



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN LIMA 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autor:

Diana Marjorie Quiroz Velasquez  
Alicia Aldeida Mendoza Cochachin

Asesor:

Mg. Pedro Alfonso Velásquez Tapullima

Lima - Perú

2019

## APROBACIÓN DE LA TESIS

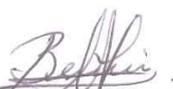
El asesor **Mg. Pedro Alfonso Velásquez Tapullima** y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por los Bachilleres **Diana Marjorie Quiroz Velásquez** y **Alicia Aldeida Mendoza Cochachin**, denominada:

**“FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN LIMA 2019”**



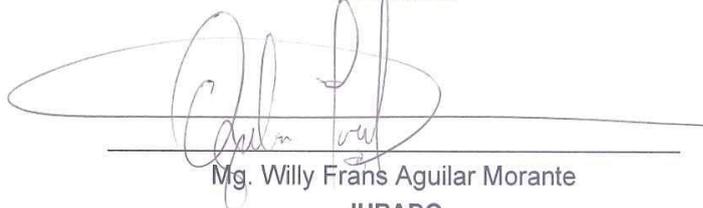
---

Mg. Pedro Alfonso Velásquez Tapullima  
**ASESOR**



---

Mg. Berenice Cajavilca Gonzales  
**JURADO  
PRESIDENTE**



---

Mg. Willy Frans Aguilar Morante  
**JURADO**



---

Mg. Guillermo Juniors Morales Benavides  
**JURADO**

## DEDICATORIA

A Dios, por ser la Guía durante todo este proceso de la investigación porque sin él nada de esto sería posible.

A mi mejor amigo que a pesar de la distancia me demostró que se debe entregar todo lo que uno tiene para ser el mejor, y que el único límite es el cielo.

Marjorie.

A Dios, por darme la vida, las fuerzas y el conocimiento.

A mis padres con mucha estima y gratitud.

A mis hermanos y a todos aquellos que me estiman y admiran, con cariño.

Alicia.

## AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a la Universidad Privada del Norte por haberme aceptado a ser parte de ella, como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para continuar adelante.

Agradezco también al Mg. Pedro Velásquez, por haberme brindado la oportunidad de pertenecer a su grupo, de contar con su capacidad y conocimiento científico, y por la paciencia que tuvo para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

Agradecer a aquellas empresas que fueron encuestadas de manera anónima, por el tiempo dedicado a respondernos los correos y contestar las insistentes llamadas que se hizo durante la recolección de la información.

Agradezco a las personas más importante e influyentes en mi persona que con su motivación, admiración y confianza hicieron que esta investigación sea un reto a seguir desarrollando, sin su ayuda nada de esto sería posible.

Y para finalizar, agradezco a todos los que creyeron en mí y estuvieron siempre presentes en el proceso de esta investigación brindándonos su apoyo incondicional y animándonos a seguir luchando.

## Tabla de contenidos

<b>APROBACIÓN DE LA TESIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>vi</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>vii</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>36</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>41</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>58</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>62</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>65</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Volumen de exportación de arándanos.....	25
Tabla 2: Principales mercados destino de arándanos. ....	26
Tabla 3: Principales Mypes exportadoras. ....	27
Tabla 4: Variable 1.....	32
Tabla 5: Variable 2.....	33
Tabla 6: Esquema correlacional.....	37
Tabla 7: Valores de Alfa de Cronbach.....	41
Tabla 8: Resultados variable 1.....	41
Tabla 9: Resultados variable 2.....	42
Tabla 10: Prueba de normalidad.....	51
Tabla 11: Prueba de correlación hipótesis general.....	53
Tabla 12: Correlación hipótesis 1.....	54
Tabla 13: Correlación hipótesis 2.....	55
Tabla 14: Correlación hipótesis 3.....	56

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal evaluar la relación que existe entre los factores claves para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019. El instrumento empleado en esta investigación fue a través de una encuesta anónima, la cual consistía de 48 preguntas, estas fueron agrupadas en 2 partes, el primer grupo contenía 29 preguntas correspondientes a la primera variable, y el segundo grupo contenía 19 preguntas que conformaban a la segunda variable. El diseño es no experimental, descriptiva, correlacional. La población estuvo conformada por las Mypes de la región Lima y la muestra por el personal del área comercial de las Mypes. Gracias a la recopilación de información se pasó a comprobar mediante el sistema estadístico Statistical Package Social Sciences (SPSS); como principales resultados, se obtuvo que existe relación positiva entre ambas variables planteadas en esta investigación, además, que los empresarios si identifican los factores claves para la exportación como también los procedimientos para acogerse al drawback. Se recomienda tomar en cuenta los resultados mencionados en esta investigación por ser sustentables para la mejora del país.

**Palabras clave:** Factores de exportación, drawback, arándano, Mype.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### I.1. Realidad problemática

Las Mypes mundialmente representan una parte fundamental de crecimiento para los países, son los que impulsan las fuerzas económicas y generación de empleos, inclusión social y lucha contra la pobreza. Según la Corporación Financiera Internacional (IFC), estas representan más de la mitad de los puestos de trabajo en cada país, y en algunas zonas rurales son únicas fuentes de empleo para sus habitantes; su participación en el empleo total es comparable al de las grandes empresas. Banco Mundial (2016). La ONU reconoce el papel fundamental que juegan las microempresas dentro de la economía mundial y su importancia en la reducción de la pobreza y fomento del desarrollo en los países en crecimiento. Presentar y describir el problema de investigación. Integrar antecedentes de investigación, definiciones conceptuales y datos que permitan sustentar con claridad y precisión el problema de investigación.

A pesar de que las microempresas (Mypes) cumplen un rol muy importante y trascendental en un país carecen de conocimiento sobre el manejo empresarial, la gestión de negocios el cual le conlleva a la baja productividad, endeudamiento por elevado financiamiento de crédito por falta de capital de trabajo, demasiada informalidad debido a los trámites administrativos complejos ya que los emprendedores desconocen los procedimientos para acceder a beneficios otorgados por el estado, desconocen las estrategias de la mercadotecnia, no realizan estudios de mercado, falencias con la atención a los clientes, deficiencias en cuanto a control y

contratación de personal. Debido a esas circunstancias es que las Mypes afrontan muchos desafíos y se vuelven pocos competitivos por falta de eficiencia.

Con la finalidad de potenciar los factores de crecimiento el Banco Mundial ofrece iniciativas internacionales, así como la Cumbre Mundial del Emprendimiento que desempeña funciones fundamentales en la identificación de enfoques innovadores que apoyen a los emprendedores que están orientados al crecimiento como el grupo que apoya a las microempresas facilitando acceso al financiamiento, capacitación adecuada para el desarrollo de las habilidades empresariales y facilitación del comercio, el apoyo y enfoque del gobierno, ministerios e instituciones involucradas planteen un plan político para promocionar a las Mypes e introducirlas en la actividad exportadora aprovechando las oportunidades y potenciando sus recursos. Los beneficios que brinda el estado son Sepymex programa que está enfocado a impulsar y brindar apoyo a las pequeñas y medianas empresas exportadoras, otorgando un seguro como garantía a los créditos pre-embarque que contraten con las empresas financieras, este programa fue creado por el MEF que asigna a COFIDE como administrador, los acuerdos comerciales, el programa de apoyo a la internacionalización (PAI), que cuenta con recursos para cofinanciar actividades orientadas a reafirmar, fomentar e incentivar el proceso de internacionalización, apoyo en asistencia y promoción que consiste en brindar capacitaciones y ruedas de negocio, el drawback un beneficio tributario a favor del exportador, que tiene una contribución muy significativa para las empresas que la aplican en sus exportaciones.

Esta investigación se hace con la finalidad de conocer sobre las falencias que generalmente tienen las pequeñas empresas exportadoras en la Región Lima, el grado de conocimiento a los procedimientos de exportación y las dificultades con las que se encuentran al momento de acceder a beneficios a favor de las Mypes que otorga el estado peruano, dentro ello también se evaluará la formalidad en que trabajan cada una de estas pequeñas empresas y conocer si identifican bien sus factores claves para la exportación.

### **Antecedentes**

En Guayaquil - Ecuador 2019, Alba y Bajaña realizaron una investigación sobre el Análisis de los Factores que influyen en la exportación de Camarón en la Comercial Pesquera Cristiansen, teniendo como objetivo general analizar los factores que influyen en la exportación de camarón en la empresa Comercial Pesquera Cristiansen; como objetivos específicos: Determinaron datos estadísticos de la demanda de camarón en el mundo, Identificaron la capacidad productiva del camarón en la empresa comercial pesquera Cristiansen, como también Desarrollaron un Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa. La hipótesis general si la empresa Comercial Pesquera Cristiansen conoce la importancia respecto a los factores que influyen en la exportación. Para esta investigación cualitativa, exploratoria descriptiva consideraron como población y muestra a los empleados de la empresa Comercial Pesquera Cristiansen. Los instrumentos que utilizaron fueron una entrevista. Los autores concluyeron que uno de los principales pasos al momento de tomar la decisión de exportar es el de realizar una investigación de los factores internos y externos de la empresa; Una compañía debe mantener estrategias internacionales constantes por factores externos como lo es en relación a la ventaja relativa del país y lo que respecta a recursos, desastres naturales y economía. También es considerado como factores externos el mercado internacional donde debe ser analizado la legislación, situación económica del mercado, demanda entre otros. Además, se determinó en la investigación que Ecuador exporta 16.6% entre los productos de exportación no petroleros.

En Córdoba-Argentina Marcos (2010), en su investigación sobre Los Factores Claves de éxito de los Consorcios de Exportación de Productos primarios en la provincia de San Juan; señaló como Objetivo General, el determinar los factores claves de éxito de los consorcios de exportación de productos primarios en la provincia de San Juan. Específicamente sus objetivos fueron Estudiar la figura de los consorcios de exportación. Definir el consorcio de exportación como una forma de internacionalizar a las empresas. Describir las diferentes legales que puede tomar un consorcio de

exportación. Analizar la situación de los consorcios de exportación en la provincia de San Juan. Determinar la capacidad del consorcio de gestionar exportaciones de forma eficiente. Comparar los consorcios de exportación estudiados, verificando la performance de cada uno teniendo como base los factores claves de éxito.

El autor concluyó en, que los consorcios de exportación se encuentran en óptimas condiciones y el cual les favorece mucho a las empresas que lo conforman ya que comparten experiencias, reducen costos y así afrontan exportaciones de mayor volumen convirtiéndose más competitivos sin embargo, no cuentan con apoyo del estado; y que los factores claves tales como el compromiso de los socios, las competencias del gerente, la aplicación de políticas estrictas de calidad, la figura jurídica y la asistencia estatal permitirán reforzar la estructura consorcial y permitan el buen financiamiento.

En un artículo de la revista de Economía Pública, Social y Cooperativa realizaron una investigación el año 2014 sobre los Factores determinantes para la exportación en las empresas cooperativas oleícolas andaluzas. Sus hipótesis afirmaban que, La antigüedad de la cooperativa oleícola no es determinante para su actividad exportadora, el tamaño de la cooperativa era un factor determinante para su participación en los mercados internacionales, , La realización de cursos TIC por parte de los empleados fijos en oficina favorecían la inserción de las empresas en el comercio exterior, El nivel académico de los altos cargos de la administración condicionaban la presencia de éstas en los mercados internacionales, La elevada edad de los máximos responsables de las cooperativas condicionaba negativamente la actividad de las empresas, Las sociedades cooperativas oleícolas que realizan ventas a través del comercio electrónico son más propicias a exportar. Para la elaboración de ese estudio consideraron a las sociedades oleícolas andaluzas dedicadas a la comercialización de aceite de oliva, siendo el total de empresas 1029, 408 de ellas eran sociedades cooperativas, y de éstas 213 disponían de sitio web, pero solo se obtuvo 125 respuestas.

Los autores concluyeron en, que han podido validar 5 de las 6 hipótesis que plantearon en su investigación, es decir, que el cierre de operaciones de exportación por parte de las cooperativas está vinculado con el tamaño de éstas, por lo tanto, el análisis que realizaron los llevó a rechazar su hipótesis número 5 ya que no existe correspondencia entre la edad del máximo responsable de la administración de la cooperativa y su participación en el comercio exterior. Su estudio les permitió identificar los aspectos claves que deben tener en cuenta las cooperativas para impulsar su salida al exterior y de esa manera accedieran a nuevos mercados y aprovechen las oportunidades que provienen de los países desarrollados.

Los resultados que obtuvieron en su investigación han reafirmado las determinantes que fueron destacadas en investigaciones anteriores.

### **Nacionales**

En Lima-Perú (2017) Huapaya, en su tesis sobre Los Factores a Considerar para la Exportación de Arándanos Frescos al Mercado Alemán, 2017; señala como Objetivo General, el determinar los factores que incrementan la exportación de arándanos frescos al mercado alemán 2017. Específicamente sus objetivos son analizar el factor económico en Costos de Producción, costos de exportación, sobrecostos y seguridad. Evaluar el factor de producción en tres aspectos relevantes: variedades de arándanos, demanda del producto y tecnología usada. Identificar componentes del factor logístico: tratamiento (servicios de frío y empaquetamiento), carga y descarga, transporte, tramites, certificados e inspecciones, almacenaje y procesos portuarios. Evaluar el factor de reducción de precios: sobreproducción, malas prácticas y demanda del producto.

La población, de la siguiente investigación estuvo conformada por 978 empresas exportadoras agropecuarias. Para la toma de la muestra seleccionaron a 61 empresas de tipo agroexportadoras, con exportación de arándanos. El tipo de muestreo asumido es el no probabilístico de tipo “criterial”. Este estudio tiene un diseño “No experimental descriptivo”. Es decir, se describe situaciones y eventos de determinados fenómenos. Finalmente, concluyó que: el costo de producción asciende la USD \$ 97,335 para 2 hectáreas. Los costos constituyen un total de USD\$ 946 considerando

que este importe está incrementado debido a los sobrecostos y gastos. También, se comprobó que la variedad más exportada es la de tipo Biloxy con el 90% de la producción considerando 10 toneladas por hectárea, la demanda de arándano se da entre setiembre a diciembre. Además, requieren aumentar la flota de transporte especializado en frío, como también, implementar los contenedores tipo reefer, reducir los periodos de tiempos para realizar los trámites de certificaciones, exportación y reducir los pagos por sobrecostos logísticos que en la actualidad son de 2 a 1 en relación al pago de los costos; existían diferencias significativas entre las variables de capacitación en el aspecto de habilidad, siendo el más eficaz el método presencial.

Se considera que el trabajo realizado por Huapaya confirma las hipótesis planteadas al inicio de esta investigación, la cual demuestra que las exportaciones de arándanos van en crecimiento gracias a que el Perú posee grandes ventajas.

En Lima – Perú (2017), Chipana Keila y Velarde Solange, en su tesis titulado “Factores que impulsan a la Exportación de Arándanos frescos de la región de Lima” presentado para obtener el grado de licenciado en Administración y Negocios Internacionales plantearon como objetivo general determinar los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos en la región Lima. El diseño utilizado es no experimental, con un enfoque cualitativo y un alcance explicativo. Su población fue las Mypes exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima siendo el total de 32 y la muestra de 20 Mypes. Los resultados de esta investigación fueron que la demanda si contribuye a impulsar a las exportaciones de una Mype y concluyeron que el incremento de las exportaciones de arándano ha sido intenso debido a diversos factores que impulsan a la exportación y la alta demanda en los últimos 5 años que a generado que la producción de arándano sea destinada principalmente a las exportaciones, otro factor es también el precio debido que está relacionado con la estacionalidad que permite obtener un precio con un margen de utilidad considerable lo cual representa una ventaja competitiva en nuestro país.

Rocha y Tafur (2018), en su investigación titulada “Factores claves para la exportación de cacao orgánico por parte de los pequeños productores en la provincia de Marañón – Huánuco”, tuvieron como objetivo determinar los factores claves que influyen en la exportación de cacao orgánico. Para la investigación utilizaron un diseño descriptivo para identificar y describir los principales factores que incurren en la exportación de cacao orgánico y mediante el diseño descriptivo simple, se señaló, la manera que influye cada factor en la obtención de una adecuada oferta exportable y además se desarrolló una estrategia empresarial para obtener una posición competitiva en el mercado internacional. Donde su población estuvo conformada por los productores de cacao de la Provincia de Marañón – Huánuco, el tamaño de la población asciendió a 1, 280 productores de cacao y tuvieron como muestra a 124 productores de cacao. Como resultado de su investigación concluyeron que los factores claves si están relacionadas a la exportación y crecimiento empresarial.

Celiz (2013) en su investigación titulada El drawback y su Incidencia en la liquidez de la empresa Exportadora Peruverde S.R.L. de la Ciudad de Trujillo periodo-2012. El objetivo general que tenía era Analizar el drawback y su incidencia en la liquidez de dicha empresa. Los objetivos específicos fueron Determinar el nivel de exportaciones tradicionales y no tradicionales, así como también del drawback; Establecer las diferencias que existen entre las empresas que se acogen y no al Régimen Aduanero drawback, señalar si éste mejora la situación financiera de la empresa, e identificar las dificultades de la empresa al momento de solicitar el drawback. Su hipótesis afirma que El drawback incide de manera positiva en la liquidez de la empresa. La población de este estudio está conformada por Empresas Exportadoras de la Ciudad de Trujillo. Para la muestra, escogieron a la empresa Exportadora Peruverde S.R.L. El diseño utilizado es descriptivo y para contrastar la hipótesis empleó el Diseño de Sucesión o en Línea. La investigación obtuvo resultados positivos al confirmarse la hipótesis planteada al inicio de la investigación. Se logró determinar que el drawback genera liquidez inmediata a la empresa. Finalmente, sus conclusiones son: las exportaciones además de generar ingresos para un país que traen mecanismos legales como el drawback, también resulta ser muy beneficioso para mejorar la imagen de una

empresa. El drawback actúa como factor influyente en la liquidez de la empresa ya que es muy notorio la diferencia de acogerse o no acogerse al beneficio del drawback. Los beneficios del drawback son muy alentadoras y favorables ya que aumenta la utilidad contable para las empresas productoras exportadoras. Hay diferentes motivos por los cuales las empresas no se acogen al régimen del drawback ya que el bien importado que fue utilizado para la producción no califica legalmente como insumo para el derecho de restitución arancelaria drawback.

