

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN AGRONEGOCIOS

LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA
EXPORTACIÓN DE SANDÍA (*Citrullus lanatus*)
DE LAS EMPRESAS DE LA REGIÓN
TACNA, AÑO 2016

TESIS

PRESENTADA POR:

RUBÉN MOISÉS LAQUITA ESPINOZA

Para optar el Grado Académico de:

MAESTRO EN CIENCIAS (*MAGISTER SCIENTIAE*) CON
MENCIÓN EN AGRONEGOCIOS

TACNA - PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN – TACNA

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN AGRONEGOCIOS


LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA EXPORTACIÓN DE
SANDÍA (*Citrullus lanatus*) DE LAS EMPRESAS
DE LA REGIÓN TACNA, AÑO 2016

Tesis sustentada y aprobada el 7 de marzo del 2018; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE 
Dr. Oscar Octavio Fernández Cutire

SECRETARIA 
Dra. Nelly Arévalo Solsol

MIEMBRO 
Dr. Santos Lucio Guanilo Gómez

ASESOR 
Mgr. Saúl Dante Rivera Borjas

DEDICATORIA

A Dios, por darme Su Gracia, iluminar mi camino, así como la fuerza para avanzar día a día con sabiduría, amor, comprensión y equidad, los cuales permitan resolver los problemas de hoy para prevenir los de mañana.

A mis padres, Delfín y Rosa, por la formación en valores que me dieron en todas las etapas de mi vida y por su incondicional ayuda, como a mi adorada esposa Celia, que está en todo momento alentándome en mi vida profesional, y mi hijo Rubén, pilares de mi hogar.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la Escuela de Posgrado de la UNJBG de Tacna, por haberme aceptado ser parte de ella, como a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos.

Mi agradecimiento a mi asesor de Tesis, el Mgr. Saúl Dante Rivera Borja, por haber recurrido a su capacidad y experiencia; también agradezco infinitamente a los señores jurados por sus aportes de conocimiento científico, en especial al Dr. Lucio Guanilo Gómez, para una mejor presentación de mi tesis y formación profesional.

CONTENIDO

| | Pág. |
|--|-------------|
| DEDICATORIA | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| RESUMEN | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| INTRODUCCIÓN | 01 |
| | |
| CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | |
| 1.1 Descripción del problema | 03 |
| 1.1.1 Antecedentes del problema | 03 |
| 1.1.2 Problemática de la investigación..... | 07 |
| 1.2 Formulación del problema..... | 09 |
| 1.2.1 Problema general..... | 09 |
| 1.2.2 Problemas específicos | 09 |
| 1.3 Justificación | 10 |
| 1.3.1 Tipología de las justificaciones | 10 |
| 1.3.2 Alcances y limitaciones | 11 |
| 1.4 Objetivos | 12 |
| 1.4.1 Objetivo general..... | 12 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| 1.4.2 Objetivos específicos | 12 |
| 1.5 Hipótesis | 12 |
| 1.5.1 Hipótesis general | 12 |
| 1.5.2 Hipótesis específicas | 13 |

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

| | |
|--|----|
| 2.1 Antecedentes del estudio de investigación | 14 |
| 2.1.1 Antecedentes internacionales | 14 |
| 2.1.2 Antecedentes nacionales | 19 |
| 2.1.3 Antecedentes regionales | 25 |
| 2.2 Bases teóricas de exportación | 26 |
| 2.2.1 Las exportaciones | 26 |
| 2.2.2 Cómo preparar mi empresa para exportar | 39 |
| 2.2.3 Evaluación del potencial exportador | 44 |
| 2.2.4 Identificación y evaluación de mercados de exportación | 46 |
| 2.3 Bases teóricas de gestión empresarial | 47 |
| 2.3.1 Concepto de gestión empresarial | 47 |
| 2.3.2 Funciones importantes | 50 |
| 2.3.3 Definición de términos | 53 |

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

| | |
|--|----|
| 3.1 Tipo y diseño de investigación | 55 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| 3.1.1 Tipo de investigación | 55 |
| 3.1.2 Diseño de investigación | 55 |
| 3.1.3 Niveles de investigación..... | 56 |
| 3.2 Población y/o muestra de estudio | 57 |
| 3.3 Operacionalización de las variables..... | 58 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos | 59 |
| 3.5 Procesamiento y análisis de datos..... | 60 |

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

| | |
|--|----|
| 4.1 De las exportaciones de sandía de los empresarios de Tacna | 62 |
| 4.1.1 Nivel de exportaciones del 2010 - 2016..... | 62 |
| 4.1.2 Nivel de exportaciones del ejercicio 2016 | 64 |
| 4.1.3 Nivel de exportaciones por regiones..... | 65 |
| 4.2 Validez interna de los instrumentos | 67 |
| 4.2.1 Análisis de correlación de los ítems | 67 |
| 4.2.2 Datos estadísticos según la naturaleza de la investigación | 71 |
| 4.3 Fiabilidad y validez de los instrumentos..... | 75 |
| 4.3.1 Análisis de fiabilidad de la variable independiente gestión Empresarial | 76 |
| 4.3.2 Análisis de fiabilidad de la variable exportaciones | 77 |
| 4.4 Validez de contenido de los instrumentos..... | 77 |

| | |
|---|-----|
| 4.4.1 Validez de contenido de la variable gestión empresarial | 77 |
| 4.5 Análisis de la variable gestión empresarial | 81 |
| 4.6 Análisis de las dimensiones de las variables | 84 |
| 4.6.1 Análisis de la variable gestión empresarial | 84 |
| 4.7 Resultado integral por variable dependiente..... | 92 |
| 4.7.1 Resultado de la variable exportaciones | 92 |
| 4.8 Prueba de hipótesis | 95 |
| 4.8.1 Verificación de la primera hipótesis específica: gestión empresarial de sandía | 95 |
| 4.9 Hipótesis general | 101 |
| 4.9.1 Probar la correlación entre variables | 101 |
| 4.9.2 Probar el impacto entre variables | 103 |
| CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS | |
| Discusión de resultados..... | 105 |
| CONCLUSIONES | |
| CONCLUSIONES | 112 |
| RECOMENDACIONES..... | 113 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 117 |
| ANEXOS..... | 122 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabla 1. | Exportaciones de sandías frescas Perú | 05 |
| Tabla 2. | Exportaciones de sandía de la región Tacna 2010 - 2016 | 06 |
| Tabla 3. | Exportaciones por regiones | 65 |
| Tabla 4. | Análisis de correlaciones de la variable gestión empresarial | 67 |
| Tabla 5. | Análisis de variabilidad de la variable gestión empresarial | 69 |
| Tabla 6. | Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la variable independiente gestión empresarial | 72 |
| Tabla 7. | Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la variable dependiente exportaciones | 74 |
| Tabla 8. | Escala de Alpha de Cronbach | 75 |
| Tabla 9. | Alpha de Cronbach gestión empresarial | 76 |
| Tabla 10. | Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable independiente gestión empresarial | 78 |
| Tabla 11. | Calificación del instrumento para la variable | 80 |
| Tabla 12. | Diagrama de frecuencia de la variable gestión empresarial | 81 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| Tabla 13. | Escala de valoración de la variable gestión empresarial | 82 |
| Tabla 14. | Tabla de la dimensión gestión estratégica | 84 |
| Tabla 15. | Análisis de la variable gestión empresarial en su dimensión recursos para la exportación | 86 |
| Tabla 16. | Dimensión potencial exportador | 88 |
| Tabla 17. | Variable exportación en su dimensión conocimiento de los mercados externos | 90 |
| Tabla 18. | Frecuencia de la variable exportación de sandía | 92 |
| Tabla 19. | Escala de valoración de la variable nivel de exportación | 93 |
| Tabla 20. | Tabla de frecuencias para la variable gestión empresarial | 96 |
| Tabla 21. | Prueba Chi cuadrado para una muestra gestión | 96 |
| Tabla 22. | Tabla de frecuencia exportaciones | 99 |
| Tabla 23. | Chi cuadrado para una muestra - exportación de sandía | 99 |
| Tabla 24. | Información de bondad de ajuste | 102 |
| Tabla 25. | Información de bondad de ajuste de los modelos | 103 |
| Tabla 26. | Tabla de resultado de impacto | 104 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Interrelación de funciones del directivo | 48 |
| Figura 2. Exportación de sandía del 2010 - 2016 | 62 |
| Figura 3. Exportación de sandía a precio FOB | 63 |
| Figura 4. Exportación mensual del año 2016 | 64 |
| Figura 5. Niveles de exportación por regiones | 66 |
| Figura 6. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la variable gestión empresarial | 83 |
| Figura 7. Dimensión gestión estratégica | 85 |
| Figura 8. Gestión empresarial en su dimensión recursos para la exportación | 87 |
| Figura 9. Exportación en su dimensión potencial exportador | 89 |
| Figura 10. Exportación en su dimensión conocimiento del mercado exportador | 91 |
| Figura 11. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la variable exportación de sandía | 94 |

