

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**
INTERNACIONALES

“OFERTA EXPORTABLE Y SU RELACIÓN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA
COOPERATIVA DE EXPORTACIÓN DE LA CIUDAD DE TRUJILLO EN EL AÑO 2023”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Diego Franco Perlado Piedra
Arlins Jhony David Lecca Sanchez

Asesor:

Mg. Enrique Avendaño Delgado
<https://orcid.org/0000-0003-4403-0044>

Trujillo - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Omar Fabricio Maguiña Rivero	17821620
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Sarai Nelly Saman Chingay	45650843
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	José Luis Soriano Colchado	07846143
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

OFERTA EXPORTABLE Y SU INFLUENCIA EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE EXPORTACIÓN DE LA CIUDAD DE TRUJILLO EN EL AÑO 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%	12%	1%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	10%
2	www.diariodelexportador.com Fuente de Internet	1%
3	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	1%

Excluir citas	Activo	Exclude assignment template	Activo
Excluir bibliografía	Activo	Excluir coincidencias	< 1%

DEDICATORIA

Queremos expresar nuestra gratitud a nuestros padres en este trabajo, ya que han estado con nosotros desde el principio y nos han alentado constantemente para seguir avanzando.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, nuestros padres, amigos y también, a cada una de las personas que formaron parte de este largo camino, quienes nos han brindado su apoyo incondicional.

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Antecedentes	17
1.3. Marco Teórico	23
1.4. Formulación del problema	30
1.5. Objetivos	30
1.5.1 Objetivo General	30
1.5.2 Objetivo Específicos	31
1.6. Hipótesis	31
1.6.1 Hipótesis Nula	31
1.6.2 Hipótesis Afirmativa	31
1.7. Justificación	31
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	33

2.2.	Diseño de investigación	35
2.3.	Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	36
2.4.	Población y muestra	36
2.5.	Matriz de consistencia	39
CAPÍTULO III: RESULTADOS		41
	CUESTIONARIO	41
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES		68
	Discusión	68
	Conclusiones	71
	Recomendaciones:	72
REFERENCIAS		73
ANEXOS		78

Índice de tablas

Tabla 1: Matriz de consistencia	39
Tabla 2: Pregunta 1	41
Tabla 3: Pregunta 2	42
Tabla 4: Pregunta 3	44
Tabla 5: pregunta 4.....	45
Tabla 6: Pregunta 5	46
Tabla 7: Pregunta 6	47
Tabla 8: Pregunta 7a.....	48
Tabla 9: Pregunta 7b.....	49
Tabla 10: Pregunta 8.....	50
Tabla 11: Pregunta 9.....	51
Tabla 12: Pregunta 10.....	53
Tabla 13: Pregunta 11a	54
Tabla 14: Pregunta 11b	55
Tabla 15: Pregunta 12.....	56
Tabla 16: Pregunta 13.....	57
Tabla 17: Pregunta 14.....	58
Tabla 18: Pregunta 15.....	59
Tabla 19: Pregunta 16.....	60
Tabla 20: Pregunta 17.....	61
Tabla 21: Correlación de Pearson entre las variables oferta exportable y la internacionalización.....	64
Tabla 22: Correlación de Pearson entre las la dimensión disponibilidad de producto y la internacionalización	65
Tabla 23: Correlación de Pearson entre la dimensión capacidad económica y financiera y la internacionalización	65

Tabla 24: Correlación de Pearson entre la dimensión capacidad de gestión y la internacionalización

.....66

Tabla 25.....78

Índice de figuras

Figura 1	42
Figura 2	43
Figura 3	44
Figura 4	45
Figura 5	46
Figura 6	47
Figura 7	48
Figura 8	49
Figura 9	51
Figura 10.....	52
Figura 11.....	53
Figura 12.....	54
Figura 13.....	55
Figura 14.....	56
Figura 15.....	57
Figura 16.....	58
Figura 17.....	59
Figura 18.....	60
Figura 19.....	61
Figura 20: Correlación entre las variables oferta exportable y la internacionalización	63

RESUMEN

El propósito principal de esta tesis es determinar la relación de las diferentes dimensiones de la oferta exportable en la internacionalización de la cooperativa de exportación en la ciudad de Trujillo en el año 2023. Se llevó a cabo un estudio de tipo descriptivo, cuantitativo y temporal, utilizando un diseño no experimental.

Por otro lado, para el análisis se llevó a cabo como único instrumento cuestionarios para determinar la relación de oferta exportable e internacionalización, que incluyó dimensiones como disponibilidad de productos, capacidad económica y financiera, y capacidad de gestión. La muestra consistió en 31 encuestados, que incluyeron miembros asociados, así como también el gerente general de la cooperativa de exportación. Los resultados se presentaron en tablas para facilitar su comprensión. En donde, por último, se determinó que existe relación significativa entre la oferta exportable e internacionalización, y que cada dimensión estudiada es determinante en este proceso.

PALABRAS CLAVES: Oferta exportable, internacionalización, cooperativa.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad, aquellos países que buscan consolidar su presencia en el mercado internacional y convertirse en países desarrollados no se enfocan en especializarse en un solo tipo de producto, sino que buscan diversificar su oferta exportable. Para lograrlo, es importante que los países tengan empresas exportadoras especializadas y fortalecidas, y que los productos que ofrecen sean sofisticados dentro de una economía diversificada. De esta forma, pueden reducir el riesgo de las fluctuaciones de los precios internacionales a través de un portafolio de bienes y servicios de diferentes sectores. (Núñez, Las exportaciones en el Perú, 2015)

En lo que respecta al ámbito local, (PromPerú, 2017) se impulsó en fomentar la internacionalización de la oferta exportable de la Región de Tacna mediante la presentación de su Plan Operativo Institucional (POI) ante la comunidad empresarial de Tacna. Este plan contiene una serie de actividades que buscan contribuir a la internacionalización de la oferta exportable de la región. Entre las actividades que se proponen en el POI se encuentran la capacitación de empresarios, la asistencia técnica, la preparación en logística, el desarrollo de productos, la implementación de un programa de e-commerce, la inteligencia comercial, el comercio justo, y el coaching exportador, entre otros temas relacionados con el sector. Todo esto con el objetivo de incrementar la presencia de los empresarios en el mercado global o ayudarles a ingresar en él. “Es importante resaltar que PromPerú seguirá impulsando la integración de las empresas regionales en la Ruta Exportadora, a fin de brindar el seguimiento correspondiente para su posterior participación en las diferentes plataformas de promoción comercial internacional que la institución promueve”, expresó el director encargado de la Promoción de las Exportaciones de PromPerú (Torres, 2017).

Es así cómo, el comercio internacional tiene tres principales estrategias de las cuales cada empresa puede adoptar y son, la internacionalización comercial, acuerdos contractuales con empresas extranjeras (licencias o franquicias) y la inversión extranjera, las cuales son las estrategias más comprometidas para generar un mayor crecimiento comercial. Así mismo, el grado de internacionalización y las posibilidades de crecimiento proyectado hacia el futuro aumentan cuando la internacionalización pasa por la adopción de las estrategias más comprometidas (García, 2003).

Dentro del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri, 2015) La oferta exportable de una empresa no se limita únicamente a cumplir con los volúmenes requeridos por los clientes o ofrecer productos que se ajusten a los requisitos de los mercados de destino. También implica tener en cuenta las habilidades financieras, de gestión y económicas de la empresa. Es decir, se trata de una combinación de factores que incluyen más que solo la oferta de productos y su calidad, estos son: 1. La disponibilidad de producto: La empresa que busca exportar debe evaluar cuidadosamente el producto que pretende ofrecer en el mercado externo y determinar la cantidad disponible que puede ser ofrecida de manera constante y sin interrupciones. Es fundamental que el volumen ofertado sea sostenible en el tiempo y se ajuste a las exigencias del mercado de destino. La empresa debe asegurarse de que el producto cumpla con las normas y requisitos específicos del mercado objetivo para garantizar el éxito en la exportación. 2. Capacidad económica y financiera de la empresa: Es esencial que la empresa cuente con los recursos suficientes para hacer frente a los costos que implica el proceso de exportación, así como también debe ser capaz de establecer precios competitivos de acuerdo con las demandas del mercado. En caso de que la empresa no disponga de suficientes recursos financieros para solventar la exportación por sí sola, es

importante que tenga la capacidad de endeudamiento necesaria para obtener financiamiento externo y poder llevar a cabo su plan de exportación. 3. Capacidad de gestión: Es fundamental que la empresa fomente una cultura exportadora, la cual implica establecer objetivos claros y tener un conocimiento profundo de sus propias fortalezas y debilidades. De esta manera, la empresa podrá enfocar sus esfuerzos en aprovechar al máximo sus ventajas competitivas y trabajar en mejorar aquellos aspectos que puedan limitar su capacidad de exportación.

En lo que respecta al comercio mundial, es cada vez más globalizado y competitivo, y desde la década de los años 60 ha experimentado un aumento significativo en volumen. En la actualidad, la economía internacional se encuentra completamente internacionalizada, lo que implica que las empresas deben competir en un contexto transnacional, y solo podrán tener éxito aquellas que sean capaces de desarrollar factores y condiciones que les otorguen ventajas competitivas sobre sus rivales. La competencia que se genera en el mercado local impulsa a las empresas a buscar oportunidades en el extranjero, por lo que considerar la estrategia de internacionalización ya no es una opción para algunas empresas, sino que se ha convertido en una necesidad para la propia supervivencia de la organización (Vigo & Velazco, 2016).

Sin embargo, la noción de "oferta exportable" no se limita al producto en sí, ya que abarca cuatro habilidades fundamentales de la empresa: producción, economía y finanzas, comercialización y, por último, gestión y recursos humanos. En este conjunto de habilidades, se encuentra implícita la capacidad de ser competitivos en los mercados internacionales. Así como también, Se puede categorizar los bienes exportados en dos tipos: los Productos

Tradicionales, los cuales son exportaciones de bienes con poco valor agregado que se comercializan en los mercados internacionales. Estos productos incluyen principalmente materiales minerales, metales, algunos productos agrícolas de gran consumo, hidrocarburos y harina de pescado. Históricamente, han representado una parte significativa del valor total de las exportaciones. Los Productos No Tradicionales son aquellos que, a diferencia de los tradicionales, tienen un mayor valor agregado o han pasado por algún proceso de transformación. Estos productos son considerados más innovadores y su exportación ha ido en aumento en los últimos años (MINCETUR, 2018).

De modo que, la internacionalización es de suma importancia, no solo para las grandes empresas, sino también para las PYMES, ya que su desarrollo y su medio de vida dependen en gran medida de esta opción (Teixeira, 2016).

Cada año el comercio a nivel mundial se caracteriza por una mayor globalización y competitividad, lo que ha llevado a las empresas vean la necesidad de competir en el ámbito internacional, siendo exitosas solo aquellas empresas que sean capaces de desarrollar factores y capacidades para generar ventaja competitiva y así poder hacer frente a las rivalidades existentes en el mercado extranjero (Romero & Gonzales, 2016).

Hace más de 25 años, el Perú ha estado implementando una política comercial de apertura y liberalización con el objetivo de mejorar el bienestar y el desarrollo de su población, impulsando así su crecimiento económico e integrándose en el mercado global (OMC, 2019). Es así, como en los últimos años la oferta exportable del Perú aumentó un 8.4% entre los años 2008 y 2016, se debe a que el sector de exportación de productos agrícolas ha contribuido al aumento de la variedad de productos peruanos que se envían al

extranjero. En donde el número de partidas que el Perú exportaba en ese entonces aumento de 4,280 en el año 2008 a 4,640 en el año 2016, variación que significó el aumento de 8.4% en los últimos 8 años, señaló el presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX). Así como también, según (Varilias, 2017) señaló que las compañías exportadoras están constantemente llevando a cabo mejoras en su producción, como la diversificación de productos, la obtención de certificaciones, la mejora del empaquetado y etiquetado, además de enfocarse en la búsqueda de nuevos mercados.

De acuerdo a (PromPerú, 2017) en el ámbito local La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú) presentó el Plan Operativo Institucional (POI) a la comunidad empresarial de Tacna con el objetivo de promover la internacionalización de la oferta exportable de la región. El POI incluye una serie de actividades destinadas a capacitar a los empresarios en temas como la logística, el desarrollo de productos, el comercio electrónico y la inteligencia comercial, entre otros aspectos. De esta manera, se busca aumentar la presencia de los productos de Tacna en el mercado global y brindar la asistencia necesaria para que las empresas puedan competir en el ámbito internacional. “Es importante resaltar que PromPerú seguirá impulsando la integración de las empresas regionales en la Ruta Exportadora, a fin de brindar el seguimiento correspondiente para su posterior participación en las diferentes plataformas de promoción comercial internacional que la institución promueve”, manifestó el director de Promoción de las Exportaciones de PromPerú, (Torres, 2017).

La cooperativa de exportación está conformada por 234 asociados, y se encarga de la producción de maracuyá, palta y piña con una agricultura sustentable, comercializando de manera nacional los productos a empresas que se encargan de la exportación de estos

últimos. Esto se debe a la falta de capacidad de emprendimiento entre los socios; es por ello que, el problema encontrado en la cooperativa es que no identifica las dimensiones favorables de la oferta exportable para lograr la internacionalización de esta misma, en donde no cuentan con un plan de exportación, motivo el cual se plantea lo siguiente: ¿Cuáles son las dimensiones de la oferta exportable que se relacionan con la internacionalización de una Cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023? De acuerdo a esta interrogante, el presente objetivo del trabajo es “Determinar las dimensiones de la oferta exportable que se relacionan con la internacionalización de una Cooperativa de la ciudad de Trujillo en el año 2023.

En el presente estudio, en medida que sea viable lograr la internacionalización de la Cooperativa, se llevaría a cabo el análisis de la oferta exportable de dicha cooperativa para lograr generar una ventaja competitiva para los socios de la misma.

1.2. Antecedentes

Se desarrollaron los conceptos básicos tanto de oferta exportable como también internacionalización, así mismo la creación de asociaciones agrícolas en los países subdesarrollados conformados por pequeños productores que carecen de capacidad económica y empresarial para su proyección en el mercado internacional.

En dónde, El Perú cuenta con un gran potencial en cuanto a su oferta exportable, lo cual se debe a diversos factores como la alta demanda internacional, la existencia de una oferta exportable, condiciones climáticas favorables, capacidades técnicas y la presencia de empresas exportadoras que han logrado posicionarse en el mercado global para desarrollar sus capacidades de internacionalización.

La siguiente investigación se realizará con los agricultores, trabajadores, así como también con el gerente de la cooperativa de exportación, La compañía se especializa en cultivar y producir una variedad de frutas, incluyendo maracuyá convencional, maracuyá orgánico, maracuyá de transición, así como palta Hass y palta fuerte. La cooperativa la conforman 234 asociados, quienes se dedican a la producción y cultivo de los productos mencionados. La cooperativa cuenta con productos de calidad; no obstante, carecen de los conocimientos y tecnología adecuados para llevar a cabo la exportación de sus productos. La situación descrita ha llevado a la cooperativa a exportar sus productos a través de un intermediario.

La falta de conocimiento y gestión acerca de la internacionalización y oferta exportable ha ocasionado que la cooperativa recurra de la ayuda de otras empresas para optar como intermediarios de exportación de esta misma. Es así como la Cooperativa tiene como objetivo el poder exportar de manera directa sus productos. A partir de esto, hemos observado que la cooperativa carece de los conocimientos requeridos para expandirse a nivel internacional. Por esta razón, se busca determinar cómo la oferta exportable influye en la internacionalización de la cooperativa de exportación, ubicada en la ciudad de Trujillo, 2023.

En el ámbito internacional, (Vinces, 2019) realizó la investigación: “Diagnóstico de la oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí” tuvo como objetivo diagnosticar la oferta exportable de las PYMES. Se encontró que no todas las empresas exportadoras no cuentan con el inventario que le ayudará a solventar las necesidades de los clientes, así mismo las empresas que no exportan y realizan sus exportaciones de manera indirecta también poseen los mismos problemas ya que no poseen una gestión clara de cómo mejorar su competitividad y productividad nacional e internacional. Por lo cual en la presente

investigación concluyó que se buscaba estimular a las pequeñas y medianas empresas de dicha provincia para recibir apoyo en su proceso de internacionalización, con el fin de fomentar y diversificar la oferta exportable.

(Córdoba, 2018) En la investigación titulada “Diagnóstico de la oferta exportable PYMES del sector de la madera” tuvo como objetivo analizar la oferta exportable de varias Pymes, como consecuencia se investigó sus dimensiones, disponibilidad de los productos, capacidades económicas, financieras y de gestión. Donde el autor nos da a demostrar que las pymes no se trazan en realizar inversiones a largo plazo, abastecimiento es sus materias primas a futuro para el mercado nacional como internacional, las áreas de producción no buscan certificaciones nacionales o internacionales y solo participan en ferias de exposición y muy pocas están dispuestas a crear proyectos de exportación. En dicho trabajo nos aporta y concluye que la mayoría de Pymes no cuentan con todos los requisitos de la oferta exportable para poder iniciar su proceso de internacionalización, así mismo nos permite conocer las múltiples falencias de las pymes en su oferta exportable.