En la investigación de grado realizado por (Pérez Espinoza, 2018) planteó como objetivo general analizar la incidencia del drawback en las exportaciones no tradicionales del Perú en el período 1990 – 2013, y como objetivos específicos “Determinar la repercusión del drawback en el crecimiento del valor de las exportaciones no tradicionales totales en el periodo 1990 – 2013, como también Medir el nivel de impacto del drawback por principales sectores económicos en las exportaciones no tradicionales principales sectores en el período 1996 – 2013 y además Analizar la influencia del drawback por las principales empresas beneficiarias en el valor de las exportaciones no tradicionales de las empresas beneficiarias”; teniendo como hipótesis general El drawback incide directamente en el crecimiento de las exportaciones no tradicionales totales en el periodo 1990 a 2013. La primera hipótesis específica es ver si El drawback repercute positivamente en el crecimiento del valor de las exportaciones no tradicionales totales, la segunda hipótesis es ver si El drawback por principales sectores económicos impacta significativamente en el nivel de las exportaciones no tradicionales, y por último la tercera hipótesis plantea de que El drawback por las principales empresas beneficiarias influye positivamente en el valor de las exportaciones no tradicionales de las principales empresas beneficiarias. El diseño de esta investigación fue de carácter causal, no experimental longitudinal en el periodo 1990 a 2013. Es no experimental debido a que no se ha utilizado la manipulación de los datos. Para la toma de la muestra se ha considerado como población el total de las exportaciones no tradicionales del país, en tanto que la muestra corresponde a las exportaciones no tradicionales que han recibido el drawback como mecanismo de promoción de exportadores. Como conclusión queda demostrado que el drawback generó una repercusión positiva, su impacto en el crecimiento de las

exportaciones ha sido significativo, como también su influencia ha sido positiva en el crecimiento del valor de las exportaciones de las principales empresas beneficiarias del drawback. Considero que la investigación realizada por Pérez ha demostrado que el drawback influye de manera positiva y que para ello se debe tener en cuenta al momento de exportar, ya que este régimen genera mayores beneficios a las empresas exportadoras.

En trabajos previos encontramos Duarte, Franklin (2011) en un comentario de la revista Contabilidad y Negocios del Departamento Académico de Ciencias Administrativas sobre el tema del drawback y su efecto sobre las exportaciones; comenta que este régimen forma parte de los mecanismos de promoción de exportación ya que consiste en el reembolso parcial o total respecto a los derechos de importación e impuestos cargados sobre los bienes o materiales contenidos en ellos o consumidos durante su producción. En este artículo señalan que este régimen se encuentra especificado internacionalmente en el anexo E.4 del convenio de Kioto de 1974, las tasas de restitución son decididas por los ministerios de economía de cada país en el marco de los principios de la Organización Mundial de Comercio.

Los beneficiarios de este régimen son las empresas exportadoras, se incluye tanto a personas naturales como jurídicas, que importen o hayan importado a través de terceros. Las condiciones para que los empresarios puedan acceder a este régimen es bajo la condición de que el producto exportado debe estar dentro del listado de partidas excluidas, el insumo importado debe pagar el 100% de los derechos, las empresas tienen solo 36 meses desde la fecha de numeración, el valor CIF no debe exceder el 50% del valor FOB, el producto a exportar no debe exceder el monto anual de US\$20 millones, el insumo extranjero no debe haber sido destinado a otro régimen aduanero, la solicitud debe presentarse dentro del plazo de 180 días

El autor concluyó, de que el drawback forma parte de la estrategia de promoción de exportaciones, el antecedente del drawback es el certex o certificado de régimen tributario; en el caso peruano el drawback es un régimen aduanero vigente desde 1995;

entre las industrias más beneficiadas se encuentran las textiles, agroindustria y pesca no tradicional.

### **Bases teóricas**

#### Factores claves para la exportación de arándanos

Son múltiples razones por las que un emprendedor opta por abrirse al mundo y una de ellas es la internacionalización. Fagundo (2016) afirma: “Cuando una Mype cuenta con la capacidad logística de abastecimiento es entonces el momento de empezar a internacionalizarse aún mejor si es que ya ha identificado oportunidades de negocio en los países extranjeros” es ahí en donde debe tener en cuenta los factores claves de exportación y así emprender su proyecto exportador.

Chesbrough (2005), por su parte, indica que la antigüedad de una empresa es un factor desencadenante ya que a lo largo del tiempo han adquirido una actitud innovadora por el contacto con otras empresas.

La consultora Maximixe (2019), reveló que, gracias al factor de mejores condiciones climatológicas, la producción de arándano crecería en 50% en las regiones de La Libertad y Lambayeque, y por ende la exportación de esta fruta crecería en 60.2%, alcanzando US\$885 millones. Esto se debería a mayores envíos al mercado estadounidense, seguido por Países Bajos y China.

### **Importancia de los factores claves**

Para las empresas son de vital importancia identificar cuáles son los factores claves para que de esta manera puedan ir potenciando sus recursos y que mejor que dándose a conocer en la participación de exposiciones, ferias internacionales del mundo. El internacionalizarse no se da de manera inmediata, porque desde un principio este proceso suele ser gradual ya que las exportaciones o importaciones se realizarán de manera ocasional. Diario del exportador (2016)

Entre estos podemos resaltar que:

Al tener mayor demanda mejoran la rentabilidad de la empresa.

Mejoran la imagen de la empresa.

Incrementa la capacidad productiva.

Diversificar riesgos comerciales.

Aumentar la independencia de los ciclos económicos del mercado local.

Disminuir costes aumentando la eficiencia productiva.

Crecimiento empresarial.

Generación de empleos.

Incremento de clientes potenciales. Diario del Exportador (2016)

### **Beneficios de los factores claves**

Considerando el factor externo de una empresa:

El incremento de pedidos de compra del mercado exterior.

Diversificación de riesgos.

Accesos a mercados grandes y de diversos gustos.

Oportunidad de ofrecer productos o servicios en una mayor dimensión respecto al mercado interno.

Posibilidad de obtener mejores precios y mayor rentabilidad.

Obtener competitividad en precio, gracias a los acuerdos comerciales internacionales.

Disminución de carga tributaria generada por los impuestos locales.

Posibilidad de conseguir mejores precios y mayor rentabilidad.

Adquirir competitividad en precio, gracias a los acuerdos comerciales internacionales.

Posicionamiento de la imagen de la empresa en el mercado extranjero. Mincetur (marzo, 2012)

Considerando el factor interno:

Incremento del capital y mejoras en la liquidez empresarial.

Mejor motivación a los trabajadores a través de incentivos de salarios.

Maximiza la producción. (Diario gestión, 2018)

## **Desventajas**

Impaciencia del exportador al no ver los resultados en un corto plazo

## **Los factores claves de exportación se pueden dimensionar en:**

### **Demanda internacional de arándano**

En este apartado nos inclinamos a informar sobre la demanda del consumo de arándanos, el cual a nivel mundial ha crecido considerablemente ya que el consumidor tiende a buscar productos naturales y saludables, de tal forma que los países productores del blueberry suman éxitos en cifras de exportación el cual conlleva a un proceso de especialización en el cultivo para rentabilizar al máximo la producción de arándano para abastecer la demanda mundial y buscar nuevos mercados para la introducción de este fruto.

MINCETUR (2012) señala que, la demanda es la cantidad de bienes o servicios que solicita o desea un determinado mercado. Además, permite a la empresa conciliar la oferta versus las necesidades del mercado.

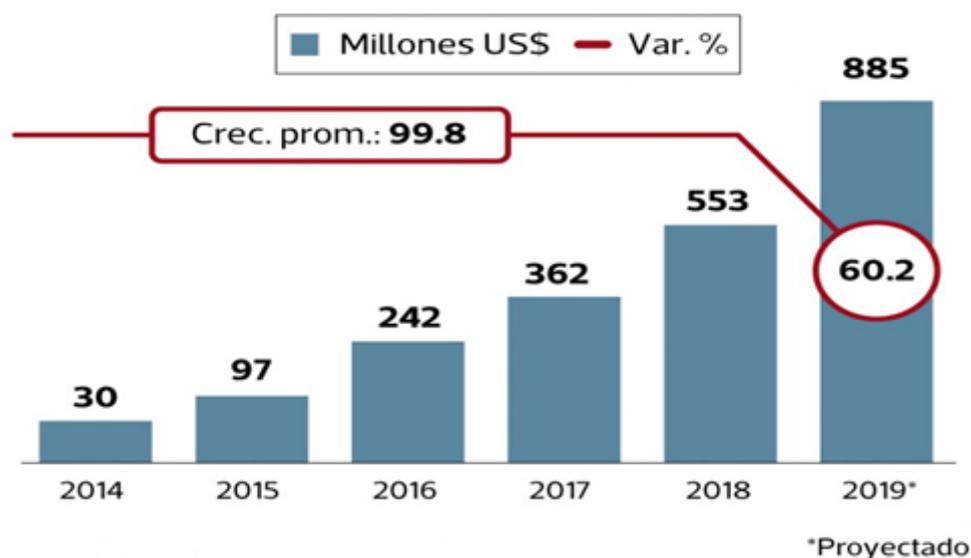
Fisher y Espejo (2014) afirman que la demanda representa las cantidades de un dicho producto que las empresas pueden producir para ofrecer a los consumidores que estén dispuestos a adquirir de acuerdo a los precios establecidos por el mercado.

Los mercados que consumen tradicionalmente Arándanos son Estados Unidos, Rusia, Alemania, Reino Unido, etc. La decisión de consumo es debido a sus propiedades muy enriquecedoras, así como el contenido de vitaminas, minerales y antioxidantes, el consumo de arándanos se muestra en crecimiento continuo y debido a la demanda nuestro país se prepara para proyectarse a incrementar sus cultivos para abastecer a nuevos mercados.

En nuestro país la producción de arándanos ha ido evolucionando de manera acelerada a pesar de que su primer cultivo en nuestro país fue en el año 2008 con una plantación de solamente 10 hectáreas en el campo de Arequipa que en aquel entonces los agricultores no obtuvieron buenos resultados, seguidamente fueron especializándose en el tratamiento de cultivo de arándanos y en cuatro años se dio un vuelco a los primeros resultados con la existencia de un gran profesionalismo en el tratamiento del cultivo de arándano y la capacidad de cultivo va en crecimiento ya que son da vez en más las regiones donde se cultiva son: Arequipa, Cajamarca, Ancash, Lambayeque, La Libertad y la parte sierra de Lima que cuentan con una producción de 4,134 hectáreas. Agencia peruana de noticias (2012)

**Figura 1**

*Evolución anual de exportaciones de arándanos (Millones US\$)*



Fuente SUNAT. Elaboración Maximixe

**Tabla 1**

VOLUMEN DE EXPORTACION DE ARÁNDANOS		
<b>Partida arancelaria:</b>	<b>0810.40.00.00 arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos.</b>	
<b>MES</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN  
DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL  
DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN  
LIMA 2019

	FOB	KILOS	PREC. PROM	FOB	KILOS	PREC PROM.
<b>Enero</b>	53,788,530	9,325,885	5.77	28,735,655	5,080,968	5.66
<b>Febrero</b>				14,149,194	2,420,125	5.85
<b>Marzo</b>				5,816,998	884,619	6.58
<b>Abril</b>				538,264	75,003	7.18
<b>Mayo</b>				432,869	46,844	9.24
<b>Junio</b>				602,889	51,174	11.78
<b>Julio</b>				9,030,033	1,252,425	7.21
<b>Agosto</b>				48,129,998	6,137,444	7.84
<b>Septiembre</b>				111,939,693	12,986,003	8.62
<b>Octubre</b>				170,811,956	21,011,066	8.13
<b>Noviembre</b>				93,131,517	13,125,816	7.10
<b>Diciembre</b>				70,692,849	10,704,920	6.60
<b>TOTALES</b>	<b>53,788,530</b>	<b>9,325,885</b>	<b>5.77</b>	<b>554,011,915</b>	<b>73,776,407</b>	<b>7.51</b>
<b>PROMEDIO MES</b>	<b>53,788,530</b>	<b>9,325,885</b>		<b>46,167,660</b>	<b>6,148,034</b>	
<b>% CREC. PROM.</b>	<b>17%</b>	<b>52%</b>	<b>23%</b>	<b>56%</b>	<b>72%</b>	<b>-10%</b>

Fuente Sierra exportadora. Elaboración propia

Este fruto según el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, el arándano tiene como partida arancelaria o código armonizado 0810.40.00.00 designado para los arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos. SIICEX. (2019). Ver anexo 1.

Para determinar la demanda de un producto necesitamos identificar cuáles son sus indicadores:

Características de los arándanos a exportar, el arándano de color morado se ha convertido en la Berry más demandada y consumida alrededor del mundo, tal como se muestra en la tabla a continuación de los principales mercados destino:

**Tabla 2**

<i>Principales mercados destino de arándanos US\$ FOB MILES</i>		
<b>Partida arancelaria:</b>	0810.40.00.00 arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos.	
	2019	2018
		2017

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN  
DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL  
DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN  
LIMA 2019

PAÍS / AÑO	(Enero - Marzo)	(Enero - Diciembre)	(Enero - Diciembre)
<b>Canada</b>	1,296.00	13,868.00	7,558.00
<b>Spain</b>	563.00	20,965.00	5,137.00
<b>China</b>	2,654.00	33,006.00	33,714.00
<b>United Kingdom</b>	7,879.00	56,598.00	37,956.00
<b>Netherlands</b>	10,094.00	123,144.00	95,173.00
<b>United states</b>	1,296.00	13,868.00	7,558.00

Elaboración propia. Fuente SUNAT

Competencia entre empresas comercializadoras de arándanos frescos; entre las empresas exportadoras de esta fruta que destacan en nuestro país son:

**Tabla 3**

<b>Principales Mypes exportadoras de arándanos de la región Lima</b>			
<b>Partida arancelaria:</b>	0810.40.00.00 arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos.		
<b>Empresas / Año</b>	2019	2018	2017
	(Enero - Marzo)	(Enero - Diciembre)	(Enero - Diciembre)
<b>Camposol S.A.</b>	24,908.00	173,299.00	114,558.00
<b>Hortifrut - Per S.A.C</b>	11,209.00	69,381.00	0.00
<b>Hortifrut - Tal S.A.C</b>	20,325.00	58,852.00	46,560.00
<b>Agrícola Santa Azul</b>	1,481.00	35,181.00	24,520.00
<b>HFE Berries PERU S.A.C.</b>	5,178.00	31,121.00	6,418.00

Elaboración propia. Fuente SUNAT

Tendencia del consumo de arándanos a nivel mundial, esta fruta por tener una gran cantidad de vitamina C, fibra y potasio es que en los últimos 5 años el consumo del arándano ha crecido exponencialmente.

El arándano o blueberry es consumido en los países norteamericanos tales como E.E.U.U. y Canadá, en Japón y en algunos países europeos; entre los países norteamericanos el mayor consumidor es Estados Unidos ya que constituye un gran mercado de más de 275 millones de consumidores y productores, además de eso, también exporta e importa este fruto. Este mercado consumidor ingiere este fruto en algunos casos como fruta fresca, otros de manera deshidratada o congelada; y al ser tan beneficioso y saludable es que es utilizado en aplicaciones industriales tan diversas como productos farmacéuticos, colorantes, pastelería, néctar, purés, mermeladas, salsas, helados, yogurts, golosinas, conservas, etc.

### **El precio**

Según Porter (1998) “Una empresa para diferenciarse exige un precio superior, y el vender más de su producto le servirá como amortiguante creando bases de sustentabilidad durante caídas cíclicas y temporales” (p. 138).

Para Philip Kotler, el precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio, es un elemento flexible que puede tener cambios o ser modificado rápidamente; por lo tanto, los indicadores de la estimación del precio podrían agruparse en:

Mecanismos para fijar precios, la fijación del precio de un producto es de suma importancia ya que por más mínima que sea la variación afecta directamente a la rentabilidad de una empresa, entonces para ello el empresario debe tomar en cuenta cuales son los objetivos que desea alcanzar, como también el tipo de producto que se va a exportar. (Kotler & Armstrong, 2014)

Decisiones de precio, una vez teniendo claro lo descrito en el párrafo anterior, se debe identificar cuáles son los costos invertidos en la elaboración del producto a exportar como también demanda del producto

Precio promedio, es aquel que se estima considerando el precio que tiene la competencia y a la vez fijándose en el precio de venta en el mercado internacional.

Comparación de precios, David Ricardo señala que los bienes y servicios son comercializados bajo un precio estándar en el mercado.

### **Estacionalidad del producto,**

Se debe tener en cuenta las características del producto. Zuluaga (2012) afirma: “La estacionalidad es la propiedad que tiene un producto para ser vendido en ciertos períodos específicos”, para evitarlo, “el empresario debe crear productos que no estén sujetos al vaivén del mercado, sino que sean de necesidad permanente”

Según Villalva director de Horticultura de la empresa Projar (2019), “Perú cuenta con una capacidad geográfica para producir arándanos durante todo el año esto se debe a la diversidad del clima que posee nuestro país y es por ello que podemos cultivar arándanos en todo el año”. Los arándanos crecen en climas moderados, necesitan entre 400 y 1200 horas frío con un umbral de 7°C para que puedan cumplir su receso invernal, pero una vez que estas plantas rompen la latencia se vuelven más sensibles a las bajas temperaturas, es por ello que se debe conocer el período de heladas del sector y también el tipo de arándano a cosechar (rojo o azul).

Se debe tener en cuenta de que el arándano tiene raíces superficiales, fibrosa y de poca extensión, por esa razón es muy sensible al déficit y exceso de agua; es por ello que el suelo debe estar bien drenado y suelto, con buena materia de orgánica (3% a 5%). Se debe conocer la calidad del agua de riego y para ello se debe realizar un análisis microbiológico para asegurar de que el riego se llevara a cabo con agua de buena calidad y limpia.

La plantación del arándano se puede llevar a cabo en las estaciones otoñales o a inicios de primavera, se debe marcar distancia sobre hilera en que se hará la plantación, se le

debe colocar una malla anti malezas, y cada hoyo de la plantación debe medir 40 x 40 x 40cm. , a pesar de tener la ventaja de producir arándanos durante todo el año no es conveniente cosechar en las temporadas donde los grandes países importadores de nuestro producto se encuentra en plena cosecha por ende cuentan con producción interna y precios menores, es por ello que nuestra producción se adecúa con mayor fuerza para los meses de setiembre a noviembre de cada año ya que esta situación de producción estacional nos orienta a la exportación con destino a los mercados de Norteamérica y Europa meses en los que la producción para esos países es cero. (Agro negocios Perú)

## Figura 2

### El arándano



### Desglosando términos:

Factor, se conoce como un elemento condicionante que contribuye a lograr un resultado (RAE, 2016).