RESUMEN

El propósito de la presente investigación fue determinar de qué manera la gestión empresarial impacta en el nivel de exportaciones de sandía (*Citrullus lanatus L.*) de las empresas de la región Tacna, año 2016. El tipo de estudio es puro: su diseño, no experimental; y su nivel es explicativo. Los resultados demuestran que las exportaciones en el horizonte del 2010 al 2016 de la región de Tacna ha alcanzado a 16 590 000 kg; y según precio FOB, asciende a 2 268 280 millones de dólares, de los cuales el 55,0% fue para el mercado chileno; y para el mercado ecuatoriano, el 45,0%; asimismo, la gestión empresarial de las empresas es buena, con 64,7%; y la variable independiente es de un alto nivel de exportación, con un 57,14%; asimismo, la gestión empresarial se relaciona significativamente con la exportación de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna. Finalmente, se comprueba que la gestión empresarial impacta significativamente con un 93,5% en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016.

Palabras clave: Gestión empresarial, exportaciones, sandía, desarrollo empresarial, competitividad.

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine how business management impacts on the level of exports of watermelon (*Citrullus lanatus* L.) from companies in the Tacna region, 2016. The type of study is pure: its design, not experimental; and its level is explanatory. The results show that exports in the horizon from 2010 to 2016 of the Tacna region have reached 16 590 000 kg; and according to the FOB price, it amounts to 2 268 280 million dollars, of which 55.0% was for the Chilean market; and for the Ecuadorian market, 45.0%; likewise, the business management of companies is good, with 64.7%; and the independent variable is of a high level of exports, with 57.14%; Likewise, business management is significantly related to the export of watermelon export companies in the Tacna region. Finally, it is proven that business management has a significant impact with 93.5% on the export of watermelon from companies in the Tacna region, year 2016.

Keywords: Business management, exports, watermelon, business development, competitiveness.

INTRODUCCIÓN

En la literatura, según Zambrano (2012), la sandía tiene su origen en el desierto de Kalahari en el continente africano. Los primeros vestigios de su cultivo se encontraron en Egipto 3000 años a.C., de donde se extendió a diferentes regiones bañadas por el mar Mediterráneo, siendo los pobladores europeos quienes lo trajeron hasta América, donde lo encontramos extendido en diversos valles del Continente.

El presente estudio titulado “La gestión empresarial y su impacto en la exportación de sandía (*Citrullus lanatus* L.) de las empresas de la región Tacna, año 2016”, es de tipo básico de diseño no experimental y de nivel explicativo.

Es necesario mencionar que el trabajo de investigación está estructurado en cinco capítulos: El primero está referido al planteamiento del problema de investigación. El segundo capítulo contiene el marco teórico que fundamenta el estudio. El marco metodológico corresponde al tercer capítulo, en el que se aborda la metodología e instrumentos con los cuales se acopió la información. Seguidamente está el capítulo cuarto,

que muestra los resultados obtenidos. Por último, el capítulo quinto, referido a la discusión correspondiente.

Finalmente, se consideran las conclusiones y recomendaciones, igualmente se consigna las referencias bibliográficas, instrumentos, la matriz de consistencia y los anexos relativos al presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes del problema

Una de las preocupaciones de todo gobierno, principalmente del ejecutivo, es contar con una balanza de pago positiva, la cual se ha intensificado luego del crecimiento de la minería en la década pasada, para sostenerse actualmente en otros productos tradicionales y no tradicionales, principalmente estos últimos. Dentro de la exportación de productos no tradicionales tenemos la sandía, la cual figura entre los frutos más populares en verano a nivel mundial, por su importancia toda vez que contiene agua, lo que contribuye a mantener el organismo hidratado, además de las propiedades antioxidantes y depurativas rica en vitamina A.

En la actualidad, Perú se ubica entre los 40 principales países exportadores y cuenta con un potencial de producción, siendo las

principales zonas Ancash, Ica, La Libertad, Lima, Loreto, Tacna y Lambayeque.

La sandía se encuentra dentro de nuestro top 20 de frutas de exportación, y tienen un incremento promedio del 200% anual de los últimos tres años, siendo La Libertad, Tacna y Ancash como las principales regiones exportadoras, concentrando el 99,1% de las exportaciones de fruto (Mondragón, 2016).

A continuación, mostramos una data estadística en relación a la exportación de AGRODATAPERÚ (2016).

Tabla 1*Exportaciones de sandías frescas Perú*

| EXPORTACIONES SANDÍAS FRESCAS | | | | | | | 11 |
|-------------------------------|-----------|-----------|---------------|-----------|------------|---------------|----|
| MES | 2016 | | | 2015 | | | |
| | FOB | KILOS | PREC. PROM | FOB | KILOS | PREC. PROM | |
| ENERO | 283 742 | 1 809 980 | 0,16 | 65 276 | 628 358 | 0,10 | |
| FEBRERO | 243 314 | 1 383 730 | 0,18 | 263 586 | 2 075 059 | 0,13 | |
| MARZO | 309 625 | 1 727 431 | 0,18 | 470 152 | 3 715 069 | 0,13 | |
| ABRIL | 125 157 | 719 300 | 0,17 | 290 206 | 2 275 079 | 0,13 | |
| MAYO | 30 760 | 179 600 | 0,17 | 177 093 | 1 528 524 | 0,12 | |
| JUNIO | 4 281 | 21 408 | 0,20 | 92 817 | 714 023 | 0,13 | |
| JULIO | 7 130 | 35 652 | 0,20 | 53 205 | 422 764 | 0,13 | |
| AGOSTO | 17 879 | 99 329 | 0,18 | 39 544 | 329 673 | 0,12 | |
| SETIEMBRE | 43 829 | 313 187 | 0,14 | 44 127 | 432 741 | 0,10 | |
| OCTUBRE | 265 366 | 2371 517 | 0,11 | 219 689 | 1 828 976 | 0,12 | |
| NOVIEMBRE | 711 901 | 5 751 000 | 0,12 | 738 469 | 5 321 715 | 0,14 | |
| DICIEMBRE | - | - | | 606 906 | 4 625 969 | 0,13 | |
| TOTALES | 2 042 984 | 2 042 984 | 0,14 | 3 061 070 | 23 897 950 | 0,13 | |
| AÑO | | | | | | | |
| PROMEDIO | 185 726 | 1 310 194 | | 255 089 | 1 991 496 | | |
| MES | | | | | | | |
| % CREC. | -27% | -34% | 11% | 210% | 218% | -3% | |
| PROMEDIO | | | | | | | |

Fuente: AGRODATAPERÚ (2016)

En Tacna, se cuenta con un total de 17 exportadores de sandía, para quienes, como se mencionó anteriormente, su único mercado de exportación es Chile. En su mayoría, son productores y acopiadores de sandía de las zonas de Gregorio Albarracín, La Yarada, Locumba y Tacna.