(Benítez & Mosquera , 2018) En su investigación titulada “Diagnóstico de la oferta exportable de las medianas y pequeñas empresas de los cantones Chordeleg y Sigsig de la Provincia del Azuay”, la presente investigación se realizar con el objetivo de aprovechar las oportunidades que brinda la oferta exportable, corregir errores en la gestión de la empresa e incentivar a otras empresas. Se concluyó que existe un gran potencial en las pymes, sin embargo, existe una falta de desarrollo en la estructura, capacidad productiva e incentivos económicos para que las empresas decidan tomar riesgos hacia el mercado internacional. Esta investigación nos permite reafirmar que muchas empresas tienen un potencial

exportador y a su vez no cuentan con una clara oferta exportable para que sus productos puedan ser internacionalizados.

A nivel nacional, (Barzola, 2020) en su tesis titulada "clasificación de la asociatividad de pequeños agricultores del Perú para su internacionalización" tuvo como objetivo determinar cómo los productores de pequeña escala pueden beneficiarse de la asociación con otros para mejorar su oferta exportable y, por lo tanto, competir en el mercado global, mejorando su poder de negociación y así poder contar con una mejor calidad de vida. El tipo de investigación en el presente trabajo es descriptivo y aplicativo, en donde el diseño fue narrativo de tópicos. En donde el autor concluye que se logró categorizar la asociatividad de los pequeños agricultores peruanos con el propósito de su expansión a nivel internacional, utilizando como criterios las certificaciones, la oferta exportable, el apoyo recibido y los factores que contribuyen al éxito. Esta tesis sirve de gran aporte, ya que permite conocer la relación existente entre la oferta exportable e internacionalización de los pequeños agricultores de manera asociativa a fin de poder mejorar entre ellos.

(Mucha, 2017), en su trabajo de investigación titulado "Asociatividad como estrategia para el desarrollo de la oferta exportable de quinua de la región de Junín hacia el mercado de Corea del Sur". En donde tiene como objetivo establecer la relevancia de la asociación entre los productores de quinua en la región de Junín para el desarrollo de su oferta exportable y su posterior acceso a mercados potenciales, incluyendo el mercado de Corea del Sur, en donde emplearon cuestionarios estructurados dirigidos a la población en cuestión, que en este caso son 11 asociaciones de productores y comercializadores de quinua de la región. Como resultado de la investigación determinaron que las organizaciones de productores y comerciantes de quinua en la región reconocen la relevancia de la asociación

para crear mayores oportunidades; concluyendo así que, la asociatividad es una herramienta estratégica si se gestiona adecuadamente y se adopta un modelo efectivo, de manera que se pueda impulsar el desarrollo de la oferta exportable de acuerdo con las demandas del mercado. Es así como, el trabajo de investigación aporta significativamente al presente estudio, ya que contrasta la relevancia de la asociación en el crecimiento de la oferta exportable hacia un mercado internacional. Lo cual nos permite acercarnos a la relación de oferta exportable e internacionalización de cooperativas y/o asociaciones.

(Rodas, 2022) en su trabajo de investigación titulado "Influencia del modelo asociativo agricultura por contrato entre los productores de palta Hass de Ica y la Corporación Frutícola de Chincha para la internacionalización de su oferta exportable durante el período 2015-2020" tuvieron como objetivo conocer si el modelo de asociación basado en contratos agrícolas entre los productores de palta Hass de Ica y la Corporación Frutícola de Chincha tuvo un impacto positivo en la expansión de su oferta exportable hacia el mercado internacional durante el periodo 2015-2020. El enfoque de la investigación es cualitativo con teoría fundamentada, realizando entrevistas semiestructuradas a los productores asociados a la Corporación Frutícola de Chincha, teniendo como resultado, que el modelo asociatividad agricultura por contrato entre los productores de palta Hass de Ica y la Corporación Frutícola de Chincha tuvo un efecto positivo en la expansión de su oferta exportable hacia el mercado internacional. Este estudio aporta de gran manera en la presente investigación, puesto que, permite conocer que existe una relación entre oferta exportable e internacionalización influyendo ya sea de manera negativa o positiva en una asociatividad entre agricultores y corporación.

(Rodríguez, 2018) En su tesis titulada "Evaluación de la cultura exportadora en los productores de granada fresca de la cooperativa agraria de servicios fibras peruanas - Distrito de Independencia, Pisco-Ica;2018" tienen como objetivo evaluar el grado de cultura exportadora en los productores de granada fresca de la Cooperativa Agraria de Servicios Fibras Peruanas, ubicada en el distrito de Independencia, Pisco - Ica en el año 2018, con el fin de determinar su nivel de conocimiento sobre la oferta exportable e internacionalización. En la presente investigación se aplicó el método cuantitativo descriptivo de tipo transversal no experimental, y se obtuvieron los siguientes hallazgos en cuanto a los conocimientos sobre la internacionalización: el 58.16% de los participantes no tenía conocimiento sobre los documentos necesarios para llevar a cabo una exportación, y el 79.3% carecía de conocimientos sobre los términos comerciales internacionales (Incoterms). De igual manera, respecto al conocimiento que poseen acerca de la oferta exportable, el 79.3% de los participantes afirmó no tener conocimiento sobre las normas ISO, las cuales son factores esenciales para poder ingresar al mercado global. Determinando que los productores de granada fresca carecen de suficiente conocimiento sobre la cultura exportadora y sus dimensiones, a pesar de saber que estos factores son fundamentales para poder exportar sus productos y hacerlos atractivos en el mercado. Este trabajo de investigación es importante, porque nos permite conocer la importancia de la oferta exportable y cultura exportadora para lograr la internacionalización de la cooperativa, siendo esta última una entidad que no cuenta con los conocimientos necesarios sobre los factores a tratar.

En el ámbito local, (Escobelo, 2017) en su trabajo de investigación "Perfil del mercado Chino para la oferta exportable de harina de pescado de la empresa Inversiones Marañón S.A.C. Trujillo - 2017", mediante un estudio cualitativo y cuantitativo, tuvieron como objetivo determinar el perfil del mercado chino para la harina de pescado y analizar su

viabilidad como un mercado potencial para la exportación. La hipótesis planteada fue que el mercado chino es viable debido a su bajo nivel de endeudamiento y los ratios de liquidez que sugieren un bajo nivel de riesgo financiero. La empresa Inversiones Marañón tendría la oportunidad de ingresar al mercado internacional ya que cumple con los requisitos de la oferta exportable, debido a sus fortalezas en términos de capacidad física y económica, así como sus estándares de calidad.

Este estudio nos aporta y nos da a conocer la necesaria relación de la oferta exportable con sus dimensiones para que una empresa local pueda tener la oportunidad de exportar.

1.3. Marco Teórico

Desde este punto, se comenzará con las definiciones generales sobre internacionalización y oferta exportable, siendo esta última nuestra variable de investigación, así como también se hará mención a lo que respecta cooperativa.

La cooperativa es una entidad que reúne a varias personas con el objetivo de llevar a cabo una actividad empresarial. Su operación se fundamenta principalmente en la colaboración de todos sus miembros para obtener un beneficio directo, ya sea en forma de bienes, servicios o trabajo, en las mejores condiciones posibles (Producción, 2020).

(Ortecho, 2016) Comentó que las cooperativas tienen una influencia significativa en el progreso de los productos agroindustriales que tienen un valor añadido alto, y que se dirigen hacia el mercado global.

Es así como en el Perú, las cooperativas desempeñan un papel fundamental en la exportación de productos agroindustriales de alto valor agregado, tales como quinua, café, frutos, hilados de alpaca y cacao, que son producidos por pequeños productores de la Sierra

y Selva. En dónde, según PRODUCE, existe un total de 833 cooperativas registradas en su Directorio Virtual de Cooperativas. Hacia el 2013, un promedio de 1.3 millones de peruanos eran miembros de una cooperativa, generando así empleo a cerca de 17 mil trabajadores. Durante el año 2014, se calcula que las cooperativas obtuvieron resultados financieros cercanos a los US \$360 millones, y de ellas, las 45 cooperativas que se dedican a la exportación lograron consolidar una cifra de US \$147 millones, siendo el sector agrario el principal protagonista. Los principios y valores del cooperativismo pueden permitir que el modelo sea adecuado para establecer alianzas con otros modelos de negocio. Sin embargo, es necesario incorporar principios de administración y gestión para que la cooperativa pueda adaptarse al dinamismo de los mercados locales e internacionales. Siendo la gestión uno de los problemas cruciales que enfrentan las cooperativas en el Perú.

Con respecto a la internacionalización, (García, 2017) menciona que es un proceso por el cual las empresas crean las condiciones necesarias para desembarcar en un mercado internacional. En un principio la empresa debe tener bien definido el mercado, a partir de ahí, se pueden identificar las oportunidades de negocio que ofrece el mercado internacional y trabajar para obtener beneficios para la empresa. Sin embargo, es fundamental tener en cuenta una serie de factores que pueden influir en el éxito de la empresa en el mercado internacional, como aspectos culturales, ambientales, reglamentaciones y exigencias sanitarias.

Es así como la internacionalización puede ser descrita como un proceso que implica que la empresa extienda sus operaciones a otros países diferentes a su lugar de origen.

De igual modo, (Fanjul, 2017) indica que el proceso de la internacionalización tiene varios componentes clave como por ejemplo, el proceso por el cual se desarrolla a lo largo de un tiempo en diversas fases que se producen en un momento determinado, este proceso afecta de manera directa a la actividad de la empresa misma, lo cual genera cambios en su funcionamiento y en su estructura de operación general. El término internacionalización también implica el desarrollo de actividades fuera del país del que es originaria la empresa, país el cuál se denomina como país de destino.

Es así como la internacionalización es un proceso, por el cual la empresa deberá contar con las condiciones necesarias que requiere su participación en un mercado internacional. Proceso el cual cuenta con diversos componentes, los cuáles afectarán el funcionamiento y estructuración operacional de la empresa.

En lo que respecta a la internacionalización de empresas, el (PENX, 2025) menciona que en los últimos años el comercio exterior del Perú ha experimentado cambios significativos, ya que ha pasado de tener una dependencia en las exportaciones tradicionales a una cartera de productos no tradicionales que están siendo exportados en gran medida en los sectores agroexportador, textil y confecciones, pesquero y manufacturero. Si bien es cierto que parte de este desarrollo del comercio exterior se ha visto influenciado por el contexto internacional favorable a las exportaciones tradicionales, también se ha logrado una diversificación en la oferta exportable, que representa una gran oportunidad para el país en cuanto a la exportación de bienes y servicios competitivos. Sin embargo, para mantener y mejorar la posición competitiva de las exportaciones peruanas, es necesario implementar herramientas y mecanismos de soporte y acompañamiento al sector que fomenten un impulso exportador sostenible y descentralizado en el tiempo.

Al referirnos a nuestra variable "Oferta Exportable", denominamos al producto competitivo a aquel que cumple con los requisitos de calidad y capacidad de suministro constante en relación con los volúmenes necesarios para el importador o comprador de un mercado específico (Global, 2020).

(Newton, 2018) Afirma que los productos competitivos son aquellos que se producen con la finalidad de ser comercializados con fines de lucro a un público objetivo o en una industria específica. Además, se les asigna un precio que permite a los fabricantes y distribuidores obtener beneficios y competir con otros productos similares o industrias afines.

“La oferta exportable de un territorio no se basa solo en garantizar ciertos volúmenes de bienes o servicios o requerimientos específicos de un mercado exterior. Esto quiere decir que aquellas empresas o asociaciones que deseen ingresar a un mercado internacional deben de contar aquella capacidad de satisfacer niveles de producción acorde a la demanda, así como también, deberá de manejar de manera eficiente su gestión interna y su alcance financiero y económico" (MINAGRI, 2019).

Además, varios autores están de acuerdo en que la oferta exportable se refiere a la cantidad de productos que se ponen a disposición de los mercados internacionales en una determinada región. Estos productos deben cumplir con ciertos requisitos de acceso al mercado de destino, como la calidad, el precio, las certificaciones, entre otros (Coral, 2021).

De acuerdo (PENX, 2025), se afirma que para lograr un desarrollo de oferta exportable competitiva, es necesario que las instituciones trabajen en conjunto para crear un ambiente propicio y sostenible que permita generar negocios que produzcan bienes y servicios capaces de competir globalmente, estableciendo las directrices necesarias para el desarrollo de las exportaciones. Para esto, se busca abordar los factores que limitan el desarrollo competitivo de la oferta exportable nacional, con el objetivo de aumentar su competitividad y productividad a través de la colaboración entre el sector público y privado, la mejora de los estándares de calidad, la investigación y la innovación, entre otros aspectos.

Así mismo, la variable oferta exportable cuenta con 3 dimensiones, las cuáles son: disponibilidad del producto, capacidad económica y financiera, y la capacidad de gestión.

En lo que respecta a la dimensión disponibilidad de producto, se refiere a la cantidad de producto que la empresa puede ofrecer para exportación de forma constante. Es importante que la empresa determine el volumen que tiene disponible para el mercado internacional y que este cumpla con los requisitos y exigencias del mercado objetivo. Es necesario que la cantidad ofrecida sea estable y continua para asegurar la satisfacción del comprador (MINAGRI, 2019).

Volumen de producción: En donde según (Kluwer, 2017) define el volumen de producción como la cantidad efectiva de productos que una empresa obtiene en un período específico, mientras que la capacidad productiva se refiere a la cantidad máxima de bienes y servicios que pueden ser fabricados en un periodo determinado, siempre y cuando se trabajen en condiciones normales.

(Barreto, 2022) Menciona que la disponibilidad de producto consiste en tener la cantidad de artículos adecuada en inventarios para cubrir la demanda de ventas, y así contar con los enlaces a proveedores cuando sea necesario. Además, incluye conocer el costo de fabricación, diseño, almacenaje y entrega de las diversas variaciones de los productos. Siendo así, al contar con una alta disponibilidad de productos, los consumidores se sienten confiados al saber que sus necesidades de compra serán atendidas.

Certificaciones: La certificación, es un proceso llevado a cabo por una entidad reconocida e independiente de las partes interesadas, el cual se utiliza para demostrar que una empresa, producto, proceso, servicio o persona cumple con los requisitos establecidos en normas o especificaciones técnicas. Cualquier empresa, sin importar su tamaño, ubicación o área de actividad, puede obtener una certificación, y no se limita a grandes empresas, ya que resulta especialmente valiosa para las empresas pequeñas y medianas que buscan generar confianza en sus grupos de interés. (AENOR, 2018)

La disponibilidad de producto, se basa en la capacidad de producción con la que una empresa cuenta para poder abastecer lo que el mercado objetivo demanda. Incluyendo así, factores como el costo de producción, diseño, almacenaje y las diversas variaciones de los productos. Esto nos permite evaluar la problemática, si es que la cooperativa cuenta una de las dimensiones de nuestra variable para poder internacionalizarse.

De acuerdo a la dimensión de capacidad económica y financiera, el (MINAGRI, 2019) indica que la empresa debe contar con los recursos adecuados y también tener la capacidad de ofrecer precios competitivos. Si la empresa no tiene los recursos suficientes

para llevar a cabo el proceso de exportación, es necesario que tenga la capacidad de endeudarse para obtener financiamiento externo.

(Vergara, 2016) Indica conocimientos diversos, sobre la capacidad económica y financiera, en donde sostiene que la capacidad económica, es la capacidad de resolver y solventar los costos de exportación y de saber utilizar adecuadamente aquellos recursos con los que cuenta la empresa para ajustarse al mercado actualmente competitivo. Mientras que; por otro lado, afirma que la capacidad financiera es la alternativa de cubrir una necesidad de recursos a través del endeudamiento con terceros.

Nivel de endeudamiento: Según (Sanchez, 2018) la capacidad de endeudamiento o capacidad de crédito es la cantidad de deuda máxima que puede asumir una persona o empresa sin llegar a tener problemas de solvencia. Se suele establecer como porcentaje sobre los ingresos es el máximo monto de deuda que una persona o compañía puede tomar sin enfrentar problemas de solvencia. Normalmente, se establece como un porcentaje de los ingresos.

Por otro lado, respecto a la dimensión capacidad de gestión, el (Midagri, 2019) menciona que la empresa fomente una mentalidad orientada hacia la exportación, estableciendo objetivos claros y teniendo un conocimiento profundo de sus fortalezas y limitaciones.

Meza (2018) define capacidad de gestión como, la capacidad en donde las entidades centrales y territoriales para administrar sus procesos financieros, de inversión y

administrativos de manera autónoma, con el fin de lograr sus objetivos de desarrollo en áreas de frontera.

Así como también, (Vergara, 2016) asegura que la capacidad de gestión implica posicionar el producto en el mercado global mediante diversas estrategias de internacionalización.

1.4. Formulación del problema

¿Cuáles son las dimensiones de la oferta exportable que se relacionan con la internacionalización de una Cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023?

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Determinar las dimensiones de la oferta exportable que se relacionan con la internacionalización de una Cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023

1.5.2 Objetivo Específicos

Determinar cómo la dimensión “disponibilidad de producto” se relaciona con la internacionalización de la cooperativa de exportación.