Exportación, envío o venta de productos del propio país a otro (RAE, 2016).

Para Lerma y Márquez, (2010) la exportación es una actividad muy fundamental en los negocios internacionales que consiste en vender productos o servicios en exteriores de los límites territoriales de un país al cual pertenece.

Necesariamente para hablar de negocios internacionales tiene que haber exportación de productos o servicios para garantizar el crecimiento de un país.

Duarte, (2008), en su libro Fundamentos de Comercio Internacional, la exportación es la salida de manera formal y legal de una mercancía o un servicio para un cliente determinado que se encuentre ubicado fuera del territorio aduanero quien hará que la mercancía recibida sea nacionalizada y comercializada en el país donde se encuentra.

La exportación es un medio con las que deben contar las empresas para crecer y ampliar su mercado, incrementando sus ventas y generando mayores utilidades para la empresa (Daniels, Radebaugh, y Sullivan, 2010, p.204).

Las exportaciones son bienes o servicios enviados a otra parte del mundo, con finalidades comerciales; es un régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre comercialización que se envían fuera del territorio aduanero, para uso o consumo definitivo en el exterior las cuales no están afectadas a ningún tributo en el mercado local. (Peruzzotti, 2008)

Teniendo en cuenta los términos podemos decir que todo empresario debe tener en cuenta cuales son los elementos claves que les permitirán alcanzar los objetivos trazados al iniciar el camino empresarial, los cuales lo hacen único al momento de competir en el mercado y para ello deben mirar hacia dentro del negocio.

Los elementos podrían ser:

Fortalezas y debilidades de la empresa

Demanda del producto en el país al que se desea exportar

Capacidad productiva de la empresa

Tendencias consumistas del arándano.

Competencia

Barreras de entrada al mercado

Normas de calidad

Prácticas de responsabilidad social empresarial.

Costos de exportación

Cambio de divisas

Consulta a los expertos. (Valda, 2012)

### **El Drawback**

Este régimen es básicamente un incentivo para las empresas productoras exportadoras, ya que les permite obtener como consecuencia de la exportación el 5% del valor FOB del producto exportado como devolución. MINCETUR (2012).

El régimen de restitución arancelaria, conocido como drawback, fue creado en el año 1995, este régimen es un medio por el cual al exportador le es devuelto el monto de los impuestos pagados por la importación realizada de materias primas, partes y componentes, envases y empaques, combustible entre otros materiales incorporados al producto que fue exportado o consumido durante su producción. SUNAT (2017).

Según la World Customs Organization u Organización Mundial de Aduanas (2006: 12) señala que el monto de los derechos e impuestos son devueltos bajo el procedimiento del drawback, el cual también es definido como el régimen aduanero por el cual, cuando los bienes son exportados, se prevé un reembolso total o parcial respecto a los derechos de importación e impuestos cargados sobre los bienes o materiales contenidos en ellos o consumidos durante su producción.

Munive (1995: 350) expresa que el régimen aduanero “drawback” es el reembolso o la devolución por el Estado (la Aduana) de los tributos (aranceles e impuestos) que gravaron la importación de insumos, materias primas, o bienes intermedios en general, cuando éstos luego de haberse sometido a procesos de transformación, elaboración o reparación, se llegan a exportar para su uso o consumos en el extranjero, con el objetivo de incrementar las exportaciones.

Sanchez, R. (2012) en su tesis Incidencia del drawback y el saldo a favor del exportador en la liquidez de la empresa agroindustrial ESCALCAP S.A. indica que las empresas exportadoras que se acogen a este régimen pueden ver las mejoras reflejadas en la parte contable, en la liquidez de la empresa de manera inmediata.

### **Empresas beneficiarias del Drawback:**

Según el autor en su tesis titulada indica que, las empresas productoras – exportadoras son aquellas que pueden acogerse a este régimen ya que elaboran o producen mercancías que posteriormente son exportadas y que dentro de su proceso de producción han consumido o utilizado insumos importados; de acuerdo a la ley las empresas productoras exportadoras pueden ser:

- Empresas que realizan la importación directa de los insumos o materias primas y la misma empresa se encarga de la transformación y exportación del producto final.
- Cuando el exportador final adquiere en el mercado local insumos y los utiliza en el proceso de industrialización, pero esos insumos fueron importados por un tercero.
- Empresas que adquieren el producto final a exportar encargando a un tercero su producción local pero que dentro del proceso de fabricación utilizó insumos importados beneficiados con este régimen “drawback”.

### **Los beneficios del drawback se pueden dimensionar en:**

#### **Cantidad de procedimientos aplicados**

Las empresas exportadoras que quieren acogerse a este beneficio deben de tener en cuenta que solo tienen 180 días útiles contados desde el día de embarque, y para ello deben indicar en la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) de exportación en el recuadro 7.28 el código asignado por la SUNAT según el tipo de régimen de la exportación; y las condiciones para acogerse según lo normado por el artículo 13 del decreto supremo 104-95-EF son:

El producto a exportar no debe estar dentro del listado de partidas excluidas.

El insumo importado debe pagar el 100% de los derechos arancelarios ad-valorem; los

Insumos: incluyen materias primas, productos intermedios, partes y piezas.

Materia prima: es toda sustancia, elemento o materia necesaria para obtener un producto.

Productos intermedios: son aquellos que requieren de procesos posteriores para adquirir la forma final.

Pieza: es aquella unidad cuya ulterior división física produzca su inutilización para la finalidad a la que estaba destinada.

Parte: conjunto o combinación de piezas, unidades por cualquier procedimiento de sujeción, destinado a construir una unidad superior.

Las empresas tienen 36 meses desde la fecha de numeración de la declaración de importación del insumo, vencido dicho plazo no es posible acogerse al drawback.

El valor CIF de los insumos no debe exceder el 50% del valor FOB del producto a exportar.

Las exportaciones no deben superar anualmente el monto de US\$20 millones por partida arancelaria o por empresa exportadora no vinculada.

El insumo extranjero no debe haber sido destinado a otro régimen aduanero de forma simultánea.

El valor mínimo a restituir es de US\$500 caso contrario se tiene 6 meses para acumularlo, vencido dicho plazo se pierde el beneficio.

Los insumos deben nacionalizarse cancelando el íntegro de los derechos arancelarios.

No incluyen insumos nacionalizados con exoneración arancelaria, admisión temporal

No incluye a combustibles o cualquier energético, ni los repuestos y piezas que se consumen o emplean en la obtención de dicho bien

La exportación se debe realizar dentro de los 36 meses siguientes a la fecha de importación. SIICEX (2019)

Teniendo claro las condiciones para acogerse al régimen del drawback, el beneficiario a través del portal web de la Sunat, en la opción Sistema de Despacho Aduanero y con su clave SOL, debe registrar la solicitud electrónica.

Una vez que el sistema valide los datos registrados, le generará un número de solicitud y dependiendo a ello le determinará en que selección “revisión documentaria” o “aprobación automática”, se encuentra el documento registrado, para luego ser informado mediante correo electrónico del beneficiario SOL.

Si en caso la solicitud registrada es seleccionada a “revisión electrónica”, el empresario tiene el plazo de dos días hábiles computados a partir del día siguiente de la numeración de la solicitud.

La documentación a presentar es:

Tener la solicitud impresa del sistema del portal web

Fotocopia de los documentos emitidos por el proveedor local correspondiente a compras internas de insumos importados.

Declaración jurada del proveedor local.

Fotocopia de la factura que acredite el servicio prestado en caso de que este sea de la producción o elaboración por encargo de los bienes que exporta.

Y, por último, deben entregar una documentación donde acredite la exclusión de las empresas vinculadas. SIICEX (2019)

### **Nivel de conocimiento de los procedimientos del drawback**

Según SUNAT (2017), Este régimen permite a las empresas productoras – exportadoras obtener la devolución de un porcentaje del valor FOB del bien exportado, el cual no debe superar al 50%, y para hacerlo efectivo los empresarios deben presentar:

Una copia simple de la DUA o DS de importación de insumos y de exportación.

La copia SUNAT de la factura de la compra por los productos importados de terceros con la Declaración jurada del proveedor donde indique que no se acogió a regímenes de perfeccionamiento, franquicias aduaneras, reexportación especial o rebajas cualesquiera de aranceles aduaneros.

En caso de mercancía elaborada con productos importados, debe presentar la copia SUNAT del proveedor, el cual acredita el cumplimiento de los requisitos mencionados y la respectiva Declaración jurada.

La copia de la factura en caso de elaboración o producción por encargo a un tercero.  
SUNAT (2017)

### **Grado de aplicación de las leyes aduaneras**

Mediante el reglamento de la ley general de aduanas publicado el 16 de enero de 2009, indican que la SUNAT podrá disponer de los documentos requeridos de manera equitativa a las personas jurídicas.

Aparte de ello, Regulan la relación jurídica establecida entre la SUNAT y las personas naturales o jurídicas, es parte del objetivo de la formulación de las leyes aduaneras.

Mediante (decreto legislativo N°1053, 2018), la ley general de aduanas tiene como objetivo agilizar aquellas operaciones que se encuentran ligadas al comercio exterior; Cómo también, adecuar la normativa aduanera a estándares internacionales.

Operacionalización de variables

**Tabla 4**

*Variable 1: Factores claves de exportación*

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Factores claves para la exportación de arándanos	Los factores son condicionantes que contribuyen al crecimiento tales como la demanda internacional, el precio y la estacionalidad del producto, y que con el tiempo se convierten en garantías para que una empresa tenga éxito en su sector.	Demanda internacional	Características de los arándanos a exportar	Likert
			Competencia sobre empresas comercializadoras de arándanos frescos.	
			Tendencia de consumo de arándanos a nivel mundial	
Factores claves para la exportación de arándanos	Los factores son condicionantes que contribuyen al crecimiento tales como la demanda internacional, el precio y la estacionalidad del producto, y que con el tiempo se convierten en garantías para que una empresa tenga éxito en su sector.	El precio	Mecanismos para fijar precios	
			Decisiones de precios	Likert
			Precio promedio de exportación	
Factores claves para la exportación de arándanos	Los factores son condicionantes que contribuyen al crecimiento tales como la demanda internacional, el precio y la estacionalidad del producto, y que con el tiempo se convierten en garantías para que una empresa tenga éxito en su sector.	Estacionalidad del fruto	Comparación de precios	
			Necesidad de Producción de arándanos frescos	Likert
			Ventajas de la estacionalidad de la producción peruana.	

Fuente: Chipana y Valverde (2015). FACTORES QUE IMPULSAN A LA EXPORTACIÓN (...)

**Tabla 5**

**Variable 2:** Régimen de restitución de derechos arancelarios - Drawback

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Régimen de restitución de derechos arancelarios DRAWBACK</b>	El drawback es un régimen que permite, obtener la devolución de un porcentaje del valor FOB del bien exportado; y que para ello el empresario debe tener un buen nivel de conocimiento de los procedimientos, el grado de aplicación de la ley aduanera y conocer la cantidad de procedimientos aplicados.	Cantidad de procedimientos aplicados	Efectividad de los procedimientos. Tasa de percepción de las principales beneficiarias del drawback.	Likert
		Nivel de conocimiento de los procedimientos del drawback	Conocimiento formal e informal Conocimiento de los trámites documentarios para acceder al drawback. Conocimiento del porcentaje del drawback.	Likert
		Grado de aplicación de leyes aduaneras	Eficiencia y eficacia	Likert

Fuente: Alarcón (2015) Procedimiento del régimen de restitución de derechos (...)

## **I.2. Planteamiento del problema**

### **I.2.1. Problema general**

¿Cuál es la relación entre los factores claves de exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima?

### **I.2.2. Problemas específicos**

¿Es la demanda internacional un factor clave para la exportación de arándanos y que beneficios le genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019?

¿Es el precio un factor clave para la exportación de arándanos y generador de beneficios del drawback a las Mypes de la región Lima 2019?

¿Es la estacionalidad del fruto un factor clave para la exportación de arándanos y generador de beneficios del drawback a las Mypes de la región Lima 2019?

## **I.3. Objetivos**

### **I.3.1. Objetivo general**

Evaluar la relación que existe entre los factores claves para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019

### **I.3.2. Objetivos específicos**

Determinar si la demanda internacional es un factor clave para la exportación de arándanos y los beneficios que el drawback les genera a las Mypes de la región Lima 2019

Establecer si el precio es un factor clave para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019

Describir si la estacionalidad del fruto es un factor clave para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019

#### **I.4. Hipótesis**

##### **I.4.1. Hipótesis general**

Los factores claves para la exportación de arándanos tienen una relación positiva con los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019

##### **I.4.2. Hipótesis específicas**

La demanda internacional es un factor clave para la exportación de arándanos como también los beneficios que el drawback les genera a las Mypes de la región Lima 2019

El precio es un factor clave para la exportación de arándanos y generador de beneficios del drawback a la Mypes de la región Lima 2019

La estacionalidad del fruto es un factor clave para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

La investigación desarrollada es **No Experimental**, para Hernández, et al, 2014, la define como los “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente para después analizarlos”, (p. 269);

Según Fernández y Baptista, et al, 2014, la define como “la investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido., las inferencias sobre las relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural”, (p.153)

Es una investigación **transversal**; para Hernández, et al., (2003), Son las “investigaciones que recopilan datos en un momento único”, (p. 270).

Es descriptivo cuando se describe fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es detallar cómo son y se manifiestan, Fernández y Baptista (2014, p. 92).

**Es cualitativo**, porque basa su comprobación en mediciones estadísticas (SPSS) analizando los datos recolectados.

Del mismo modo, es una investigación **correlacional**, ya que permite la comprobación de las hipótesis, como también este tipo de estudio tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más variables. Hernández, et al (2003) afirma: “Es decir, que miden cada variable presuntamente relacionada y después también miden y analizan la correlación. Tales correlacionales se expresan en hipótesis sometidas a prueba” (p.121). De acuerdo a ello, se buscó relacionar las variables de estudio “factores claves para la exportación de arándanos y los beneficios del drawback en las Mypes de la región Lima”.

**Tabla 6**

*Esquema Correlacional:*

Estudio	T1
<b>M</b>	30

Dónde:

M: Muestra

O: Observación

### **Unidad de estudio**

Mypes exportadoras de arándanos ubicadas en la Región Lima 2019.

## **2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)**

Partiendo de que la población está constituida por el conjunto de unidades a los que refiere la investigación y de quien se aspira conocer algunas de sus características (Morales, 1999)

Para la presente investigación “Factores claves de exportación de arándanos y los beneficios del drawback en las Mypes de la región Lima 2019”, la población estuvo dada por la delimitación geográfica de las Mypes de la región Lima siendo estas un total de 32 empresas dedicadas a la exportación de arándanos frescos según las fuentes tales como SIICEX y SUNAT. Ver anexo 8.

A través de la página web de la SUNAT se comprobó la operatividad de las empresas, y es ahí en donde se detectó que dos empresas se encuentran dadas de baja, por lo tanto, se consideró solo 30 empresas a las cuales se procedió a enviar la encuesta anónima de manera virtual. Ver anexo 3.

### Criterios de inclusión y exclusión de la muestra

### Criterios de inclusión

En esta inclusión se considera al gerente general de la empresa como también al personal que labora en el área comercial de las Mypes quienes tienen conocimiento sobre los temas de exportación de arándanos y el drawback.

- Mypes exportadoras de arándanos
- Persona encargada de la empresa (gerente general)
- Personal que labora en el área comercial de la empresa con conocimientos sobre el tema.

### Criterios de exclusión

- Empresas grandes que no cumplan con ser Mypes
- Empresas que no exportan arándanos
- Personas que no tengan conocimiento del tema

Como resultado de la encuesta se obtuvo respuesta de 12 Mypes exportadoras, de las cuales se consiguió 30 encuestas respondidas por parte del personal del área comercial (ver Anexo 8).

## **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

Entre las técnicas empleadas para la preparación del trabajo de investigación tenemos las siguientes:

### La encuesta:

La encuesta fue aplicada a los empleados encargados del área comercial de Mypes de la región Lima 2019, Al respecto, Mayntz et al., (1976, p. 133) citados por Díaz de Rada (2001, p. 13), describen a la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados.

### El cuestionario:

El cuestionario contiene una serie de ítems respecto a una o más variables a medir. Gómez, (2006:127-128) refiere que básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas. Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas. Este tipo de preguntas permite facilitar previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los sujetos. Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, se utiliza cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas. Estas preguntas no permiten pre codificar las respuestas, la codificación se efectúa después que se tienen las respuestas.

#### **Método:**

Para el análisis de datos se utilizó el método cualitativo y deductivo del programa estadístico SPSS, donde se analizaron y describieron las variables de los factores claves de la exportación de la exportación de arándanos y los beneficios que le ofrece el drawback.

#### **2.4. Procedimiento**

Para llevar a cabo esta investigación se tuvo que encuestar a las Mypes de la región Lima, y para ello se recabó información través de las páginas web, tales como SUNAT y SIICEX, sobre el directorio telefónico de dichas empresas para poder contactarlas y así, enviar la encuesta vía correo electrónico como también, de manera presencial solicitando el apoyo del área comercial, con conocimiento sobre la exportación de arándanos y sobre el drawback, para el llenado de la encuesta anónima.

Una vez con la información recopilada se procedió a:

1. Elaborar una data con la información recopilada en el programa Excel, para luego procesarla y realizar la baremación estadística correspondiente.
2. Se agrupo los datos de acuerdo al objetivo e hipótesis planteadas al inicio de esta investigación haciendo uso del sistema estadístico SPSS, programa que permitió el análisis descriptivo y el análisis inferencial para la comprobación de la relación de las variables de estudio.
3. Se procedió con el análisis de las tablas y figuras tomando en cuenta el nivel de significancia y la fiabilidad del estudio.

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

En este capítulo damos a conocer el manifiesto de las 12 Mypes de la región Lima, encuestadas de manera anónima. Dicha encuesta estaba constituida por un total de 45 preguntas, siendo 27 afirmaciones para la primera variable y 18 afirmaciones consideradas para la segunda variable.

Al término del tiempo pronosticado, se logró obtener una data conformada por 30 personas pertenecientes al área comercial de las Mypes encuestadas (anexo 8).

