultor Antioqueño. *Información Tecnológica*, 30(2), 57–72.

<https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000200057>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de las variables.

Tabla 11
Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Inteligencia de negocios	Es la combinación de prácticas, capacidades y tecnologías usadas por las compañías para recopilar e integrar la información, aplicar reglas del negocio y asegurar la visibilidad de la información en función de una mejor comprensión del mismo y, en última instancia, para mejorar el desempeño (Muñoz et al., 2016).	Se reconoce como el valor de suministrar hecho e información como soporte a la toma de decisiones	Exportación internacional	Exportaciones peruanas Precio FOB EE.UU.
			Investigación de mercado	Importación mundial Especificaciones del mercado
			Competidores nacionales	Principal empresa exportadora Principal cliente destino
Toma de Decisiones	La toma de decisiones es un proceso que consiste en hacer un análisis y elegir entre varias opciones un curso de acción (Chiavenato, 2009).	Es el acto de elegir entre alternativas posibles sobre las cuales existe incertidumbre	Capacidad productiva	Volumen productivo
				Estacionalidad productiva
				Volumen exportado
				Precio FOB
Características de comercialización	Certificaciones de ingreso Requisitos de envase Requisitos de embalaje			

Anexo 2. Matriz de instrumento

Tabla 12

Matriz del instrumento

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Inteligencia de negocios	Exportación internacional	Exportaciones peruanas Precio FOB EE.UU.	Anexo 5 – A
	Investigación de mercado	Importación mundial Especificaciones del mercado	Anexo 5 – B Anexo 5 – C
	Competidores nacionales	Principal empresa exportadora Principal cliente destino	Anexo 5 – D Anexo 5 – E
Toma de Decisiones	Capacidad productiva	Volumen productivo	1. ¿Considera que existe un alto volumen productivo durante el periodo 2021? 2. ¿Considera que existe un crecimiento anual inferior al 4% del volumen productivo de uva, en los últimos 5 años?
		Estacionalidad productiva	3. ¿Considera estable la estacionalidad productiva de la uva entre los meses de noviembre a enero de cada año?
		Volumen exportado	4. ¿Considera suficiente las 95 hectáreas productivas de uva para la exportación? 5. ¿Considera importante incorporar una variedad de uva diferente a la Red Globe? 6. ¿Considera adecuado invertir para la adquisición de más hectáreas para la producción de uva para el 2024?

		Precio FOB	7. ¿Considera rentable que el precio de exportación este entre 1.5 a 1.7 USD por kilogramo de uva?
	Características de comercialización	Certificaciones de ingreso	8. ¿Considera que el certificado de origen les beneficia en sus exportaciones? 9. ¿Consideran importante la certificación de planta de empaque en sus exportaciones? 10. ¿Consideran importante la certificación de producción en sus exportaciones? 11. ¿Consideran importante la certificación de calibración de sensores? 12. ¿Consideran importante el certificado fitosanitario CFR3 en sus exportaciones? 13. ¿Consideran importante que sus plaguicidas se encuentren dentro del Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas?
		Requisitos de envase	14. ¿Considera beneficioso que la uva producida se encuentre entre los rangos de 1.43 a 1.59 cm de diámetro? 15. ¿Cree que les beneficiaría la exportación de uva en bolsas plásticas de un promedio de ½ kg cada una?
		Requisitos de embalaje	16. ¿Consideran necesario que sus etiquetas de empaque estén traducidas al idioma inglés? 17. ¿Consideran importante el tratamiento de los embalajes de pallet de madera utilizados para la exportación de uva?

