

## FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.

### “FACTORES DETERMINANTES QUE IMPULSAN LA OFERTA EXPORTABLE PERUANA DE MANGO KENT, 2022 DE TESIS”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

**Autor:**

Andrea Ruth Miranda Herrera

**Asesor:**

Mg. Juan Carlos Ganoza Alemán  
<https://orcid.org/0000-0002-6781-5488>

Lima – Perú

2024

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1	ROBERTO PABLO BARRAZA LINO
Presidente(a)	Nombre y Apellidos

Jurado 2	JOSE WILFREDO SANCHEZ PORRAS
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	JUAN CARLOS GANOZA ALEMAN
	Nombre y Apellidos

## INFORME DE SIMILITUD

### TESIS ANDREA MIRANDA

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorioacademico.upc.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>upc.aws.openrepository.com</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Privada del Norte</b> Trabajo del estudiante	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.upn.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.unp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>1library.co</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>estudiosarabes.org</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

## DEDICATORIA

Mi tesis está dedicada a Dios por permitirme tener la oportunidad de llegar hasta aquí y estar guiándome durante todo el proceso, a mis padres porque me dieron el ejemplo de perseverancia, amor y soporte necesario desde que inicie mi carrera, a mi hermana que siempre me brindo su apoyo y constante aliento, a mis sobrinos que son mi constante motivación para seguir esforzándome y tener un excelente futuro, a toda mi familia que siempre me impulsaron a ser mejor persona e inspirándome, y finalmente a Gabo y Brusier, mis perritos quienes me acompañaron en todas las noches de desvelo.

Andrea Miranda

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por darme las fuerzas y oportunidades en mi vida, agradezco a Luciana Cabrejos mi compañera durante toda esta etapa universitaria, eres la mejor compañera que me ha podido tocar, todo este trabajo ha sido posible gracias nuestro compromiso y dedicación, Gracias a mis padres y hermana por siempre darme el apoyo y motivación para luchar por mis sueños, a nuestro Asesor Rafael Martel quien siempre estuvo guiándonos y aconsejándonos de la mejor manera y en todo momento.

Andrea, Miranda.

## Tabla de contenido

<b>JURADO EVALUADOR .....</b>	<b>2</b>
<b>INFORME DE SIMILITUD .....</b>	<b>3</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>4</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>5</b>
<b>TABLA DE CONTENIDO .....</b>	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>7</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....</b>	<b>20</b>
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS.....</b>	<b>25</b>
<b>CAPITULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>36</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>42</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>43</b>

## Índice de tablas

tabla 1. Factores Sociales Para La Exportación De Mango Kent Hacia El Mercado Europeo 2022 .....	25
Tabla 2. Factores Económicos Para La Exportación De Mango Kent Hacia El Mercado Europeo 2022 .....	25
Tabla 3. Factores Políticos Para La Exportación De Mango Kent Hacia El Mercado Europeo 2022 .....	26
Tabla 4. Factores Ecológicos Para La Exportación De Mango Kent Hacia El Mercado Europeo 2022 .....	27
Tabla 5. 1. ¿Qué Tanto Influye El Factor Cultural Para La Exportación De Mango Kent? .....	28
Tabla 6. 2. ¿Qué Tanto Influye El Idioma En La Exportación De Mango Kent? .....	28
Tabla 7. 3. ¿Qué Tanto Influyen Las Costumbres Para La Exportación De Mango Kent? .....	29
Tabla 8. 4. ¿Qué Tan Influyente En El País Consumidor Es La Oferta Y Demanda? .....	30
Tabla 9. 5. ¿Qué Tanto Influyen Los Precios En La Exportación De Mango Kent? .....	30
Tabla 10. 6. ¿Qué Tanto Influyen Los Impuestos Al Exportar Mango Kent? .....	31
Tabla 11. 7. ¿Qué Tanto Influyen Las Leyes Entre El País Consignante Y El País Consignatario? .....	32
Tabla 12. 8. ¿Qué Tan Influyente Son Los Reglamentos Internacionales Al Exportar? .....	32
Tabla 13. 9. ¿Qué Tan Influyente Son Los Convenios O Tratados Actuales? .....	33
Tabla 14. 10. ¿Influye El Manejo De Residuos Industriales Y Reciclaje Al Exportar? .....	34
Tabla 15. 11. ¿Influye El Manejo Integrado De Plagas Para Exportar Mango Kent Al Mercado Internacional? .....	34
Tabla 16. 12. ¿Influye La Conservación De Arbustos Y Plantas Cerca Al Lugar Agrícola? .....	35

## RESUMEN

En la siguiente investigación se mostrará los factores determinantes que impulsan la oferta exportable peruana de mango Kent, 2022. El mango Kent es una de las frutas peruanas más consumidas a nivel mundial. El Perú actualmente se encuentra como el cuarto mayor exportador de mango en el mundo, por lo tanto, el objetivo de esta investigación es identificar y analizar los factores determinantes que impulsan las exportaciones del mango Kent en el Perú. Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo descriptivo debido a que recopilamos datos de los productores de Piura. Los determinantes que se utilizan para explicar esta investigación son la cultura, lenguas, normas sociales, precios internacionales, tipo de cambio, precio del mango, oferta y demanda, impuestos, reglamentos y leyes del país, manejo integrado de plagas. Los resultados muestran que la renta interna de países bajos y los precios domésticos del mango son variables que no afectan las exportaciones, tanto que los precios internacionales y el tipo de cambio son variables determinantes para explicar la exportación del mango Kent. El presente estudio nos ayuda a comprender la exportación peruana de mango Kent, brindando alcances actuales y futuros para poder potenciar sus esfuerzos y así generar estrategias que aseguren una exportación exitosa.

Palabras clave: Oferta exportable, Mango Kent, determinantes.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

En la actualidad el Mango siendo este una fruta tropical llamada (Mangifera) de manera científica con la partida nacional 0811909100, fruto originario del noreste de la India. Ha tenido una mayor visibilidad y relevancia a nivel mundial, además en el mercado de destino que tenemos en la investigación (europeo) es el mercado más exigente. La producción de mango se está expandiendo en distintos continentes, produciéndose en América Latina, finalmente en Perú; su aclimatación favorable se debe al sembrío en climas favorables en los tres departamentos con las producciones más relevantes, Piura (31,89 FOB), La libertad (19,59% FOB), Lambayeque (17,85% FOB) (PROMPERU, 2022) Encontrándose dentro de las tres frutas tropicales más comercializadas en términos de sus cantidades de exportación y valor constante en el 2020 (FAO,2020).