Tabla 2*Exportaciones de sandía de la región Tacna 2010 - 2016*

| AÑO | FOB | KG | PRECIO USD/KG |
|------|---------|-----------|------------------|
| 2010 | 222,735 | 2,177,419 | \$0,10 |
| 2011 | 231,186 | 2,649,424 | \$0,09 |
| 2012 | 374,369 | 3,269,663 | \$0,11 |
| 2013 | 553,425 | 4,447,444 | \$0,12 |
| 2014 | 642,375 | 6,111,796 | \$0,11 |
| 2015 | 930,819 | 8,962,984 | \$0,10 |
| 2016 | 923,616 | 9,179,108 | \$0,10 |

Fuente: Operatividad Aduanera – SUNAT;

Elaboración propia

Como quiera que las exportaciones requieren para sus propósitos no solo una plataforma de servicios para el comercio exterior competitivo, sino el soporte de una administración de las empresas exportadoras, optimizar sus recursos de gestión a fin de superar los obstáculos.

Según la Asociación de Exportadores (ADEX), las encuestas a cien empresas exportadoras expresan factores que han ocasionado el pobre desempeño del sector de los últimos años y estuvo principalmente referido a los factores logísticos (problemas de infraestructura como carreteras y puertos); en segundo lugar, al tipo de cambio, los sobrecostos tributarios, la baja de precio en el exterior, los sobrecostos laborales y el cierre de algunos mercados (ADEX, 2017).

Como antecedentes de la realidad problemática en la unidad de estudio, no está focalizada en forma específica; sin embargo, existe innumerables trabajos de investigación sobre la variable de estudio. Los exportadores tacneños no son ajenos a esta temática, por el cual se ha tenido a bien estudiarlo para conocer en primer lugar si existe relación entre la gestión empresarial y las exportaciones, para así encontrar su nivel de incidencia o influencia entre ambas, como se menciona en el capítulo de resultados.

1.1.2 Problemática de la investigación

La globalización, los tratados de libre comercio, las competitividades representan desafíos y complejos retos para los productores. Con la existencia del Tratado de Libre Comercio y su entrada en vigencia, la sociedad comercial entre diversos países y los Estados Unidos continuará creciendo. Los productores deben estar claros que la apertura comercial demanda tecnología y experiencia comercial en infraestructura y en capacidad productiva instalada.

Nuestro país, y en particular nuestra región, viene incursionando en el encuentro de competencias y recursos, para facilitar los procesos productivos, comerciales y trámites a productores y empresarios que

buscan entrar o perfeccionarse en la exportación de productos agrícolas frescos a mercados internacionales, de manera particular al de los Estados Unidos, y para que puedan identificar oportunidades de negocios en el sector agropecuario.

El comercio exterior beneficia a los países de distintas maneras. En primer lugar, existen beneficios derivados de un mejor uso de los recursos, ya que cada país puede especializarse en las mercancías que produce más eficientemente o para las cuales está mejor dotado. El Perú, por su parte, empezó su apertura comercial en los años 90, la cual se ha consolidado como una política de estado que permite aprovechar nuestros recursos naturales e ir fortaleciendo otros bienes y servicios producidos en el país para colocarlos en el extranjero.

La sandía es un producto fresco que está en la lista de productos admisibles al mercado de los E.E.U.U y Europa; posee grandes oportunidades comerciales, de allí la importancia del presente estudio.

En la región Tacna, según los datos estadísticos se ha venido incrementando las exportaciones en los últimos años, y estos resultados para darle sostenibilidad a dichas exportaciones debe contar con una

gestión o administración de recursos no solo con eficiencia y eficacia, sino que estos resultados deben asegurar la creación de valor no solo para los exportadores, sino a todos los involucrados en dicha actividad. Por tanto, la presente investigación tiene como objetivo determinar si la gestión empresarial tiene impacto en los niveles de exportación de sandía de la región Tacna, año 2016.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la gestión empresarial impacta en la exportación de sandía (*Citrullus lanatus L.*), región Tacna, año 2016?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuál es el nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía (*Citrullus lanatus L.*) de la región Tacna, año 2016?
- b) ¿Cuál es el nivel de exportación de la sandía (*Citrullus lanatus L.*) de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016?

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Tipología de las justificaciones

De acuerdo a la tipología de las justificaciones de Tafur (1996), se podría manifestar lo siguiente:

a. Justificación teórica

Con respecto a la justificación teórica, se puede decir que la presente investigación es importante porque llena un vacío teórico y a la vez se podrá comprobar la importancia de tener en cuenta las variables de estudio, la misma que servirá de soporte para la toma de decisiones, hoy que exige eficiencia y eficacia para alcanzar productividad y con ella competitividad al sector exportador de la región.

b. La justificación metódica

Esta investigación no aporta un aspecto novedoso; sin embargo, se ratifica en el respeto irrestricto de la metodología de la investigación científica, estudiando una realidad de las que son propias de las organizaciones.

c. Justificación práctica

En cuanto a la justificación práctica, está orientado a determinar en primer lugar cuál es el nivel de relación entre las variables de estudio, y luego, cuál es la incidencia o influencia de las mismas, de manera que sus resultados finalmente permitan a las autoridades de turno de la institución, dar importancia a estas variables, toda vez que lo que hagan o dejen de hacer repercutirá en su organización.

1.3.2 Alcances y limitaciones

La presente investigación ha tenido una delimitación espacial la región Tacna, al sector agricultores dedicados a la siembra y exportación de sandía, para el periodo 2016.

Las limitaciones no han sido de trascendentales; con dificultades menores, el personal comprendido en el estudio ha podido colaborar con sus opiniones, y las oficinas del Ministerio de Agricultura han podido brindar la información secundaria correspondiente.

1.4 OBJETIVOS

1.4.2 Objetivo general

Determinar de qué manera la gestión empresarial impacta en la exportación de sandía (*Citrullus lanatus L.*) de las empresas de la región Tacna, año 2016.

1.4.3 Objetivos específicos

- a) Determinar el nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía (*Citrullus lanatus L.*) de la región Tacna, año 2016.
- b) Determinar el nivel de exportación de la sandía de las empresas exportadoras de sandía (*Citrullus lanatus L.*) de la región Tacna, año 2016.

1.5 HIPÓTESIS

1.5.1 Hipótesis general

La Gestión Empresarial impacta significativamente en la Exportación de sandía (*Citrullus lanatus L.*) de las empresas de la región Tacna, año 2016.

1.5.2 Hipótesis específicas

- a) El nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía (*Citrullus lanatus L.*) de la región Tacna, año 2016, es bueno.
- b) El nivel de exportación de la sandía (*Citrullus lanatus L.*) de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016, es bueno.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN

2.1.1 Antecedentes internacionales

Según Contreras (2003), en su tesis titulada “Análisis integral de la gestión empresarial del sector cafetalero y su relación con la competitividad en el mercado internacional” de El Salvador, la investigación contiene los resultados de los análisis efectuados respecto a los componentes estratégicos, estructurales y tecnológicos del sector cafetalero salvadoreño bajo los efectos de la crisis internacional provocada por la caída de los precios del grano.

El trabajo ha sido fundamentado en los efectos que ha tenido el decaimiento del sector cafetalero en aspectos sensibles del país, los cuales se sintetizaron en cuatro efectos que son: el efecto social, económico, financiero y el tributario.

Adicionalmente, se ha sustentado en la premisa de que los estudios anteriores a la presente investigación han sido orientados al tratamiento mercadológico y al rescate financiero de la producción cafetalera.

Esto ha abierto la brecha para realizar un análisis de los aspectos mencionados, ya que hasta ese momento se ha tratado de mitigar los impactos de la desestabilización mundial de la producción cafetera y los daños económicos de la depresión que esto provoca; en tanto que se ha descuidado la evaluación de los factores causales de estos impactos.

Es claramente identificable que depende de las transacciones internacionales en este rubro económico, siendo por ello más evidente que se debe prepara una base para soportar los cambios en el entorno de negocios exterior.