Anexo 3. Matriz de consistencia

“Inteligencia de negocios y la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora SAC, 2021”

Tabla 13

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HÍPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL			
¿De qué manera la inteligencia de negocios contribuye en la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense es conveniente en una empresa exportadora, 2021?	Evaluar la inteligencia de negocios para contribuir en la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense para la empresa exportadora, 2021.	La inteligencia de negocios contribuye eficientemente en la toma de decisiones en la exportación uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021.	Inteligencia de negocios	Exportación internacional	<ul style="list-style-type: none"> ● Exportaciones peruanas ● Precio FOB EE.UU
	OBJETIVO ESPECÍFICO <ul style="list-style-type: none"> ● Analizar la inteligencia de negocios en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021. ● Describir la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora, 2021. ● Establecer una matriz comparativa de las características del mercado americano y en una empresa exportadora para su exportación de uva, 2021. 			Investigación de mercado	<ul style="list-style-type: none"> ● Importación mundial ● Especificaciones de mercado
				Competidores nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ● Principal empresa exportadora ● Principal cliente destino
	Toma de Decisiones		Capacidad Productiva	<ul style="list-style-type: none"> ● Volumen productivo ● Estacionalidad productiva ● Volumen exportado ● Precio FOB 	
Características de comercialización		<ul style="list-style-type: none"> ● Certificaciones de ingreso ● Requisitos de envase ● Requisitos de embalaje 			

Anexo 4. Cuestionario

Instrucciones: Estimado(a) señor(a), el siguiente cuestionario forma parte de la investigación denominada “Inteligencia de negocios y la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense en una empresa exportadora 2021”. Para ello se le solicita su colaboración en el llenado del cuestionario. A continuación, se precisan las alternativas de respuesta, donde deberá marcar la alternativa con un aspa (X).

1: Totalmente en desacuerdo; 2: En desacuerdo; 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo; 4: Acuerdo; 5: Totalmente de acuerdo

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
Dimensión: Capacidad Productiva						
1	¿Considera que existe un alto volumen productivo durante el periodo 2021?					
2	¿Considera que existe un crecimiento anual inferior al 4% del volumen productivo de uva, en los últimos 5 años?					
3	¿Considera estable la estacionalidad productiva de la uva entre los meses de noviembre a enero de cada año?					
4	¿Considera suficiente las 95 hectáreas productivas de uva para la exportación?					
5	¿Considera importante incorporar una variedad de uva diferente a la Red Globe?					
6	¿Considera adecuado invertir para la adquisición de más hectáreas para la producción de uva para el 2024?					
7	¿Considera rentable que el precio de exportación este entre 1.5 a 1.7 USD por kilogramo de uva?					
Dimensión: Barreras no arancelarias						
8	¿Considera que el certificado de origen les beneficia en sus exportaciones?					
9	¿Consideran importante la certificación de planta de empaque en sus exportaciones?					
10	¿Consideran importante la certificación de producción en sus exportaciones?					
11	¿Consideran importante la certificación de calibración de sensores?					

12	¿Consideran importante el certificado fitosanitario CFR3 en sus exportaciones?					
13	¿Consideran importante que sus plaguicidas se encuentren dentro del Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas?					
14	¿Considera beneficioso que la uva producida se encuentre entre los rangos de 1.43 a 1.59 cm de diámetro?					
15	¿Cree que les beneficiaría la exportación de uva en bolsas plásticas de un promedio de ½ kg cada una?					
16	¿Consideran necesario que sus etiquetas de empaque estén traducidas al idioma inglés?					
17	¿Consideran importante el tratamiento de los embalajes de pallet de madera utilizados para la exportación de uva?					

Anexo 5. Guía de análisis documental

Variable: Inteligencia de Negocio

a. Dimensión: Exportación internacional

Año	Volumen exportado de uva desde Perú a EE.UU.	Exportaciones FOB de uva desde Perú a EE.UU.	Precio FOB Perú – EE.UU	Exportación FOB de uva desde Perú al mundo	Exportaciones FOB de uva de Perú al mundo
2018					
2019					
2020					
2021					

b. Dimensión: Investigación de mercado

Año	Volumen importado de uva desde EE.UU. al mundo	Importaciones CIF de uva EE.UU. al mundo	Precio CIF EE.UU	Exportación FOB de uva desde Perú al mundo	Exportaciones FOB de uva de Perú al mundo
2018					
2019					
2020					
2021					