Determinar cómo la dimensión “capacidad económica y financiera” se relaciona con la internacionalización para la cooperativa de exportación.

Determinar cómo la dimensión “capacidad de gestión” se relaciona con la internacionalización de la cooperativa de exportación.

1.6. Hipótesis

1.6.1 Hipótesis Nula

Las dimensiones de oferta exportable no se relacionan con la internacionalización de la cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023.

1.6.2 Hipótesis Afirmativa

Las dimensiones de la oferta exportable se relacionan con la internacionalización de la cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023.

1.7. Justificación

Las investigaciones fueron realizadas con un propósito, a fin de brindar un aporte significativo en lo que respecta a la comunidad científica. Por lo tanto, se han considerado las siguientes justificaciones:

Teórica: La internacionalización de las empresas, incluyendo cooperativas, es un tema ampliamente estudiado en la literatura económica y empresarial. La oferta exportable

es un factor clave en el proceso de internacionalización, ya que afecta la capacidad de la empresa para competir en el mercado internacional.

Aplicativo o práctico: El conocimiento de las dimensiones de la oferta exportable que se relacionan con la internacionalización de la Cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023 es importante para que la empresa pueda tomar medidas proactivas para mejorar su posición en el mercado internacional y aumentar su éxito en la exportación.

Valorativo: La internacionalización de la empresa puede tener un impacto positivo en la economía local y en la vida de las personas, ya que puede generar empleo y mejorar los ingresos de esta. Además, la internacionalización también puede contribuir a la diversificación de la economía y a la reducción de la dependencia de un solo mercado o producto.

Académico: Este problema es relevante en el contexto académico, ya que proporciona una oportunidad para aplicar los conceptos y teorías estudiados en la literatura económica y empresarial a un caso específico y contribuir al conocimiento en el tema de la internacionalización de las empresas.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación consta de un instrumento, un cuestionario de 17 preguntas, las cuáles serán resueltas por el gerente o representante de la cooperativa de exportación y una cantidad determinada, N°31 asociados. Estos son determinados de acuerdo a la cantidad de personas a las cuáles tuvimos acceso.

Una vez obtenida la autorización de la cooperativa de exportación, pasamos a realizar los cuestionarios correspondientes, de manera virtual, mediante un correo enviado al gerente de la empresa, junto a sus asociados.

Las respuestas obtenidas por los asociados, mediante el cuestionario. Serán comparadas mediante gráficos, para poder identificar el conocimiento que poseen de la cooperativa junto a nuestras variables de estudio, “Oferta Exportable e Internacionalización”.

Este estudio se llevó a cabo con enfoque ético, obteniendo el permiso adecuado de la cooperativa en estudio.

La información se recopiló y utilizó de manera responsable y acordada con fines académicos solamente.

Además, se garantizó que la información recolectada de los participantes será procesada de manera anónima, sin comprometer su privacidad.

De igual manera, la bibliografía se usó siguiendo las normas APA y los autores se identificaron y reconocieron por sus contribuciones investigativas.

Finalmente, se presentarán ciertas recomendaciones basadas en los resultados obtenidos de la cooperativa.

2.1. Tipo de investigación

Según su carácter:

Descriptiva:

El presente trabajo de investigación es de carácter descriptivo - transversal, en donde (Shuttleworth, 2008) indica que se trata de un método científico que consiste en la observación y descripción del comportamiento de un sujeto sin intervenir en él. De igual manera, (Muguirra, 2022) señala que la investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el "qué", en lugar del "por qué" del sujeto de la investigación. Este método se utilizará para puntualizar las principales características de la población y muestra a estudiar dentro de un lugar específico.

Según su alcance temporal:

Transversal:

(Delgado, 2015) Menciona que, el diseño de estudio transversal se enfoca en medir la exposición y el resultado en un momento específico del tiempo. Este tipo de diseño se utiliza en una población específica y homogénea en información, recolectando datos en un solo momento para describir las variables y analizar su relación entre sí. También es útil para describir un efecto específico en una población y momento determinado.

Así mismo, (Ortega, 2022) lo define como una investigación observacional que examina datos de variables recolectados durante un periodo de tiempo en una población, muestra o subconjunto predefinido.

Según su naturaleza:

Cuantitativa:

El presente trabajo de investigación, según su naturaleza, es Cuantitativa, en donde (Cortez, 2017) nos dice que la investigación cuantitativa, también conocida como empírico-analítica, racionalista o positivista, es un enfoque de investigación que se centra en el análisis y la comprobación de información y datos numéricos. Este método utiliza técnicas estadísticas y matemáticas para obtener mediciones y estadísticas precisas, y se basa en la recopilación sistemática de datos mediante cuestionarios, encuestas, experimentos y otras herramientas de recolección de datos. La investigación cuantitativa busca probar hipótesis y comprobar teorías a través de la medición objetiva y el análisis de los datos numéricos. Se utiliza en diversas disciplinas, como la economía, la psicología, la sociología y la salud, entre otras, y es considerado un enfoque riguroso y objetivo de investigación científica. También es útil para explorar cómo y por qué ocurren ciertos eventos, interpretarlos y describir las acciones a seguir. Los investigadores deben reflexionar cuidadosamente sobre sus elecciones y suposiciones al utilizar esta técnica.

En donde, se utilizará para analizar y recoger las diferentes variables cuantitativas y su relación con la investigación para describir las respuestas que se realizarán a la muestra.

2.2. Diseño de investigación

No experimental:

Cuenta con un diseño No experimental, ya que las variables estudiadas no serán manipuladas, observando cómo los diversos fenómenos se desarrollarán con naturalidad para luego ser analizados. En donde citando a (Kerlinger, 2002) señala que cuando la investigación es no experimental se basa en la observación de fenómenos en un contexto natural para analizarlos posteriormente, luego que las manifestaciones ya hayan

ocurrido. En base a ello, se analiza las variables oferta exportable e internacionalización, donde no existe ningún tipo de control ni manipulación.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

a) Técnica:

La técnica a utilizar será un cuestionario, en donde (Hernandez, 2012) explican que un investigador social plantea un problema de investigación, necesita medir las variables relevantes para su estudio. Para hacerlo, se requiere diseñar un instrumento que pueda operacionalizar esas variables en preguntas específicas. Este instrumento es conocido como cuestionario, y debe ser diseñado teniendo en cuenta tanto el problema de investigación como las características de la población que responderá a las preguntas, así como los métodos de recolección de información. Es importante que las preguntas sean relevantes para el problema de investigación y sean formuladas de una manera clara y concisa para que los participantes puedan responder de manera precisa y confiable.

b) Instrumento:

Cuestionario

Para el mismo análisis de investigación se utiliza un cuestionario dirigido hacia el gerente general y algún determinado grupo de empleados de la cooperativa (31), para mostrar lo más resaltante sobre la actualidad de la Oferta Exportable e internacionalización en la Cooperativa.

2.4. Población y muestra

Unidad de estudio:

Una Cooperativa

Población:

La población es un conjunto de individuos de una misma clase, limitada por el estudio, según (Tamayo, 1997) define a la población como el conjunto completo del fenómeno objeto de estudio, en el cual los individuos comparten una característica que da origen a los datos de la investigación.

Además, (Parra, 2022) menciona que se entiende por población de estudio al grupo que se toma en cuenta para llevar a cabo un estudio o análisis estadístico, el cual no se limita exclusivamente a la población humana. Esta población puede ser un conjunto de elementos que comparten alguna característica en común. Así como también, Chávez (1994) señala que la población en un estudio corresponde al universo de la investigación, del cual se busca generalizar los resultados. Esta población se compone de características o estratos que permiten diferenciar a los sujetos entre sí. Por ello, la cooperativa de exportación agraria es la totalidad de directores, gerentes, productores y socios agrícolas. Conformada por 234 asociados vinculados a la organización y distribución de sus productos, como, por ejemplo: palta, piña y maracuyá.

Muestra:

Muestreo no probabilístico por conveniencia:

El tipo de muestra de la investigación es no probabilístico por conveniencia, en dónde (Ochoa, 2015) indica que es cuando no tenemos el acceso a una lista completa de individuos que conforman la población; por lo tanto, no conocemos la probabilidad de cada individuo que fue seleccionado para la muestra. Se consideró al gerente general de la cooperativa de exportación, así como también a una cantidad determinada de 31 asociados de la misma.

En la elaboración y desarrollo de la tesis, se ha dado cumplimiento a la ética profesional, respetando la originalidad y propiedad intelectual, cumpliendo con los principios fundamentales de la moral individual y social como son la integridad y confidencialidad. Así mismo, la información brindada, se utilizó de manera correcta y consensuada con fines académicos. Además, la información recolectada por los asociados de la cooperativa, se procesó de manera anónima sin invadir la privacidad de estos.

2.5. Matriz de consistencia

Tabla 1: Matriz de consistencia

Planteamiento del problema	Objetivos	Variables y dimensiones	Muestra	Diseño	Instrumento
<p>Problema General</p> <p>¿Cuáles son las dimensiones de la oferta exportable que se relacionan con la internacionalización de una Cooperativa de la ciudad de Trujillo en el año 2023?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar las dimensiones de la oferta exportable que se relacionan con la internacionalización de una Cooperativa de la ciudad de Trujillo en el año 2023.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar cómo la dimensión "disponibilidad de producto" se relaciona con la internacionalización de la Cooperativa. • Determinar cómo la dimensión "capacidad 	<p>Variable Independiente</p> <p>Oferta Exportable</p> <p>Variable Dependiente</p> <p>Internacionalización</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad del producto. - Capacidad económica y financiera. - Capacidad de gestión. 	<p>Población</p> <p>La población son los 234 asociados a la cooperativa ubicados en los distritos de Poroto, Salpo, Simbal, Laredo y Trujillo</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra es el gerente general de la cooperativa, y una cantidad determinada de asociados (31), La Libertad.</p>	<p>Según su propósito:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Según diseño de investigación:</p> <p>No experimental</p>	<p>Cuestionarios</p>

	<p>económica y financiera" se relaciona con la internacionalización de la Cooperativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar cómo la dimensión "capacidad de gestión" se relaciona con la internacionalización de la Cooperativa. 				
--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III: RESULTADOS

De acuerdo al objetivo principal de determinar las dimensiones de la oferta exportable que se relacionan con la internacionalización de la Cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023. Se obtuvieron los siguientes resultados:

CUESTIONARIO

Variable Independiente: Oferta Exportable

Objetivo 01. Determinar cómo la dimensión “disponibilidad de producto” se relaciona con la internacionalización de la cooperativa de exportación. (Gráficos exportados)

Disponibilidad del producto

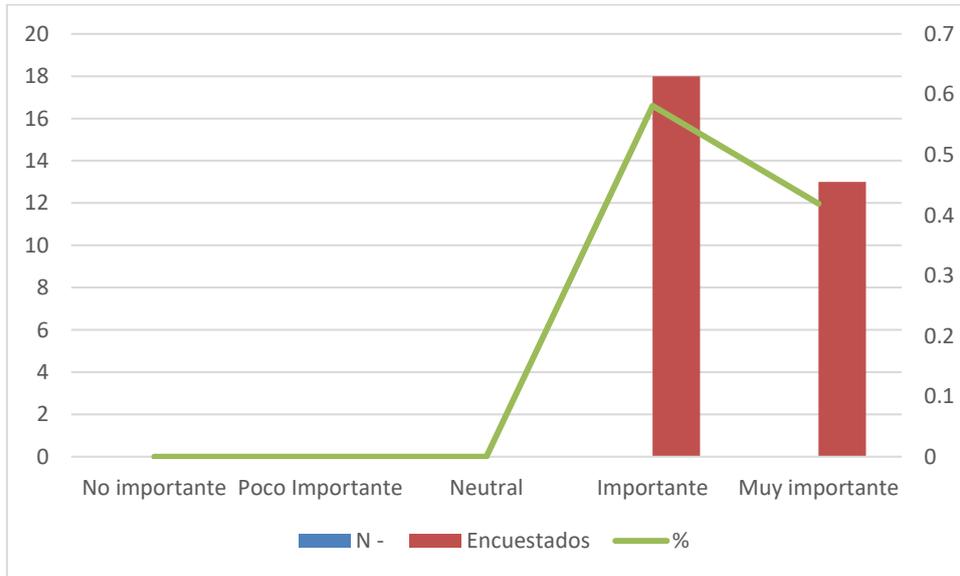
1. ¿Considera importante que la empresa tenga disponibilidad del producto al momento de exportar hacia el país de destino?

Tabla 2: Pregunta 1

	No importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante	Total
N -						
Encuestados	0	0	0	18	13	31
%	0	0	0	58%	42%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1



Interpretación:

De los 31 encuestados el 41.9% considera muy importante que la cooperativa tenga disponibilidad del producto, y el 58.1% restante lo considera importante, lo cual nos indica que de toda la cooperativa el 100% de los colaboradores, al menos considera que es importante la disponibilidad del producto al momento de exportar hacia el mercado exterior para así poder abastecer el mercado de destino.

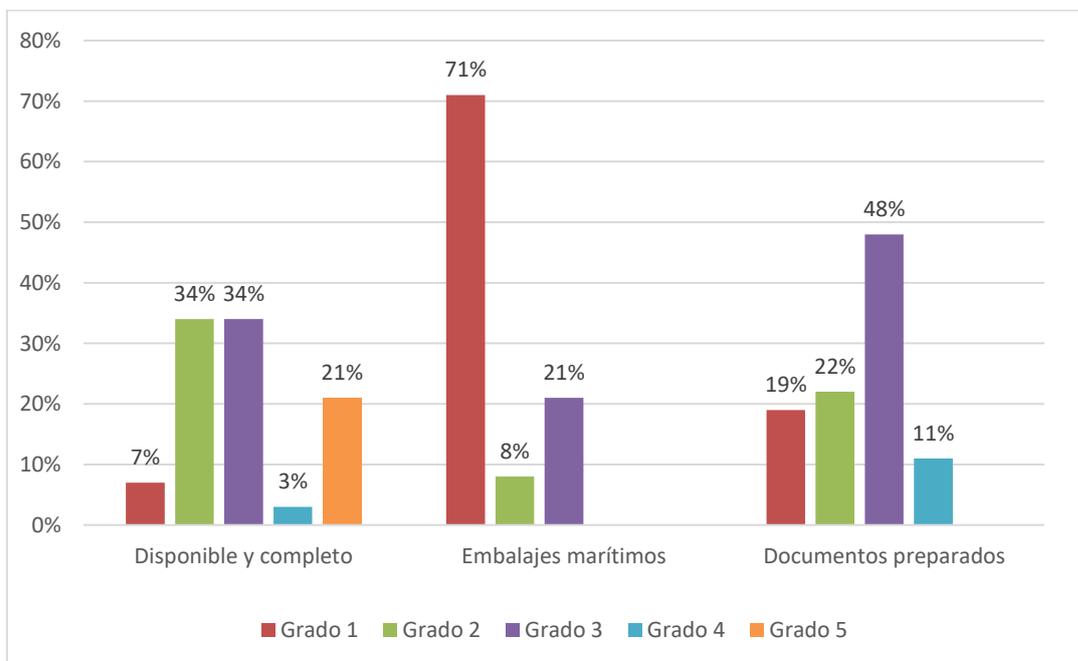
- ¿En qué medida considera que la empresa cumple con los elementos necesarios para exportar? (Marque, donde 1= poco, 5 =bastante)

Tabla 3: Pregunta 2

	Grado					Total
	1	2	3	4	5	
Disponible y completo	7%	34%	34%	3%	21%	100%
Embalajes marítimos	71%	8%	21%	0%	0%	100%
Documentos preparados	19%	22%	48%	11%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2



Interpretación:

De la cantidad de encuestados se encontró significativamente que la mayoría considera que la organización no cuenta con embalaje marítimo, pero si dispone de los documentos preparados para exportar.