La data obtenida fue procesada mediante el sistema estadístico SPSS para luego ser analizado y evaluar la relación de las variables, y dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteados en esta investigación.

#### Análisis de confiabilidad de la muestra

Este análisis se efectuó utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach, para las variables “Factores claves de exportación” y “Beneficios del drawback”, las cuales se encuentran definidas en escala de Likert.

Para la interpretación, se detalla a continuación los valores que puedan tener Alfa de Cronbach y los posibles criterios de interpretación.

**Tabla 7**

*Valores de Alfa de Cronbach*

VALORES ALFA	CRITERIO
<b>0.00 - 0.20</b>	Muy baja
<b>0.21 - 0.40</b>	Baja
<b>0.41 - 0.60</b>	Moderada
<b>0.61 - 0.80</b>	Significativa
<b>0.81 - 1.00</b>	Muy significativa

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 8**

*Resultados VI: FACTORES CLAVES DE EXPORTACIÓN*

<b><u>Estadísticas de fiabilidad</u></b>	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
,744	25

Fuente: base de datos de la investigación

Para determinar la confiabilidad o consistencia de los instrumentos se utilizó el Alfa de Cronbach, una vez procesado la información, se obtuvo como respuesta 0,744; esto nos indica que el instrumento analizado tiene un valor significativo por obtener una mayor aproximación al 1.

Sin embargo, para llegar al valor de 0,744 se tuvieron que eliminar dos ítems “Los arándanos como fruto seco también son demandados por los mercados internacionales” y “Tenemos variedad y calidad de arándano” debido a que tenían una consistencia que no era adecuada y que para mantenerlos se tenía que realizar unos ajustes a esas preguntas.

**Tabla 9**

*Resultados V2: BENEFICIOS DEL DRAWBACK*

<u>Estadísticas de fiabilidad</u>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,761	18

Fuente: base de datos de la investigación

Para el caso de la 2da variable, no se tuvo que realizar modificaciones y por lo tanto el resultado obtenido mediante la prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach es de 0,761, el cual es un dato que se encuentra dentro del coeficiente de correlación significativa.

Para la obtención del resultado mencionado líneas arriba, se ha tenido que procesar la información recopilada mediante el programa estadístico SPSS, el cual nos indica que podemos continuar con la investigación.

## ANÁLISIS DESCRIPTIVO

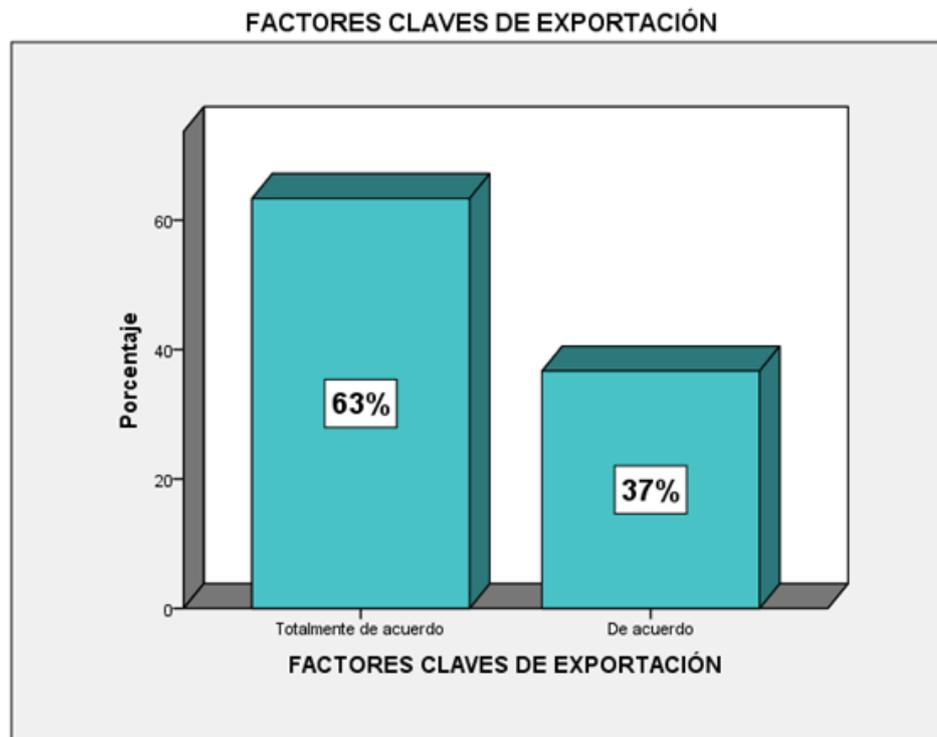
A continuación, se presentan los resultados de la encuesta realizada, cuyas preguntas estaban enfocadas en el conocimiento de la demanda internacional, el precio y la estacionalidad del arándano como también, al conocimiento de los procedimientos del drawback. Cabe resaltar que los encuestados fueron personas que conocen el tema de investigación.

En este análisis se procede a describir los principales resultados del cruce elaborado de todas las variables y de todas las dimensiones, los cuales ayudan a responder las hipótesis que son respuestas tentativas y que a la vez se encuentran relacionadas directamente con los objetivos planteados en esta investigación.

## ANÁLISIS DE LA VARIABLE Y DIMENSIONES DE INVESTIGACIÓN

Figura 3

*Variable 1: FACTORES CLAVES DE EXPORTACIÓN*



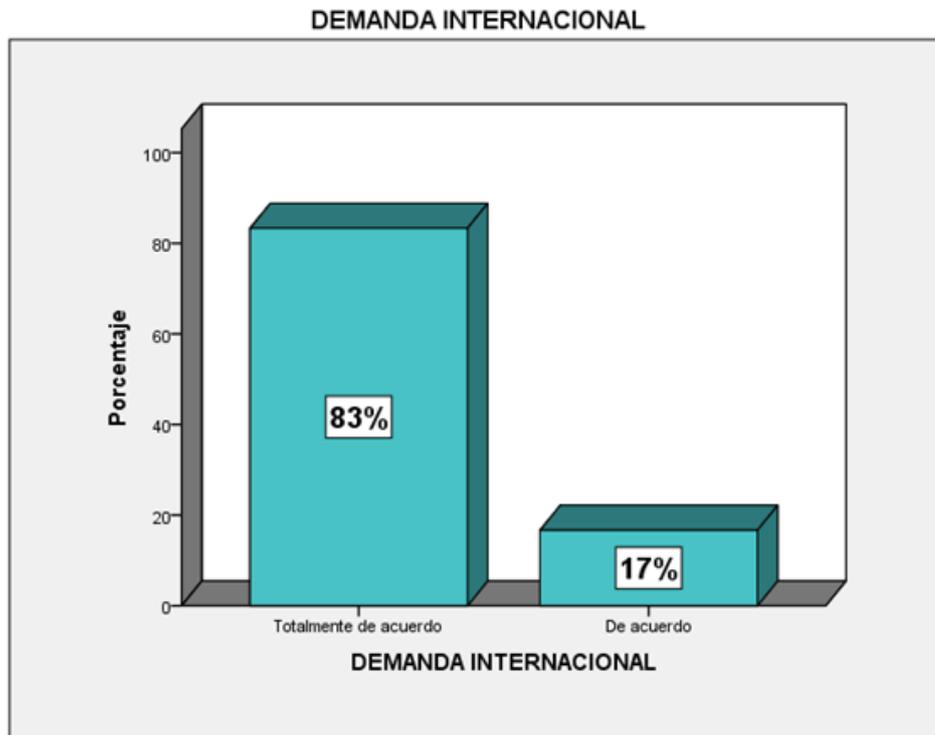
Fuente: Base de datos de la investigación

Analizando los resultados en función a los factores de exportación, el 63% de los empresarios encuestados de las Mypes de la Región Lima se encuentran totalmente de acuerdo a que los factores claves especificados en esta investigación son favorables y decisivos a tomar en cuenta al momento de expandir la venta de su producto al mercado extranjero.

Como también el 37% confirman que los indicadores descritos tales como la demanda internacional, el precio y la estacionalidad del producto son factores relevantes, de los cuales se puede sacar ventaja e incrementar la agenda comercial.

Figura 4

*Dimensión I Variable 1: DEMANDA INTERNACIONAL*

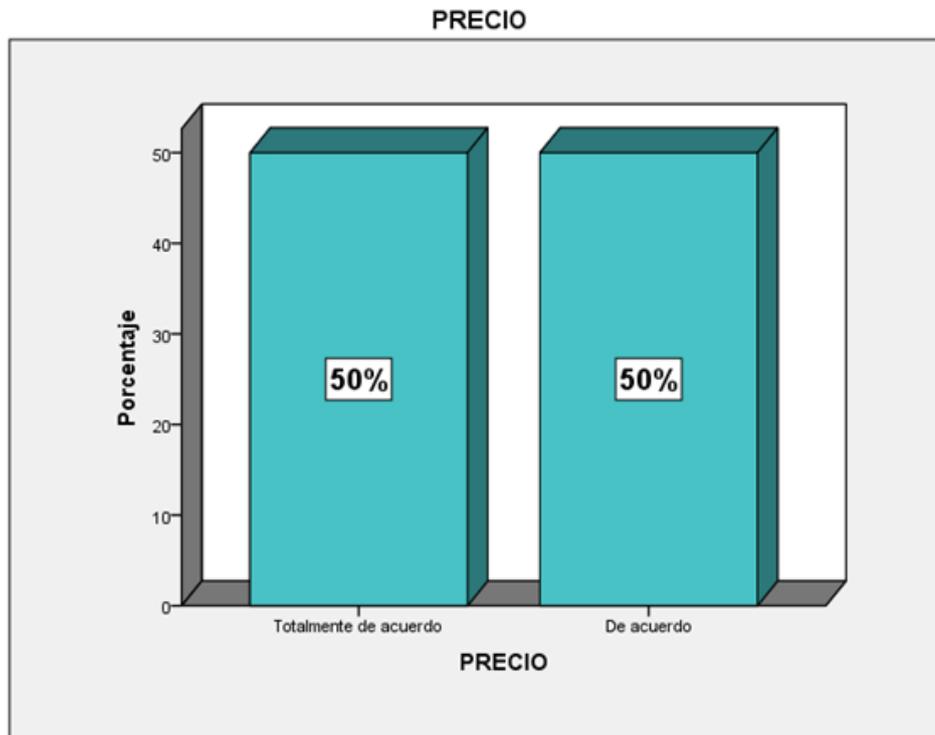


Fuente: Base de datos de la investigación

Analizando los resultados con respecto a la primera dimensión, el 83% de las Mypes encuestadas están totalmente de acuerdo, como también el 17% se encuentra de acuerdo a que la demanda internacional juega un rol muy importante en sus empresas; esto quiere decir de que los empresarios reconocen e identifican cuales con los factores claves para la exportación, y por lo tanto deben sacar provecho para generar mayores ingresos, mejorando su estatus económico empresarial.

Figura 5

*Dimensión 2 Variable 1: PRECIO*



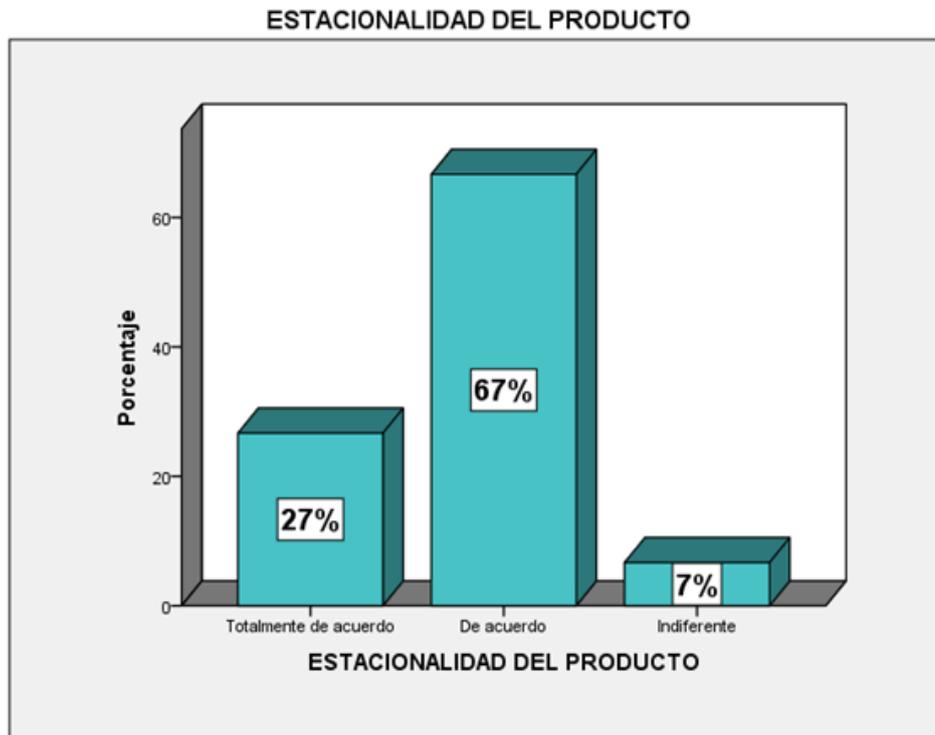
Fuente: Base de datos de la investigación

El resultado muestra que el 50% se encuentra totalmente de acuerdo a que el precio es uno de los factores claves para la exportación de su producto ya que al ser este fruto un commodity exportable, no se le da un valor agregado.

Según Kotler y Armstrong indican en su libro de Fundamentos del Marketing, que los consumidores son muy sensibles ante el precio, ya que por ser este un elemento flexible a la vez es un determinante directo de los beneficios.

Figura 6

*Dimensión 3 Variable 1: ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO*



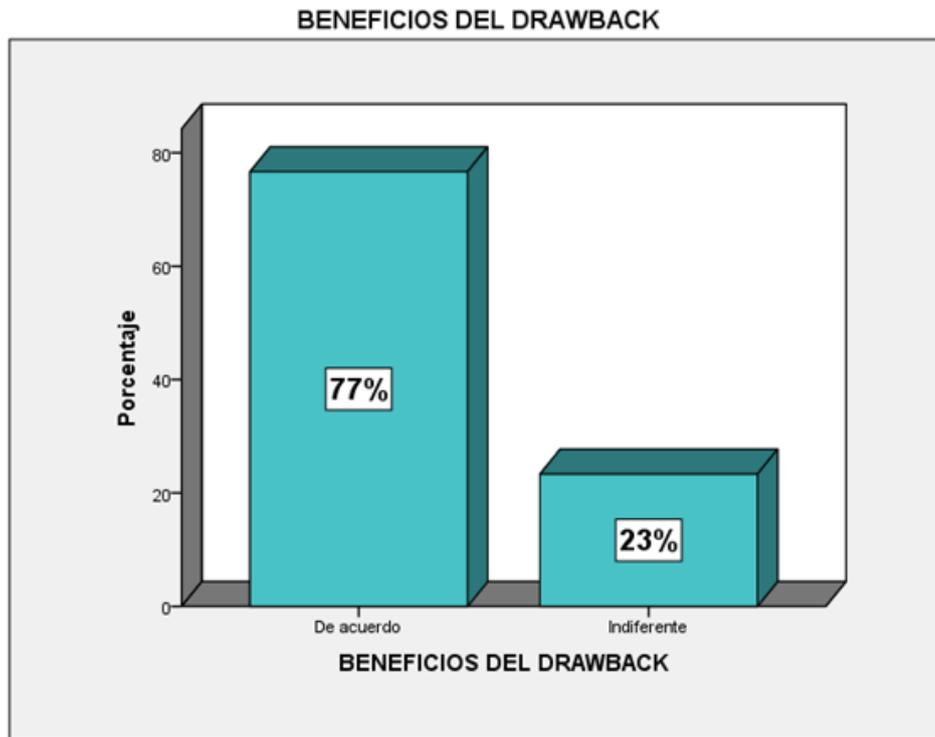
Fuente: Base de datos de la investigación

El 27% de las personas encuestadas se encuentra totalmente de acuerdo, aunque la estacionalidad del producto es un factor que determina los márgenes de ganancia para una empresa y que para ello “los empresarios deberían crear productos que no estén sujetos al vaivén del mercado” Zuluaga (2012).

Zuluaga (2012) comenta que una empresa al tener solo productos estacionales causa efectos negativos a los flujos de caja ya que la estructura de una empresa está diseñada para ser eficiente durante todo un año, y que para ello no se puede contratar al personal de manera estacional y por lo tanto para esos tiempos de bajas ventas el recurso humano de una empresa se convierte en una carga.

Figura 7

*Variable 2: BENEFICIOS DEL DRAWBACK*



Fuente: Base de datos de la investigación

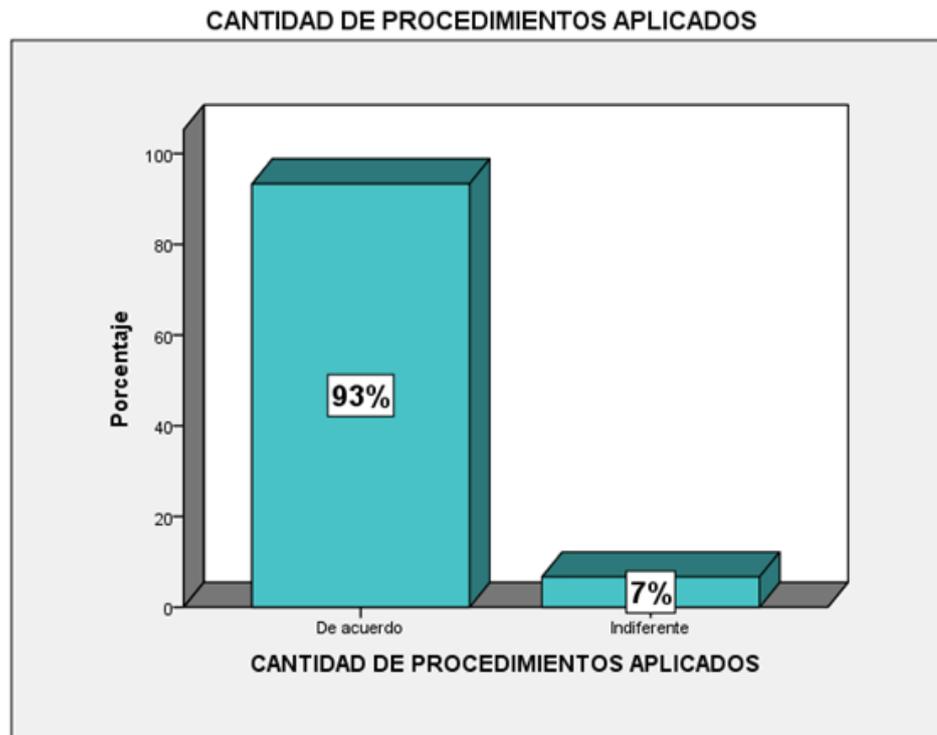
Cuando una empresa obtiene beneficios a través de los productos que exporta les incentiva a seguir creciendo en el mercado, y el porcentaje obtenido de 77% revela que los empresarios están de acuerdo a que el drawback les genera beneficios y los cuales los puede ver reflejados de manera contable en su estado de resultados.