c. Dimensión: Investigación de mercado

Certificado	Entidad reguladora	Característica de uva

d. Dimensión: Competidores nacionales

Empresa	Cantidad FOB de uva exportada a EE.UU.	Variación %

e. Dimensión: Competidores nacionales

Empresa	Rubro	Cuidad	Dirección

Anexo 6. Validaciones del instrumento

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS INFORMATIVOS

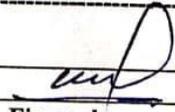
Apellidos y nombres del especialista o experto	Grado académico, cargo o Institución donde labora	Autor(s) de la investigación
BEDÓN GIL JAIME	RELACIONISTA INDUSTRIAL	
Título de la investigación: Director Sectorial. GERCIETURLL.		
Inteligencia de negocios y la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense para la Empresa J&L Agroexportaciones SAC, 2021.		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXELENTE 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 la investigación					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	Corresponde al propósito de la propuesta					X
10. OPORTUNIDAD	Propicio para tu aplicación					X

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Trajillo, 5/8/22	17932163		956333592
Lugar y fecha	DNI	Firma de experto	Teléfono

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellidos y nombres del especialista o experto	Grado académico, cargo o Institución donde labora	Autor(s) de la investigación
Vilela Seminario Oscar	Maestro en Administración	Nontol Marceliano Alexandria
Título de la investigación:		
Inteligencia de negocios y la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense para la Empresa J&L Agroexportaciones SAC, 2021.		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE E 0-20%	REGULAR R 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA A 61-80%	EXCELENTE TE 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 la investigación					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-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					X

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Lima, 04/08/2022	42929492		943714664
Lugar y fecha	DNI	Firma de experto	Teléfono

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellidos y nombres del especialista o experto	Grado académico, cargo o Institución donde labora	Autor(s) de la investigación
Mantilla Rodríguez Luis Alfredo	Maestro, Docente Auxiliar, UPN	Alexandía Francisca Nontol Marceliano
Título de la investigación: Inteligencia de negocios y la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense para la Empresa J&L Agroexportaciones SAC, 2021.		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXELENTE 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 la investigación				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	Corresponde al propósito de la propuesta					X
10. OPORTUNIDAD	Propicio para tu aplicación				X	

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:** El instrumento es conforme y puede aplicarse a la investigación.

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Trujillo, 20/07/22	18066188		945014844
Lugar y fecha	DNI	Firma de experto	Teléfono

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellidos y nombres del especialista o experto	Grado académico, cargo o Institución donde labora	Autor(s) de la investigación
Cubas Rodríguez Julio Cesar	Maestro de Investigación y Docencia Universitaria / DTC UPN	Alexandria Francisca Nontol Marceliano
Título de la investigación: Inteligencia de negocios y la toma de decisiones en la exportación de uva al mercado estadounidense para la Empresa J&L Agroexportaciones SAC, 2021.		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXELENTE 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 la investigación				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	Corresponde al propósito de la propuesta					X
10. OPORTUNIDAD	Propicio para tu aplicación				X	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN
IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Trujillo 03/08/22	17864776		990080206
Lugar y fecha	DNI	Firma de experto	Teléfono

Anexo 7. Exportaciones peruanas de uva bajo subpartida 0806.10

Tabla 14

Comparativa de las exportaciones peruanas de uva bajo subpartida 0806.10, FOB en miles de USD

	2017	2018	2019	2020	2021	Var. 20-21
Mundo	637,253	808,117	880,421	1,036,000	1,260,000	22%
EE.UU.	278,352	273,909	351,619	443,417	488,500	10%
Participación	44%	34%	40%	43%	39%	-9%

Nota: datos procesados de TRADE MAP (2022), INEI (2022), MINCETUR (2022).