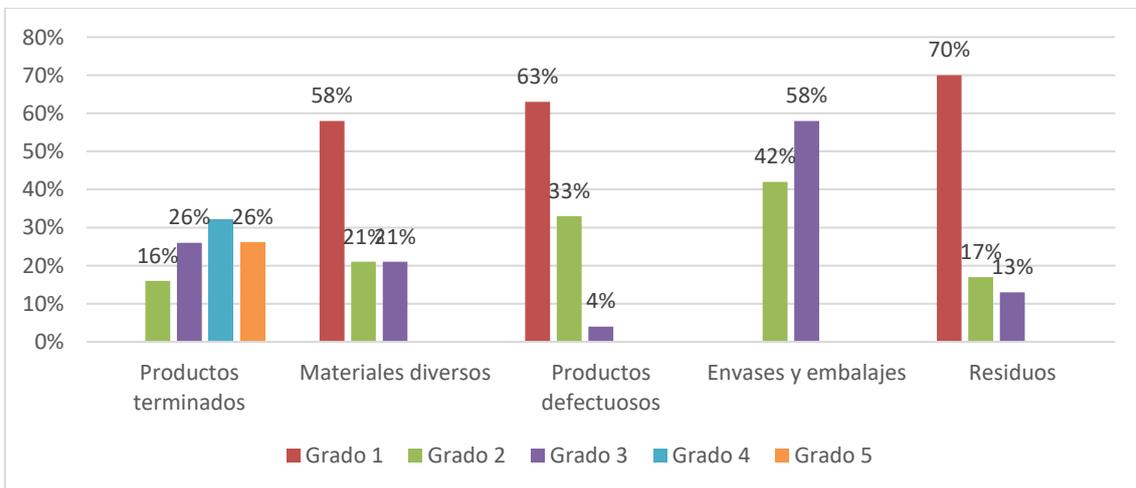
3. ¿Considera que si la cooperativa exporta al mercado internacional tendrá un stock que cubra la demanda en las siguientes existencias? (Marque, donde 1=muy insatisfactorio, 5=muy satisfactorio)

Tabla 4: Pregunta 3

	Grado					Total
	1	2	3	4	5	
Productos terminados	0%	16%	26%	32%	26%	100%
Materiales diversos	58%	21%	21%	0%	0%	100%
Productos defectuosos	63%	33%	4%	0%	0%	100%
Envases y embalajes	0%	42%	58%	0%	0%	100%
Residuos	70%	17%	13%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3



Interpretación:

Los encuestados consideran que la cooperativa si contaría con el stock necesario para poder exportar y cubrir la demanda en lo que respecta a productos terminados, mientras que, para materiales diversos, productos defectuosos, envases y embalajes y residuos, el nivel es poco satisfactorio.

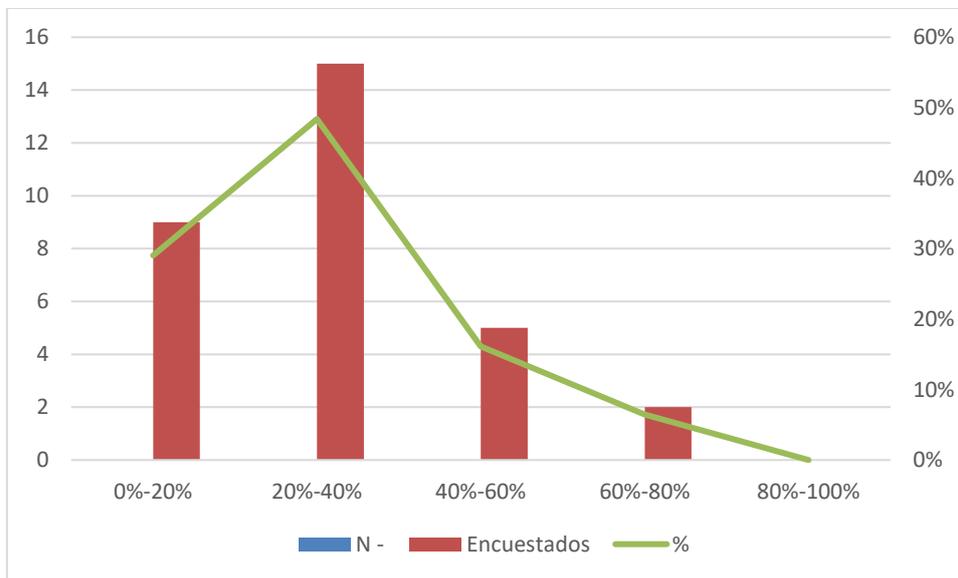
4. ¿Considera que la empresa está en la capacidad de cumplir la demanda extra según una eventualidad? ¿En qué porcentaje?

Tabla 5: pregunta 4

	0%-20%	20%-40%	40%-60%	60%-80%	80%-100%	Total
N -						
Encuestados	9	15	5	2	0	31
%	29%	48%	16%	6%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4



Interpretación:

De acuerdo a la interpretación de los encuestados se encontró que el 48.4% considera que la empresa está entre un 20% y 40% en la capacidad de cumplir con la demanda extranjera, así mismo el 29% de encuestados indican entre un 0% y 20% de dicha capacidad. Un 16.1% indica que se encuentran entre un 40 y 60% de poder cumplir con la demanda establecida y solo un 6.5% comenta que tienen entre 60% y 80% de capacidad para poder cumplir la demanda. Esto nos da a entender que la mayoría considera que la cooperativa tiene la capacidad de cumplir con la demanda extra.

Objetivo 02. Determinar cómo la dimensión “capacidad económica y financiera” se relaciona con la internacionalización para la cooperativa de exportación.

Capacidad económica y financiera

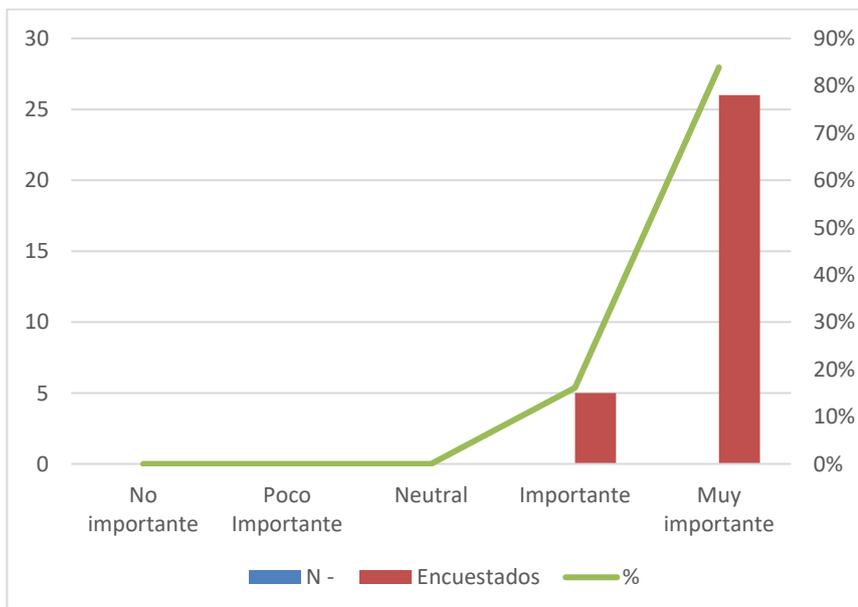
5. ¿Es importante que la empresa cuente con la capacidad económica y financiera necesaria para afrontar cualquier imprevisto?

Tabla 6: Pregunta 5

	No importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante	Total
N- Encuestad	0	0	0	5	26	31
%	0%	0%	0%	16%	84%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5



Interpretación:

De acuerdo con los 31 encuestados, todos consideran que es importante que la empresa cuente con la capacidad económica y financiera necesaria para afrontar cualquier imprevisto, así mismo el 16.1% lo toma como algo importante, mientras que el 83.9% lo considera muy importante.

6. Señale si la empresa dispone de la información financiera necesaria y en qué periodo se elaboran

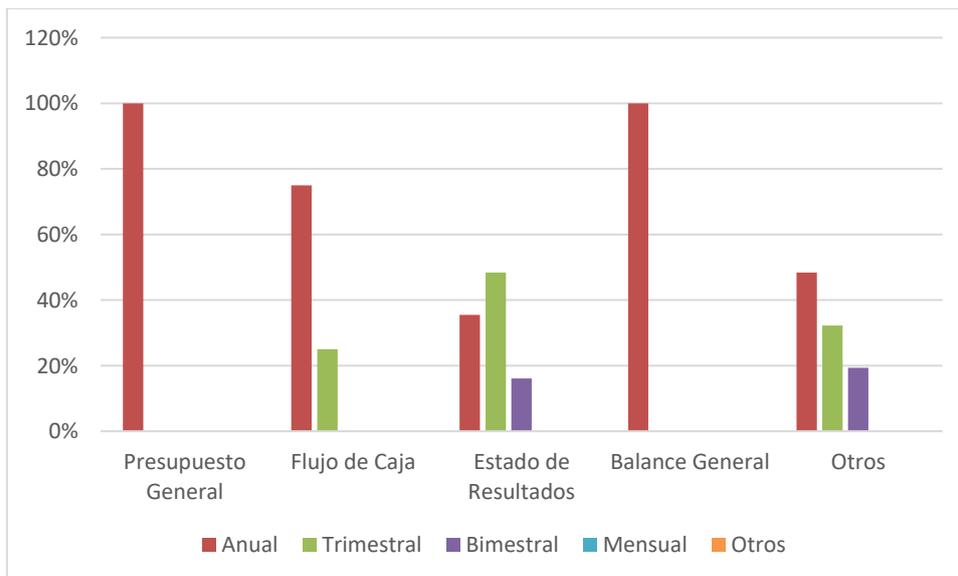
Tabla 7: Pregunta 6

	Anual	Trimestral	Bimestral	Mensual	Otros
Presupuesto General	100%	0%	0%	0%	0%
Flujo de Caja	75%	25%	0%	0%	0%
Estado de Resultados	35%	48%	16%	0%	0%
Balance General	100%	0%	0%	0%	0%
Otros	48%	32%	19%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia

Periodos

Figura 6



Interpretación:

De acuerdo a los encuestados, en su totalidad nos indican que la cooperativa cuenta con la información financiera necesaria, como, por ejemplo: Presupuesto general, Flujo de caja, Estado de Resultados, Balance General, entre otros. Señalando que se desarrollan entre periodos anuales y trimestrales.

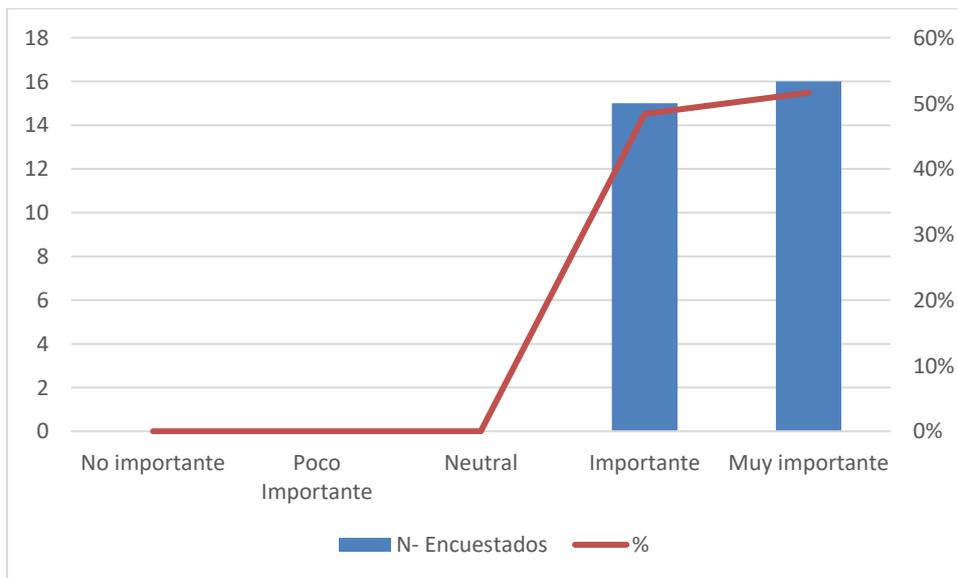
7. a) ¿Qué la empresa en donde labora tenga capacidad de crédito, que tan valorado es para Ud.?

Tabla 8: Pregunta 7a

	No importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante	Total
N- Encuestados	0	0	0	15	16	31
%	0%	0%	0%	48%	52%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7



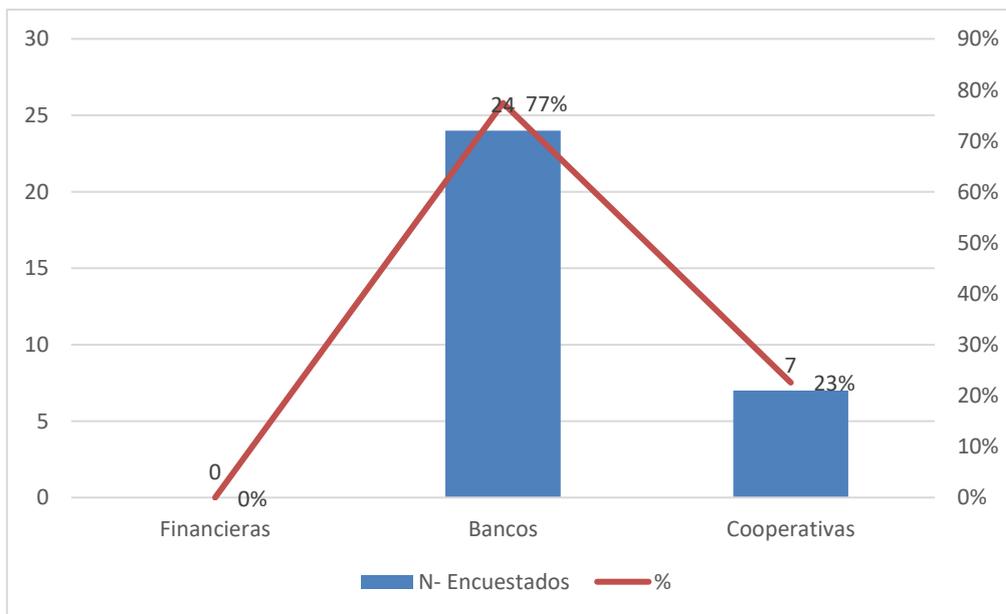
b) ¿A cuál recurren más?

Tabla 9: Pregunta 7b

	Financieras	Bancos	Cooperativas	Total
N- Encuestados	0	24	7	31
%	0%	77%	23%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8



Interpretación:

El 48.4% de los encuestados considera importante que la cooperativa cuente con capacidad de crédito, mientras que un 51.6% considera muy importante dicho factor. Podemos afirmar que los encuestados en su totalidad consideran que la capacidad de crédito de la empresa es un factor fundamental. Así como también, podemos observar que el 77.4% de encuestados tiene el conocimiento de que son los bancos, las entidades financieras a las que recurren con

mayor frecuencia, así como también un 22.8% indica que también recurren a otras cooperativas como otra segunda opción.

Objetivo 03. Determinar cómo la dimensión “capacidad de gestión” se relaciona con la internacionalización de la cooperativa de exportación.

Capacidad de gestión

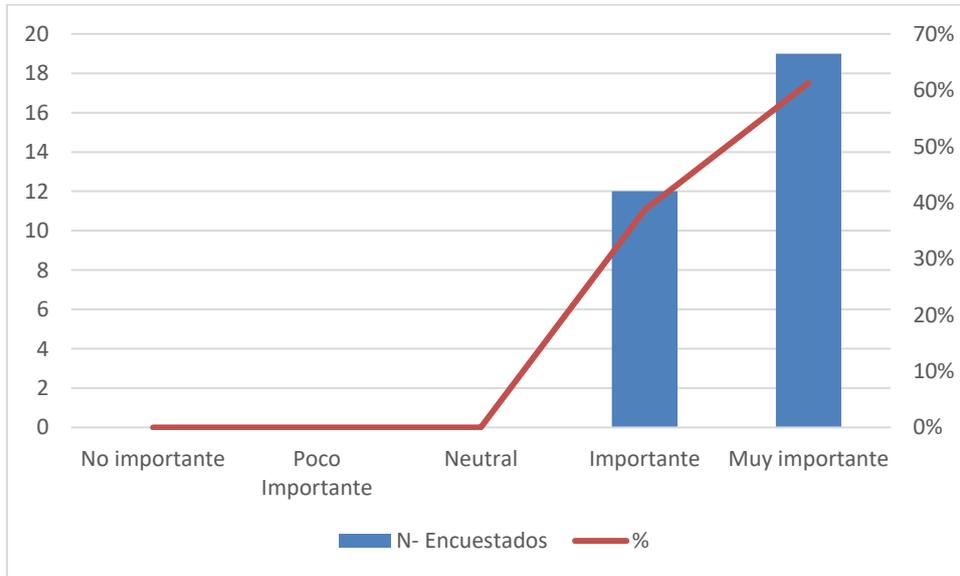
8. ¿Considera importante la capacidad de gestión para el desarrollo de la oferta exportable?

Tabla 10: Pregunta 8

	No importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante	Total
N- Encuestados	0	0	0	12	19	31
%	0%	0%	0%	39%	61%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9



Interpretación:

De acuerdo a los encuestados el 61.3% considera muy importante y el 38.7% considera importante la capacidad de gestión para el desarrollo de la oferta exportable, lo cual nos indica que el 100% de los encuestados considera importante la capacidad de gestión para el desarrollo de la oferta exportable.