El otro 23% se muestra indiferente ante este régimen de restitución arancelaria drawback ya que puede ser que no se encuentren informados sobre los beneficios o tal vez porque lo encuentra demasiado engorroso.

Lo cierto es que la entidad encargada SUNAT debe cumplir con hacer llegar la información adecuada para que los empresarios más distantes se puedan acoplar a este régimen ya que de cierta manera las empresas podrán generar mayores utilidades y mejorar la economía del país.

Figura 8

*Dimensión 1 Variable 2: CANTIDAD DE PROCEDIMIENTOS APLICADOS*

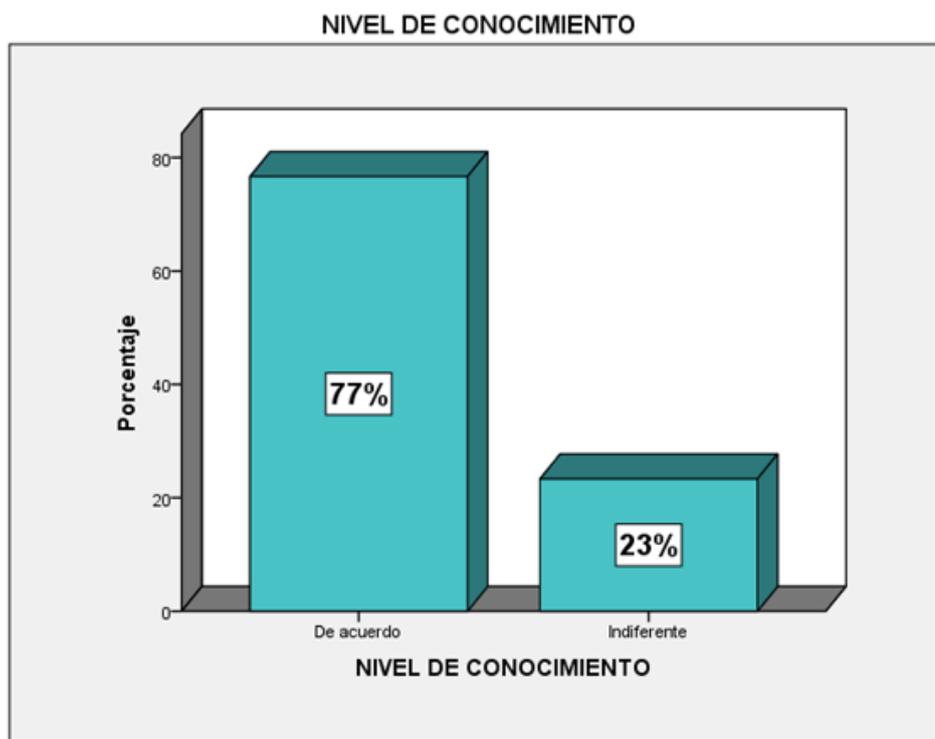


Fuente: Base de datos de la investigación

El resultado de 93% indica que los empresarios encuestados de la región Lima se encuentran de acuerdo con los procedimientos establecidos por la SUNAT para acogerse al drawback, a pesar de ello, el 7% le es indiferente y eso podría deberse a que consideran que los procedimientos para acogerse a ese beneficio son muy extensos y toman tiempo, a pesar de que saben que lo pueden realizar vía electrónica.

Figura 9

*Dimensión 2 Variable 2: NIVEL DE CONOCIMIENTO*



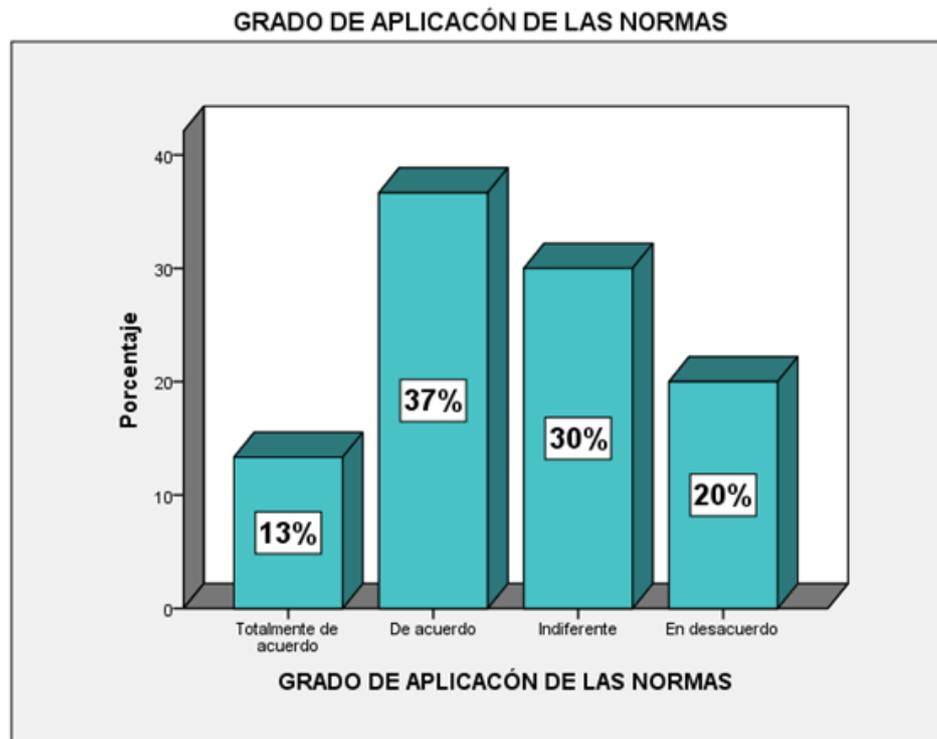
Fuente: Base de datos de la investigación

El 77% de los empresarios de la región Lima conocen de los requisitos requeridos para acogerse a los beneficios del drawback. La gran mayoría de ellos reconoce que el porcentaje de devolución drawback es el adecuado y de que las leyes aduaneras se encuentran de cierta manera a favor de las Mypes.

El 23% restante da a conocer que le son indiferentes a este beneficio, y esto puede ser debido a que no se encuentran completamente informados sobre las ventajas que brinda el drawback ni del impacto que le generaría a su estado de resultados.

Figura 10

*Dimensión 3 Variable 2: GRADO DE APLICACIÓN DE LAS NORMAS*



Fuente: Base de datos de la investigación

Este gráfico muestra un resultado positivo, el cual indica que el 13%, de los empresarios encuestados no conocen a profundidad los tiempos, requisitos y procesos establecidos por la SUNAT.

Muy pocas Mypes conocen las leyes aduaneras, por lo tanto, son indiferentes ante este régimen ya que al carecer de conocimiento no podrán evaluar si el ente encargado cumple con los tiempos, normas o leyes establecidas en el régimen aduanero drawback.

## ANÁLISIS INFERENCIAL

Se iniciará el proceso de comprobación de las hipótesis, a través de cotejar un procedimiento previo, denominado prueba de normalidad, de donde se podrá identificar qué tipo de hipótesis corresponde según cómo estén estructurados de manera interna los datos:

**Tabla 10**

*Prueba de normalidad*

<b>Shapiro-Wilk</b>			
	Estadístico	gl	Sig.
<b>FACTORES CLAVES DE EXPORTACION DEMANDA INTERNACIONAL PRECIO ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO BENEFICIOS DEL DRAWBACK CANTIDAD DE PROCEDIMIENTOS APLICADOS NIVEL DE CONOCIMIENTO GRADO DE APLICACIÓN DE LAS NORMAS</b>	,829	30	,000
	,768	30	,000
	,828	30	,000
	,618	30	,000
	,809	30	,000
	,571	30	,000
	,688	30	,000
	,914	30	,019

Fuente: base de datos de la investigación

Los datos de la 1ra variable “factores claves de exportación” nacen de una distribución anormal.

Los datos para la dimensión “demanda internacional” provienen de una distribución anormal.

Los datos de la dimensión “precio” se originan de una distribución anormal.

Los datos para la dimensión estacionalidad del producto provienen de una distribución anormal.

Los datos de la 2da variable “beneficios del drawback” provienen de una distribución anormal.

Los datos de la dimensión cantidad de procedimientos aplicados provienen de una distribución anormal.

Los datos de la dimensión nivel de conocimiento provienen de una distribución anormal.

Los datos de la dimensión grado de aplicación de las normas provienen de una distribución anormal.

Se considera la regla de decisión:

Si  $p = sig < 0.05$ , se rechaza la  $H_0$  y si  $p = sig > 0.05$ , se acepta la  $H_0$ .

Los datos contrastados muestran que la variable factores claves de exportación y sus dimensiones, así como también la variable beneficios del drawback y sus dimensiones cantidad de procedimientos aplicados y nivel de conocimiento corresponden a una distribución anormal por ende se va aplicar la prueba de correlación Rho Spearman.

Mientras que la dimensión “grado de aplicación de las normas” corresponde a una distribución normal

## CONTRASTE DE LA HIPÓTESIS

H0: No existe una relación positiva entre los factores claves de exportación y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima

H1: Existe una relación positiva entre los factores claves de exportación y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima

**Tabla 11**

*Pruebas de correlación hipótesis general*

BENEFICIOS DEL DRAWBACK			
	FACTORES CLAVES DE EXPORTACION	Coefficiente de correlación	,585**
<b>Rho</b>	<b>de</b>	Sig. (bilateral)	,001
<b>Spearman</b>		N	30
	BENEFICIOS DEL DRAWBACK	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	30

Fuente: base de datos de la investigación

## INTERPRETACIÓN

Dado el análisis estadístico para contrastar la hipótesis general, ha permitido identificar que el p valor es de 0,001, y al ser menor que 0,005 significa que existe relación y por lo tanto se acepta la hipótesis general y se rechaza la hipótesis nula.

El coeficiente de correlación al tener un valor de 0,585 tiene una relación moderada. Y que permite entender que el estudio es relevante.

## CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

H0: La demanda internacional no es un factor clave para la exportación de arándanos como también los beneficios que el drawback les genera a las Mypes de la región Lima 2019

H1: La demanda internacional es un factor clave para la exportación de arándanos como también los beneficios que el drawback les genera a las Mypes de la región Lima 2019

**Tabla 12**

*Correlación de hipótesis 1*

### Correlaciones

			BENEFICIOS DEL DRAWBACK	
Rho Spearman	de DEMANDA INTERNACIONAL	Coeficiente de	,233	
		correlación		
		Sig. (bilateral)	,215	
		N	30	
	BENEFICIOS DEL DRAWBACK	Coeficiente de	1,000	
		correlación		
		Sig. (bilateral)	.	
		N	30	

Fuente: base de datos de la investigación

## INTERPRETACION

Obtenido el análisis estadístico de contrastación de hipótesis, se ha encontrado evidencias suficientes como para no aceptar la hipótesis 2, ya que el p valor es mayor que 0.05, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula. y esto es debido a que el valor de significancia es de 0,215, lo que indica que, no existe relación entre la demanda internacional y los beneficios del drawback.

## CONTRASTE DE HIPÓTESIS

H0: El precio no es un factor clave para la exportación de arándanos como también los beneficios que el drawback les genera a las Mypes de la región Lima 2019

H1: El precio si es un factor clave para la exportación de arándanos como también los beneficios que el drawback les genera a las Mypes de la región Lima 2019.

**Tabla 13**

*Correlación hipótesis 2*

### Correlaciones

			PRECIO	BENEFICIOS DEL DRAWBACK
Rho Spearman	de PRECIO	Coefficiente de correlación	1,000	,645**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
BENEFICIOS DEL DRAWBACK		Coefficiente de correlación	,645**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

Fuente: base de datos de la investigación

## INTERPRETACIÓN

De acuerdo al análisis estadístico de contrastación de hipótesis, se ha descubierto evidencias suficientes para aceptar la hipótesis específica de la investigación; toda vez que el índice de correlación del p valor es menor que 0.05, entonces, no se rechaza la hipótesis específica propuesta, y esto se debe a que el valor de significancia es de 0.000 y el índice de correlación

es de 0.645, el cual indica que existe una relación significativa entre las dimensiones de estudio.

## CONTRASTE DE HIPÓTESIS

H0: La estacionalidad no es un factor clave para la exportación de arándanos como también los beneficios que el drawback les genera a las Mypes de la región Lima 2019

H1: La estacionalidad si es un factor clave para la exportación de arándanos como también los beneficios que el drawback les genera a las Mypes de la región Lima 2019.

**Tabla 14**

*Correlación hipótesis 3*

Correlaciones		BENEFICIOS DEL DRAWBACK	
<b>Rho de Spearman</b>	ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO	Coefficiente de correlación	,555**
		Sig. (bilateral)	,001
		N	30
	BENEFICIOS DRAWBACK	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	30

Fuente: base de datos de la investigación

## INTERPRETACIÓN

Mediante el análisis estadístico de contrastación de hipótesis, se ha encontrado de que existen evidencias suficientes para aceptar la hipótesis específica de la investigación; ya que el índice de correlación el p valor es menor que 0.05, entonces, no se rechaza la hipótesis específica propuesta en esta investigación, debido a que el valor de significancia es de 0.001 y el índice de correlación es de 0.555, indicando que existe una relación moderada entre la tercera dimensión y la segunda variable de estudio.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

El objetivo de esta investigación es evaluar la relación que existe entre los factores claves para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes, dado este objetivo se empezó a investigar mediante bases teóricas y antecedentes similares a la presente investigación para obtener resultados a este objetivo se hizo uso de un instrumento de recopilación de información que es la encuesta el cual brindó información importante para continuar con la investigación.

El resultado obtenido en cuanto a nuestra primera variable, nos muestra que el 100% de empresarios si identifican y consideran muy importante conocer los factores claves para la exportación, lo cual concuerda con los estudios realizados por Chipana Keila y Velarde Solange, en su tesis titulada “Factores que impulsan a la Exportación de Arándanos frescos de la región de Lima”, señalan que el incremento de las exportaciones de arándano ha sido intenso debido a diversos factores que impulsan a la exportación, tales como, la alta demanda, el precio y la estacionalidad que impulsan el crecimiento de las exportaciones y ayudan a mejorar la competitividad empresarial.

A partir de los resultados encontrados, aceptamos la hipótesis general que establece que Los factores claves para la exportación de arándanos tienen una relación positiva con los beneficios que les genera el Drawback a las Mypes de la región Lima 2019. Este resultado guarda relación con lo que sostiene Pérez Espinoza, 2018 que indica que el drawback incide directamente en el crecimiento de las exportaciones no tradicionales. Ello es acorde con lo que en esta investigación se halló.

Mediante el análisis estadístico de contrastación de hipótesis, se ha encontrado evidencias suficientes como para no aceptar la hipótesis 2, ya que el p valor es mayor

que 0.05, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula y esto es debido a que el valor de significancia es de 0,215, lo que indica que, no existe relación entre la demanda internacional y los beneficios del drawback, teniendo en cuenta que los empresarios consideran un factor de suma importancia la identificación de la demanda de su producto a exportar tal como lo confirma esta investigación así como también los autores Huapaya (2017), Chipana Keila y Velarde Solange (2017), Rocha y Tafur (2018), sin embargo en la presente investigación la demanda internacional no guarda relación con los beneficios del drawback esto debido a que los empresarios no relacionan que el incremento de la demanda de su producto es una pieza clave para el incremento de sus exportaciones el cual les permitirá aumentar la producción y mediante esto puedan exportar más cantidades y así llegar al monto establecido para cumplir con los requisitos para el cobro del drawback.

Tomando como referencia los antecedentes internacionales de la investigación desarrollada por la revista de Economía Pública, Social y Cooperativa sobre los Factores determinantes para la exportación de las empresas cooperativas oleícolas andaluzas, concluyeron que solo lograron corroborar 5 de las 6 hipótesis al igual que en nuestra investigación, que mediante el análisis que se llevó a cabo, solo se logró identificar 3 de 4 hipótesis planteadas. La primera hipótesis planteada “la demanda internacional es un factor clave para la exportación de arándanos como también los beneficios que les genera el drawback a las mypes de la región Lima 2019” es rechazada conllevando esto a ser investigado más a profundidad la relación entre la demanda internacional y los beneficios del drawback.

Dado el resultado de esta investigación se acepta la hipótesis específica 2 que establece que el precio es un factor clave para la exportación y los beneficios del drawback en la empresa, estos resultados guardan relación con lo que sostiene Celiz en su investigación sobre el drawback y su Incidencia en la liquidez de la empresa Exportadora Peruverde S.R.L., que tuvo como objetivo general, Analizar el drawback y su incidencia en la liquidez de la Empresa Peruverde S.R.L. A través de esta investigación queda comprobado que el factor precio y los beneficios del drawback si

tienen una relación significativa y que los beneficios del drawback aportan al crecimiento de las empresas influyendo de manera directa o indirecta en la reducción de costos y gracias al aporte de este beneficio otorgado por el estado los costos de producción pueden reducirse generando mejores ventajas para la fijación de precio para los exportadores en este caso se cumple uno de los objetivos del otorgamiento del drawback por parte del estado ya que este régimen fue creado con la finalidad de beneficiar a la empresas exportadoras para generar competitividad fuera del país.

Del mismo modo, ocurre con la tercera hipótesis que señala La estacionalidad del fruto es un factor clave para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019, la cual es aceptada por tener un valor significativo con una relación moderada tal como lo sustentan los autores Chipana y Velarde (2017) en su tesis titulada Factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región Lima, que señalan que la estacionalidad es un factor importante para la exportación ya que al contar con la capacidad geográfica a nuestro favor permite que se pueda producir este fruto durante todo el año permitiendo tener una ventaja competitiva a nivel mundial.

## 4.2 Conclusiones

De acuerdo al objetivo general planteado en esta investigación, se ha identificado que existe relación entre ambas variables, demostrándolas estadísticamente, y esto es gracias a que los empresarios al momento de llevar a cabo las exportaciones se hacen valer por los beneficios del drawback.