En la Tabla 14, se detalla una comparativa de las exportaciones peruanas de uva bajo subpartida 0806.10, FOB en miles de USD. Mostrando que las exportaciones peruanas de uva fresca al mundo han ido en crecimiento, siendo el último año un 22% en relación con el 2020. La demanda estadounidense del producto peruano también ha mostrado un aumento del 10% en el 2021 con respecto al 2020. Evidenciando la importancia de dicho mercado para las exportaciones peruanas, ya que en el 2021 abarcó el 39% de las transacciones generales de uva fresca bajo subpartida 0806.10, participación inferior en un 9% al 2020. Debido a que la variación porcentual en el mismo periodo de la demanda americana fue un 50% menos que la demanda mundial.

Anexo 8. Volumen de las exportaciones peruanas de uva bajo subpartida 0806.10

Tabla 15

Comparativa del volumen exportado en uva fresca bajo subpartida 0806.10

	2017	2018	2019	2020	2021	Var. 20-21
Mundo TN	266,809	342,296	376,353	442,000	515,000	17%
EE.UU. TN	90,640	103,473	128,951	170,260	196,130	15%
Participación	34%	30%	34%	39%	38%	-1%

Nota: datos procesados de TRADE MAP (2022), INEI (2022), MINCETUR (2022).

En la Tabla 15, se detalla una comparativa del volumen exportado en uva fresca bajo subpartida 0806.10. Detallando que el volumen exportado de uva fresca peruana al mundo, manifiesta un crecimiento anual considerable, evidenciado en la cantidad exportada a EE.UU. que también muestra de manera anual un crecimiento importante. Lo que se resume a que la participación del volumen al mercado americano es del 38% en el 2021, en relación con las transacciones generales de la misma mercancía. No obstante, esta participación es inferior en 1% en comparación al año anterior, que fue de 39%, por la diferencia con el crecimiento del volumen exportado en general.

Anexo 9. Exportaciones peruanas de uva bajo subpartida 0806.10 al mercado americano

Tabla 16

Exportaciones peruanas de uva fresca al mercado estadounidense, bajo subpartida 0806.10

	2017	2018	2019	2020	2021	Var. 20-21
Valor en miles USD	278,352	273,909	351,619	443,417	488,500	10%
Peso en TN	90,640	103,473	128,951	170,260	196,130	15%
Precio FOB kg USD	3.07	2.65	2.73	2.60	2.49	-4%

Nota: datos extraídos de SUNAT (2022), MINCETUR (2022).

En la Tabla 16, se detalla las exportaciones peruanas de uva fresca al mercado estadounidense, bajo subpartida 0806.10. En el 2021 ascendieron un valor FOB de 488,500 mil USD, un 10% más que el año 2020 donde se registró 443,417 mil USD. Su volumen exportado al país americano fue de 196,130 toneladas en el 2021, aumentando en un 15% en relación con el 2020 que fue de 170,260 toneladas. El precio FOB de las exportaciones manifestó una caída del 4%, en el 2021 registró un promedio de 2.49 USD el kilogramo de uva fresca, mientras que en el 2020 fue de 2.60 USD.

Anexo 10. Importaciones CIF de uva bajo subpartida 0806.10

Tabla 17

Comparativa de las importaciones en valor CIF de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en millones USD

	2017	2018	2019	2020	2021	Var. 20-21
Mundo	9,102	9,457	9,635	10,006	10,457	5%
EE.UU.	1,720	1,746	1,806	1,888	1,981	5%
Participación	19%	18%	19%	19%	19%	0%

Nota: datos extraídos de TRADE MAP (2022).

En la Tabla 17, se detalla la comparativa de las importaciones en valor CIF de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en millones USD. La demanda mundial de uva fresca cada año crece significativamente, siendo en el 2021 una cantidad de 10,457 millones de USD, 5% más que en el 2020, que figuró con 10,006 millones de USD. Mientras que EE.UU. el país con mayor importación de uva fresca, registró una cifra total de 1,981 millones de USD en el 2021, un crecimiento del 5% en relación con el 2020 que fue de 1,888 millones de USD. Manteniendo su participación del 19% en ambos años, con respecto a las importaciones mundiales de la misma mercancía.