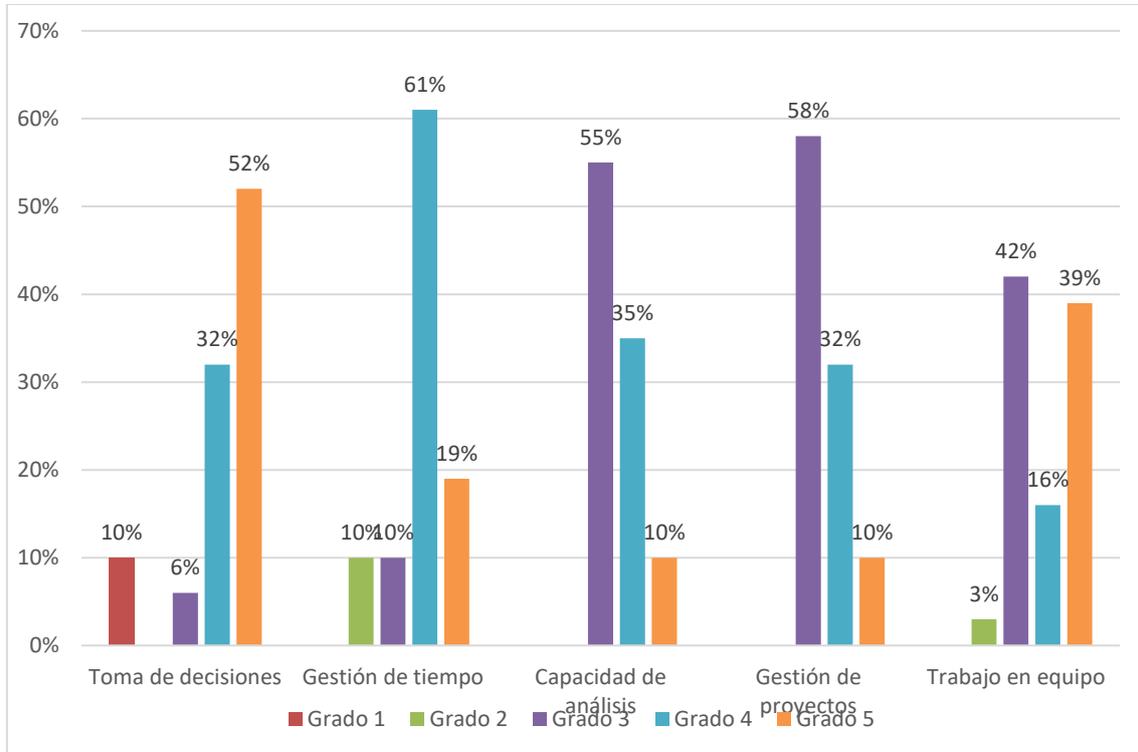
9. ¿Considera que la empresa desempeña adecuadamente las capacidades o habilidades gerenciales? (Marque, donde 1=muy insatisfactorio, 5=muy satisfactorio)

Tabla 11: Pregunta 9

	Grado					Total
	1	2	3	4	5	
Toma de decisiones	10%	0%	6%	32%	52%	100%
Gestión de tiempo	0%	10%	10%	61%	19%	100%
Capacidad de análisis	0%	0%	55%	35%	10%	100%
Gestión de proyectos	0%	0%	58%	32%	10%	100%
Trabajo en equipo	0%	3%	42%	16%	39%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10



Interpretación:

De acuerdo a los encuestados, podemos inferir que el nivel de satisfacción de acuerdo a las capacidades o habilidades gerenciales, parte de un nivel medio o neutro a muy satisfactorio. Siendo las habilidades a evaluar cómo, toma de decisiones, gestión de tiempo, capacidad de análisis, gestión de proyectos y trabajo en equipo, en dónde en esta última habilidad se denota un ligero índice de insatisfacción, así como también en la toma de decisiones de la empresa.

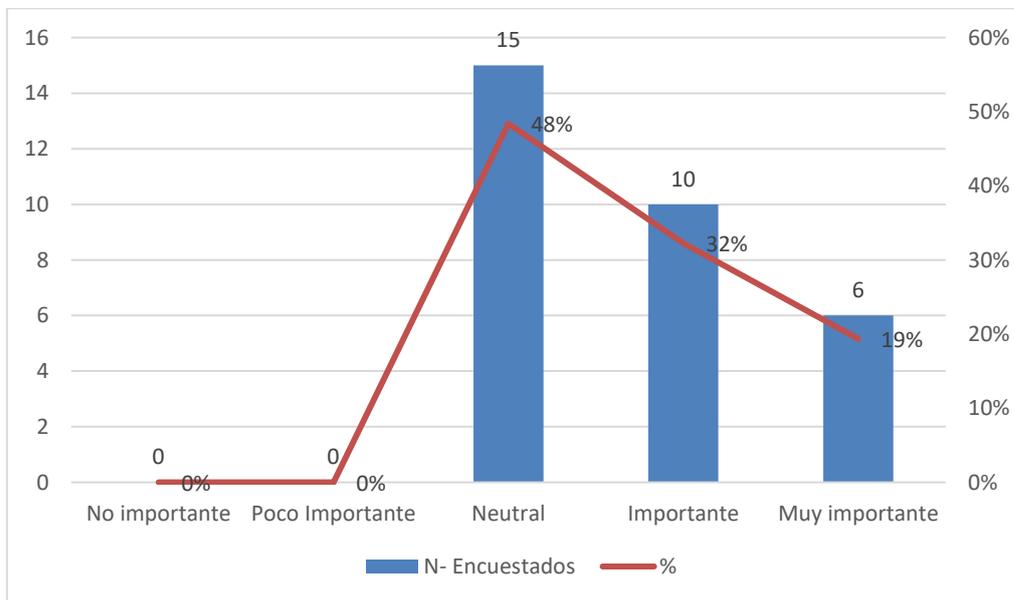
10. ¿Qué tan importante considera usted que la empresa fomenta la participación de los colaboradores en la toma de decisiones?

Tabla 12: Pregunta 10

	No importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante	Total
N- Encuestados	0	0	15	10	6	31
%	0%	0%	48%	32%	19%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11



Interpretación:

De acuerdo a los encuestados, la participación de los colaboradores en la toma de decisiones se encuentra en un nivel medio, en donde un 48.4% considera de manera neutral su participación, mientras que un 32.3% considera importante su participación y el 19.4% restante lo considera muy importante. Dando así un total de 51.7% siendo la mayoría los que considera muy importante su participación en la toma de decisiones de la cooperativa.

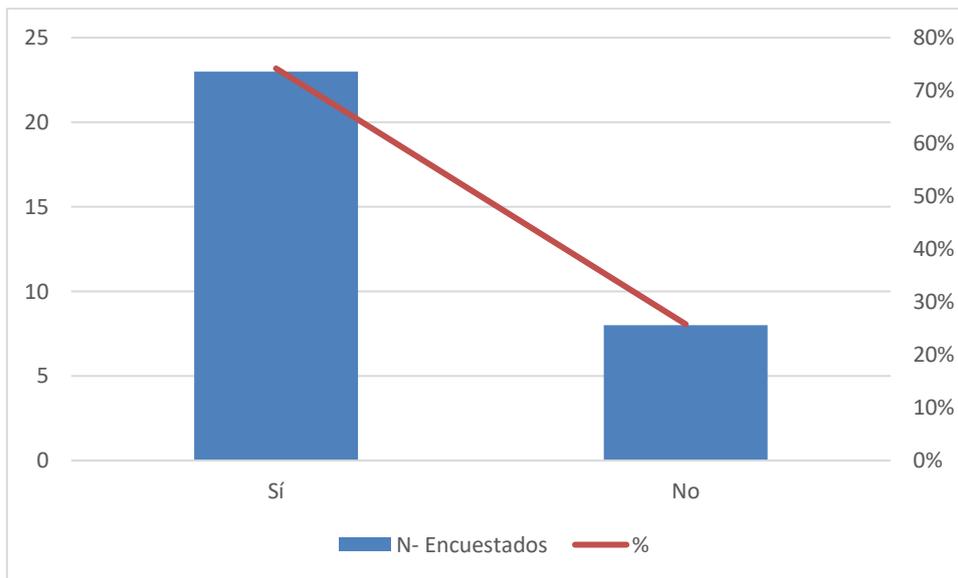
11. a) ¿Considera que recibe capacitaciones adecuadas respecto a su conocimiento profesional que tiene actualmente?

Tabla 13: Pregunta 11a

	Sí	No	Total
N- Encuestados	23	8	31
%	74%	26%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 12



Interpretación:

La mayoría de encuestados siendo representados por un 74.2% considera que reciben capacitaciones adecuadas con respecto a su conocimiento profesional, mientras que un 25.8% restante considera que no las reciben.

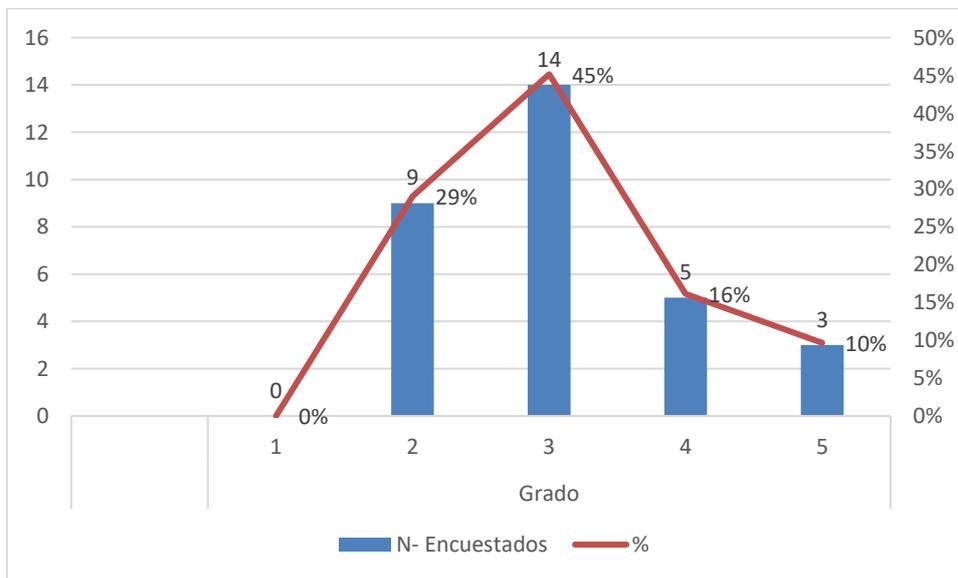
b) ¿En qué medida? Califique del 1 al 5

Tabla 14: Pregunta 11b

	Grado					Total
	1	2	3	4	5	
N- Encuestados	0	9	14	5	3	31
%	0%	29%	45%	16%	10%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13



Interpretación:

La mayoría de encuestados siendo representados por un 74.2% considera que reciben capacitaciones adecuadas con respecto a su conocimiento profesional, mientras que un 25.8% restante considera que no las reciben. Siendo así, de acuerdo al primer gráfico en donde el 74.2 % de los encuestados, consideraba que sí recibían las capacitaciones necesarias de acuerdo a su conocimiento, el 60.9% de estos indicó que las capacitaciones que recibían estaban en un nivel medio o que no eran muy recurrentes. Mientras que, un 39.1% restante las califica como por debajo del nivel medio, dando a entender que no reciben capacitaciones adecuadas con respecto a la cooperativa.

Variable dependiente: Internacionalización

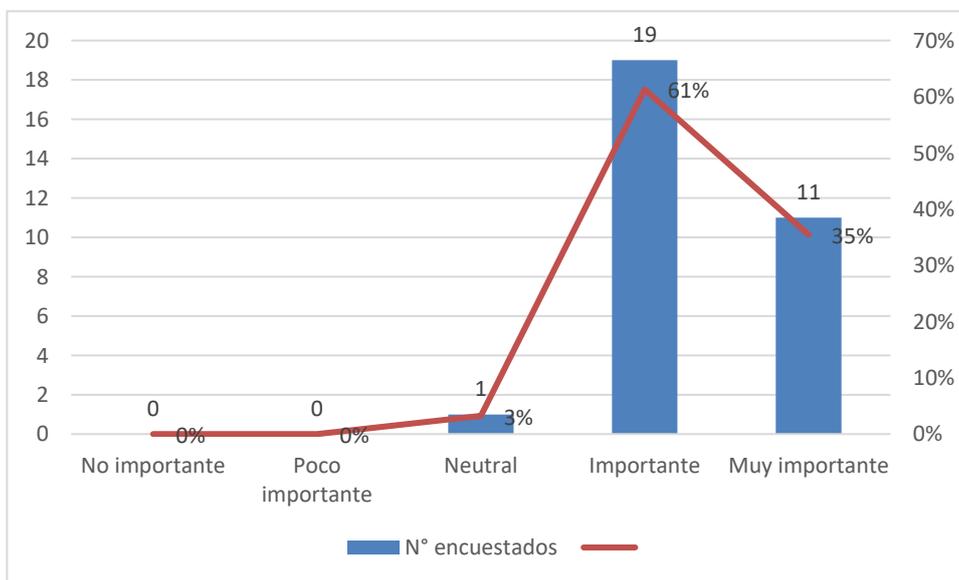
12. ¿Cómo considera usted que ha mejorado el logro de objetivos estratégicos?

Tabla 15: Pregunta 12

	No importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante	Total
N° encuestados	0	0	1	19	11	31
	0%	0%	3%	61%	35%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 14



Interpretación

Se demuestra que el 35% de los encuestados considera muy importante la internacionalización para el logro de los objetivos estratégicos, mientras que el 61% lo considera importante, así mismo solo el 3% lo considera neutral para la internacionalización.

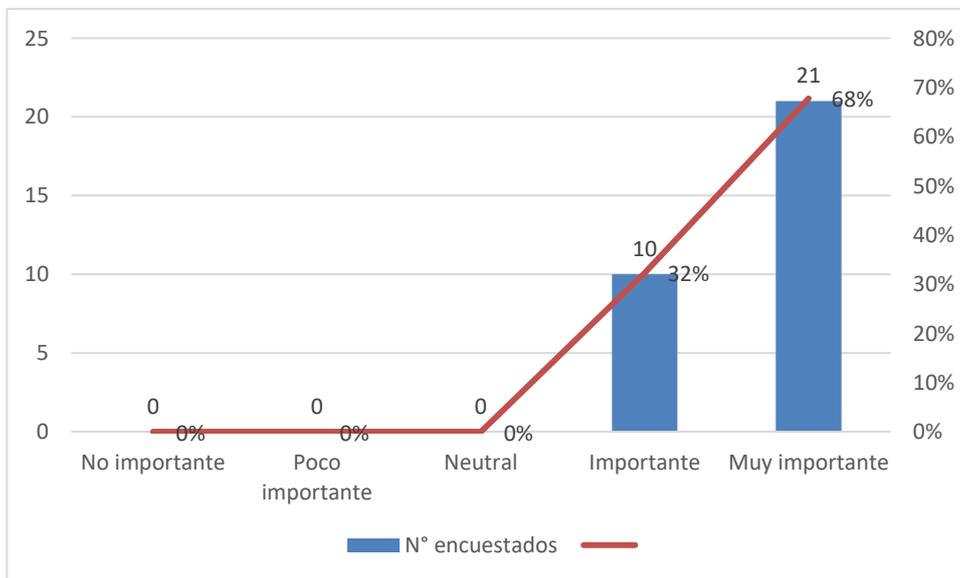
13. ¿En qué medida considera usted la importancia del conocimiento del mercado extranjero en la internacionalización?

Tabla 16: Pregunta 13

	No importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante	Total
N° encuestados	0	0	0	10	21	31
	0%	0%	0%	32%	68%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 15



Interpretación

Los resultados nos indican que el 68% de los encuestados consideran muy importante y el 32% importante el conocimiento del mercado extranjeros en la internacionalización, siendo ambas el 100% del total de los encuestados.

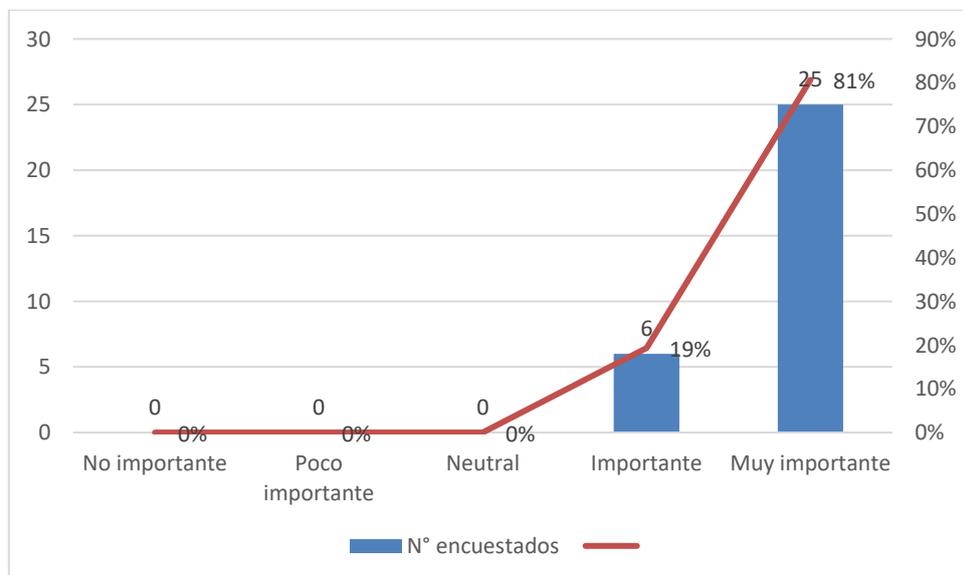
14. ¿En qué escala considera usted la importancia del conocimiento de las operaciones en la internacionalización?

Tabla 17: Pregunta 14

	No importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante	Total
N° encuestados	0	0	0	6	25	31
	0%	0%	0%	19%	81%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 16



Interpretación

De los encuestados el 81% con mayoría considera muy importante los conocimientos de las operaciones en la internacionalización y 19% restante lo considera importante.