Se determinó que existe relación entre ambas variables por que el p valor es de 0,001, el cual nos indica que la relación de ambas variables funcionan a tal punto de ser muy prospero para las Mypes el hecho de acogerse al beneficio del drawback ya que a través de esta investigación se sustenta la hipótesis planteada, de las cuales los pequeños inversionistas deben tomar en cuenta que las perspectivas de la exportación de este fruto está en crecimiento y es una gran motivación para que los empresarios

continúen invirtiendo ya que muchos economistas están difundiendo por diferentes medios la tendencia positiva del arándano y esto es gracias a las diversas propiedades que tiene esta fruta, que como resultado hace que más países lo requieran, y es por ello que las expectativas de exportación del arándano van en crecimiento conforme transcurre los años siendo en la actualidad Estados Unidos el 1er país destino consumidor de este fruto.

El precio del producto al ser muy sensible para los consumidores, los empresarios deben tener mucho cuidado ya que este fruto al ser un commodity se exporta como tal, sin un valor agregado y la competencia nacional es muy fuerte, y al ser un producto muy saludable es que muchas agroexportadoras están diversificando sus cultivos, adquiriendo más hectáreas ya sea en la zona norte o sur del país.

Sin embargo, a través del análisis de resultados hemos identificado que para las Mypes encuestadas la demanda internacional no es un factor de gran importancia para el momento de la exportación ya que Perú tiene una gran variedad de este fruto como también gracias a la variedad de climas que posee nuestro país nos favorece para el momento de la siembra, por lo tanto, no es un problema cumplir con los pedidos del mercado extranjero.

La estacionalidad del producto es un factor importante para las Mypes que se dedican a la exportación de arándanos ya que en las estaciones de otoño y primavera este fruto es muy favorable, por lo tanto, las Mypes pueden cubrir con los pedidos en grandes volúmenes y no solo para el mercado estadounidense, sino que también para Canadá, etc.

## REFERENCIAS

- Albaja y Bajaña (2019). *Análisis de los factores que influyen en la exportación de Camaron en la Comercial Pesquera Christiansen: un estudio de caso* (tesis para optar el título de Ingeniero en Comercio Exterior). Universidad de Guayaquil.
- Araujo, (2009). “La utilización de insumos importados exonerados del pago de aranceles imposibilita acogerse a los beneficios del drawback”.
- Agencia peruana de noticias. (noviembre, 2012). Seis regiones del Perú cultivan 102 hectáreas de arándanos. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-seis-regiones-del-peru-cultivan-102-hectareas-arandanos-436531.aspx>
- Banco Mundial. (2016). Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/what-we-do>
- Chipana y Velarde (2017). *Factores que impulsan a la exportación de Arándanos frescos en la región Lima: un estudio de caso* (tesis para optar el título de profesional de licenciada en Administración de Negocios Internacionales). Universidad de San Martín de Porres.
- Celiz (2013). *El Drawback y su incidencia en la liquidez de la empresa Exportadora Peruverde S.R.L.* (tesis para optar licenciatura en Ciencias Económicas). Universidad Nacional de Trujillo.
- Chesbrough, H. (2005): *Open Innovation*. Harvard Business School Press. Boston.
- Diario del Exportador. Aspectos claves para elaborar una oferta internacional eficaz. Recuperado de <https://www.diariodelexportador.com/2016/12/aspectos-claves-para-elaborar-una.html>
- Diario Gestión (2017). *Fundamentos de derecho aduanero*. Lima, Perú: Palma Ediciones S.R.L. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/produccion-exportacion-arandano-crecio-200-dos-anos-260136>
- Diario El Peruano (2018), Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-legislativo-que-modifica-la-ley-general-de-aduanas-decreto-legislativo-n-1433-1692078-8>

- Duarte, F. (11 de Julio del 2011). Reflexiones sobre el drawback y su efecto sobre las exportaciones. Departamento académico de Ciencias Administrativas, p. 99 - 112
- Fagundo (setiembre, 2016). Momento ideal para internacionalizarse. Recuperado de [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/09/19/empresas/1474312768\\_678040.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/09/19/empresas/1474312768_678040.html)
- Fisher y Espejo. (2011). Mercadotecnia (4a .ed.). México D. F.: Mc Graw Hill.
- Marcos (2010). *Los Factores Claves de éxito de los Consorcios de Exportación de Productos primarios en la provincia de San Juan: un estudio de caso* (tesis para optar el título de Licenciatura en Comercio Internacional). Universidad empresarial siglo 21.
- Medina Viruel, M. Mozas Moral, A. Bernal Jurado, E. y Moral Pajares, E. (2014). *Factores Determinantes para la exportación en las empresas cooperativa oleícola andaluzas*. Ciriec, 241-262.
- Huapaya (2017). *Los factores a considerar para la exportación de arándanos frescos al mercado de Alemania* (tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales). Universidad Privada del Norte.
- Rocha y Tafur (2018). *Factores claves para la exportación de cacao orgánico por parte de los pequeños productores en la provincia d Marañon – Huánuco*. Un estudio de caso (tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración de Negocios Internacionales). Universidad de San Martin de Porres.
- Pérez (2018). *Influencia del drawback en las exportaciones no tradicionales del Perú* (tesis para optar el grado académico en Maestro en Comercio y Negociaciones Internacionales). Universidad Nacional del Callao.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (marzo, 2012) El compromiso de expoberto. Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/lecturas\\_complementarias/10\\_ExportandoPaso\\_paso.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/10_ExportandoPaso_paso.pdf)
- Maximixe (junio, 2019). Exportación peruana de arándanos crecerá 60,2% durante 2019. Gestión.

SIICEX (2013). Recuperado de

[http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfi\\_chaproductoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=0810400000](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfi_chaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=0810400000)

SUNAT (2016). Reglamento del Drawback. Recuperado de

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/normasociada/gja-00-08.htm>

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013) Fundamentos de Marketing. (11ª.ed). México D.F.: Pearson

Munive, J. (1995). Fundamentos de derecho aduanero. Lima: Editorial Palma Ediciones S.R.L.

Ministerio de Economía y Finanzas (2016). Recuperado de

[https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/XL\\_dcho\\_aduanero\\_2014.pdf](https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/XL_dcho_aduanero_2014.pdf)

Sierra exportadora (2019) Recuperado de <https://www.sierraexportadora.gob.pe/estadistica/>

Zuluaga, J. (2012). La estacionalidad en los productos de conocimiento. Recuperado de

<http://jfzuluaga.com/la-estacionalidad-en-los-productos-de-conocimiento/>

## **ANEXOS**

ANEXO n° 1. Matriz de consistencia

ANEXO n° 2. Instrumentos de Validación 1

ANEXO n° 3. Encuesta 1

ANEXO n° 4. Encuesta 2

ANEXO n° 5. Encuesta 3

ANEXO n° 6. Encuesta electrónica 1

ANEXO n° 7. Data de encuesta

ANEXO n° 8. Relación de empresas encuestada

ANEXO n° 9. Ficha comercial del fruto

ANEXO n° 1. Matriz de consistenciaA

**Título: FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS Y LOS  
BENEFICIOS DEL DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN LIMA  
2019**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
<b>PG</b> ¿Cuál es la relación que existe entre los factores claves para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima?	<b>OG</b> Evaluar la relación que existe entre los factores claves para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019.	<b>HG</b> Existe una relación positiva entre los factores claves de exportación y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima
<b>PE1</b> ¿Es la demanda internacional un factor clave para la exportación de arándanos y que beneficios le genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019?	<b>OE1</b> Determinar si la demanda internacional es un factor clave para la exportación de arándanos y los beneficios que el drawback les genera a las Mypes de la región Lima 2019.	<b>HE1</b> La demanda internacional es un factor clave para la exportación de arándanos como también los beneficios que el drawback les genera a las Mypes de la región Lima 2019.
<b>PE2</b> ¿Es el precio un factor clave para la exportación de arándanos y generador de beneficios del drawback a las mypes de la región Lima 2019?	<b>OE2</b> Establecer si el precio es un factor clave para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019	<b>HE2</b> El precio es un factor clave para la exportación de arándanos como también el drawback genera beneficios a las Mypes de la región Lima 2019.
<b>PE3</b> ¿Es la estacionalidad del fruto un factor clave para la exportación de arándanos y generador de beneficios del drawback a la Mypes de región Lima 2019?	<b>OE3</b> Describir si la estacionalidad del fruto es un factor clave para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a las Mypes de la región Lima 2019.	<b>HE3</b> La estacionalidad del fruto es un factor clave para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera el drawback a la Mypes de la región Lima 2019.

ANEXO n° 2

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A  
TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**

**CARTA DE PRESENTACIÓN**

Señor(a)(ita): JOEL ALFONSO FIGUEROA CHUQUICUSANOVI

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes de la Universidad Privada del Norte – UPN, en la sede Lima Norte, de la carrera Administración de Negocios Internacionales, requerimos validar el instrumento con el cual recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Licenciatura en Administración.

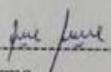
El título de nuestro proyecto de investigación es: Factores Claves de Exportación de Arándanos y los Beneficios del Drawback de las Mypes de la región Lima 2019, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento de mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

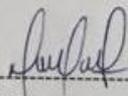
El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

  
Firma  
Apellidos y nombres Mendoza Cochachin  
D.N.I.: 42674736 Alicia Aldeida

  
Firma  
Apellidos y Nombres Quiroz Velásquez Diana Marjorie  
D.N.I.: 42077016

## DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

### **Variable:** V. 1. FACTORES CLAVES DE EXPORTACIÓN

#### **Dimensiones de la variable:**

##### Dimensión 1 Demanda Internacional.

Laura Fisher y Jorge Espejo, en su libro “Mercadotecnia” (pág. 163), afirman que la demanda representa las cantidades de un dicho producto que las empresas puedan producir para ofrecer a los consumidores que estén dispuestos a adquirir de acuerdo a los precios establecidos por el mercado.

##### Dimensión 2 El precio

Según Porter, (1998, p. 138) “Una empresa para diferenciarse exige un precio superior, y el vender más de su producto le servirá como amortiguante creando bases de sustentabilidad durante caídas cíclicas y temporales”.

##### Dimensión 3 Estacionalidad del fruto

Zuluaga (2012) “La estacionalidad es la propiedad que tiene un producto para ser vendido en ciertos períodos específicos, para evitarlo, el empresario debe crear productos que no estén sujetos al vaivén del mercado, sino que sean de necesidad permanente”

### **Variable:** V. 2. BENEFICIOS DEL DRAWBACK

#### **Dimensiones de la variable:**

##### Dimensión 1 Cantidad de procedimientos aplicados

Las empresas exportadoras que quieren acogerse a este beneficio deben de tener en cuenta que solo tienen 180 días útiles contados desde el día de embarque, y para ello deben indicar en la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) de exportación en el recuadro 7.28 el código asignado por la Sunat

según el tipo de régimen de la exportación; y las condiciones para acogerse según lo normado por el artículo 13 del decreto supremo 104-95-EF

Dimensión 2 Nivel de conocimiento de los procedimientos del drawback

SUNAT (2017), Este régimen permite a las empresas productoras – exportadoras obtener la devolución de un porcentaje del valor FOB del bien exportado, el cual no debe superar al 50%

Dimensión 3 Grado de aplicación de leyes aduaneras

Mediante el reglamento de la ley general de aduanas publicado el 16 de enero de 2009, indican que la SUNAT podrá disponer de los documentos requeridos de manera equitativa a las personas jurídicas. Regular la relación jurídica que establecida entre la SUNAT y las personas naturales o jurídicas es parte del objetivo de la formulación de las leyes aduaneras.

Mediante (decreto legislativo N°1053, 2018), la ley general de aduanas tiene como objetivo agilizar las operaciones de comercio exterior, como también, adecúa la normativa aduanera a estándares internacionales.

## **MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

### **Anexo 1**

**Matriz de operacionalización de variables**

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
Factores claves para la exportación de arándanos	Los factores son condicionantes que contribuyen al crecimiento tales como la demanda internacional, el precio y la estacionalidad del producto, y que con el tiempo se convierten en garantías para que una empresa tenga éxito en su sector.	Demanda internacional	Características de los arándanos a exportar Competencia sobre empresas comercializadoras de arándanos frescos. Tendencia de consumo de arándanos a nivel mundial	Likert
		El precio	Mecanismos para fijar precios Decisiones de precios Precio promedio de exportación Comparación de precios	Likert
		Estacionalidad del fruto	Necesidad de Producción de arándanos frescos Ventajas de la estacionalidad de la producción peruana.	Likert

Fuente: Chipana y Valverde (2015) FACTORES QUE IMPULSAN A LA EXPORTACIÓN (...)

**Anexo 2**

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
<b>Régimen de restitución de derechos arancelarios DRAWBACK</b>	El drawback es un régimen que permite, obtener la devolución de un porcentaje del valor FOB del bien exportado; y que para ello el empresario debe tener un buen nivel de conocimiento de los procedimientos, el grado de aplicación de la ley aduanera y conocer la cantidad de procedimientos aplicados.	Cantidad de procedimientos aplicados	Efectividad de los procedimientos.	Likert
			Tasa de percepción de las principales empresas beneficiarias del drawback.	
		Nivel de conocimiento de los procedimientos del drawback	Conocimiento formal e informal	Likert
			Conocimiento de los trámites documentarios para acceder al drawback. Conocimiento del porcentaje del drawback.	
		Grado de aplicación de leyes aduaneras	Eficiencia y eficacia	Likert

Fuente: Alarcón (2015) Procedimiento del régimen de restitución de derechos (...)

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE  
ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL DRAWBACK EN  
LAS MYPES DE LA REGIÓN LIMA 2019

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LOS  
FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS QUE LES GENERA EL DRAWBACK A  
LAS MYPES DE LA REGIÓN LIMA 2019

VARIABLE INDEPENDIENTE: FACTORES CLAVES DE EXPORTACION								
N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Demanda Internacional</b>								
1	Considero que los arándanos frescos son los más requeridos por el mercado internacional	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Los arándanos como fruto seco también son demandados por los mercados internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Tenemos variedad y calidad de arándano	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	La competencia entre empresas me favorece a la búsqueda de nuevos mercados para exportar	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	La competencia es un factor clave para incrementar mejoras en mi empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	Nuestra producción de arándanos en cuanto a exigencias por los consumidores ha mejorado en estos últimos años	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	Los arándanos son muy demandados por sus características nutricionales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	La tendencia al consumo de frutas saludables va en incremento al pasar los años	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	Hay una tendencia de consumo internacional de arándano	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>El precio</b>								
10	Considero que la fijación de precios se hace de acuerdo a los competidores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11	Los mecanismos para fijar precio son de acuerdo a los costos de producción	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12	La fijación de precios es de acuerdo a la demanda de mi producto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13	La decisión de precios es de acuerdo a la demanda mundial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
14	La decisión del precio es de acuerdo a la oferta exportable	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
15	La decisión del precio es por la calidad de mi producto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16	El precio promedio de exportación determina mis costos de producción	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17	El margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
18	La capacidad de producción es determinante para el precio promedio de exportación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE  
ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL DRAWBACK EN  
LAS MYPES DE LA REGIÓN LIMA 2019

19	Nuestro país logra un precio competitivo en las temporadas de baja producción a nivel mundial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
20	La calidad de mi producto es determinante para comparar precios	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
21	La comparación de precios se realiza teniendo en cuenta los productos sustitutos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>Estacionalidad del fruto</b>						
22	Hay necesidad para cultivar arándanos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
23	La estacionalidad es una ventaja para obtener mejores precios para exportar	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
24	Hay gran demanda de consumo de arándanos por satisfacer	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
25	La estacionalidad para la producción de arándanos es necesaria para obtener una ventaja competitiva en la exportación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
26	La estacionalidad es un factor determinante para el incremento de las exportaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
27	La estacionalidad en Perú es oportuna para obtener mayores ventajas en cuanto a incremento de producción	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Sin observación

Opinión de aplicabilidad: Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Mg. Joel Figueroa Chuguilanguí  
DNI: 70988815

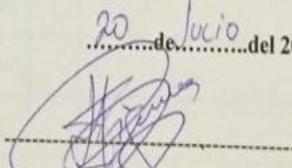
<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

20 de Julio del 2019

  
Firma del Experto Informante.

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE  
ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL DRAWBACK EN  
LAS MYPES DE LA REGIÓN LIMA 2019

VARIABLE DEPENDIENTE: BENEFICIOS DEL DRAWBACK								
N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>Cantidad de procedimientos aplicados</b>							
1	El personal que trabaja en la SUNAT ofrece adecuada atención	X		X		X		
2	Se cumplen los plazos de procedimientos de los beneficios del drawback	X		X		X		
3	Los requisitos para acceder a los beneficios del drawback deben simplificarse	X		X		X		
4	El drawback beneficia a mi empresa	X		X		X		
5	La tasa de percepción del drawback me incentiva a seguir exportando	X		X		X		
6	Conozco los procedimientos administrativos para acceder a los beneficios del drawback	X		X		X		
	<b>Nivel de conocimiento del procedimiento del drawback</b>							
7	Tengo conocimiento de los beneficios que ofrece el drawback	X		X		X		
8	Me he informado de manera oportuna para aplicar los procedimientos del drawback en mi empresa	X		X		X		
9	La SUNAT me brinda información como exportador sobre los beneficios del drawback	X		X		X		
10	Se cumplen los tiempos del procedimiento administrativo del drawback	X		X		X		
11	Los beneficios del drawback son aplicados de manera equitativa a las grandes, medianas y pequeñas empresas	X		X		X		
12	Conozco los porcentajes de restitución de derechos correspondiente al drawback	X		X		X		
13	El porcentaje de devolución del drawback es muy significativo	X		X		X		
14	Considero que el sector empresarial debe acogerse a los beneficios del drawback	X		X		X		
15	Es adecuada la aplicación de leyes aduaneras a favor de las Mypes	X		X		X		
	<b>Grado de aplicación de leyes aduaneras</b>							
16	Los requisitos solicitados son eficientes para acceder a los beneficios del drawback	X		X		X		
17	Considero eficaz los tiempos establecidos de devolución del porcentaje del drawback	X		X		X		

**FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN LIMA 2019**

18	Considero que los procedimientos para el acogimiento del drawback son eficientes	X	X	X	
----	--	---	---	---	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Sin observaciones

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  | Aplicable después de corregir  | No aplicable

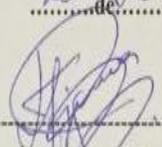
Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Hg. Joel Figueroa Chusqui Kangui

DNI: 10288811

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

20 de Julio del 2019

  
Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): ..... *Juan José Salgado Portugal* .....