Anexo 11. Volumen de importaciones mundiales bajo subpartida 0806.10

Tabla 18

Volumen de las importaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en miles de toneladas

	2017	2018	2019	2020	2021	Var. 20-21
Mundo	7,674	7,422	7,286	6,744	4,813	-29%
EE.UU.	595	585	651	664	655	-1%
Participación	8%	8%	9%	10%	14%	38%

Nota: datos extraídos de TRADE MAP (2022), OEC (2022).

En la Tabla 18, se detalla el volumen de las importaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, en miles de toneladas. El volumen comercializado a nivel mundial sobre la mercancía en estudio, en el 2021 fue de 4,813 mil toneladas, mostrando una reducción del 29% en relación con el 2020 que registró 6,744 mil toneladas. EE.UU. importó el 14% del volumen total en el 2021 con 655 mil toneladas, significando un -1% con respecto al 2020, que obtuvo 664 mil toneladas, significando una participación del 10%. Como la cantidad mundial registró una caída superior a la variación de EE.UU. eso favoreció a la participación de EE.UU., ya que entre los dos últimos años tuvo un incremento del 38%.

Anexo 12. Temporadas de exportaciones de la empresa exportadora

Tabla 19

Estacionalidad de las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora, en miles de USD

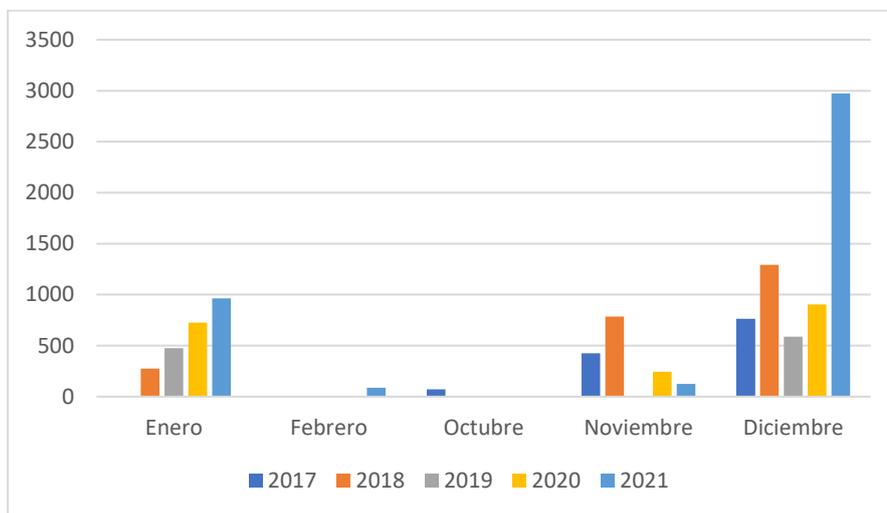
Mes	2017	2018	2019	2020	2021
Enero		276	476	726	965
Febrero					87
Octubre	72				
Noviembre	426	787		244	125
Diciembre	763	1,293	588	903	2,975
Total	1,261	2,356	1,063	1,873	4,152

Nota: datos procesados de SUNAT (2022).

En la Tabla 19, se detalla la estacionalidad de las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora, en miles de USD. Observándose que los años con mayor exportación se realizan en 2018 y 2021, siendo en el mes de diciembre con mayor transacción comercial internacional que presenta la empresa, de forma anual. No obstante, en el 2019 presentó un declive en diciembre de un 55%, para el 2020 amplió su valor FOB en un 54% en el mismo mes y para el 2021 presentó su mayor crecimiento con 229% más que el año anterior, en el mismo periodo. Mientras que en datos anuales en el 2021 registró 4,152 mil USD, un 122% más que el 2020 que estipuló 1,873 mil USD.

Figura 23

Estacionalidad de las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora, en miles de USD



Nota: datos procesados de SUNAT (2022).