La platea para el café está diseñada para ser implementada en un periodo de cinco años plazo, con las respectivas estrategias y sus fases de ejecución; definiendo en cada una de ellas las líneas de actividad a ser desarrolladas. Por ello, está conformada por cinco ejes estratégicos que son: estrategia de producción, estrategia de reestructuración del

esquema de organización, estrategia de administración del cambio tecnológico y operativo, estrategias de mercado y las estrategias de tipo financiero.

Igualmente, Zambrano (2012), en la tesis “Efectos de la aplicación de mejoradores de salinidad del suelo en el rendimiento y calidad de sandía (*Citrullus lanatus L*)”, realizó el estudio en el 2009, en el recinto Zapotal, en la hacienda “Agrofuturo” por formar parte del proyecto ESPOLF Club Rotario Río Guayas – Comuna Zapotal, provincia de Santa Elena. Los objetivos fueron: 1) evaluar la eficacia de los mejoradores de salinidad del suelo sobre el rendimiento y calidad de sandía; 2) determinar el efecto de la concentración nutrimental foliar por la aplicación de los mejoradores de salinidad del suelo; y 3) analizar económicamente los costos de los tratamientos a estudiar.

Se utilizó un diseño de bloque completo al azar con cuatro repeticiones: los tratamientos probados consistieron en la aplicación de óxido de calcio en dosis de 3 a 6 l/ha y de ácidos húmicos de 3 a 6 l/ha, solas y combinadas entre sí, las aplicaciones fueron realizadas en Drench; el material genético empleado fue el híbrido de sandía Royal Charleston.

Como conclusiones, se tuvo: 1) las características agronómicas y de rendimiento fueron iguales por la aplicación de los tratamientos con óxido de calcio y ácido húmico; 2) los contenidos nutrimentales fueron similares en los tratamientos donde se aplicaron las enmiendas húmicas y óxido de calcio en comparación con el testigo absoluto; 3) la aplicación de enmiendas húmicas y de óxido de calcio, influyeron en la obtención de grados Brix y rendimientos/ por hectáreas más elevados en comparación con el testigo absoluto; 4) económicamente el tratamiento más rentable fue para el tratamiento 3 (aplicación de 3 l/ha de óxido de calcio).

Así también Realpe (2010), en su tesis “Análisis del mercado para un plan de exportación de sandía producida en la provincia de Manabí, basado en el proyecto Profiagro, para el mercado estadounidense. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. UDLA. Quito”, tiene como objetivo general realizar un análisis del mercado enfocado en un plan de exportación de sandía producida en la provincia de Manabí, basado en el proyecto PROFIAGRO para el mercado estadounidense. Para cumplir el objetivo, se investigó y detalló el proceso de producción de la sandía; así como también se precisaron sus características y diversos usos. Se analizaron los posibles proveedores de la fruta y costos que implica la compra de la misma por kilogramo y el precio de venta al

mercado meta. Analizando factores económicos, sociales, culturales, políticos, legales, tecnológicos y ambientales que afectan al sector agrícola, se determinó que el cultivo de sandía en la zona de Manabí se encuentra en proceso de mejora y es necesario fortalecer la producción. Mediante investigaciones realizadas sobre el cultivo de sandía en la provincia de Manabí, se llega a un análisis donde se comparó tanto el rendimiento como la superficie cosechada durante los últimos diez años, de ese entonces.

Esta comparación determinó que disminuyeron las hectáreas cosechadas por causa de un virus que se presentó alrededor del año 2007; así se conoció que las perspectivas de crecimiento y exportación de la sandía se prorrogarían mientras no se reactive completamente la producción.

En el análisis del mercado meta, se estudiaron factores que influyen en el consumo de la sandía, llegando a la conclusión que esta posee un alto índice de compra en los habitantes del país, principalmente en mujeres. Para el ingreso de sandía fresca al mercado estadounidense, es necesario conocer los requerimientos; para ello, el exportador se encarga de dar cumplimiento a los mismos, apoyándose del productor de sandía

de Manabí con cultivos que se encuentren dentro de los estándares de calidad del mercado.

Se analizó que el principal país competidor, México, tiene una ventaja amplia sobre la sandía de Manabí, por su posición geográfica que disminuye costos y tiempo de entrega del producto y por su gran volumen de producción. Los aranceles que se aplican mantienen un mismo porcentaje para ambos países productores, siempre y cuando los tratados comerciales existentes salvaguarden el ingreso de la fruta o permanezcan vigentes.

2.1.2 Antecedentes nacionales

En el ámbito nacional, se tiene a Arenas y Ortiz (2013), quienes en su tesis “Plan de negocios para la producción de sandía Quetzali orgánica en el alto Piura (región Piura) y su exportación al mercado europeo” proponen la producción de sandía Quetzali orgánica y su exportación al mercado europeo, específicamente a los Países Bajos (Holanda), el mismo que surge como una alternativa para aprovechar los recursos existentes en la región, generando puestos de trabajo, que permitan mejorar la calidad de vida de la comunidad

piurana y a su vez atender las necesidades de alimentación saludable que requieren cada vez más los habitantes de la comunidad europea.

El modelo del negocio propuesto implica la producción de sandía Quetzali en una parcela de 50 hectáreas en Chalacalá Alta, en la provincia de Sullana, la contratación del servicio de packing ofertado en el distrito de Sullana y la contratación de un operador logístico integral, encargado del transporte al puerto de Paita; su embarque y desembarque en puerto de Rotte cubrirán con los pagos adelantados que realizaran los clientes, la misma que es una modalidad de compra frecuente en agroindustria, requiriendo como aporte de los inversionistas \$ 141 762.

El negocio iniciaría con un capital social de \$ 212 643 pudiendo incrementarse hasta \$ 1641 203 en un plazo de cinco años, en un escenario moderado.

Los principales competidores del negocio provienen de Panamá, Brasil y Costa Rica, quienes ofertan grandes volúmenes de producto, pero ninguno de ellos ha considerado la oferta de un producto que demuestre su responsabilidad social y ambiental, enfatizada en el desarrollo

humano a través del sello de Comercio Justo (*FairTrade*), certificación ampliamente valorada en los países europeos.

Los clientes finales a quienes se desea atender son los habitantes de Holanda, ellos son los promotores de la creación del *FairTrade* en el mundo y valoran ampliamente a los productos con dicha certificación. Este mercado tiene una población en su mayoría adulta, preocupada por mejorar su calidad de vida, que mantiene, aún con la crisis de entonces, uno los ingresos per cápita más altos de la comunidad europea y cuya demanda insatisfecha alcanzó las 35 660 tm, con una tendencia positiva y creciente.

En el 2013, ya contaban con la parcela para la producción e hicieron los contactos necesarios para su implementación, asimismo, se contactaron con los proveedores de semillas, la empresa de riego tecnificado y el operador logístico, a fin de trabajar paralelamente con ellos al término de la implementación del local; de igual modo, se establecieron conversaciones con el personal de Promperú a fin de que luego de formalizado el negocio contacten con clientes de Holanda a fin de iniciar la oferta del producto.

El negocio requirió de una inversión en activos fijos de \$ 161 466 y un capital de trabajo de \$ 982 522. De estas inversiones, ya se han cubierto \$ 70 881 con el terreno, \$ 931 325 se cubrirán con los pagos adelantados que realizaran los clientes, la misma que es una modalidad de compra frecuente en agroindustria, requiriendo como aporte de los inversionistas \$ 141 762.

El negocio iniciaría con un capital social de \$212 643 pudiendo incrementarse hasta \$1641 203 en un plazo de cinco años, en un escenario moderado.