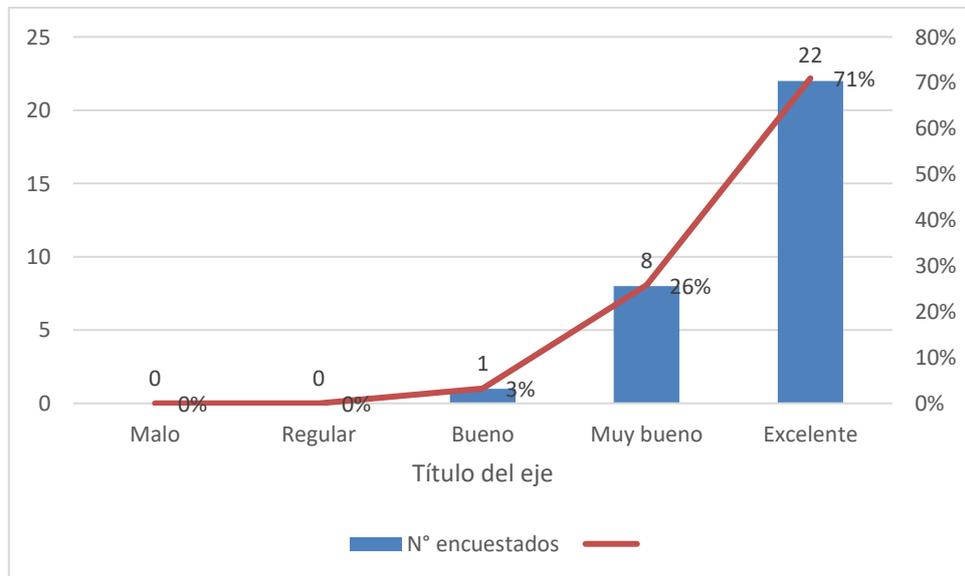
15. ¿En qué medida considera usted que el conocimiento en las operaciones genera mayor desarrollo para la internacionalización de las exportaciones?

Tabla 18: Pregunta 15

	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
N° encuestados	0	0	1	8	22	31
	0%	0%	3%	26%	71%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 17



Interpretación

El resultado de esta pregunta nos demuestra que el 71% de los encuestados considera excelente el conocimiento en las operaciones para el desarrollo en la internacionalización, mientras el 26% lo considera muy bueno y solo el 3% lo considera bueno.

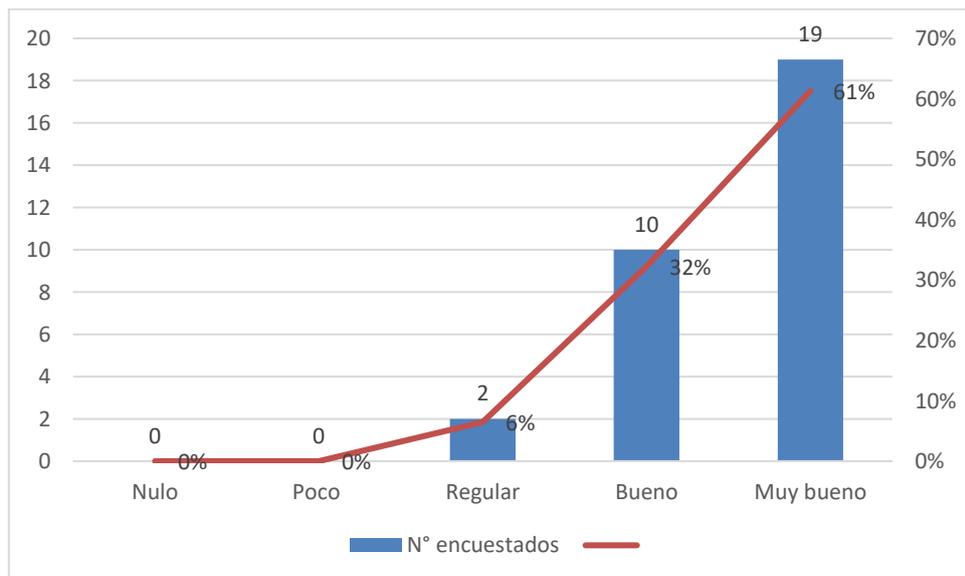
16. Califique el grado de impacto positivo que tiene el compromiso de recursos en la internacionalización de la cooperativa?

Tabla 19: Pregunta 16

	Nulo	Poco	Regular	Bueno	Muy bueno	Total
N° encuestados	0	0	2	10	19	31
	0%	0%	6%	32%	61%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 18



Interpretación

El 61% de los encuestados indican muy bueno el impacto positivo en el compromiso de la internacionalización, mientras que el 32% lo considera bueno y solamente el 6% lo considera regular.

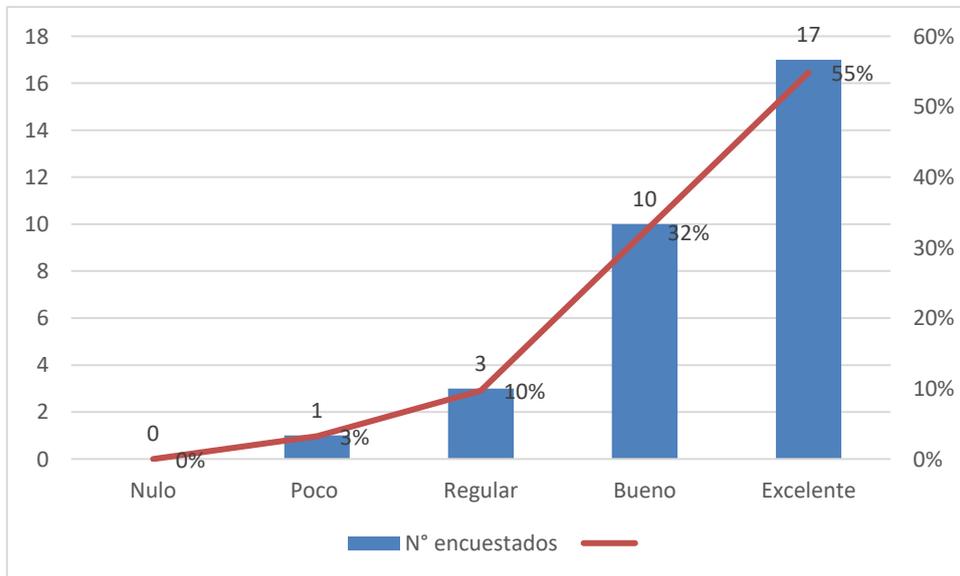
17. ¿Cómo considera usted que el compromiso de recursos en el mercado genera ventaja competitiva en la internacionalización de la cooperativa?

Tabla 20: Pregunta 17

	Nulo	Poco	Regular	Bueno	Excelente	Total
N° encuestados	0	1	3	10	17	31
	0%	3%	10%	32%	55%	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 19



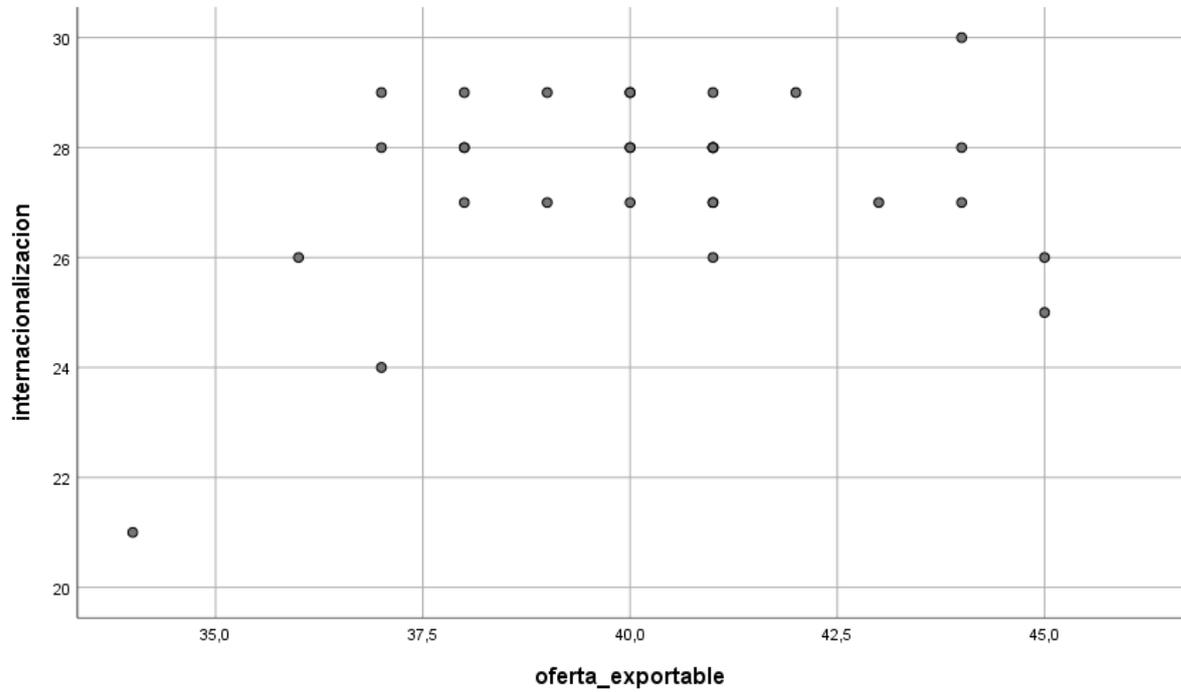
Interpretación

De los encuestados el 55% indican que es excelente el compromiso de recursos en el mercado para generar ventaja competitiva en la internacionalización, el 32% lo considera bueno, mientras que el 10% lo considera regular y el 3% considera que existe poco compromiso.

Coefficiente de correlación de Pearson

Para demostrar la existencia de una relación entre las variables, oferta exportable e internacionalización, se realizó un análisis en el coeficiente de Pearson, que muestra la correlación de los valores observados de ambas variables.

Figura 20: Correlación entre las variables oferta exportable y la internacionalización



Nota: Diagrama de dispersión entre la oferta exportable e Internacionalización. Obtenido del SPSS.

Tabla 21: Correlación de Pearson entre las variables oferta exportable y la internacionalización

		Correlaciones	
		Oferta exportable	Internacionalizació n
Oferta exportable	Correlación de Pearson	1	,264
	Sig. (bilateral)		,041
	N	31	31
Internacionalización	Correlación de Pearson	,264	1
	Sig. (bilateral)	,041	
	N	31	31

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla 21, se muestra que si existe relación positiva media entre las dos variables, esto porque el Sig(0.041) menor a Alpha (0.05) se rechaza la hipótesis nula. Es decir, es estadísticamente significativa la relación de oferta exportable y la internacionalización. Además, que a mayor oferta exportable mayor es la internacionalización.

Tabla 22: Correlación de Pearson entre las la dimensión disponibilidad de producto y la internacionalización

		Correlaciones	
		Disponibilidad	Internacionaliz ación
Disponibilidad de producto	Correlación de Pearson	1	,096
	Sig. (bilateral)		,609
	N	31	31
Internacionalización	Correlación de Pearson	,096	1
	Sig. (bilateral)	,609	
	N	31	31

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 22, se observa que no existe relación significativa de la disponibilidad de producto en la internacionalización, esto debido a que sig (0.609) es mayor a Alpha (0.05).

Tabla 23: Correlación de Pearson entre la dimensión capacidad económica y financiera y la internacionalización

Correlaciones

		Internacionalización	Capacidad económica
Internacionalización	Correlación de Pearson	1	-,111
	Sig. (bilateral)		,552
	N	31	31
Capacidad económica	Correlación de Pearson	-,111	1
	Sig. (bilateral)	,552	
	N	31	31

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 23, se observa que no existe relación significativa de dimensión capacidad económica y financiera en la internacionalización, esto debido a que sig (0.552) es mayor a Alpha (0.05).

Tabla 24: Correlación de Pearson entre la dimensión capacidad de gestión y la internacionalización

Correlaciones

		Internacionalización	Capacidad de gestión
Internacionalización	Correlación de Pearson	1	,427*
	Sig. (bilateral)		,017
	N	31	31
Capacidad de gestión	Correlación de Pearson	,427*	1
	Sig. (bilateral)	,017	
	N	31	31

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según la tabla 24, se observa que, si existe relación significativa de dimensión capacidad de gestión en la internacionalización, esto debido a que sig (0.017) es menor a Alpha (0.05).es decir a mayor capacidad de gestión mayor será la internacionalización.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo determinar las dimensiones de la oferta exportable que se relacionan con la internacionalización de la Cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023. Se obtuvo como resultado mediante la correlación Pearson que si existe relación significativa entre la variable oferta exportable e internacionalización de la Cooperativa, a partir de esto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; la cual señala que las dimensiones de la oferta exportable tienen una relación positiva y moderada con la internacionalización de la cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023. Este resultado guarda relación con la tesis de (Gonzales, 2020) quienes en su tesis titulada "Elementos de la oferta exportable que influyen en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de paltas Hass hacia China durante los años 2014 al 2018" demostraron mediante el coeficiente de correlación de Pearson, se ha evidenciado de manera significativa la dirección y el grado de relación entre las variables de oferta exportable e internacionalización en empresas exportadoras de palta Hass. Se ha obtenido un valor de $r = 0,774$, que indica una relación de dirección positiva y de grado considerable. Esta relación se interpreta como directamente proporcional, es decir, a medida que aumenta el nivel de oferta exportable, también se incrementa el nivel de internacionalización de las empresas exportadoras. Así como también (Fernández, 2022) en su tesis titulada "Análisis de la oferta exportable y su relación con las exportaciones de aceituna a Brasil 2017 - 2021" se demostró correlación del 55% que permite afirmar que la oferta exportable influye en la internacionalización de las empresas peruanas.

En cuanto al primer objetivo específico del presente estudio, el cual es determinar cómo la dimensión "disponibilidad del producto" se relaciona con la internacionalización de la cooperativa de exportación, se obtuvo como resultado de los 31 encuestados, asociados de la cooperativa, que no existe relación significativa entre la dimensión disponibilidad de producto y la internacionalización. En donde Gonzales y Zárate (2020) quienes en su trabajo titulado "Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018", utilizó una muestra de 51 ejecutivos. En donde su estudio demostró que existe una relación significativa entre la dimensión de disponibilidad del producto e internacionalización en las empresas exportadoras. Se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson para medir la dirección y el grado de relación, obteniendo un valor de $r = 0,550$ que indica una relación de dirección positiva y de grado medio. Esto significa que a medida que aumenta la disponibilidad del producto, también aumenta el nivel de internacionalización de las empresas exportadoras.

Para el segundo objetivo específico, el cual fue determinar cómo la dimensión "capacidad económica y financiera" se relaciona con la internacionalización de la cooperativa de exportación. Se determinó que no existe relación significativa entre esta segunda dimensión y la internacionalización de la cooperativa; puesto que, la significancia de correlación de Pearson fue de (0.552) es mayor a Alpha (0.05). (Zárate, 2022), quienes en su investigación "Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018" en donde, los investigadores evidenciaron de manera significativa la relación entre la dimensión de capacidad económica y financiera de las empresas exportadoras de palta Hass y su grado de internacionalización, mediante el uso del coeficiente de correlación de Pearson. El valor obtenido fue de $r = 0,527$, lo que indica una

relación positiva y de grado medio. En otras palabras, a medida que aumenta el nivel de capacidad económica y financiera de las empresas, también se incrementa su nivel de internacionalización.

Como último objetivo específico se planteó determinar cómo la dimensión "capacidad de gestión" se relaciona con la internacionalización de la cooperativa de exportación. En donde se demostró que existe relación significativa debido a que el grado de significancia es de (0.017), siendo menor a Alpha (0.05). Es decir, a mayor capacidad de gestión mayor será la internacionalización. (Zárate, 2022) en su tesis titulada "Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018" demostró que en lo que respecta a la dimensión capacidad de gestión e internacionalización existe relación significativa, en donde, el valor del coeficiente de correlación de Pearson obtenido fue de $r = 0,520$, lo que evidencia una relación positiva y de grado medio entre la capacidad de gestión y la internacionalización de las empresas. Esta relación se interpreta como directamente proporcional, es decir, a medida que aumenta el nivel de capacidad de gestión, también aumenta el nivel de internacionalización.

Por otro lado, la presente investigación tuvo ciertas limitaciones, por ejemplo, este estudio se realizó solo a una cantidad de personas determinada; es decir, no se seleccionó a la población absoluta.

Otra limitación para la presente tesis fue la predisposición de los entrevistados (gerente y asociados de la cooperativa); puesto que, hubo demora en la recolección de información de la empresa, por parte de los asociados, debido al corto tiempo para poder encuestarlos.

Respecto a las implicancias de esta investigación, se agrupan en tres niveles: teórico, metodológico y práctico. En donde, desde el punto de vista teórico, el presente estudio permite determinar la influencia de la oferta exportable en la internacionalización, determinando su importancia a través de distintos recursos literarios, tal y como expresan (Valero, 2016) en donde "la oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa".