De acuerdo con el Banco Central de Reserva del Perú, las exportaciones no tradicionales se elevaron en 1,804 millones de dólares en el mes de diciembre, mayores en 30,5 por ciento y 25,5 por ciento frente a diciembre de 2019 y 2020, (BCRP, 2021). Desde el año 2017 la producción de mango Kent en las exportaciones se desarrollaron con un ritmo promedio de 6,9%, más que las de Colombia, México, Chile y Brasil, destacó el BCR.

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a partir del año 2021, Nuestro país se encuentra en el ranking con el cuarto puesto como exportador mundial de mango Kent, desplazando a países como México, Brasil y Colombia estando estos en el top mundial de proveedores de mango. Los mangos son apreciados principalmente por los consumidores de América del norte y Europa, donde se destacan sus nutrientes vitamínicos, apariencia, sabor, entre otros. Netherlands es considerado como el mercado más importante

de la Unión Europea (EU) y del mundo, no solo para las exportaciones de mango peruano, sino también para las de Brasil. Por otra parte, los mangos peruanos son calificados Premium en el mercado Neerlandés debido al impacto del sabor, color y aroma, lo que significa que se extienden las posibilidades de que Perú ofrezca mangos a precios más altos que los mangos brasileños en un mercado donde los consumidores holandeses son muy conscientes de la calidad y precio, por esta razón, se llevará a cabo esta investigación con un enfoque cuantitativo y mostraremos mayor detalle de los determinantes y características del fruto, con la finalidad de brindar al exportador información relevante para futuras alianzas internacionales.

## **1.2. Justificación del problema**

Tenemos una gran cantidad de información y trabajos de investigación al alcance con la intención de brindar información puntual sobre los determinantes del mango Kent los cuales son significativos para la exportación de este o más productos, estos antecedentes serán analizados más adelante.

Asimismo, esta investigación mediante el método cuantitativo tiene como elemento de estudio a un grupo de exportadores piuranos exactamente del Valle San Lorenzo, Darío Castillo comenta que durante la campaña 2021 – 2022 de las 320.000 toneladas de mango que el Perú exportó, el 80% corresponde al Valle San Lorenzo, esta investigación se justifica a partir de la necesidad de los productores por la búsqueda de perfeccionar sus métodos y entender los factores determinantes de la exportación de mango Kent, de esta manera incrementar la competitividad a nivel mundial, considerando a Europa como mercado destino, con el objetivo de ser una guía efectiva para los exportadores piuranos quienes buscan incrementar el volumen de sus exportaciones.

El mango Kent es una de las principales frutas que exporta el Perú y tiene un reconocimiento impecable en el mercado extranjero por su gran calidad. El mango fresco es la variedad que más exporta Perú y las características más importantes son:

**Tabla 1.**

*Tabla 1. Características importantes del mango peruano*

Características	
Forma	Grande con forma ovalada.
Peso	Aproximado de 500 - 600 gramos.
Textura	La pulpa es jugosa y muy sabrosa, tiene poca fibrosidad y alto contenido de azúcares.
Maduración	Tiene matices amarillos y aparecen puntos de acuerdo con la maduración.

Es muy importante que los productores tengan en cuenta las temperaturas requeridas por la planta de mango de variedades mejoradas (injertadas y monoembrionicas) como Haden, Kent, Tommy Atkins y Edward para que tenga frutos de la calidad ideal para exportación en estado fresco, según Minagri.

**Tabla 2.**

*Tabla 2. Temperaturas para la planta de mango Kent*

Temperaturas para la planta de mango Kent	
Crecimiento del fruto	Para un buen crecimiento del fruto la temperatura debe ser de 27° - 36°
Maduración	Para la maduración la temperatura debe ser entre 30° y 33°
Periodo de iniciación floral e inducción	Se necesitan temperaturas menores o iguales a 20° y el periodo mínimo de estas debe ser de 21 a 30 días.

De la misma manera, las características de Luz, humedad y certificaciones son factores completamente importantes para una correcta maduración y exportación del producto.

**Tabla 3.**

*Tabla 3. Características de luz, humedad y certificaciones para la planta de mango Kent*

Características de luz y humedad para la planta de mango Kent	
Luminosidad	La iluminación influye mucho en el fruto porque a menor iluminación menor tamaño.
Humedad	En la costa se cultiva bajo riego, el requerimiento hídrico es de 10,000 a 15,000 m <sup>3</sup> , sin embargo, los excesos de lluvias podrían afectar durante la época de mayor cosecha, debido a que puede presentarse ciertas enfermedades.
Certificación	a autoridad de sanidad agraria brinda el respaldo fitosanitario a los productos peruanos mediante certificaciones de los lugares de producción, la inspección a plantas, tratamiento hidrotérmico.

Por añadidura, es importante que los productores tengan en cuenta la estacionalidad del mango peruano para estar organizados con anticipación, la variedad Kent empieza desde diciembre hasta febrero, debido a factores climáticos favorables Perú tiene ventaja sobre otros países para producir mayor cantidad, a continuación, un cuadro que muestra la estacionalidad de la oferta mundial.

	PAIS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
HEMISFERIO NORTE	MEXICO												
	INDIA												
HEMISFERIO SUR	PERU												
	BRASIL												
	ECUADOR												
	SUDAFRICA												

Fuente: Elaboración Propia.



(SUNAT,2022)

También podemos apreciar los principales Importadores y exportadores de mango Kent, Perú año a año va superándose en cuanto a volumen exportado, es por eso por lo que queremos mantener y mejorar esas relaciones internacionales para incrementar los volúmenes y posicionarnos más en unos años.