De Chacón (2007), con el trabajo “La contabilidad de costos, los sistemas de control de gestión y la rentabilidad empresarial”, señala que las organizaciones deberían contar con un sistema de información contable integral, configurado por una contabilidad financiera y una contabilidad de costos, que nutriera a sus sistemas de control de gestión y permitiera a sus usuarios internos beneficiarse de información oportuna, pertinente y comparable a fin de que estos pudieran traducir las estrategias en resultados empresariales. En ese año, existió la visión compartida de que la contabilidad de costos y de gestión son un sistema de información capaz de proveer información relevante para la gestión empresarial. Por consiguiente, independientemente del tipo de

organización que se trate, los directivos se benefician si la contabilidad de costos y de gestión les proporciona información que les ayude a planificar y controlar las operaciones de la organización. En esta generalización, se destacan tres aspectos: la contabilidad de costos como sistema de información, los sistemas de control de gestión como mecanismos de vinculación y conducción de las actividades de la organización y la rentabilidad empresarial como una medida del desempeño organizacional.

En la generalización antes expuesta, sobresalen tres aspectos: la contabilidad de costos como sistema de información, los sistemas de control de gestión como mecanismos de vinculación y conducción de las actividades de la organización y la rentabilidad económica como una medida del desempeño organizacional.

La contabilidad de costos obtiene la información necesaria para facilitar el control de gestión y este proceso, a su vez, ayuda a empujar a la organización hacia sus objetivos estratégicos, cuyos logros deberían materializarse en mejores resultados económicos. Por consiguiente,

los sistemas de contabilidad de costos pueden y deben ser diseñados para apoyar las operaciones y estrategias empresariales, ya que puede lograrse resultados favorables a través del continuo y riguroso

esfuerzo de la investigación desde el enfoque de contingencias en este campo del conocimiento, con el cual podrían establecerse relaciones funcionales del tipo sí-entonces entre los factores circundantes del contexto externo e interno de las organizaciones y los conceptos y técnicas de la contabilidad de costos y de gestión, que conlleven al logro eficaz de las objetivos organizacionales. Lo que falta es el conocimiento, pero este puede adquirirse por medio de la práctica y la comunicación (Johnson y Kaplan, 1988).

Efectivamente, estos aspectos se encuentran íntimamente relacionados y aunque no son los únicos factores influyentes en el desempeño organizacional, su estudio en las organizaciones venezolanas puede conducir a obtener un conocimiento razonable del estado actual de las prácticas de contabilidad de costos y de las herramientas de control de gestión de que se valen estas para la formulación, implantación y seguimiento de las estrategias, objetivos y/o metas; naturalmente, en correspondencia con los resultados y niveles de competitividad logrados por nuestras empresas, que dicho sea de paso, se caracterizan por ser en gran parte Micro PYME que aunadas a las limitaciones que les confiere su tamaño, carecen de los recursos necesarios para invertir en sistemas de contabilidad de costos y de gestión acordes con las necesidades

informativas que requiere la toma de decisiones acertadas en los distintos niveles gerenciales.

2.1.3 Antecedentes regionales

Coaquira (2015), en su investigación “Factores que han influenciado en el comportamiento de la exportaciones de sandía de Perú 2010 - 2014”, Tacna – Perú, dentro de sus conclusiones precisa que la región exportó en Perú el mayor volumen de sandía, estuvo constituida por la región Tacna, con el 82,2% para el año 2014; en el 2012 participó con el 71,9%; y en el 2010, con el 60,0%; que los principales países extranjeros que demandaron el producto lo constituyó Chile, con el 65,0%; Holanda, con el 35,0%. Las principales regiones de exportación de sandía la constituyeron Tacna y Piura.

En cuanto a los factores externos e internos que contribuyen con el comportamiento del volumen de exportación de sandía, son: La evolución del PBI de Chile, como principal importador del producto; el tipo de cambio real multilateral; el precio internacional de la sandía.

2.2 BASES TEÓRICAS DE EXPORTACIÓN

2.2.1 Las exportaciones

Exportar: De manera sencilla, MINCETUR (2013), define la palabra exportar como la venta de mercancías de un país hacia otro país, para su uso o consumo definitivo (p. 16).

A. El proceso de exportar

En la guía de MINCETUR (2013), se muestra las etapas que debe seguir todo negocio exportador:

- a) **Inscripción de la empresa:** Formalizar la empresa (RUC) habilitado para emitir facturas. Contar con un Registro Único de Contribuyente (RUC).
- b) **Estudio de mercado:** Realizar un análisis internacional para determinar oportunidades de ventas al exterior.
- c) **Perfil del producto:** Realizar un análisis de las características del producto a exportar para determinar si posee las características para su comercialización en el extranjero. Es decir, si cuenta con oferta exportable

- d) Promoción del producto:** Utilizar herramientas de promoción comercial (participación en ferias internacionales, misiones comerciales, sitio web, etc.).
- e) Contacto comercial:** Enviar al potencial comprador información de la empresa y sus productos (cotización, catálogo, ficha técnica, muestras, etc.).
- f) Trámites de aduanas:** Entregar a la agencia de aduana los documentos comerciales de embarque para que realice los trámites ante la SUNAT.
- g) Embarque al exterior:** La agencia de aduanas entregará al exportador los documentos de embarque para que a su vez los remita a su importador.
- h) Servicio posventa:** Seguimiento a la exportación y retroalimentación del servicio, garantizando asistencia técnica del producto o servicio exportado.

La exportación tiene su origen en el vocablo latino *exportatio* y menciona a la acción y efecto de exportar (cuando un país vende mercancías a otro). La exportación también es el conjunto de las mercancías o géneros que se exportan (Ibaceta, 2003).

El Plan de Exportación es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, el cual le dice dónde debe ir y cómo llegar al mercado internacional. Este es el plan de mercadotecnia aplicado a diversos y específicos mercados en el exterior. Es necesario diferenciar y, hacerlo por separado; debido a que las condiciones del mercado internacional suelen ser muy diversos y diferentes en cuanto a aspectos como canales de distribución, perfil, usos y costumbres de los consumidores, además de las diversas complicaciones impuestas por las barreras arancelarias, no arancelarias, tramitación aduanal, y multilaterales. Transporte, embarque, contratación, medios de pago internacionales, y las ventajas. Y restricciones que surgen de la existencia de acuerdos comerciales, bilaterales (Mercado, 2000)

La capacidad exportadora son los recursos y capacidades de una empresa para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado internacional.

B. Evaluación de la Capacidad Exportadora

a) Evaluación de la capacidad productiva

- Capacidad de producción y de almacenamiento (volumen, capacidad instalada y utilizada)

- Calidad (normas técnicas, certificaciones y estándares internacionales)
- Transformación (procesos, productos, envase, etiquetado, marcas, patentes, etc.)
- Tecnología de transformación (flexibilidad, medio ambiente, productividad y costos)
- Capacidad de investigación (I y D)
- Adaptación y desarrollo de productos (innovación)
- Disponibilidad de materias primas e insumos (calidad y capacidad productiva de proveedores)

b) Evaluación financiera de la empresa

Evaluar la salud financiera y la capacidad económica y financiera de la empresa permite identificar la posición competitiva que se tiene en relación a sus costos de producción y comercialización, así como al acceso y disponibilidad de capitales para los flujos operativos y de capital necesario para la actividad exportadora que se piensa realizar.

- a) Gestión financiera y estructura de costos.
- b) Rentabilidad y flujo de efectivo.
- c) Presupuesto para las inversiones.
- d) Recursos financieros para la exportación.

Implica el conocimiento y capacidad de manejo de todas las actividades relacionadas con la comercialización (Marketing) del producto, es decir, la forma de presentación del producto, la estructura de precios, la venta y distribución, como también los sistemas de promoción que el producto maneja y requiere en los mercados de destino que se hayan seleccionado. Dentro de ello podemos destacar: inteligencia comercial y comercialización y ventas

C. Inteligencia comercial

- ¿Conoce cómo aprovechar los acuerdos y beneficios internacionales? (TLC, ACE, CAN, MERCOSUR, UE)?
- ¿Conoce los programas de promoción gubernamental?
- ¿Conoce la legislación de importación del país de interés?
- ¿Tiene un sistema de información?
- ¿Tiene un perfil de los mercados del país de interés?
- ¿Conoce las barreras de entrada y cómo superarlas?
- ¿Conoce las estrategias, precios y condiciones de venta de la competencia?