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes de la Universidad Privada del Norte – UPN, en la sede Lima Norte, de la carrera Administración de Negocios Internacionales, requerimos validar el instrumento con el cual recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Licenciatura en Administración.

El título de nuestro proyecto de investigación es: Factores Claves de Exportación de Arándanos y los Beneficios del Drawback de las Mypes de la región Lima 2019, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento de mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

*Alicia A. Mendoza Cochachin*  
.....

Firma  
Apellidos y nombres *Mendoza Cochachin Alicia A.*  
D.N.I.: *42674736*.....

*Diana Marjorie Quiroz Velásquez*  
.....

Firma  
Apellidos y Nombres *Quiroz Velásquez Diana  
Marjorie*  
D.N.I.: *42077016*.....

## **DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES**

### **Variable: V. 1. FACTORES CLAVES DE EXPORTACIÓN**

#### **Dimensiones de la variable:**

##### Dimensión 1 Demanda Internacional.

Laura Fisher y Jorge Espejo, en su libro “Mercadotecnia” (pág. 163), afirman que la demanda representa las cantidades de un dicho producto que las empresas puedan producir para ofrecer a los consumidores que estén dispuestos a adquirir de acuerdo a los precios establecidos por el mercado.

##### Dimensión 2 El precio

Según Porter, (1998, p. 138) “Una empresa para diferenciarse exige un precio superior, y el vender más de su producto le servirá como amortiguante creando bases de sustentabilidad durante caídas cíclicas y temporales”.

##### Dimensión 3 Estacionalidad del fruto

Zuluaga (2012) “La estacionalidad es la propiedad que tiene un producto para ser vendido en ciertos períodos específicos, para evitarlo, el empresario debe crear productos que no estén sujetos al vaivén del mercado, sino que sean de necesidad permanente”

### **Variable: V. 2. BENEFICIOS DEL DRAWBACK**

#### **Dimensiones de la variable:**

##### Dimensión 1 Cantidad de procedimientos aplicados

Las empresas exportadoras que quieren acogerse a este beneficio deben de tener en cuenta que solo tienen 180 días útiles contados desde el día de embarque, y para ello deben indicar en la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) de exportación en el recuadro 7.28 el código asignado por la Sunat

según el tipo de régimen de la exportación; y las condiciones para acogerse según lo normado por el artículo 13 del decreto supremo 104-95-EF

Dimensión 2 Nivel de conocimiento de los procedimientos del drawback

SUNAT (2017), Este régimen permite a las empresas productoras – exportadoras obtener la devolución de un porcentaje del valor FOB del bien exportado, el cual no debe superar al 50%

Dimensión 3 Grado de aplicación de leyes aduaneras

Mediante el reglamento de la ley general de aduanas publicado el 16 de enero de 2009, indican que la SUNAT podrá disponer de los documentos requeridos de manera equitativa a las personas jurídicas. Regular la relación jurídica que establecida entre la SUNAT y las personas naturales o jurídicas es parte del objetivo de la formulación de las leyes aduaneras.

Mediante (decreto legislativo N°1053, 2018), la ley general de aduanas tiene como objetivo agilizar las operaciones de comercio exterior, como también, adecúa la normativa aduanera a estándares internacionales.

## **MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

### **Anexo 1**

**Matriz de operacionalización de variables**

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Factores claves para la exportación de arándanos	Los factores son condicionantes que contribuyen al crecimiento tales como la demanda internacional, el precio y la estacionalidad del producto, y que con el tiempo se convierten en garantías para que una empresa tenga éxito en su sector.	Demanda internacional	Características de los arándanos a exportar Competencia sobre empresas comercializadoras de arándanos frescos. Tendencia de consumo de arándanos a nivel mundial	Likert
		El precio	Mecanismos para fijar precios Decisiones de precios Precio promedio de exportación Comparación de precios	Likert
		Estacionalidad del fruto	Necesidad de Producción de arándanos frescos Ventajas de la estacionalidad de la producción peruana.	Likert

Fuente: Chipana y Valverde (2015) FACTORES QUE IMPULSAN A LA EXPORTACIÓN (...)

**Anexo 2**

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
<b>Régimen de restitución de derechos arancelarios DRAWBACK</b>	El drawback es un régimen que permite, obtener la devolución de un porcentaje del valor FOB del bien exportado; y que para ello el empresario debe tener un buen nivel de conocimiento de los procedimientos, el grado de aplicación de la ley aduanera y conocer la cantidad de procedimientos aplicados.	Cantidad de procedimientos aplicados	Efectividad de los procedimientos.	Likert
			Tasa de percepción de las principales empresas beneficiarias del drawback.	
		Nivel de conocimiento de los procedimientos del drawback	Conocimiento formal e informal	Likert
			Conocimiento de los trámites documentarios para acceder al drawback.	
		Grado de aplicación de leyes aduaneras	Conocimiento del porcentaje del drawback. Eficiencia y eficacia	Likert

Fuente: Alarcón (2015) Procedimiento del régimen de restitución de derechos (...)

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN  
DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL  
DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN  
LIMA 2019

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LOS  
FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS QUE LES GENERA EL DRAWBACK A  
LAS MYPES DE LA REGIÓN LIMA 2019

VARIABLE INDEPENDIENTE: FACTORES CLAVES DE EXPORTACION								
N°	DIMENSIONES / items	Pertinenci <sup>a1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Demanda Internacional</b>								
1	Considero que los arándanos frescos son los más requeridos por el mercado internacional	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Los arándanos como fruto seco también son demandados por los mercados internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Tenemos variedad y calidad de arándano	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	La competencia entre empresas me favorece a la búsqueda de nuevos mercados para exportar	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	La competencia es un factor clave para incrementar mejoras en mi empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	Nuestra producción de arándanos en cuanto a exigencias por los consumidores ha mejorado en estos últimos años	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	Los arándanos son muy demandados por sus características nutricionales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	La tendencia al consumo de frutas saludables va en incremento al pasar los años	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	Hay una tendencia de consumo internacional de arándano	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>El precio</b>								
10	Considero que la fijación de precios se hace de acuerdo a los competidores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11	Los mecanismos para fijar precio son de acuerdo a los costos de producción	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12	La fijación de precios es de acuerdo a la demanda de mi producto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13	La decisión de precios es de acuerdo a la demanda mundial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
14	La decisión del precio es de acuerdo a la oferta exportable	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
15	La decisión del precio es por la calidad de mi producto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16	El precio promedio de exportación determina mis costos de producción	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17	El margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
18	La capacidad de producción es determinante para el precio promedio de exportación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

19	Nuestro país logra un precio competitivo en las temporadas de baja producción a nivel mundial	X	X	X	
20	La calidad de mi producto es determinante para comparar precios	X	X	X	
21	La comparación de precios se realiza teniendo en cuenta los productos sustitutos	X	X	X	
	<b>Estacionalidad del fruto</b>				
22	Hay necesidad para cultivar arándanos	X	X	X	
23	La estacionalidad es una ventaja para obtener mejores precios para exportar	X	X	X	
24	Hay gran demanda de consumo de arándanos por satisfacer	X	X	X	
25	La estacionalidad para la producción de arándanos es necesaria para obtener una ventaja competitiva en la exportación	X	X	X	
26	La estacionalidad es un factor determinante para el incremento de las exportaciones	X	X	X	
27	La estacionalidad en Perú es oportuna para obtener mayores ventajas en cuanto a incremento de producción	X	X	X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable []    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Salgado Paturol Juan José  
DNI: 40330566

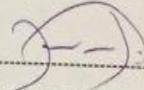
<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

...12 de Ago del 2019

  
Firma del Experto Informante.

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN  
DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL  
DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN  
LIMA 2019

VARIABLE DEPENDIENTE: BENEFICIOS DEL DRAWBACK								
N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>Cantidad de procedimientos aplicados</b>							
1	El personal que trabaja en la SUNAT ofrece adecuada atención	X		X		X		
2	Se cumplen los plazos de procedimientos de los beneficios del drawback	X		X		X		
3	Los requisitos para acceder a los beneficios del drawback deben simplificarse	X		X		X		
4	El drawback beneficia a mi empresa	X		X		X		
5	La tasa de percepción del drawback me incentiva a seguir exportando	X		X		X		
6	Conozco los procedimientos administrativos para acceder a los beneficios del drawback	X		X		X		
	<b>Nivel de conocimiento del procedimiento del drawback</b>							
7	Tengo conocimiento de los beneficios que ofrece el drawback	X		X		X		
8	Me he informado de manera oportuna para aplicar los procedimientos del drawback en mi empresa	X		X		X		
9	La SUNAT me brinda información como exportador sobre los beneficios del drawback	X		X		X		
10	Se cumplen los tiempos del procedimiento administrativo del drawback	X		X		X		
11	Los beneficios del drawback son aplicados de manera equitativa a las grandes, medianas y pequeñas empresas	X		X		X		
12	Conozco los porcentajes de restitución de derechos correspondiente al drawback	X		X		X		
13	El porcentaje de devolución del drawback es muy significativo	X		X		X		
14	Considero que el sector empresarial debe acogerse a los beneficios del drawback	X		X		X		
15	Es adecuada la aplicación de leyes aduaneras a favor de las Mypes	X		X		X		
	<b>Grado de aplicación de leyes aduaneras</b>							
16	Los requisitos solicitados son eficientes para acceder a los beneficios del drawback	X		X		X		
17	Considero eficaz los tiempos establecidos de devolución del porcentaje del drawback	X		X		X		

18	Considero que los procedimientos para el acogimiento del drawback son eficientes	X	X	X		
----	--	---	---	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

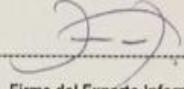
Opinión de aplicabilidad: Aplicable []    Aplicable después de corregir []    No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Salgado Portugal Juan José  
DNI: 4103665560

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

...P...de Perú...del 2019

  
Firma del Experto Informante.

ANEXO n° 3. **Encuesta 1**

ENCUESTA

Estimado empresario, el cuestionario tiene como finalidad recoger su opinión respecto a los factores claves de exportación y los beneficios del Drawback a las Mypes de la Región Lima. De tal manera que la valoración dada por Ud. nos permitirá identificar el nivel de relación que existe entre ambas variables.

**Instrucciones:**

La encuesta es anónima se le solicita su colaboración marcando una alternativa por cada ítem del cuestionario de acuerdo a lo que Ud. considere oportuno.

Variable: Factores claves para la exportación de arándanos

	1 = TOTALMENTE DE ACUERDO	2 = DE ACUERDO	3 = INDIFERENTE	4 = EN DESACUERDO	5 = TOTALMENTE EN DESACUERDO
1 Considero que los arándanos frescos son los más requeridos por el mercado internacional			X		
2 Los arándanos como fruto seco también son demandados por los mercados internacionales				X	
3 Tenemos variedad y calidad de arándano		X			
4 La competencia entre empresas me favorece a la búsqueda de nuevos mercados para exportar		X			
5 La competencia es un factor clave para incrementar mejoras en mi empresa		X			
6 Nuestra producción de arándanos en cuanto a exigencias por los consumidores ha mejorado en estos últimos años		X			
7 Los arándanos son muy demandados por sus características nutricionales		X			
8 La tendencia al consumo de frutas saludables va en incremento al pasar los años		X			

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN  
DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL  
DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN  
LIMA 2019

1 = TOTALMENTE DE ACUERDO 2 = DE ACUERDO 3 = INDIFERENTE 4 = EN DESACUERDO 5 = TOTALMENTE EN DESACUERDO		1	2	3	4	5
9	Hay una tendencia de consumo internacional de arándano	X				
10	Considero que la fijación de precios se hace de acuerdo a los competidores		X			
11	Los mecanismos para fijar precio es de acuerdo a los costos de producción		X			
12	La fijación de precios es de acuerdo a la demanda de mi producto		X			
13	La decisión de precios es de acuerdo a la demanda mundial		X			
14	La decisión del precio es de acuerdo a la oferta exportable		X			
15	La decisión del precio es por la calidad de mi producto		X			
16	El precio promedio de exportación determina mis costos de producción			X		
17	El margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar			X		
18	La capacidad de producción es determinante para el precio promedio de exportación		X			
19	Nuestro país logra un precio competitivo en las temporadas de baja producción a nivel mundial		X			
20	La calidad de mi producto es determinante para comparar precios			X		
21	La comparación de precios se realiza teniendo en cuenta los productos sustitutos			X		
22	Hay necesidad para cultivar arándanos		X			
23	La estacionalidad es una ventaja para obtener mejores precios para exportar		X			
24	Hay gran demanda de consumo de arándanos por satisfacer	X				
25	La estacionalidad para la producción de arándanos es necesaria para obtener una ventaja competitiva en la exportación	X				
26	La estacionalidad es un factor determinante para el incremento de las exportaciones			X		
27	La estacionalidad en Perú es oportuno para obtener mayores ventajas en cuanto a incremento de producción			X		

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN  
DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL  
DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN  
LIMA 2019

Variable: los beneficios del drawback en la Mypes de la Región Lima.

1 = TOTALMENTE DE ACUERDO 2 = DE ACUERDO 3 = INDIFERENTE 4 = EN DESACUERDO 5 = TOTALMENTE EN DESACUERDO					
	1	2	3	4	5
1 El personal que trabaja en la SUNAT ofrece adecuada atención		X			
2 Se cumplen los plazos de procedimientos de los beneficios del drawback		X			
3 Los requisitos para acceder a los beneficios del drawback deben simplificarse		X			
4 El drawback beneficia a mi empresa		X			
5 La tasa de percepción del drawback me incentiva a seguir exportando		X			
6 Conozco los procedimientos administrativos para acceder a los beneficios del drawback			X		
7 Tengo conocimiento de los beneficios que ofrece el drawback			X		
8 Me he informado de manera oportuna para aplicar los procedimientos del drawback en mi empresa			X		
9 La SUNAT me brinda información como exportador sobre los beneficios del drawback			X		
10 Se cumplen los tiempos del procedimiento administrativo del drawback				X	
11 Los beneficios del drawback son aplicados de manera equitativa a las grandes, medianas y pequeñas empresas					X
12 Conozco los porcentajes de restitución de derechos correspondiente al drawback		X			
13 El porcentaje de devolución del drawback es muy significativo		X			
14 Considero que el sector empresarial debe acogerse a los beneficios del drawback		X			
15 Es adecuada la aplicación de leyes aduaneras a favor de las Mypes				X	
16 Los requisitos solicitados son eficientes para acceder a los beneficios del drawback			X		
17 Considero eficaz los tiempos establecidos de devolución del porcentaje del drawback			X		
18 Considero que los procedimientos para el acogimiento del drawback son eficientes				X	

**Anexo N°4: Encuesta 2**

**ENCUESTA**

Estimado empresario, el cuestionario tiene como finalidad recoger su opinión respecto a los factores claves de exportación y los beneficios del Drawback a las Mypes de la Región Lima. De tal manera que la valoración dada por Ud. nos permitirá identificar el nivel de relación que existe entre ambas variables.

**Instrucciones:**

La encuesta es anónima se le solicita su colaboración marcando una alternativa por cada ítem del cuestionario de acuerdo a lo que Ud. considere oportuno.

Variable: Factores claves para la exportación de arándanos

1 = TOTALMENTE DE ACUERDO    2 = DE ACUERDO    3 = INDIFERENTE    4 = EN DESACUERDO    5 = TOTALMENTE EN DESACUERDO		1	2	3	4	5
1	Considero que los arándanos frescos son los más requeridos por el mercado internacional	X				
2	Los arándanos como fruto seco también son demandados por los mercados internacionales		X			
3	Tenemos variedad y calidad de arándano		X			
4	La competencia entre empresas me favorece a la búsqueda de nuevos mercados para exportar			X		
5	La competencia es un factor clave para incrementar mejoras en mi empresa	X				
6	Nuestra producción de arándanos en cuanto a exigencias por los consumidores ha mejorado en estos últimos años	X				
7	Los arándanos son muy demandados por sus características nutricionales	X				
8	La tendencia al consumo de frutas saludables va en incremento al pasar los años	X				

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN  
DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL  
DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN  
LIMA 2019

1 = TOTALMENTE DE ACUERDO 2 = DE ACUERDO 3 = INDIFERENTE 4 = EN DESACUERDO 5 = TOTALMENTE EN DESACUERDO		1	2	3	4	5
9	Hay una tendencia de consumo internacional de arándano	X				
10	Considero que la fijación de precios se hace de acuerdo a los competidores	X				
11	Los mecanismos para fijar precio es de acuerdo a los costos de producción	X				
12	La fijación de precios es de acuerdo a la demanda de mi producto			X		
13	La decisión de precios es de acuerdo a la demanda mundial	X				
14	La decisión del precio es de acuerdo a la oferta exportable	X				
15	La decisión del precio es por la calidad de mi producto			X		
16	El precio promedio de exportación determina mis costos de producción		X			
17	El margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar	X				
18	La capacidad de producción es determinante para el precio promedio de exportación	X				
19	Nuestro país logra un precio competitivo en las temporadas de baja producción a nivel mundial	X				
20	La calidad de mi producto es determinante para comparar precios	X				
21	La comparación de precios se realiza teniendo en cuenta los productos sustitutos	X				
22	Hay necesidad para cultivar arándanos		X			
23	La estacionalidad es una ventaja para obtener mejores precios para exportar	X				
24	Hay gran demanda de consumo de arándanos por satisfacer			X		
25	La estacionalidad para la producción de arándanos es necesaria para obtener una ventaja competitiva en la exportación		X			
26	La estacionalidad es un factor determinante para el incremento de las exportaciones		X			
27	La estacionalidad en Perú es oportuno para obtener mayores ventajas en cuanto a incremento de producción	X				

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN  
DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL  
DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN  
LIMA 2019

Variable: los beneficios del drawback en la Mypes de la Región Lima.