**Tabla 4.**

*Tabla 4. Importadores de Mango Kent Peruano*

Principales importadores de mango Kent (0804502000)

PAISES BAJOS

CANADÁ

ESTADOS UNIDOS

FRANCIA

ESPAÑA

BÉLGICA

COREA

RUSIA

REINO UNIDO

CHILE

**Tabla 5.**
*Tabla 5. Exportadores peruanos de Mango Kent*

Principales exportadores de mango Kent (0804502000)	
1. SUNSHINE EXPORT S.A.C	6. PASSION FRESH SAC
2. CAMPOSOL S.A	7. LUNA VERDE SAC
3. DOMINUS S.A.C	8. TROPICAL FRUIT TRADING PERU SAC
4. JUMAR PERU S.A.C	9. AGROCOSTA PERU S.A.C
5. FLP DEL PERU SAC	10. SOBIFRUIITS S.A.C

### 1.3. Marco Teórico

Los productos disponibles y listos para la exportación es importante en la oferta ya que tiende a aumentar, esto lleva a un incremento de los precios internacionales. Por lo tanto, la curva de la oferta de exportación es inclinada de manera positiva. Los principales factores los cuales son importantes para la oferta de exportación de los productos son los precios, la renta, las tarifas sobre las importaciones y los subsidios para las exportaciones. Por último, estos últimos son definidos por cada gobierno, y como consecuencia de esa relevancia en el escenario nacional, pueden alterar las FPP.

### 1.4. Antecedentes

#### Antecedentes internacionales:

De acuerdo con Kshirsagar & Chandrakant (2018). Se ha realizado un estudio sobre "Rendimiento y determinantes de las exportaciones de mango de la India". Se observaron que las exportaciones de mango de India a países como Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, Estados Unidos y Reino Unido desde 2006 hasta 2015. Se consiguió visualizar que

el mango aportó resaltante mente en la exportación frutícola de la India en el periodo antes mencionado. Asimismo, evaluamos las variables propuestas de esta investigación, el análisis de esta investigación utiliza la cantidad total de mangos exportados de la India como variable dependiente y el precio de exportación, la producción de mango, el consumo interno y el tipo de cambio como variables independientes. Este artículo estuvo basado en datos de series temporales, anuales y datos recopilados de organizaciones hortícolas nacionales y la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación. Para concluir, usando su modelo planteado determinaron la fijación de los precios de exportaciones, el consumo interno, la producción india y las tarifas de cambio afectan las exportaciones de mango.

Según una nueva investigación (Yang et al., 2021) con su investigación titulada "Comparación de las preferencias de los consumidores de frutas y verduras importadas en Japón, Taiwán e Indonesia", buscó comprender las percepciones de los consumidores sobre las frutas y verduras a través de una encuesta en línea sobre las variables analizadas precio, calidad, etiqueta de origen, certificación alimentaria, métodos de cultivo, los resultados fueron respondidos por 1350 encuestados (500 japoneses, 333 taiwaneses y 517 indonesios). Dicho de otro modo, el cambio más resaltante fue la certificación alimentaria, que enfatizó significativamente la certificación Global GAP.

### **Antecedentes nacionales:**

Con el fin de consolidar esta investigación, se estudió el manual Manejo integrado de cultivos de mango Kent para el proyecto del Ministerio de Agricultura y Pesca denominado "Fortalecimiento de las Capacidades Técnicas en el Cultivo Integrado de Mango para

Exportación en la Región Piura” otorgando en el mismo manual conocimientos para los cuidados adecuados para el cultivo de mango en esta región.

En la disertación titulada “Impacto de los factores determinantes de la oferta del mango peruano en la competencia internacional”, Ygreada (2018) señala que la campaña de cosecha se realiza en los meses de enero, febrero, marzo y diciembre lo cual es provechoso para el mango con respecto al abastecimiento a los mercados internacionales, también se determinó que la temporada de sembrío cae durante el verano de los Estados Unidos y durante los meses en que los principales exportadores como México e India no exportan sus mercancías.

### **Antecedentes Locales:**

En su trabajo profesional titulado “Propuesta de emprendimiento para la exportación de mango kent por parte de los productores de Piura hacia el continente asiático, Japón y Corea del Sur”, Cordova (2019.) El fin de su investigación es determinar cómo la propuesta de emprendimiento de negocio permitiría que la oferta exportable de Mango Kent Sea exitosa , este fruto tropical es producido en el Departamento de Piura con la técnica Poka Yoke con una comercialización de vía marítima a Asia. La investigación es esencial y Fue desarrollado en relación con el comercio internacional y las transacciones comerciales, con un tipo horizontal explicativo, transversal nos dan a conocer que el tratamiento con aire forzada busca reemplazar al tratamiento hidrotérmico para extender y mejorar la vida útil del mango y pueda ser exportado sin ningún problema al mercado asiático. De modo que los hallazgos de esta investigación, el tratamiento hidrotermal que se le da a los mangos de exportación acelera su maduración. Esta propuesta nos ayuda a tener una visión más clara sobre el manejo del mango en diferentes mercados.

Balmaceda, E & Bruderer, A. (2017) con la investigación titulada “identificación de las condiciones de éxito de un consorcio exportador en medianos productores de mango del valle San Lorenzo – Piura’’. El siguiente estudio se realizó con la finalidad de conocer las condiciones de triunfo de una empresa exitosa y viable en el tiempo. Para tener los resultados se entrevistaron 33 productores de mango del Valle San Lorenzo. La mayor parte de estos consideran que las claves del éxito para tener una empresa exportadora exitosa son tener experiencia haciendo exportaciones, compromiso con la sostenibilidad, tener la confianza de los socios, compromiso de la cooperativa y por último igualdad de condiciones, estos factores claves generarán la permanencia a un consorcio y asimismo se podrán captar nuevas inversiones.

### **1.5. Formulación del problema**

#### **Problema general:**

¿Cuáles fueron los factores determinantes que impulsan las exportaciones de mango Kent en Perú desde el periodo 2018 - 2022?

#### **Problemas específicos:**

¿De qué manera la cultura influye en las exportaciones de mango Kent en Perú durante el periodo 2018 – 2022?

¿Como los reglamentos y leyes de Europa influyen en las exportaciones de mango Kent en Perú durante el periodo 2018 – 2022?

¿De qué manera el manejo integrado de plagas influye en las exportaciones de mango Kent en Perú durante el periodo 2018 – 2022?