D. Comercialización y ventas: preguntas claves

- ¿Investiga y selecciona sus mercados y clientes?
- ¿Elabora y evalúa su plan de exportación?
- ¿Analiza la evolución de ventas y participación por mercados?
- ¿Sus precios se basa en datos de costos, competencia y situaciones de mercado?
- ¿Utiliza herramientas adecuadas de marketing: publicidad, promociones, participación en ferias y rueda de negocios?
- ¿Conoce la cadena logística de su producto?

E. Evaluación de la capacidad gerencial y de los recursos humanos

Evaluar las competencias, capacidades, funciones, responsabilidades y experiencias de los recursos humanos.

- a) Determinar la cultura y nivel de compromiso de los miembros.
- ¿Existe experiencia en exportación en la empresa?
 - ¿La dirección le dedicará tiempo suficiente para el desarrollo de las exportaciones?
 - ¿La empresa cuenta con personal preparado para investigar mercados externos?

- ¿La dirección está dispuesta a comprometer recursos para el desarrollo del mercado de exportación?
- ¿Cuál es el nivel de productividad de los trabajadores de la empresa en relación al sector y a la competencia...?

b) Errores que se comenten al momento de exportar.

- Falta de evaluación de la capacidad de internacionalización.
- No considerar las diferencias culturales entre países.
- No considerar la estacionalidad del producto.
- No realizar una investigación de mercado del país al cual se piensa exportar.
- Seleccionar equivocadamente al socio comercial.
- Seleccionar equivocadamente el mercado objetivo.
- Elaborar contratos sin considerar la legislación del país de destino.
- No contar con una estructura interna adecuada para gerenciar la exportación.

c) ¿Cuándo contamos con una oferta exportable?

- Capacidad física: Referida a la capacidad instalada con la que se cuenta, considerando insumos, tecnología y volúmenes de producción que permitan atender la demanda.

- Capacidad económica: Refiere a la posibilidad de solventar la actividad de exportación y el costo que implica este proceso.
- Capacidad financiera: Cubrir una necesidad de recursos a través del endeudamiento con terceros.
- Capacidad de gestión: Posicionar un producto de manera competitiva en el mercado internacional.

d) Clasificación de las exportaciones

- Valor agregado del producto
 - Exportación tradicional
 - Exportación no tradicional
- Permanencia de la mercancía en el exterior
 - Exportación temporal
 - Exportación definitiva
- Transacción comercial realizada
 - Exportación sin valor comercial
 - Exportación con valor comercial
- Trámite legal
 - Exportación restringida
 - Exportación prohibida

e) ¿Quién puede exportar?

Las personas naturales o jurídicas (empresas) que se encuentren debidamente constituidas y que cuentan con RUC.

f) ¿Qué se puede exportar?

Cualquier producto que no se encuentre restringido (Ej.: armas, químicos tóxicos, algunas especies animales) o prohibido (Ej.: patrimonio nacional, drogas).

F. Competitividad cambiaria del sector exportador

Al respecto, MIRCETUR (2011) elaboró una *Guía para la competitividad cambiaria del sector exportador*, en relación a las variaciones en el tipo de cambio, sobre todo una caída significativa y prolongada en el mismo, y de los exportadores que pueden representar un riesgo para sus ingresos y ganancias. Esta parte enfocada en desarrollar los instrumentos de cobertura cambiaria.

El forward

Un contrato *forward* es un acuerdo contractual entre un cliente y el banco que permite comprar o vender divisas, por ejemplo, dólares americanos, a un tipo de cambio fijo a un plazo determinado. Estas

especificaciones se pactan al momento del contrato y permanecerán hasta el fin del mismo. No hay que perder de vista que, en el caso de una empresa exportadora, esta es la que vende los dólares y el banco es el que se compromete a comprarlos.

Los contratos *forward* generan la obligación, en este caso a la empresa ABC, de entregar un monto de efectivo nominado en dólares americanos, el mismo que constituye un pasivo en su contabilidad y de recibir un monto de efectivo, en este caso, los soles.

a) ¿Cuáles son los beneficios de utilizar *forwards*?

- Un contrato *forward* tiene como principal beneficio el fijar el tipo de cambio de una divisa, con el consecuente efecto en la certidumbre acerca del flujo de caja esperado.
- Adicionalmente, se pueden citar beneficios adicionales que trae la utilización de *forwards*:
 - Permite a la empresa lograr una mayor concentración en las operaciones habituales del negocio. Visto de otra manera, si se traspassa el riesgo de la variación del tipo de cambio a un tercero; la firma exportadora puede concentrarse en las actividades de la

cadena de valor que le permiten conseguir la rentabilidad del negocio.

- Facilita la planificación y elaboración de presupuestos. Sabiendo con exactitud cuánto se recibirá por los dólares que ingresarán a la firma, la gerencia puede establecer con exactitud los ingresos, los costos y más importante aún, la rentabilidad futura de las operaciones de la empresa.
- No requiere liquidez para pactar el contrato. Siendo un compromiso que asume la empresa exportadora de entregar a futuro dólares, no es necesario contar con ellos al suscribir el contrato.
- Normalmente, se omite el cobro de comisiones en la transacción, debido a que la ganancia del banco está en los márgenes en tipo de cambio ofertado y comprado y las tasas de interés aplicadas para el cálculo del forward.
- Flexibilidad en el cumplimiento del contrato al poder escogerse la modalidad de liquidación (*Delivery Forward* o *Non Delivery Forward*).

b) ¿Cómo se clasifican los *forwards*?

Según la forma de “liquidación” de la operación, es decir, el método de cancelación de los compromisos asumidos en el contrato, los *forwards* se clasifican en con entrega y sin entrega. La primera categoría se

denomina convencionalmente *Delivery Forward* (DF) o *Forward* por entrega física; mientras que la segunda, *forward* sin entrega, es conocida como *Non Delivery Forward* (NDF) o *Forward* por compensación.

La diferencia entre estos dos métodos es que, en el primero, el intercambio de dólares por soles se da totalmente, mientras que en el segundo método solo se recibe o se paga la diferencia de los flujos a los que se está comprometido pagar y recibir.

c) ¿Cómo se negocia un *forward*?

El primer paso es informarse si la institución financiera de la cual la empresa exportadora es cliente ofrece este tipo de productos. Caso contrario, es aconsejable que consulte las páginas web de los bancos.

Una vez decidido el banco con el que se trabajará, el siguiente paso es ponerse en contacto con el sectorista. En caso de no ser cliente, un paso previo imprescindible es convertirse en uno. El sectorista lo pondrá en contacto con la mesa de dinero del banco donde un “trader” lo atenderá.

A continuación, se detallan los pasos que se sucederán para poder completar la operación:

La empresa solicita una cotización. El banco ofrece un precio basado en plazo, tasa, divisa y monto. Cierre de la operación que incluye la confirmación de la operación y la suscripción de dos contratos, un contrato marco y un contrato específico forward. Al vencimiento del plazo, se compensa o se entrega físicamente las divisas.

Por otro lado, no hay que dejar de tener en cuenta lo siguiente:

Los contratos forward se negocian directamente entre la institución financiera que ofrece el producto y el cliente (mercado *Over The Counter*), sin necesidad de recurrir a una Bolsa.

Como ya se explicó anteriormente, al momento de pactar el contrato no hay intercambio de fondos, ello ocurre solo en la fecha de vencimiento.

El tipo de cambio *forward* es negociado mediante los denominados puntos *forward*, que son agregados o restados al tipo de cambio spot y que dependen del “diferencial de tasas de interés”. Dichos puntos son una cifra que se adicionará o restará al tipo de cambio spot del momento.