En la Figura 23, se detalla la estacionalidad de las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora, en miles de USD. Evidenciando que la estacionalidad anual de las exportaciones de la empresa se realiza en los meses de noviembre a enero, en la que el mes con mayor sustancialidad es diciembre. En el 2021, el último mes del año presentó una participación del 72% con las exportaciones generales de uva fresca, mientras que en el 2020 fue de 48%; este mes es seguido por enero, que tiene una consideración del 39% y 23% en los años 2020 y 2021 respectivamente.

Anexo 13. Exportación de uva por la empresa exportadora

Tabla 20

Exportación de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora

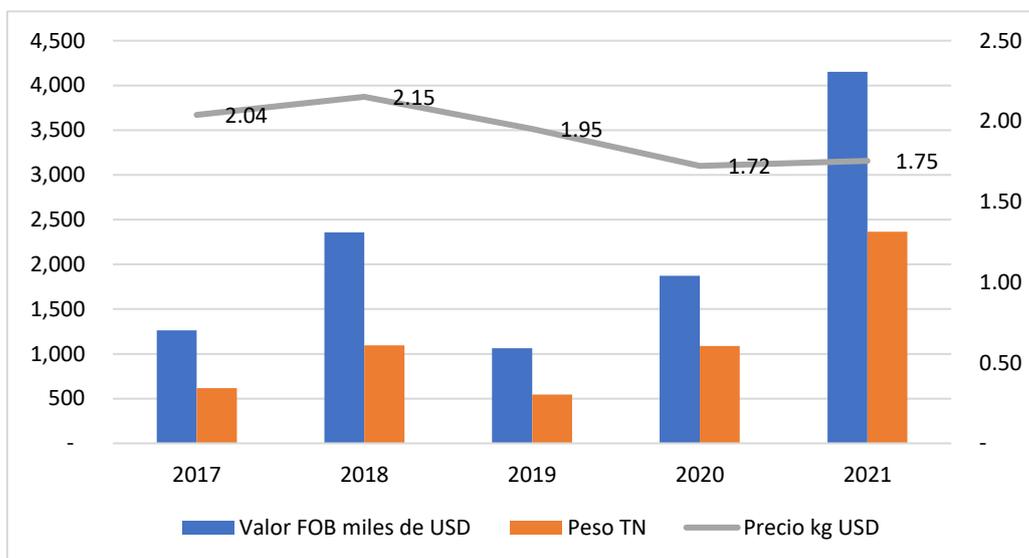
	2017	2018	2019	2020	2021	Var. % 20-21
Valor FOB miles de USD	1,261	2,356	1,063	1,873	4,152	122%
Peso TN	619	1,095	545	1,087	2,367	118%
Precio kg USD	2.04	2.15	1.95	1.72	1.75	2%

Nota: datos procesados de SUNAT (2022).

En la Tabla 20, se detalla las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora. El valor FOB en el 2021 fue de 4,152 mil USD, siendo 122% más que el 2020, que registró 1,873 mil USD. Con un volumen de 2,367 toneladas de uvas frescas, un 118% de aumento en relación con el 2020 que fue de 1,087 toneladas. Con un precio promedio de 1.75 USD el kilogramo en el 2021, un 2% mayor al 2020 que se ofertó a 1.72 USD el kilogramo de uva fresca. Tomando en cuenta que las exportaciones en el 2021 fueron direccionadas a Países Bajos con un 96% de las exportaciones FOB, Portugal abarca un 2% y España se presenta con un 3% de las ventas internacionales de la empresa.

Figura 24

Exportación de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora



Nota: datos procesados de SUNAT (2022).

En la Figura 24, se detalla las exportaciones de uva fresca bajo subpartida 0806.10, de la empresa exportadora. El precio de exportación promedio anual de la empresa en el 2017 fue de 2.04 USD el kilogramo, para el 2018 presentó un incremento del 6%, siendo 2.15 USD. El 2019 presentó una caída del 9%, siendo 1.95 USD, para el año siguiente siguió bajando un 12% con significancia de 1.72 USD y para el 2021 subió un 2% es decir a 1.75 USD. Teniendo en cuenta que en Europa el precio de venta en supermercados es menor al del mercado americano (CIEN-ADEX, 2021).