¿En qué medida los precios, oferta, y demanda influyen en las exportaciones de mango Kent en Perú durante el periodo 2018 – 2022?

## 1.6. Objetivos

- **Objetivo general**

Especificar los factores determinantes que impulsan las exportaciones de mango Kent en Perú desde el periodo 2018 – 2022.

**Objetivos específico:**

Determinar si la cultura influye en las exportaciones de mango Kent en Perú durante el periodo 2018 – 2022.

Determinar si los reglamentos y leyes de Europa influyen en las exportaciones de mango Kent en Perú durante el periodo 2018 – 2022.

Determinar si el manejo integrado de plagas influye en las exportaciones de mango Kent en Perú durante el periodo 2018 – 2022.

Determinar si el manejo integrado de plagas influye en las exportaciones de mango Kent en Perú durante el periodo 2018 – 2022.

## 1.7. Hipótesis

- **Hipótesis General:**

Existe relación significativa entre factores determinantes y las exportaciones de mango Kent periodo 2018- 2022

- **Hipótesis Específica:**

La cultura influye en las exportaciones de mango Kent en Perú con destino a Europa durante el periodo 2018 – 2022.

Los reglamentos y leyes de Europa influyen en las exportaciones de mango Kent en Perú con destino a Europa durante el periodo 2018 – 2022.

El manejo integrado de plagas influye en las exportaciones de mango Kent en Perú con destino a Europa durante el periodo 2018 – 2022.

El manejo integrado de plagas influye en las exportaciones de mango Kent en Perú con destino a Europa durante el periodo 2018 – 2022.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La metodología en esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, porque trató con fenómenos los cuales permitieron realizar mediciones. Al usar métodos estadísticos para investigar datos relevantes de esta manera, los propósitos más importantes fueron describir, explicar, predecir y controlar las causas y eventos de una investigación. Finalmente, sus conclusiones radican en el buen uso de la métrica o cuantificación, al igual de la recopilación de sus resultados como de su procesamiento, interpretación y análisis (Sanchez,2019).

### 2.1 Enfoque, tipo, nivel, diseño y corte de investigación

Nuestra investigación se basó en el método hipotético descriptivo que buscó amplificar conocimientos a nuestros exportadores piuranos de mango Kent, es por ello por lo que intervenimos de manera observacional debido a que utilizamos varios métodos para poder recolectar los elementos claves para el éxito de la exportación de mango Kent y buscando cuantificar correctamente información importante.

#### 2.1.1 Enfoque de la investigación

El enfoque de nuestro proyecto de investigación fue cuantitativo, la utilización de un enfoque cuantitativo en esta investigación proporciona un marco riguroso y objetivo para analizar los datos, permitiendo una evaluación precisa de las relaciones y patrones subyacentes, y ofreciendo resultados cuantificables que facilitan la comprensión y la toma de decisiones basadas en evidencia.

Después de lo planteado, este estudio es de tipo no experimental, descriptivo correlacional.

### **2.1.2 Tipo de investigación**

El tipo de investigación es aplicada, es decir se orienta hacia la resolución de problemas particulares que impactan tanto a individuos como a la sociedad en general en este caso a los exportadores de mango Kent. Específico que Hernández et al. (2014) "Indica que puede ser de un tipo de investigación aplicada, porque es práctica, pues sus resultados son utilizados inmediatamente en la solución de problemas de la realidad" (pág. 42).

### **2.1.3 Diseño y nivel de la investigación**

En nuestro presente estudio el diseño aplicado es un estudio no experimental de un nivel longitudinal debido que se utilizará el periodo 2018-2022, Por consiguiente, analizamos nuestra variable que son los Factores que impulsan la oferta exportable peruana de mango Kent.

### **2.1.4 Corte de la investigación**

Nos basamos en un corte longitudinal debido a que se recolectaran datos para nuestro estudio durante el periodo 2018-2022.

## **2.2 Población y Muestra**

### **2.2.1 Población**

La población es de 33 productores de la zona de San Lorenzo, de esta investigación está compuesta por exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, al noreste del Perú. Esta región se constituye como la primera en la producción de mango con una participación de 80% de la producción nacional, según La República, 2022.

### **2.2.2 Muestra**

La muestra es de carácter censal se realizó a 33 productores de las zonas de San Lorenzo, Sullana y Alto Piura, a través de formularios Google con parámetros estadísticos específicos para obtener resultados cuantificables.

### **2.3 Instrumento y Técnicas de Recolección de datos**

La técnica de investigación son las encuestas las cuales fueron diseñadas para generar los datos necesarios e importantes que se necesitará para este estudio y el instrumento de esta investigación fue el cuestionario donde se realizaron una serie de preguntas a los que serán esenciales para la recopilación de información y datos importantes utilizando como instrumento clave formularios Google, al momento de ser respondidas se obtendrán indicadores estadísticos definidos. Además de la fórmula aplicada para conocer nuestro tamaño de muestra de la población ya conocida.

#### **2.3.1 Validez**

El cuestionario fue validado por 3 expertos en la materia tematica y metodologica, se obtuvo la aprobación de estos expertos para la confiabilidad de este instrumento, por consiguiente, la técnica quedó definida para poder seguir con la investigación.

ANEXO 1,2,3

### **2.4 Procedimiento de recolección de datos**

Para la validez de este instrumento recopilamos datos de las encuestas previamente estructuradas y realizadas a los nuevos y ya existentes exportadores de mango Kent en el departamento de Piura. Por otro lado, también se recopilaron otros datos adicionales que sirvan a la investigación de este estudio. Se le envió un correo electrónico a las nuevas y ya existentes empresas exportadoras solicitando permiso para la recopilación de datos a través de encuestas Google que nos servirán como referencia para nuestra investigación, estuvimos a la espera de una semana hábil hasta obtener todas las respuestas. Las encuestas fueron revisadas durante 8 horas para verificar que todo esté correcto y se llegó a completar el número de empresas deseadas.

En conclusión, el presente estudio continuó con las consideraciones éticas que respaldan nuestro estudio esto en base al reporte que obtuvimos de nuestras encuestas. Toda la información desarrollada en la presente investigación respetó las normas impuestas por la Universidad Privada del Norte, además, agradecemos a los ya existentes y nuevos exportadores de mango Kent que se vieron involucrados en la información adquirida y recolectada en base a nuestras encuestas enviadas, que se encuentra directa e indirectamente con nuestro tema de investigación. para concluir, considerando como requisito ético el respeto a las opiniones de los responsables de las encuestas, así como los aspectos políticos, religión y demás, de todos aquellos que participaron en el estudio.