2.2.2 Cómo preparar mi empresa para exportar

Según CCMPC 2016), antes de la operación de exportación y la investigación de potenciales mercados, se necesita poder determinar si la empresa está en condiciones de exportar, lo que implica: evaluar costos, capacidad de producción, demanda interna, empaque, embalaje entre otras especificaciones del producto. Además, es aconsejable que los empresarios tengan en cuenta las siguientes dimensiones fundamentales para sacar adelante sus empresas, tanto en el mercado interno como externo:

a) Direccionamiento estratégico

El empresario debe preguntarse hacia dónde va y que tan seguro se está de lo que se quiere lograr.

b) Gestión de procesos

El empresario debe cuestionarse: ¿Cómo se hacen las cosas dentro de su organización?, ¿cómo se manejan los procesos en la empresa?, ¿se tienen los recursos y las condiciones para cumplir con el direccionamiento que se plantea?

c) Cultura organizacional

¿Cuál es el perfil de la empresa?, ¿en mi organización se hace evidente la disciplina, la entrega y las capacidades de mi recurso humano en la cultura organizacional?, ¿soy ejemplo de la cultura organizacional de mi empresa?

Además de estas tres dimensiones, el empresario tiene como tarea preguntarse lo siguiente:

- ¿Tiene identificado el producto que desea exportar?
- ¿Tiene capacidad de producción actualmente no utilizada o, en su caso, posibilidad de incrementarla? Si la empresa tiene totalmente ocupada su capacidad productiva y no dispone de medios financieros para ampliarla, no tiene sentido plantearse en ese momento la exportación, simplemente no va a ser capaz de atender la nueva demanda.
- ¿Cuenta con capacidad logística? No es lo mismo para una empresa atender un mercado regional o nacional, que ser capaz de gestionar eficazmente el envío de sus productos a un mercado extranjero situado a miles de kilómetros.
- ¿Qué cuota de mercado tiene en el mercado nacional? Si su cuota de mercado es muy reducida, lo lógico sería concentrar todos sus

esfuerzos en el ámbito doméstico para tratar de fortalecer su posición, antes de salir al exterior. Si, por el contrario, su cuota de mercado es muy elevada y muy difícil de incrementar e incluso de mantener, es aconsejable buscar nuevos mercados que permitan diversificar las ventas.

- ¿Su producto es exportable?, ¿hay demanda para el mismo en otros mercados extranjeros?, ¿cumple los requisitos técnicos y los estándares exigidos internacionalmente?, ¿su nivel de calidad es competitivo?
- ¿La empresa se encuentra bien financieramente? El inicio de la actividad exportadora suele exigir inversiones, a veces de elevada cuantía (viajes, negociaciones, estudios, asesoramientos, mejoras técnicas del producto, inversiones en el país de destino, etc.); mientras que la rentabilidad puede tardar cierto tiempo en alcanzarse. La empresa debe analizar si cuenta con el potencial financiero suficiente para afrontar estos gastos.
- ¿Cuenta con recursos humanos especializados? La actividad exportadora va a requerir personal que domine idiomas y que conozca los mecanismos de la exportación, por lo que si la empresa no cuenta en su plantilla con este perfil de empleado tendrá que contratarlos.

- ¿Tiene identificado los volúmenes que tiene disponible para el mercado externo? El volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua. Considere también su capacidad para manejar y almacenar estos volúmenes. Esta información servirá para definir algunas de las estrategias de penetración del mercado que usted ha escogido.
- De acuerdo con el conocimiento que tiene del sector y del producto, ¿cuáles son los aspectos diferenciadores que le van a permitir ser competitivo a nivel internacional?, ¿cuenta con el empaque indicado?, ¿cuál es el uso que le da a la información de la que dispone la organización?, ¿qué tanto sabe de sus clientes?, ¿están satisfechos con su producto?, ¿qué tan buena es la atención y la capacidad de respuesta de la empresa?, ¿la decisión de exportar es sólida?

El inicio de la actividad exportadora puede exigir importantes inversiones, de rentabilidad incierta y, en todo caso, normalmente a largo plazo; es posible que los primeros intentos terminen en fracaso. De ahí que sea aconsejable que la decisión de exportar se adopte con pleno convencimiento de su importancia y potencial, de modo que el equipo directivo se mantenga firme en su empeño permitiéndole superar las primeras fases de mayor incertidumbre.

Estas dimensiones son fundamentales. Los empresarios se deben concientizar que los mercados son muy exigentes y que las relaciones no se deben establecer para un corto plazo; debe haber conciencia que son duraderas.

Si se cuenta con empresas que hacen un uso correcto de la tecnología, tiene una identidad corporativa, un recurso humano diligente y clientes satisfechos y si trabajan por la excelencia, será posible que los productos y servicios logren un lugar importante en el mundo globalizado.

Los empresarios deben tener claro las razones para buscar internacionalizarse, entre ellas se pueden destacar:

- Diversificar productos y mercados, ganar competitividad, vender mayores volúmenes, aprovechar las ventajas de los acuerdos preferenciales.
- Ganar competitividad mediante la adquisición de tecnología, know how y capacidad gerencial obtenida en el mercado.
- Hacer alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos.
- Disminuir el riesgo de estar en un solo mercado.

- Vender mayores volúmenes para utilizar la capacidad productiva de la empresa y hacer economías de escala.
- Aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales.
- Necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía.
- Buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo.

2.2.3 Evaluación del potencial exportador

Asimismo, para CCMPC (2016), es importante conocer las fortalezas y debilidades de su empresa, lo que le permitirá ser más competitivo y le evitará cometer errores que toda empresa, con poca experiencia en exportar, es muy probable que incurra en errores.

- Aprovechar las oportunidades de mercados ampliados
- Desarrollar alianzas estratégicas
- Reducir la hiperdependencia local
- Asegurar la supervivencia de la empresa
- Aumentar la competitividad
- Aprovechar la capacidad productiva de la empresa

Para desarrollar un proyecto de exportación, es indispensable que la empresa esté preparada para exportar y que tenga conocimiento en: productividad y competitividad, buenos estándares de calidad, capacidad de producción para atender los pedidos internacionales, conocimientos de los requisitos y exigencias establecidas para el proceso exportador, tanto a nivel nacional como internacional; claridad en cuanto a las características de los productos, tales como: presentación, color, tamaño, empaque, marca y garantía que debe cumplir en el mercado de destino.

Para ingresar a un mercado, se debe tener en cuenta las regulaciones de los gobiernos de destino, condiciones geográficas, el clima, los gustos, preferencias de los compradores y estándares sociales, costumbres, cultura y religión.

La compañía debe también ajustar el empaque y embalaje de sus productos para facilitar el modo de transporte.

Igualmente, se deben tener en cuenta las diferentes medidas tomadas por los países para el ingreso de los productos, como son: sanitarias, fitosanitarias, ambientales, medicamentos y cosméticos y la composición del empaque y embalaje.

2.2.4 Identificación y evaluación de mercados de exportación

Otro aspecto destacable deCCMPC (2016), es que, para tener éxito en la exportación de productos o servicios, se debe examinar el mercado extranjero por medio de investigaciones adecuadas. El propósito consiste en identificar las oportunidades del mercado y los posibles compradores y clientes.

Se deben elegir aquellos mercados que ofrecen las mejores perspectivas de venta, los menos susceptibles de causarles problemas y cuyos gastos de iniciación sean menores.

La exportación requiere inicialmente de una selección de mercados, donde se determinen las características específicas del país o región a donde se quiere exportar: identificación de canales de distribución, precio de la exportación, hábitos y preferencias de los consumidores del país o región, requisitos de ingreso, vistos buenos, impuestos, preferencias arancelarias y otros factores que están involucrados en el proceso de venta en el exterior.

2.3 BASE TEÓRICA DE LA VARIABLE GESTIÓN EMPRESARIAL

2.3.1 Concepto de gestión empresarial

Según el manual Planex, (2016), la gestión empresarial es un proceso que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar. La gestión es la orientación de estos procesos para la realización de las actividades y, para desarrollarlos, se debe considerar la administración, la organización y la satisfacción del usuario.

La gestión empresarial es aquella actividad empresarial que a través de diferentes individuos especializados como: directores, consultores, productores, gerentes, entre otros, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa.