En lo que respecta a lo práctico, se da a favor de la empresa en estudio; puesto que, gracias al estudio realizado se pudo determinar que existe una relación positiva y moderada entre la oferta exportable y la internacionalización, el cual sirve como aporte para investigaciones futuras. En donde, con respecto a la oferta exportable pues a partir de los objetivos específicos los cuales midieron la relación entre las dimensiones, disponibilidad de producto, capacidad económica y financiera y capacidad de gestión y la internacionalización; se determinó que existe relación significativa en lo que respecta al objetivo general, así como también en uno de los objetivos específicos, mientras que en dos de ellos, la relación no fue significativa.

Finalmente, con respecto a las implicaciones metodológicas, se utilizaron las herramientas de investigación necesarias como los cuestionarios, para determinar la validez y confiabilidad de estas, en relación a los objetivos planteados.

Conclusiones

Con respecto a las conclusiones, a partir de los resultados obtenidos de la investigación, se determinó que la variable oferta exportable tiene una relación positiva con respecto a la internacionalización de la cooperativa de exportación. Dado que, mediante

análisis estadísticos, se obtuvo una correlación positiva y altamente significativa entre la oferta exportable y la internacionalización de la cooperativa.

Tomando en cuenta el primer objetivo específico, se determinó que la disponibilidad de producto no tiene una relación significativa con la variable internacionalización de la cooperativa, por ende, no lo consideran tan determinante para la internacionalización de la cooperativa.

De igual manera, el segundo objetivo específico se encuentra que la capacidad económica y financiera no tiene una relación significativa con la variable internacionalización de la cooperativa por ende no se considera determinante para la internacionalización de la cooperativa.

Por último, tomando en cuenta el tercer objetivo específico encontramos que la capacidad de gestión tiene una relación significativa con la variable internacionalización de la cooperativa, siendo esta de suma importante para la internacionalización de la cooperativa.

Recomendaciones:

Se recomienda de acuerdo al objetivo general, mantener la relación entre la variable oferta exportable e internacionalización de manera significativa, manteniendo los mismos procesos que se vienen trabajando, ya que a mayor oferta exportable mayor será la internacionalización.

Por otro lado, de acuerdo al primer objetivo específico, se debe mejorar, dándole mayor importancia, ya que no existe relación significativa de acuerdo a la correlación de Pearson.

De igual manera, el segundo objetivo específico se le debe de dar mayor importancia, para así mejorar en ese aspecto y poder obtener una mejor relación.

Por último, de acuerdo al tercer objetivo específico, se debe de mantener el nivel de relación, puesto que, a mayor capacidad de gestión, mayor será la internacionalización.

REFERENCIAS

- AENOR. (2018). Obtenido de <https://www.aenor.com/certificacion/en-que-consiste-la-certificacion>
- Alfaro, C., & Jaeger, M. (2017). *Fomento de Cultura Exportadora en los productores de Mango de Motupe - Lambayeque para la exportación de pulga de mango al sector de los helados artesanales al mercado Español, 2017*. Trujillo.
- Alimentación, O. d. (2016). Obtenido de <https://www.indexmundi.com/es/datos/indicadores/AG.LND.ARBL.HA>
- Apaestegui, N., & Velasco, L. (2017). *Cultura Exportadora en la Asociación Pañon Tacabambino, provincia de Chota - Cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado Nueva York - EE.UU.2018*. Lima.
- Arbones. (2013). Obtenido de <http://logisticabasic.blogspot.com/2013/10/definiciones-de-logistica-segun-autores.html>
- Barreto. (2022). Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/mejora-tu-ejecución-y-aumenta-la-disponibilidad-de-en-barrero-soto>
- Barzola. (2020). Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/60485>
- Benítez & Mosquera . (2018). Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/7941>
- Cantabria. (2017). Obtenido de <https://saludcantabria.es/uploads/pdf/consejeria/Programa%20Alimentacion.pdf>
- Cardozo, C. &. (2003). Obtenido de <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130.pdf>
- Caruajulca, H., & Chávez, E. (2017). *Cultura Exportadora en el CITE Joyería Koriwasi de la ciudad de Cajamarca para la Exportación de Ajueres Joyeros de plata 925 a Francia, 2017*. Trujillo.
- Chamaché. (2018). *Ambientes saludables para los niños*. Obtenido de <https://www.who.int/features/2003/04/es/>
- Chandler. (2003). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- Copa. (2018). *Incidencia de la cultura exportadora en el modelo de negocio de los centros comerciales en taca. 2017*. Tacna.
- Copa, E. (2018). *Incidencia de la cultura exportadora en el modelo de negocio de los centros comerciales en taca. 2017*. Lima.
- Coral. (2021). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8217201.pdf>

- Córdoba, I. (2018). Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8114>
- Córdoba, I. (2018). Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8114>
- Cortez, D. N. (2017). Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Delgado, G. Á. (2015). <https://www.medigraphic.com>. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/bolclinhosinfson/bis-2015/bis151f.pdf>
- Escobelo. (2017). Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11544>
- Fanjul, E. (2017). *Qué es la internacionalización*.
- Fernández, B. y. (2022). Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/32582>
- García, I. (2017). *Definición de Internacionalización*.
- García, M. y. (2003). Revista de Estudios Regionales. *Internacionalización de la economía alicantina*, 89-128.
- Giesecke, S. (2002). *Latinoamérica y la cultura en el siglo XXI*. Lima.
- Global, P. (2020). Obtenido de <https://myperuglobal.com/que-es-una-oferta-exportable/>
- Gonzales, Z. (2020). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/304658963.pdf>
- Hernandez. (2012). Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Hernández, F. &. (s.f.). <http://www.scielo.org.pe>. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009
- Herrera, J. J. (2011). *cooperandoando.com*. Obtenido de <https://cooperandoando.com/que-son-las-cooperativas-agricolas/>
- <https://cooperandoando.com>. (s.f.). Obtenido de <https://cooperandoando.com/que-son-las-cooperativas-agricolas/>
- Illescas, C. &. (2018). Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8114>
- (2018). *Incidencia de la cultura exportadora en el modelo de negocio de los centros comerciales en taca. 2017*. Lima.
- Jump, G., & Pardave, N. (2017). *Propuesta de mejora en cultura exportadora en la asociación de productores de Hortencias del Distrito de Chinchao en el Departamento de Huánuco*. Lima.
- Jump, G., & Pardave, N. (2017). *Propuesta de mejora en cultura exportadora en la asociación de productores de Hortencias del Distrito de Chinchao en el Departamento de Huánuco*. Lima.
- Kerlinger. (2002). Obtenido de <https://es.slideshare.net/conejo920/diseo-de-investigacion-no-experimental>

- Kluwer. (2017). Obtenido de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAA AAAAEAMtMSbF1jTAAASNTS3NTtbLUouLM_DxblwMDS0NDQ3OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoALK6mZTUAAAA=WKE
- López, A. (2017). *Lineamientos de Cultura Exportadora presentes en la cooperaritiva Ceprovaje que generen Oferta Exportable de espárrago verde fresco, Jequetepeque - Noviembre 2017*. Trujillo.
- López, A. (2017). *Lineamientos de Cultura Exportadora presentes en la cooperativa*. Trujillo.
- Map, T. (s.f.). *Trade Map*. Obtenido de <https://www.trademap.org>
- Midagri. (2019). Obtenido de <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Minagri. (2015). Obtenido de <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- MINAGRI. (2019). Obtenido de <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- MINAGRI. (s.f.). *Definición de oferta exportable*.
- MINCETUR. (2006). Lima.
- MINCETUR. (2011).
- MINCETUR. (Julio de 2013). *www.mincetur.gob.pe*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/5Plan_Cultura_Exportadora/Plan_Maestro_Cultura_Exportadora.pdf
- Mucha. (2017). Obtenido de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/2779>
- Muguirra. (2022). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion>
- Newton. (2018). Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/producto-modelo-versus-producto-competitivo-8389.html>
- Núñez, F. (Junio de 2015). *EY Building a better working world. Sala de prensa. Las exportaciones en el Perú*. Obtenido de <https://www.ey.com/pe/es:https://www.ey.com/pe/es/newsroom/newsroom-am-exportaciones-peru>
- Núñez, F. (2015). *Las exportaciones en el Perú*. Arequipa.
- Nureña. (2018). *Taller de vivienda saludable para el AA. HH "las torres de San Borja" del distrito de moche, Trujillo 2018*. Obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14206/Taller%20de%20vivienda%20saludable%20para%20el%20AA.%20HH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ochoa, C. (2015). *Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia*.

- Ortecho, L. (2016). Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2016/12/las-cooperativas-una-alternativa-para.html#>
- Ortega. (2022). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-transversal/>
- Parra. (2022). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/poblacion-de-estudio/>
- PENX. (2013). *Plan Maestro de Cultura Exportadora*. Lima.
- PENX. (2025). Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf
- PENX. (2025). *PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL EXPORTADOR 2025*.
- Polimeni, F. &. (2015). Obtenido de <https://jtorresrivero.wordpress.com/tag/mano-de-obra/>
- Producción, M. d. (2020). Obtenido de <https://www.produce.gob.pe/index.php/cooperativas/que-es-una-cooperativa>
- Ramírez, M. (2016). *La educación como instrumento de fomento de la cultura exportadora*. Bogotá.
- Reyes, G. &. (2016). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-00542016000400003
- Robles, B. (2011). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/351/35124304004.pdf>
- Rodas, D. I. (2022). Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/659945>
- Rodriguez, A. y. (2018). Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_869bf3103c76053b7d459caea985903d
- Romero, X., & Gonzales, F. (2016). *Estrategia de Internacionalización del mango en la Asociación Apepayac de la provincia de San Miguel con vías de Exportación*. Cajamarca.
- Sanchez. (2018). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/capacidad-de-endeudamiento.html>
- SANCHEZ, R. (2007). Obtenido de <http://rubensanchez.blogspot.es/1181006340/>
- Santander. (2022). Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html>
- SELA. (5 Y 6 de oCTUBRE de 2015). Obtenido de <http://www.sela.org: http://www.sela.org/media/1998312/consorcios-de-exportacion-instrumento-estrategico-para-la-insercion-internacional-de-las-pymes.pdf>
- Shuttleworth, M. (2008). *Diseño de Investigación Descriptiva*.
- Tamayo, T. y. (1997). *Población y Muestra*.

- Teixeira, L. (2016). *Estrategias de internacionalización de las empresas del sector Cerveje: Un estudio de caso*. Porto.
- Terán. (2015). Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2464/1/velorio_rma.pdf
- Terán. (2015). Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2464/1/velorio_rma.pdf
- Thompson. (2007). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-distribucion.html>
- Urteaga, C., & Jaeger, M. (2017). *FOMENTO DE CULTURA EXPORTADORA EN LOS*. Cajamarca.
- Valenzuela, A. (2013). Modelo de capacidades para la internacionalización de la empresa exportadora española. *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, 91-110.
- Valero, R. y. (2016). Obtenido de <http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/view/1689>
- Varillas. (2017). Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-adex-oferta-exportable-del-peru-aumento-84-entre-2008-y-2016-683827.aspx>
- Vergara. (2016). Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/651667/Aguirre_GL.pdf?sequence=3
- Vigo, A., & Velazco, L. (1 de Junio de 2016). <http://renati.sunedu.gob.pe>. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/336369>
- Vinces. (2019). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7164411>
- Watkins, D. (2017). Obtenido de <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/33994/9789275319055-spa.pdf?sequence=1>
- Zárate, G. y. (2022). Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/32582>

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de variables

Tabla 25

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Preguntas (Ítem)
Oferta exportable	Se refiere a la cantidad de productos que se ponen a disposición de los mercados internacionales en una determinada región. Estos productos deben cumplir con ciertos requisitos de acceso al mercado de destino, como la calidad, el precio, las certificaciones, entre otros (Coral, 2021)	Disponibilidad del producto	1
			2
			3
			4
		Capacidad económica y financiera	5
			6
			7
		Capacidad de gestión	8
			9
			10
			11
Internacionalización	Proceso por el cual las empresas crean las condiciones necesarias para desembarcar en un mercado internacional (García, 2017)		12
			13
			14
			15
			16

			17
--	--	--	----

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Cuestionario

Instrumento: Cuestionario

Estimado encuestado mediante el desarrollo de esta encuesta aporta en el desarrollo de la investigación “Oferta exportable y su relación en la internacionalización de una cooperativa de exportación en la ciudad de Trujillo en el año 2023”.

Su participación es importante para conocer a profundidad el tema en mención, por este motivo se requiere que responda las siguientes preguntas:

Cada pregunta tiene una alternativa a elegir

La información brindada será anónima

¿Cuál es el puesto que ocupa actualmente en la empresa?

VARIABLE INDEPENDIENTE: OFERTA EXPORTABLE

Disponibilidad del producto

- 1) ¿Considera importante que la empresa tenga disponibilidad del producto al momento de exportar hacia el país de destino?
- 2) ¿En qué medida considera que la empresa cumple con los elementos necesarios para exportar?
- 3) ¿Considera que si la cooperativa exportara al mercado internacional tendría un stock que cubriría la demanda en las siguientes existencias?
- 4) ¿Considera que la empresa está en la capacidad de cumplir la demanda extra según una eventualidad? ¿En qué porcentaje?

Capacidad económica y financiera

- 5) ¿Es importante que la empresa cuente con la capacidad económica y financiera necesaria para afrontar cualquier imprevisto?
- 6) Señale si la empresa dispone de la información financiera necesaria
- 7) ¿Qué la empresa en donde labora tenga capacidad de crédito, que tan valorado es para Ud.?

Capacidad de gestión

- 8) ¿Considera importante la capacidad de gestión para el desarrollo de la oferta exportable?
- 9) ¿Considera que la empresa desempeña adecuadamente las capacidades o habilidades gerenciales?
- 10) ¿Qué tan importante considera usted que la empresa fomenta la participación de los colaboradores en la toma de decisiones?

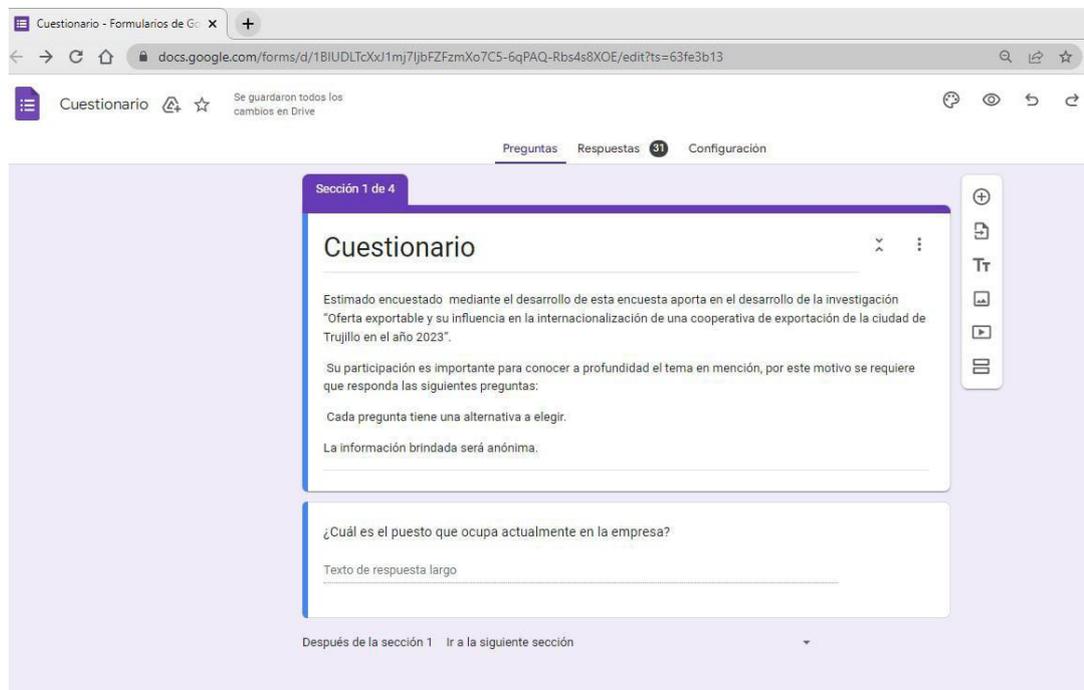
- 11) ¿Considera que recibe capacitaciones adecuadas respecto a su conocimiento profesional que tiene actualmente?

VARIABLE DEPENDIENTE: INTERNACIONALIZACIÓN

- 12) ¿Cómo considera usted que ha mejorado el logro de objetivos estratégicos?
- 13) ¿En qué medida considera usted la importancia del conocimiento del mercado extranjero en la internacionalización?
- 14) ¿En qué escala considera usted la importancia del conocimiento de las operaciones en la internacionalización?
- 15) ¿En qué medida considera usted que el conocimiento en las operaciones genera mayor desarrollo para la internacionalización de las exportaciones?
- 16) Califique el grado de impacto positivo que tiene el compromiso de recursos en la internacionalización de la cooperativa
- 17) ¿Cómo considera usted que el compromiso de recursos en el mercado genera ventaja competitiva en la internacionalización de la cooperativa?