## 2.5. análisis de datos

Mediante análisis mixto para nuestro trabajo, la herramienta utilizada son encuestas virtuales a través de formularios Google, con preguntas correctamente formuladas y aprobadas por 3 expertos para un trabajo integro.

## 2.6. Aspectos Éticos

refiriéndonos a los aspectos éticos de nuestra investigación hemos considerado los siguientes:

Consentimiento: al aplicar nuestro instrumento de investigación, se pidió permiso a los exportadores de mango de Piura para el uso de la información brindada en nuestro trabajo, asimismo dimos a conocerles sus derechos y responsabilidades.

Confidencialidad: protección a la identidad e información privada de los participantes como informantes en la investigación.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 Descripción de los factores determinantes que impulsan la oferta exportable de mango Kent.

**Tabla 1.**

*Tabla 1. Factores sociales para la exportación de mango Kent hacia el mercado europeo 2022*

Factor social	Cultural	Idioma	Costumbres
No influye	0%	0%	0%
Poco influyente	12,1%	9,1%	6.1%
Casi influyente	0%	15,2%	9.1%
Influyente	<b>75,8%</b>	<b>27,3%</b>	<b>72,7%</b>
Muy influyente	<b>12,1%</b>	<b>48,5%</b>	<b>12,1%</b>
TOTAL	100%	100%	100%
	87.9%	75.8%	84,8%

Fuente: Elaboración propia.

Se observa en la tabla 1 de la encuesta virtual realizada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, tomando en consideración los resultados influyente y muy influyente, 29 exportadores (87,9%) coinciden en factor cultural, seguido del factor costumbres con 28 encuestados (84,8%), finalmente tenemos al factor idioma con 25 encuestados (75,8%), por lo tanto se concluye que en el factor social el ítem importante a tener en cuenta al realizar una exportación de mango Kent hacia el mercado europeo es la cultura.

**Tabla 2.**

*Tabla 2. Factores económicos para la exportación de mango Kent hacia el mercado europeo 2022*

Factor económico	Oferta y demanda	Precios internacionales	Impuestos
No influye	0%	0%	0%
Poco influyente	0%	3%	6,1%
Casi influyente	3.1%	0%	0%
Influyente	<b>54,5%</b>	<b>6,1%</b>	<b>12,1%</b>
Muy influyente	<b>42,4%</b>	<b>90,9%</b>	<b>81,8%</b>
TOTAL	100%	100%	100%
	96 .9	97	93,9

Se observa en la tabla 3 de la encuesta virtual realizada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, tomando en consideración los resultados influyente y muy influyente, 32 exportadores (96.9%) coinciden en oferta y demanda, seguido del precio con 32 encuestados (97%), finalmente tenemos los impuestos con 31 encuestados (93.9%), este factor tiene todos sus ítems con más del 90% así que los 3 deberían tenerse en cuenta al momento de exportar, sin embargo se concluye que en el factor económico los ítems muy importantes con más del 95% al realizar una exportación de mango Kent hacia el mercado europeo son los precios y la oferta y demanda.

**Tabla 3.**

*Tabla 3. Factores políticos para la exportación de mango Kent hacia el mercado europeo 2022*

Factor político	Leyes	Reglamentos internacionales	Convenios o tratados actuales
No influye	0%	0%	0%
Poco influyente	6,1%	3%	0%
Casi influyente	3%	0%	3%
Influyente	<b>9,1%</b>	<b>12,1%</b>	<b>9.1%</b>
Muy influyente	<b>81,8%</b>	<b>84,8%</b>	<b>87.9%</b>
TOTAL	100%	100%	100%
	90 .9	96.9	97

Se observa en la tabla 4 de la encuesta virtual realizada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, tomando en consideración los resultados influyente y muy influyente, 30 exportadores (90.9%) coinciden en que son las leyes, seguido de los reglamentos internacionales con 32 encuestados (96.9%), finalmente tenemos los convenios o tratados actuales con 32 encuestados (97%), este factor tiene todos sus ítems con más del 90% así que los 3 deberían tenerse en cuenta al momento de exportar, sin embargo se concluye que

en el factor político los ítems muy importantes con más del 95% al realizar una exportación de mango Kent hacia el mercado europeo son los reglamentos internacionales y convenios

**Tabla 4.**

*Tabla 4. Factores ecológicos para la exportación de mango Kent hacia el mercado europeo 2022*

Factor ecológico	Residuos Industriales y reciclaje	Manejo integrado de plagas	Exigencias Hídricas
No influye	56.7%	0%	54.5%
Poco influyente	18.2%	3%	27.3%
Casi influyente	6.1%	3%	0%
Influyente	<b>9.1%</b>	<b>6.1%</b>	<b>9.1%</b>
Muy influyente	<b>9.1%</b>	<b>87.9%</b>	<b>9.1%</b>
TOTAL	100%	100%	100%
	18.2	94	18.2

Se observa en la tabla 5 de la encuesta virtual realizada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, tomando en consideración los resultados influyente y muy influyente, 6 exportadores (18.2%) respondieron en residuos industriales y reciclaje, seguido del manejo integrado de plagas con 32 encuestados (94%), finalmente tenemos las exigencias hídricas con 6 encuestados (18.2%), se concluye que en el factor ecológico el ítem importante al realizar una exportación de mango Kent hacia el mercado europeo es el manejo integrado de plagas, siendo este el único importante para el mercado internacional.

### 3.2. Descripción de resultados del cuestionario

**Tabla 5**

*Tabla 5. 1. ¿Qué tanto influye el factor cultural para la exportación de mango Kent?*

Factor social	Frecuencia	fa	fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	0	0	0	0	0%	0%
Poco influyente	4	4	0.12	0.12	12%	12%
Casi influyente	0	4	0	0.12	0%	12%
Influyente	4	8	0.12	0.24	12%	24%
Muy influyente	25	<b>33</b>	0.76	<b>1</b>	76%	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 4 manifestaron que es poco influyente, 4 muy influyente y 25 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 29 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo el cultural.