	1	2	3	4	5
1 = TOTALMENTE DE ACUERDO 2 = DE ACUERDO 3 = INDIFERENTE 4 = EN DESACUERDO 5 = TOTALMENTE EN DESACUERDO					
1 El personal que trabaja en la SUNAT ofrece adecuada atención				X	
2 Se cumplen los plazos de procedimientos de los beneficios del drawback			X		
3 Los requisitos para acceder a los beneficios del drawback deben simplificarse	X				
4 El drawback beneficia a mi empresa		X			
5 La tasa de percepción del drawback me incentiva a seguir exportando		X			
6 Conozco los procedimientos administrativos para acceder a los beneficios del drawback	X				
7 Tengo conocimiento de los beneficios que ofrece el drawback	X				
8 Me he informado de manera oportuna para aplicar los procedimientos del drawback en mi empresa		X			
9 La SUNAT me brinda información como exportador sobre los beneficios del drawback					X
10 Se cumplen los tiempos del procedimiento administrativo del drawback			X		
11 Los beneficios del drawback son aplicados de manera equitativa a las grandes, medianas y pequeñas empresas		X			
12 Conozco los porcentajes de restitución de derechos correspondiente al drawback		X			
13 El porcentaje de devolución del drawback es muy significativo		X			
14 Considero que el sector empresarial debe acogerse a los beneficios del drawback		X			
15 Es adecuada la aplicación de leyes aduaneras a favor de las Mypes	X				
16 Los requisitos solicitados son eficientes para acceder a los beneficios del drawback			X		
17 Considero eficaz los tiempos establecidos de devolución del porcentaje del drawback				X	
18 Considero que los procedimientos para el acogimiento del drawback son eficientes		X			
			X		

ANEXO n° 5: Encuesta 3

ENCUESTA

Estimado empresario, el cuestionario tiene como finalidad recoger su opinión respecto a los factores claves de exportación y los beneficios del Drawback a las Mypes de la Región Lima. De tal manera que la valoración dada por Ud. nos permitirá identificar el nivel de relación que existe entre ambas variables.

**Instrucciones:**

La encuesta es anónima se le solicita su colaboración marcando una alternativa por cada ítem del cuestionario de acuerdo a lo que Ud. considere oportuno.

Variable: Factores claves para la exportación de arándanos

	1 = TOTALMENTE DE ACUERDO	2 = DE ACUERDO	3 = INDIFERENTE	4 = EN DESACUERDO	5 = TOTALMENTE EN DESACUERDO
1 Considero que los arándanos frescos son los más requeridos por el mercado internacional			X		
2 Los arándanos como fruto seco también son demandados por los mercados internacionales				X	
3 Tenemos variedad y calidad de arándano		X			
4 La competencia entre empresas me favorece a la búsqueda de nuevos mercados para exportar	X				
5 La competencia es un factor clave para incrementar mejoras en mi empresa		X			
6 Nuestra producción de arándanos en cuanto a exigencias por los consumidores ha mejorado en estos últimos años	X				
7 Los arándanos son muy demandados por sus características nutricionales		X			
8 La tendencia al consumo de frutas saludables va en incremento al pasar los años	X				

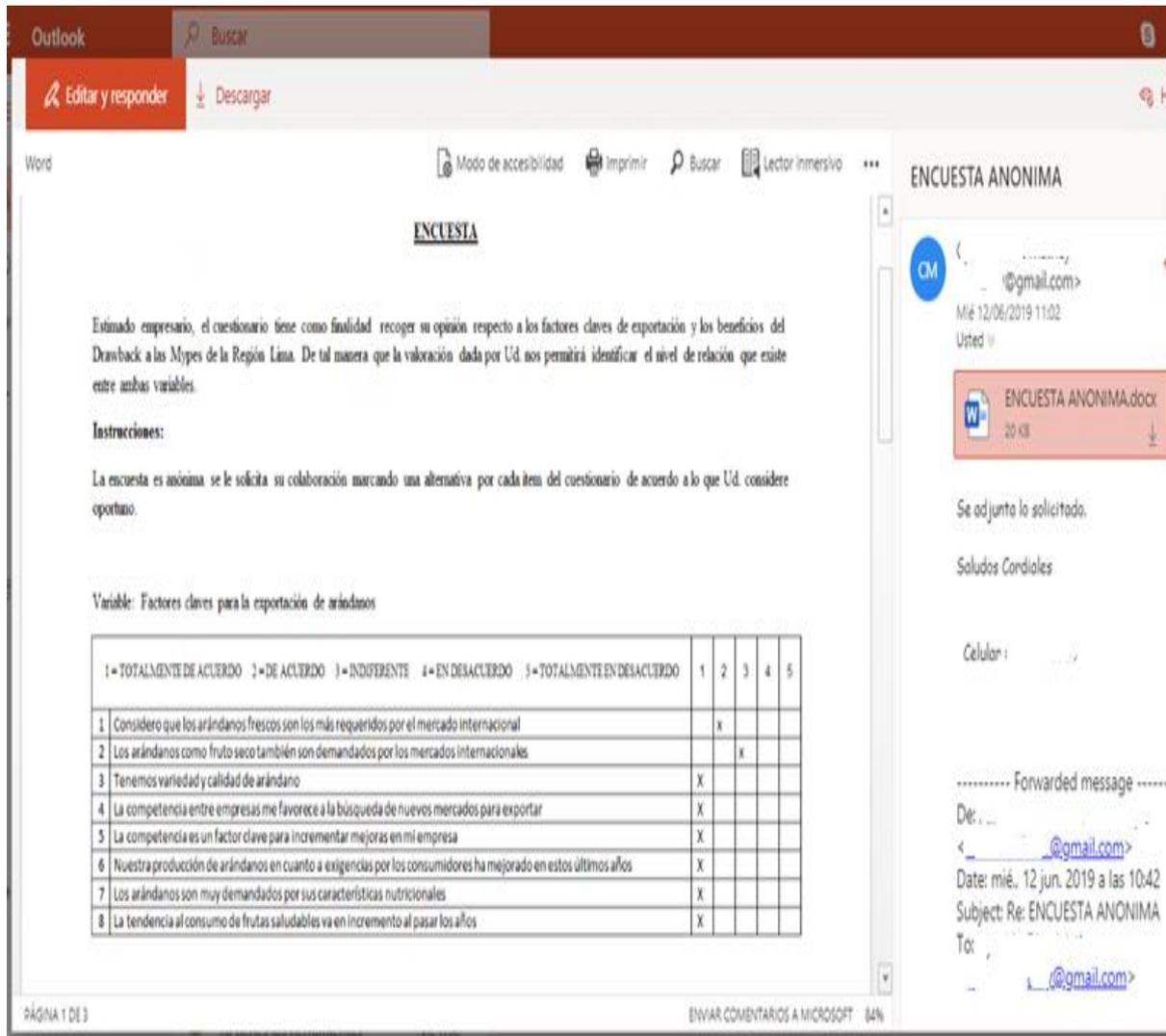
FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN  
DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL  
DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN  
LIMA 2019

1 = TOTALMENTE DE ACUERDO    2 = DE ACUERDO    3 = INDIFERENTE    4 = EN DESACUERDO    5 = TOTALMENTE EN DESACUERDO		1	2	3	4	5
9	Hay una tendencia de consumo internacional de arándano		X			
10	Considero que la fijación de precios se hace de acuerdo a los competidores		X			
11	Los mecanismos para fijar precio es de acuerdo a los costos de producción		X			
12	La fijación de precios es de acuerdo a la demanda de mi producto		X			
13	La decisión de precios es de acuerdo a la demanda mundial			X		
14	La decisión del precio es de acuerdo a la oferta exportable			X		
15	La decisión del precio es por la calidad de mi producto	X				
16	El precio promedio de exportación determina mis costos de producción		X			
17	El margen de ganancia por precio promedio de exportación de arándanos influye como un determinante para exportar		X			
18	La capacidad de producción es determinante para el precio promedio de exportación		X			
19	Nuestro país logra un precio competitivo en las temporadas de baja producción a nivel mundial		X			
20	La calidad de mi producto es determinante para comparar precios		X			
21	La comparación de precios se realiza teniendo en cuenta los productos sustitutos			X		
22	Hay necesidad para cultivar arándanos	X				
23	La estacionalidad es una ventaja para obtener mejores precios para exportar		X			
24	Hay gran demanda de consumo de arándanos por satisfacer		X			
25	La estacionalidad para la producción de arándanos es necesaria para obtener una ventaja competitiva en la exportación		X			
26	La estacionalidad es un factor determinante para el incremento de las exportaciones			X		
27	La estacionalidad en Perú es oportuno para obtener mayores ventajas en cuanto a incremento de producción	X				

Variable: los beneficios del drawback en la Mypes de la Región Lima.

	1 = TOTALMENTE DE ACUERDO	2 = DE ACUERDO	3 = INDIFERENTE	4 = EN DESACUERDO	5 = TOTALMENTE EN DESACUERDO
1 El personal que trabaja en la SUNAT ofrece adecuada atención					
2 Se cumplen los plazos de procedimientos de los beneficios del drawback				X	
3 Los requisitos para acceder a los beneficios del drawback deben simplificarse				X	
4 El drawback beneficia a mi empresa	X				
5 La tasa de percepción del drawback me incentiva a seguir exportando		X			
6 Conozco los procedimientos administrativos para acceder a los beneficios del drawback	X	X			
7 Tengo conocimiento de los beneficios que ofrece el drawback	X				
8 Me he informado de manera oportuna para aplicar los procedimientos del drawback en mi empresa	X	X			
9 La SUNAT me brinda información como exportador sobre los beneficios del drawback		X			
10 Se cumplen los tiempos del procedimiento administrativo del drawback			X		
11 Los beneficios del drawback son aplicados de manera equitativa a las grandes, medianas y pequeñas empresas		X			
12 Conozco los porcentajes de restitución de derechos correspondiente al drawback	X			X	
13 El porcentaje de devolución del drawback es muy significativo				X	
14 Considero que el sector empresarial debe acogerse a los beneficios del drawback	X				
15 Es adecuada la aplicación de leyes aduaneras a favor de las Mypes			X		
16 Los requisitos solicitados son eficientes para acceder a los beneficios del drawback				X	
17 Considero eficaz los tiempos establecidos de devolución del porcentaje del drawback				X	
18 Considero que los procedimientos para el acogimiento del drawback son eficientes			X		

ANEXO n° 6: Encuesta electrónica 1



**ENCUESTA**

Estimado empresario, el cuestionario tiene como finalidad recoger su opinión respecto a los factores claves de exportación y los beneficios del Drawback a las Mypes de la Región Lima. De tal manera que la valoración dada por Ud. nos permitirá identificar el nivel de relación que existe entre ambas variables.

**Instrucciones:**

La encuesta es anónima se le solicita su colaboración marcando una alternativa por cada ítem del cuestionario de acuerdo a lo que Ud. considere oportuno.

Variable: Factores claves para la exportación de arándanos

	1 = TOTALMENTE DE ACUERDO	2 = DE ACUERDO	3 = INDIFERENTE	4 = EN DESACUERDO	5 = TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2	3	4	5
1	Considero que los arándanos frescos son los más requeridos por el mercado internacional						X			
2	Los arándanos como fruto seco también son demandados por los mercados internacionales							X		
3	Tenemos variedad y calidad de arándano					X				
4	La competencia entre empresas me favorece a la búsqueda de nuevos mercados para exportar					X				
5	La competencia es un factor clave para incrementar mejoras en mi empresa					X				
6	Nuestra producción de arándanos en cuanto a exigencias por los consumidores ha mejorado en estos últimos años					X				
7	Los arándanos son muy demandados por sus características nutricionales					X				
8	La tendencia al consumo de frutas saludables va en incremento al pasar los años					X				

ENCUESTA ANONIMA

CM <...@gmail.com>  
Mié 12/06/2019 11:02  
Usted y 1

ENCUESTA ANONIMA.docx  
20 KB

Se adjunto lo solicitado.

Saludos Cordiales

Celular: ...

----- Forwarded message -----  
De: ...  
<...@gmail.com>  
Date: mié., 12 jun. 2019 a las 10:42  
Subject: Re: ENCUESTA ANONIMA  
To: ...  
<...@gmail.com>

ANEXO n° 7: Data de encuesta

DATA DE ENCUESTA.xlsx - Excel

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA

Calibri 11 Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

Portapapeles Pegar Ajustar texto Formato Dar formato Estilos de celda Insertar Eliminar Formato Autosuma Rellenar Ordenar y filtrar

AZ9 : 9-16

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU		
1	VARIABLE 1: FACTORES CLAVES DE EXPORTACION																								VARIABLE 2: BENEFICIOS DEL DRAWBACK																								
2	ITEM	FC1	FC2	FC3	FC4	FC5	FC6	FC7	FC8	FC9	FC10	FC11	FC12	FC13	FC14	FC15	FC16	FC17	FC18	FC19	FC20	FC21	FC22	FC23	FC24	FC25	FC26	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18				
3	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2	2	1	1	3	2	2	1	3	2	2	1	3	2	2	3	3	2	3	1	1	1	3	1	2	2
4	2	1	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1	1	2	4	2	2	1	2	4	2	2	1	2	2	2	1	3	
5	3	1	2	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	2	1	1	1	1	2	1	3	2	2	2	1	4	3	1	2	2	1	1	2	5	3	2	2	2	1	2	2	2	3				
6	4	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	4	4	1	2	2	1	2	2	3	2	2	1	4	1	3	4	4	3			
7	5	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	3	3	1	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	2			
8	6	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
9	7	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	1	2	3	3	2	3	3	2	4	4	2	3	3	2	2	4	4	5	2	2	2	4	3	3	4	4	3			
10	8	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1	1	2	4	2	2	1	2	2	2	2	1	3				
11	9	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1	1	2	4	2	2	1	2	2	2	2	1	3				
12	10	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
13	11	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1	1	2	4	2	2	1	2	2	2	2	1	3			
14	12	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	1	2	3	3	2	3	3	2	4	4	2	3	3	2	2	4	4	5	2	2	2	4	3	3	4	4	3	4			
15	13	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	3	3	1	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	2				
16	14	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	2	1	3	2	2	1	3	2	2	3	3	2	3	1	1	3	1	2			
17	15	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1	1	2	4	2	2	1	2	2	2	2	1	3				
18	16	1	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	2	1	1	1	1	2	1	3	2	2	2	1	4	3	1	2	2	1	1	2	5	3	2	2	2	1	2	2	2	3			
19	17	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	4	4	1	2	2	1	2	2	3	2	2	1	4	1	3	4	4	3				
20	18	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1	1	2	4	2	2	1	2	2	2	2	1	3				
21	19	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2	2	1	1	3	2	2	1	3	2	2	1	3	2	2	3	3	2	3	1	1	3	1	2		
22	20	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1	1	2	4	2	2	1	2	2	2	2	1	3				
23	21	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	4	4	1	2	2	1	2	2	3	2	2	1	4	1	3	4	4	3			
24	22	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	3	3	1	1	2	2	2	3	3	1	1	2	2	2	2	1	2	3	2		
25	23	1	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	2	1	1	1	1	2	1	3	2	2	2	1	4	3	1	2	2	1	1	2	5	3	2	2	2	1	2	2	2	3			
26	24	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	4	4	1	2	2	1	2	2	3	2	2	1	4	1	3	4	4	3				
27	25	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
28	26	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
29	27	1	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	2	2	1	4	3	1	2	2	1	1	2	5	3	2	2	2	1	2	2	2	3			
30	28	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
31	29	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	3	3	1	1	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	3	3	2			
32	30	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2	2	1	1	3	2	2	1	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	1	1	1	3	1	2		

Hoja1

**ANEXO n° 8: Relación de Mypes de la región Lima**

<b>N°</b>	<b>EMPRESAS EXPORTADORAS</b>	<b>N° E</b>	<b>RUC</b>
1	INKA´S BERRIES SAC	2	20520866630
2	FRUTICOLA LA JOYITA SAC	3	20522563723
3	INCA FRUT SAC	2	20102269617
4	NEGOCIOS INCLUSIVOS EIRL	3	20552244550
5	DAVE´S EXOTIC PERU SAC	1	20600568575
6	FUNDO RIO GRANDE SAC	3	20557401947
7	PRO BERRIES SAC	2	20549172360
8	NOVA EXPORT SAC	5	20392523767
9	EXPORTADORA FRUTICOLA DEL SUR SAC	3	20104902864
10	BLUEBERRIES PERU SAC	3	20557530160
11	PRODUCTOS EL VALLE SAC	2	20530990096
12	INKA FRESH SAC	1	20547760558
13	GRUPO HUAMANI SAC	0	20508161761
14	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	0	20297939131
15	AGROPECUARIA LAS LOMAS DE CHILCA	0	20336956677
16	AGRICOLA CHAPI SA	0	20372081831
17	AGRICOLA ANDREA	0	20505688903
18	VALLE Y PAMPA TRADYNG S.A.C.	0	20557066382
19	INCAVO S.A.C.	X	
20	GRUPO EXPERTOS EN ALIMENTOS SAC	0	20492328538
21	AGROINDUSTRIA JALCAN	0	
22	FRESH RESULTS PERU S.A.C.	0	
23	TERRA BUSINESS S.A.C	X	
24	BCG PUBLICIDAD Y AGRONEGOCIOS	0	

FACTORES CLAVES PARA LA EXPORTACIÓN  
DE ARÁNDANOS Y LOS BENEFICIOS DEL  
DRAWBACK EN LAS MYPES DE LA REGIÓN  
LIMA 2019

<b>25</b>	CAMPOSOL S.A.	0	
<b>26</b>	AGRICOLA ATHOS SA	0	20367472694
<b>27</b>	SOBIFRUIT S.A.C	0	
<b>28</b>	CONSORCIO DEL VALLE S.A.C	0	
<b>29</b>	AGRÍCOLA ISABEL SAC	0	20451778316
<b>30</b>	INTIPA FLOWER EXPORT S.A C.	0	
<b>31</b>	AGRICOLA LA VENTA S.A.	0	
<b>32</b>		0	

Elaboración propia. Fuente SUNAT

ANEXO n°9 **Ficha comercial del fruto**

<b>Nombre comercial</b>	<b>Arándanos rojos, arándanos azules (blueberry), Vaccinium corymbosum</b>
<b>Partida arancelaria</b>	0810.40.00.00 arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos
<b>Composición/Propiedades</b>	Contiene un alto valor en antioxidante según el USDA (departamento de agricultura de Estados Unidos). Además, contiene vitamina C para fortalecer las defensas y antocianina para mejorar los problemas de la vista.
<b>Presentaciones</b>	Frescos  Congelados  Deshidratados  Mermelada  Enlatados
<b>Zonas de producción</b>	Lima  Arequipa  Cajamarca  Ancash  Lambayeque  La Libertad

Elaboración propia

Fuente Sierra exportadora, 2013