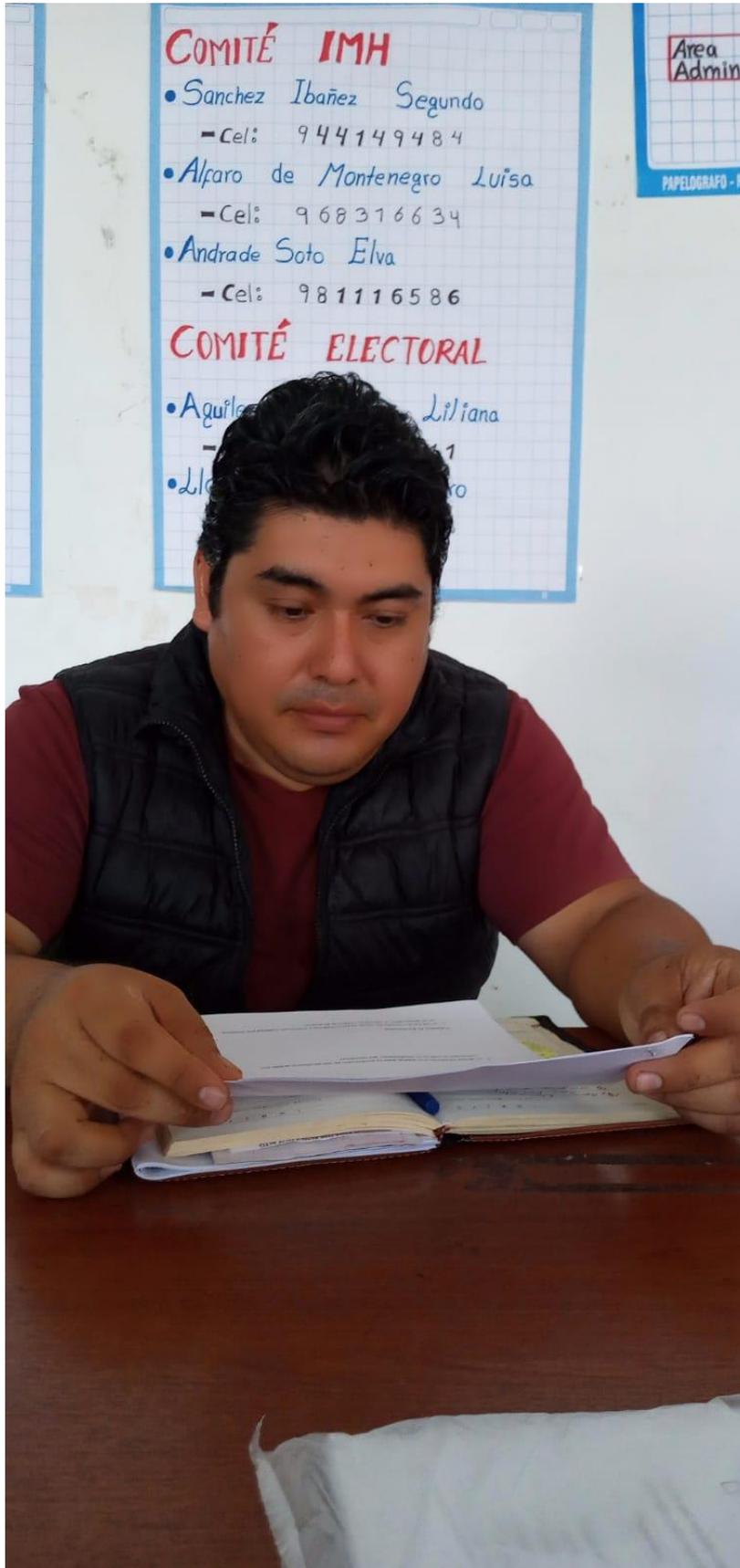
Link: <https://docs.google.com/forms/d/1BIUDLTcXxJ1mj7IjbFZFzmXo7C5-6qPAQ-Rbs4s8XOE/edit?ts=63fe3b13>

Anexo 3



The screenshot shows a Google Forms interface for a questionnaire. The browser address bar displays the URL: docs.google.com/forms/d/1BIUDLTcXxJ1mj7IjbFZFzmXo7C5-6qPAQ-Rbs4s8XOE/edit?ts=63fe3b13. The form title is "Cuestionario". The introductory text reads: "Estimado encuestado, mediante el desarrollo de esta encuesta aporta en el desarrollo de la investigación 'Oferta exportable y su influencia en la internacionalización de una cooperativa de exportación de la ciudad de Trujillo en el año 2023'." It further states: "Su participación es importante para conocer a profundidad el tema en mención, por este motivo se requiere que responda las siguientes preguntas: Cada pregunta tiene una alternativa a elegir. La información brindada será anónima." The first question is: "¿Cuál es el puesto que ocupa actualmente en la empresa?". Below the question is a text input field labeled "Texto de respuesta largo". At the bottom of the form, it says "Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección".

Anexo 4



Anexo 5

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
Variable: Oferta Exportable							
Dimensión 1: Disponibilidad de producto							
1	¿Hace cuánto tiempo se dedican a la producción en CEPROVASC? ¿Cuáles son esos productos y como las distribuyen según su variedad?		✓				
2	¿Cuántas hectáreas son usadas para la producción de sus productos según sus variedades y cuál es su rendimiento por hectárea?		✓				
3	¿Cuál fue el volumen de ventas de palta orgánica y maracuyá orgánica por hectárea en el último año? ¿Cuál fue su tendencia de precio?		✓				
4	¿Cuáles son los insumos usados en el proceso de producción y qué valor le acredita la institución?		✓				
5	¿El uso de tecnología es fundamental para el sistema de procesos de su producción?		✓				
6	¿Han obtenido certificaciones que garanticen el desarrollo óptimo del producto? ¿Cuáles son?		✓				
7	¿Cuáles han sido sus limitaciones para obtener certificaciones que garanticen procesos de producción de calidad?		✓				
Dimensión 2: Capacidad económica y financiera							
8	¿Los productores acceden a préstamos financieros, reciben apoyo de asociaciones o usan capital propio para invertir en sus producciones?		✓				
9	¿Cuál es el límite inferior y superior de		✓				

Docente: Manuel Jerjes Loayza Javier

	endeudamiento que tienen los productores según su registro?						
Dimension 3: Capacidad de gestión							
10	¿A qué lugares abastecen con sus productos en la actualidad y cuál es la importancia de esos volúmenes de venta para la compañía?	✓					
11	¿Cuáles han sido las limitaciones que les garanticen procesos de producción de calidad?	✓					
12	¿En qué procesos logísticos y de distribución se ha detectado problemas significativos? ¿Cuáles son las razones?		✓				
13	¿Qué factores tienen en cuenta para mantener una calidad de mano de obra competente en el buen uso del sistema de procesos?		✓				
14	¿Cuál es el nivel de importancia que la institución le da a la planificación para la mejora en el desarrollo de la gestión? ¿Qué factores se considera en el momento de la planificación?		✓				
15	¿Es adecuada la capacidad de gestión de producción?	✓					
16	¿La institución tiene objetivos a corto y largo plazo de abastecer a nuevos mercado?	✓					
17	¿La cooperativa tiene metas o proyecciones a internacionalizarse?	✓					
18	¿Cuáles son las razones potenciales que tienen los productores para estar presentes en el mercado internacional?		✓				
19	¿Qué estrategias tomaría para ingresar al comercio exterior?		✓				
Total:		05	14				

Evaluado por: (Apellidos y nombres)

Zelada Zegarra Albaiz

 D.N.I.: 17862536

 Fecha: 11/12/2019

 Firma: 

Docente: Manuel Jerjes Loayza Javier

Anexo 6

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
Variable: Oferta Exportable							
Dimensión 1: Disponibilidad de producto							
1	¿Hace cuánto tiempo se dedican a la producción en CEPROVASC? ¿Cuáles son esos productos y como las distribuyen según su variedad?		X				
2	¿Cuántas hectáreas son usadas para la producción de sus productos según sus variedades y cuál es su rendimiento por hectárea?		X				
3	¿Cuál fue el volumen de ventas de palta orgánica y maracuyá orgánica por hectárea en el último año? ¿Cuál fue su tendencia de precio?		X				
4	¿Cuáles son los insumos usados en el proceso de producción y qué valor le acredita la institución?		X				
5	¿El uso de tecnología es fundamental para el sistema de procesos de su producción?		X				
6	¿Han obtenido certificaciones que garanticen el desarrollo óptimo del producto? ¿Cuáles son?		X				
7	¿Cuáles han sido sus limitaciones para obtener certificaciones que garanticen procesos de producción de calidad?		X				
Dimensión 2: Capacidad económica y financiera							
8	¿Los productores acceden a préstamos financieros, reciben apoyo de asociaciones o usan capital propio para invertir en sus producciones?		X				
9	¿Cuál es el límite inferior y superior de		X				

Docente: Manuel Jerjes Loayza Javier

	endeudamiento que tienen los productores según su registro?		X				
Dimensión 3: Capacidad de gestión							
10	¿A qué lugares abastecen con sus productos en la actualidad y cuál es la importancia de esos volúmenes de venta para la compañía?		X				
11	¿Cuáles han sido las limitaciones que les garanticen procesos de producción de calidad?		X				
12	¿En qué procesos logísticos y de distribución se ha detectado problemas significativos? ¿Cuáles son las razones?		X				
13	¿Qué factores tienen en cuenta para mantener una calidad de mano de obra competente en el buen uso del sistema de procesos?		X				
14	¿Cuál es el nivel de importancia que la institución le da a la planificación para la mejora en el desarrollo de la gestión? ¿Qué factores se considera en el momento de la planificación?		X				
15	¿Es adecuada la capacidad de gestión de producción?		X				
16	¿La institución tiene objetivos a corto y largo plazo de abastecer a nuevos mercado?		X				
17	¿La cooperativa tiene metas o proyecciones a internacionalizarse?		X				
18	¿Cuáles son las razones potenciales que tienen los productores para estar presentes en el mercado internacional?		X				
19	¿Qué estrategias tomaría para ingresar al comercio exterior?		X				
Total:							

Evaluado por: (Apellidos y nombres)

García Sutti, Alan

D.N.I.: 4155982

Fecha: 11-12-19

Firma:

Alan García Sutti

Docente: Manuel Jerjes Loayza Javier

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
Variable: Oferta Exportable							
Dimensión 1: Disponibilidad de producto							
1	¿Hace cuánto tiempo se dedican a la producción en CEPROVASC? ¿Cuáles son esos productos y como las distribuyen según su variedad?			X			
2	¿Cuántas hectáreas son usadas para la producción de sus productos según sus variedades y cuál es su rendimiento por hectárea?		X				
3	¿Cuál fue el volumen de ventas de palta orgánica y maracuyá orgánica por hectárea en el último año? ¿Cuál fue su tendencia de precio?		X				
4	¿Cuáles son los insumos usados en el proceso de producción y qué valor le acredita la institución?		X				
5	¿El uso de tecnología es fundamental para el sistema de procesos de su producción?		X				
6	¿Han obtenido certificaciones que garanticen el desarrollo óptimo del producto? ¿Cuáles son?	X					
7	¿Cuáles han sido sus limitaciones para obtener certificaciones que garanticen procesos de producción de calidad?		X				
Dimensión 2: Capacidad económica y financiera							
8	¿Los productores acceden a préstamos financieros, reciben apoyo de asociaciones o usan capital propio para invertir en sus producciones?		X				
9	¿Cuál es el límite inferior y superior de		X				

Docente: Manuel Jerjes Loayza Javier

	endeudamiento que tienen los productores según su registro?					
Dimension 3: Capacidad de gestión						
10	¿A qué lugares abastecen con sus productos en la actualidad y cuál es la importancia de esos volúmenes de venta para la compañía?		X			
11	¿Cuáles han sido las limitaciones que les garanticen procesos de producción de calidad?	X				
12	¿En qué procesos logísticos y de distribución se ha detectado problemas significativos? ¿Cuáles son las razones?	X				
13	¿Qué factores tienen en cuenta para mantener una calidad de mano de obra competente en el buen uso del sistema de procesos?	X				
14	¿Cuál es el nivel de importancia que la institución le da a la planificación para la mejora en el desarrollo de la gestión? ¿Qué factores se considera en el momento de la planificación?	X				
15	¿Es adecuada la capacidad de gestión de producción?		X			
16	¿La institución tiene objetivos a corto y largo plazo de abastecer a nuevos mercado?	X				
17	¿La cooperativa tiene metas o proyecciones a internacionalizarse?	X				
18	¿Cuáles son las razones potenciales que tienen los productores para estar presentes en el mercado internacional?	X				
19	¿Qué estrategias tomaría para ingresar al comercio exterior?	X				
Total:						

Evaluado por: (Apellidos y nombres)

Queiroz Veliz, Luis C.

D.N.I.: 17806730

Fecha: 12.12.19

Firma:



Docente: Manuel Jerjes Loayza Javier

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
2	V1: OFERTA EXPORTABLE															
3	Disponibilidad de producto = 4				SUBTOTAL	Capacidad económica y financiera = 3			SUBTOTAL	Capacidad de gestión = 4				SUBTOTAL	SUMA TOTAL	
4	ENCUESTADO	P1	P2	P3		P4	P5	P6		P7	P8	P9	P10			P11
5	1	5	1	1	1	8	5	5	5	15	5	1	3	2	11	34
6	2	5	3	3	2	13	5	4	4	13	5	2	4	3	14	40
7	3	4	4	2	1	11	4	3	5	12	4	3	3	4	14	37
8	4	5	1	1	2	9	5	5	4	14	4	4	4	2	14	37
9	5	5	3	3	2	13	5	4	5	14	5	5	3	5	18	45
10	6	4	3	3	1	11	5	5	4	14	4	3	4	3	14	39
11	7	5	1	1	2	9	5	3	5	13	4	5	4	2	15	37
12	8	5	4	5	2	16	5	5	4	14	5	4	3	3	15	45
13	9	5	3	2	2	12	5	4	5	14	4	4	4	3	15	41
14	10	5	1	1	3	10	5	5	4	14	4	5	3	2	14	38
15	11	4	5	5	1	15	4	3	4	11	5	2	5	4	16	42
16	12	4	3	1	4	12	5	5	4	14	4	4	3	3	14	40
17	13	4	1	2	2	9	5	4	5	14	4	3	5	3	15	38
18	14	4	3	1	2	10	5	5	5	15	5	4	3	2	14	39
19	15	4	1	3	2	10	5	5	4	14	4	5	4	4	17	41
20	16	4	3	1	1	9	5	5	5	15	5	3	3	5	16	40
21	17	5	4	2	2	13	5	4	4	13	5	3	5	2	15	41
22	18	4	1	1	3	9	4	5	5	14	5	4	5	3	17	40
23	19	4	2	3	2	11	5	5	4	14	5	3	3	5	16	41
24	20	4	3	4	3	14	5	5	4	14	4	4	5	2	15	43
25	21	5	1	2	1	9	5	5	5	15	5	4	4	4	17	41
26	22	4	2	5	3	14	5	4	4	13	5	3	3	3	14	41
27	23	5	1	1	2	9	5	5	5	15	4	5	3	2	14	38
28	24	4	3	3	4	14	5	5	4	14	5	5	3	3	16	44
29	25	4	5	2	1	12	5	5	5	15	5	3	4	2	14	41
30	26	4	3	4	2	13	5	5	4	14	4	5	5	3	17	44
31	27	5	5	1	3	14	5	5	5	15	5	3	4	3	15	44
32	28	4	2	2	1	9	4	5	4	13	5	4	3	4	16	38
33	29	4	2	3	2	11	5	5	5	15	5	4	3	3	15	41
34	30	4	2	2	2	10	5	5	5	15	5	3	4	3	15	40
35	31	5	2	1	1	9	4	5	5	14	5	2	3	3	13	36

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	VARIABLE 2	V2: INTERNACIONALIZACIÓN						SUMA TOTAL
2	ENCUESTADO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
3	1	4	5	4	3	3	2	21
4	2	5	5	5	4	5	5	29
5	3	4	4	4	5	4	3	24
6	4	5	5	5	5	4	5	29
7	5	3	5	5	4	5	3	25
8	6	4	4	4	5	5	5	27
9	7	5	5	5	4	5	4	28
10	8	4	4	5	5	3	5	26
11	9	5	5	4	4	4	4	26
12	10	4	4	5	5	4	5	27
13	11	5	5	5	4	5	5	29
14	12	4	5	4	5	5	4	27
15	13	5	4	5	4	5	5	28
16	14	4	5	5	5	5	5	29
17	15	5	4	5	4	5	4	27
18	16	4	5	5	5	5	5	29
19	17	5	4	5	4	5	5	28
20	18	4	5	5	5	5	4	28
21	19	5	4	5	5	4	5	28
22	20	4	5	5	5	5	3	27
23	21	4	4	5	5	5	5	28
24	22	4	5	5	5	5	5	29
25	23	5	4	5	5	4	5	28
26	24	4	5	5	5	5	4	28
27	25	4	5	5	5	4	4	27
28	26	5	5	5	5	5	5	30
29	27	4	5	5	5	4	4	27
30	28	4	5	5	5	5	5	29
31	29	4	5	5	5	4	5	28
32	30	4	5	5	5	5	4	28
33	31	4	5	4	5	4	4	26
34								