**Tabla 6**

*Tabla 6. 2. ¿Qué tanto influye el idioma en la exportación de mango Kent?*

Factor social	Frecuencia	fa	fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	0	0	0	0	0%	0%
Poco influyente	3	3	0.09	0.09	9%	9%
Casi influyente	5	8	0.15	0.24	15%	24%
Influyente	9	17	0.27	0.51	27%	51%
Muy influyente	16	<b>33</b>	0.48	<b>1</b>	48%	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 3 manifestaron que es poco influyente, 5 casi influyente, 9 influyente y 16 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 25 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo el idioma.

### Tabla 7

Tabla 7. 3. ¿Qué tanto influyen las costumbres para la exportación de mango Kent?

Factor social	Frecuencia	fa	fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	0	0	0	0	0%	0%
Poco influyente	2	2	0.06	0.06	6%	6%
Casi influyente	3	5	0.09	0.15	9%	15%
Influyente	24	29	0.72	0.87	72%	87%
Muy influyente	4	<b>33</b>	0.12	<b>1</b>	12%	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 2 manifestaron que es poco influyente, 3 casi influyente, 24 influyente y 4 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 28 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo las costumbres.

**Tabla 8**
*Tabla 8. 4. ¿Qué tan influyente en el país consumidor es la oferta y demanda?*

Factor social	Frecuencia	fa	fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	0	0	0	0	0%	0%
Poco influyente	0	0	0	0	0%	0%
Casi influyente	1	1	0.03	0.03	3%	3%
Influyente	14	15	0.42	0.45	42%	45%
Muy influyente	18	<b>33</b>	0.54	<b>1</b>	54%	<b>100%</b>
TOTAL	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 1 manifestó que es casi influyente, 14 influyente y 18 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 32 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo la oferta y demanda.

**Tabla 9**
*Tabla 9. 5. ¿Qué tanto influyen los precios en la exportación de mango Kent?*

Factor social	Frecuencia	fa	fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	0	0	0	0	0%	0%
Poco influyente	1	1	0.03	0.03	3%	3%
Casi influyente	0	1	0	0.03	0%	3%
Influyente	2	3	0.06	0.09	6%	9%
Muy influyente	30	<b>33</b>	0.91	<b>1</b>	91%	<b>100%</b>
TOTAL	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 1 manifestó que es poco influyente, 2 influyente y 30 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 32 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo son los precios.

**Tabla 10**

*Tabla 10. 6. ¿Qué tanto influyen los impuestos al exportar mango Kent?*

Factor social	Frecuencia	fa	fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	0	0	0	0	0%	0%
Poco influyente	2	2	0.06	0.06	6%	6%
Casi influyente	0	2	0	0.06	0%	6%
Influyente	4	6	0.12	0.18	12%	18%
Muy influyente	27	<b>33</b>	0.81	<b>1</b>	81%	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 2 manifestaron que es poco influyente, 4 influyente y 27 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 31 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo son los impuestos.

**Tabla 11**

*Tabla 11. 7. ¿Qué tanto influyen las leyes entre el país consignante y el país consignatario?*

Factor social	Frecuencia	fa	fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	0	0	0	0	0%	0%
Poco influyente	2	2	0.06	0.06	6%	6%
Casi influyente	1	3	0.30	0.09	3%	9%
Influyente	3	6	0.09	0.18	9%	18%
Muy influyente	27	<b>33</b>	0.81	<b>1</b>	81%	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 2 manifestaron que es poco influyente, 1 casi influyente, 3 influyente y 27 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 30 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo las leyes.

**Tabla 12**

*Tabla 12. 8. ¿Qué tan influyente son los reglamentos internacionales al exportar?*

Factor social	Frecuencia	fa	fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	0	0	0	0	0%	0%
Poco influyente	1	1	0.03	0.03	3%	3%
Casi influyente	0	1	0	0.03	0%	3%
Influyente	4	5	0.12	0.15	12%	15%
Muy influyente	28	<b>33</b>	0.84	<b>1</b>	84%	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 1 manifestó que es poco influyente, 4 influyente y 28 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 32 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo son los reglamentos.

**Tabla 13**

*Tabla 13. 9. ¿Qué tan influyente son los convenios o tratados actuales?*

Factor social	Frecuencia	fa	fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	0	0	0	0	0%	0%
Poco influyente	0	0	0	0	0%	0%
Casi influyente	1	1	0.03	0.03	3%	3%
Influyente	3	4	0.09	0.12	9%	12%
Muy influyente	29	<b>33</b>	0.87	<b>1</b>	87%	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 1 manifestó que es casi influyente, 3 influyente y 29 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 32 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo son los convenios o tratados actuales.

**Tabla 14**

*Tabla 14. 10. ¿Influye el manejo de residuos industriales y reciclaje al exportar?*

Factor social	Frecuencia	Fa	fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	19	19	0.57	0.57	57%	57%
Poco influyente	6	25	0.18	0.74	18%	75%
Casi influyente	2	27	0.06	0.82	6%	81%
Influyente	3	3	0.09	0.09	9%	90%
Muy influyente	3	<b>33</b>	0.09	<b>1</b>	9%	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 19 manifestaron que no influyente, 6 poco influyente, 2 casi influyente, 3 influyente y 3 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 6 exportadores obteniendo como factor no determinante para el mercado europeo los residuos industriales y reciclaje al exportar.

**Tabla 15**

*Tabla 15. 11. ¿Influye el manejo integrado de plagas para exportar mango Kent al mercado internacional?*

Factor social	Frecuencia	Fa	Fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	0	0	0	0	0%	0%
Poco influyente	1	1	0.03	0.03	3%	3%
Casi influyente	1	2	0.03	0.06	3%	9%
Influyente	2	4	0.06	0.12	6%	18%
Muy influyente	29	<b>33</b>	0.87	<b>1</b>	87%	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 1 manifestó que es poco influyente, 1 casi influyente, 2 influyente y 29 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 31 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo el manejo integrado de plagas.

**Tabla 16**

*Tabla 16. 12. ¿Influyen las exigencias hídricas de lugar agrícola en las exportaciones?*

Factor social	Frecuencia	Fa	Fr	fra	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No influye	18	18	0.54	0.54	54%	54%
Poco influyente	9	27	0.27	0.81	27%	81%
Casi influyente	0	27	0	0.81	0%	81%
Influyente	3	30	0.09	0.90	9%	90%
Muy influyente	3	<b>33</b>	0.09	<b>1</b>	9%	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>		<b>1</b>		<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta virtual aplicada a los 33 exportadores de mango Kent de la ciudad de Piura, 18 manifestaron que no influyente, 9 poco influyente, 3 influyente y 3 muy influyente, tomando en cuenta influyente y muy influyente tenemos un total de 6 exportadores obteniendo como factor determinante para el mercado europeo la conservación de arbustos y plantas.

## CAPITULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El objetivo de nuestra Tesis es identificar los factores que determinan la oferta exportable de mango kent durante el periodo 2022 - 2026 para encaminar a los pequeños exportadores de mango Kent con destino a Europa, por ello elaboramos un cuestionario con la finalidad de exponer los factores y de acuerdo con el instrumento son:

Determinamos que el factor social influye al momento de realizar una exportación de mango Kent aquí tenemos en cuenta el idioma, cultura y las costumbres de cada país, esto quiere decir que debemos estudiar y aprender de la cultura del país para llegar a tener un negocio exitoso, Asimismo llegamos a la conclusión de que es muy importante el compromiso y la sostenibilidad que tendremos al momento de hacer una exportación con un país europeo y esto con lo confirmamos con Balmaceda y Bruderer (2017)

seguimos con el factor Económico donde tomamos en consideración los indicadores de precio, impuestos y la oferta y demanda los cuales son decisivos y también nos ayudará para identificar el público y la cantidad ideal para exportar el mango Kent, el 97% de los 33 encuestados coinciden en que el factor económico es muy influyente confirmando esta información con Kshirsagar & Chandrakant (2018) Cordova (2019) también revalida este factor.

continuamos con los siguientes indicadores muy influyentes con más del 80 % de encuestados de acuerdo, que son los precios, los impuestos, los reglamentos y los convenios actuales. Finalmente tenemos el factor ecológico, en los que el reciclaje y conservación de áreas verdes en las zonas agrícolas no influyen, sin embargo, dentro de este factor tenemos al indicador de manejo integrado de plagas en el que el 90% de los

encuestados están de acuerdo en que es muy influyente a la hora de exportar debido a que el producto debe tener la calidad deseada de cada país sujeta a los reglamentos, esta información nos la brinda Minagri (2018) con la finalidad de obtener un excelente cultivo para el exterior.

Para finalizar estamos de acuerdo con el trabajo de kshirsagar y Chandrakant (2018) que citamos en nuestros antecedentes debido a que los objetivos y factores coinciden con nuestros resultados obtenidos en la encuesta realizada a los 33 exportadores de la región Piura.

## V. CONCLUSIONES

1. Mas del 80% de la producción de mango es designada para la exportación, por lo que esta propenso a los factores determinantes externos, por lo tanto, las expectativas de la calidad del producto son altas, por ello Minagri actualiza sus informes con la finalidad de obtener un excelente producto.
2. la competitividad de precios del mango en el exterior influye considerablemente debido a que depende de la calidad del producto para la cotización en el mercado.
3. el mango fresco es una de las 3 variedades que se exporta en gran cantidad a pesar de la demanda en distintas presentaciones como conservas y frutos secos.
4. las políticas que brinda Perú en la actualidad en conveniencia de la producción agrícola, han tenido mayor ingreso a comparación de otros años, sin embargo, aún se encuentra escasez de alcance en provincias.
5. La poca de participación del estado en la comercialización de mango kent , no permite que se establezca los precios, favoreciendo al productor, dejando la situación en manos de los intermediarios.
6. El precio domestico no influye en la exportación del mango Kent hacia el mercado europeo y el mercado exterior, no se considera en la relación comercial internacional debido a que estas se establecen mediante las actividades de una empresa en el mercado y finalmente no llegar a tener un retorno económico bueno.

7. El único ítem del factor ecológico que tiene mayor relevancia al momento de realizar una exportación hacia el mercado europeo es el manejo integrado de plagas al momento de la producción de mango Kent.
8. El precio, los impuestos y la oferta y la demanda, tiene mayor importancia al realizar una exportación de mango Kent, contamos con más del 97 % de cuestionados avalando esta afirmación.
9. la falta de apoyo financiero y tecnológico de parte del gobierno en las regiones no permite que estas potencien su producto al momento de exportar.
10. Respecto a las limitaciones que podrían haber afectado en los resultados son el contacto idóneo de las empresas del rubro debido a que se debe establecer horarios con los cuales se agenden llamadas para la presentación personal de mi objetivo con la encuesta ante cada empresa y acepten responderla.
11. otra limitación potencial es que se respete el periodo determinado de las respuestas de la encuesta, para un correcto estudio de esta investigación sin retrasos.

## IMPLICANCIAS

Esta investigación tiene una implicancia practica debido a que permite conocer los factores internos y externos de la exportación de mango Kent debido a que ayudará a los exportadores a tener una visión clara de los requerimientos del mercado europeo al momento de internacionalizarse y si no se tiene claro estos factores una empresa pequeña o mediana puede tener grandes pérdidas, hasta incluso quebrar, uno de los factores claves internos son el clima este es impredecible, sin embargo se deben tomar las precauciones debidas ante esta situación porque podría bloquear la carretera y retrasar la salida del mango lo que puede hacer que se madure, en el aspecto político es importante brindar seguridad con un planeamiento estratégico bien planteado al cliente para que confié en los procesos de la empresa para que el producto llegue en el tiempo indicado a pesar de que puedan estar ocurriendo en el país, los problemas políticos, muchas veces no influyen en los procesos de exportación y es por eso que es importante mostrar que no existe riesgos que pueden afectar una exportación, asimismo, todo este informe ayudara a tener a los exportadores una visión mas clara y amplia en todo este proceso ahorrando la incertidumbre al ingresar al mercado europeo, permitirá que ellos puedan plantearse objetivos en cuanto a calidad, empaque y cantidad, asimismo, ellos tendrán claro que capacitarse es clave en todo este proceso, deben aprovechar el apoyo que da el gobierno a nivel operacional y financiero, también el asistir a ferias internacionales permitirá conocer nuevos métodos, precios, y necesidades que tienen estos futuros clientes, además de ampliar su red de contactos para hacerse más conocido a nivel internacional y hasta encontrar prospectos de clientes. Finalmente, esta investigación será un gran apoyo para estos exportadores de Piura y futuros trabajos de investigación que pertenezcan al mismo sector mencionado, debido a que brindará una perspectiva distinta y con información relevante sobre los factores internos y externos.

## RECOMENDACIONES

1. Se sugiere que las empresas capaciten con la finalidad de mejorar su capacidad empresarial hacia el mundo, las cuales pueden conseguir mediante las entidades públicas del estado como Promperú y Myempresa, estas entidades tienen la obligación de la base a los exportadores con la finalidad de mejorar las capacidades empresariales de los productores en el Perú.
2. Se sugiere que el estado peruano brinde las facilidades para acceder a los financiamientos ya existentes para los exportadores como es el programa PAI – MINCETUR con la finalidad de que las empresas puedan internacionalizarse en el mercado exterior, asimismo se sugiere que los productores busquen estos programas y se preparen para presentarse ante ellos y puedan acceder a los financiamientos.
3. Se recomienda que los productores busquen capacitaciones en SENASA para el manejo de los controles en los tratamientos cuarentenarios los cuales son necesarios para ellos, también se sugiere al estado a promocionar más estas capacitaciones y puedan acceder la mayor cantidad de productores.
4. Se sugiere a los productores y colaboradores a llevar cursos de inteligencia comercial y los ayuden a utilizar herramientas de análisis, estadística y visualización de datos para una investigación previa a buscar su destino, esto le permitirá una correcta investigación de mercado.
5. Finalmente se sugiere a las empresas a participar en programas de promoción de ferias internacionales, ruedas de negocios y misiones comerciales desarrolladas por Promperú o entidades privadas como cámara de comercio de lima, sociedad nacional de industrias Adex, etc. Con la finalidad de conocer agentes comerciales, empresas importadoras de productos y hasta cerrar negocios en el mercado internacional.

## Referencias

- Ángeles, A. A. & Llanos, G. I. (s. f.). Factores macroeconómicos que influyen en el desempeño de las exportaciones peruanas de mango fresco al mercado de Estados Unidos durante el periodo 2009-2019 [Tesis título profesional]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Herrera, D. S. (s. f.). Análisis de los mercados potenciales para la exportación del mango ecuatoriano [Tesis título profesional]. Universidad de Especialidades Espíritu Santo.
- Fow, G. (s. f.). A Factores de diferenciación en la exportación de mangos frescos por los agricultores del distrito de Mojeque–Ancash al mercado estadounidense-2017 [Tesis título profesional]. Universidad Cesar Vallejo.
- Medina, A. (s. f.). Impacto de las exportaciones de mangos frescos en el crecimiento económico del Perú para los años 2015-2018 [Tesis Bachiller]. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Ramos, J. M. & Carbajal, A. M. (s. f.). Factores determinantes en las exportaciones peruanas de mango a Países Bajos durante el periodo 2013 – 2018 [Tesis título profesional]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Yang, S., Panjaitan, B., Ujiie, K., Wann, J. & Chen, D. (2021, enero). Comparison of food values for consumers' preferences on imported fruits and vegetables within Japan, Taiwan, and Indonesia. ELSEVIER. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104042>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s. f.). Resultados de Exportaciones Perú 2021 [Diapositivas]. Exportemos.pe. <https://recursos.exportemos.pe/resultados-exportaciones-peru-2021.pdf>
- Muestreo y tamaño de muestra para una tesis. (s. f.). TESISCIENCIA. Recuperado 24 de noviembre de 2022, de <https://tesisciencia.com/2018/08/29/muestreo-muestra-tesis/>

## Anexos

### Validación 1

#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	RAFAEL MARTEL ACOSTA
Cargo:	DTP
Institución /Empresa:	UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

#### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una "X" dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			x	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			x	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			x	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			x	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			x	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			x	

Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			x	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			x	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			x	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			x	
<b>CONTEO TOTAL</b>				30	
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		<b>C</b>	<b>B</b>	<b>A</b>	<b>TOTAL</b>

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

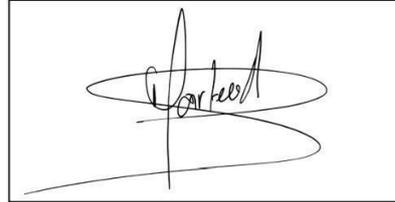
**Coefficiente de  
validez:**

$$\frac{A+B+C}{30} = 1$$

**CALIFICACIÓN GLOBAL**

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena



Firma del validador

Lima, 04 de mayo del 2023

## Validación 2

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**  
**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	CARLOS GABRIEL BALCAZAR MARTIN
Cargo:	DOCENTE
Institución /Empresa:	UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

**ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una "X" dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	

Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
<b>CONTEO TOTAL</b>				30	
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		<b>C</b>	<b>B</b>	<b>A</b>	<b>TOTAL</b>

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

**Coficiente de validez:**

$$\frac{A+B+C}{30} = 30/30=1$$

**CALIFICACIÓN GLOBAL**

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena



Firma del validador

Lima, 6 de mayo del 2023

### Validación 3

#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	MARIA OLIVIA PACHAS FUENTES
Cargo:	DOCENTE
Institución /Empresa:	UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

#### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una "X" dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	

Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
<b>CONTEO TOTAL</b>				30	
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		<b>C</b>	<b>B</b>	<b>A</b>	<b>TOTAL</b>

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

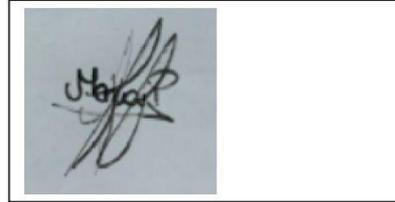
**Coficiente de  
validez:**

$$\frac{A+B+C}{30} = 30/30=1$$

**CALIFICACIÓN GLOBAL**

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena



Firma del validador

Lima, 05 de mayo del 2023