La finalidad de la gestión empresarial es que la empresa sea viable económicamente.

Para Eslava (2003), el término administración, sinónimo de dirección o gestión, tiene como objetivo básico que la organización funcione correctamente en su actividad de explotación, entendiendo por tal de vender, producir, siendo obvio que la interrelación entre todos los

gestores y funciones es fundamental para la consecución de los objetivos empresariales. No es admisible una gestión de un directivo empresarial que no conduzca a un incremento de los beneficios y resultados empresariales y que ello no propicie un aumento de valor para los accionistas.

La interrelación que funciona en el Management, gestión o administración, está respresentada por la figura siguiente:



Figura 1. Interrelación del de funciones del directivo

Fuente: Eslava (2003)

También el mismo autor sostiene que la empresa es un instituto apto para perdurar y, para ello, debe realizar constantemente una adaptación de todos los elementos de que dispone a las circunstancias coyunturales

del momento en que la empresa vive; no es suficiente la adaptación momentánea. Al propio tiempo y paralelamente, ha de establecer una programación a plazo para evitar que el beneficio presente sea el comienzo de un mayor quebranto futuro, o para eliminar el quebranto actual y hacer que el estudio de sus causas sea la base de una futura prosperidad.

Según ABC (2015), la gestión empresarial es aquella actividad empresarial que, a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, trabajadores, entre otros, buscarán mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio. Es decir, la finalidad de la gestión empresarial es que la empresa o compañía en cuestión sea viable económicamente.

Actividad de índole empresarial que se propone mejorar la competitividad y la productividad de una compañía

Porque, para que una gestión determinada sea óptima y dé por ende buenos resultados, no solamente deberá hacer mejor las cosas, sino que deberá mejorar aquellas cuestiones que influyen directamente en el éxito y eso será asequible mediante la reunión de expertos que ayuden a

identificar problemas, arrojen soluciones y propongan nuevas estrategias, entre otras cuestiones.

La gestión de este tipo deberá considerar una serie de factores, entre ellos financieros, productivos y logísticos, por citar los más importantes.

Los profesionales, individuos que se dedican a la gestión empresarial, deben sí o sí dominar todos estos condicionantes para poder triunfar en el tema y que la empresa que dirigen sea exitosa.

2.3.2 Funciones importantes

Existen cuatro funciones fundamentales que la administración de la empresa deberá cumplir sí o sí para lograr una gestión eficiente que produzca buenos resultados, que constituyen (lo que conocemos como el proceso administrativo), primero, la **planificación**, a partir de la cual se combinarán los recursos en orden a producir nuevos proyectos que puedan resultar redituables para la empresa. Luego se encuentra la **organización**, vital a la hora de agrupar todos aquellos recursos con los cuales cuenta la empresa, para tras tener una acabada idea, promover

que trabajen en conjunto y en línea para obtener de ellos un mejor aprovechamiento y así tan solo esperar los buenos resultados.

En tercer lugar, aparece la **dirección** y con ello la comunicación, o mejor dicho un buen nivel de comunicación entre los administradores y los empleados; esto resulta ser casi imprescindible si se quiere disponer de un buen clima de trabajo y así aumentar la eficacia. Finalmente, **el control** de la gestión aplicado a la administración, porque únicamente de esta manera será posible cuantificar el progreso que por ejemplo ha observado el personal respecto de aquellos objetivos que se le marcaron al comienzo de una estrategia o plan.

Y, a esta altura de los acontecimientos, no se puede soslayar que el panorama actual implica constantes cambios en los mercados, sumado también a los movimientos y desarrollos constantes que se producen en ámbitos como la tecnología y la comunicación, tan vinculados con la gestión empresarial, por caso, el contexto se va complejizando y así es que es necesario la implementación de nuevos modelos, más dinámicos, en materia de gestión y que justamente se adapten a estos cambios corrientes y de este modo poder competir con éxito en los mercados en los que se intervienen.

De otra parte, Contreras (2003) menciona: El efectuar un “análisis integral de la gestión empresarial” de un sector productivo supone llevar a cabo el examen de los cinco aspectos que conforman un agregado empresarial o ente jurídico con características de generación de rendimientos. Estos aspectos son los siguientes: 1.- estratégico, 2.- estructural, 3.- organizacional, 4.- recurso humano, 5.- económico y financiero, y el tecnológico, según relación siguiente:

Para los efectos de la evaluación del sector agropecuario, se toman como objetos de análisis a tres de estos cinco componentes, que son el estratégico, el estructural y el tecnológico; considerados como los factores claves e intervinientes en el proceso competitivo en el plano local, regional e internacional.

La evaluación del aspecto estratégico se orientó a determinar la dinámica de participación en el negocio internacional y las debilidades competitivas que se enfrentan. Analizar el componente estructural ha tenido el propósito de identificar los ajustes necesarios en la organización del sector, en su enfoque de sistema y en su funcionamiento; en tanto que, el aspecto tecnológico se ha analizado desde la perspectiva de los mecanismos y medios de producción.

2.3.3 Definición de términos

A. Exportador

Persona natural o jurídica que se dedica, como actividad principal, a realizar las gestiones de exportación de la sandía a los mercados externos; mediante la negociación y consolidación de contratos directos pactados con los compradores internacionales, en términos de tiempo de entrega y cantidades a suministrar.

B. Gestión empresarial

Proceso que contempla las diferentes etapas del proceso administrativo, siempre y cuando se logren los objetivos propuestos. Se parte del concepto de gestión simple, que es el logro de objetivos; por lo tanto, gestión empresarial es alcanzar los fines propuestos a través de la ejecución coordinada de los planes estratégicos y operativos.

C. Organización

Forma de asociación, coordinación, interrelación y enlace que poseen los diferentes estratos que conforman las empresas exportadoras de la sandía y su interdependencia con instituciones gubernamentales para la consecución de las metas y expectativas de corto y largo plazo.

D. Competitividad

Enfoque estratégico a través del cual se busca posicionar una organización con cierto grado de importancia en el mercado, mediante la explotación de ciertas características que le permiten marcar diferencias respecto a sus competidores.

E. Cambio organizacional

Acción que supone un intento previamente planificado por las unidades de dirección, para mejorar el rendimiento general de los individuos, los grupos de trabajo y de la misma organización; mediante la modificación de la estructura, el control del comportamiento, el diseño y administración de los procesos operativos de la organización misma.

F. Desarrollo empresarial

Partiendo de la premisa que establece que el desarrollo es la mejora cualitativa, cuantitativa y perdurable de un sistema económico y/o empresarial, así como de su funcionamiento; se puede definir el desarrollo empresarial como el perfeccionamiento continuo de los aspectos cualitativos y el crecimiento en términos económicos, financieros y productivos de la entidad.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es pura o básica, que tiene como propósito generar conocimiento nuevo sobre un hecho u objeto. Bunge (1972) divide la ciencia en investigación pura y aplicada; la investigación pura, es aquella donde no hay intervención del investigador sobre individuos o grupos de individuos (poblaciones), solo es observacional.

3.1.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación se refiere al plan o estrategia establecida para dar respuestas a las preguntas de investigación. Básicamente en el diseño de la investigación se encuentran dos categorías, la investigación experimental propia de la investigación cuantitativa y la investigación no experimental o ex post- facto en la que sí se controlan

las variables. Por tanto, la presente investigación, por el diseño, es un estudio no experimental (Hernández y Fernández, 2014).

De acuerdo con el periodo que se capta la información, es un estudio retrospectivo por los datos primarios y retrospectivos por la data secundaria al levantar la apreciación de la unidad de estudio.

De acuerdo con la evolución del fenómeno estudiado, es una investigación transversal.

3.1.3 Nivel de investigación

El nivel de investigación es el explicativo. Es explicativo, porque se plantean relaciones de causalidad entre la gestión empresarial y los niveles de exportación.

Según Supo (2014), el nivel explicativo, plantean relaciones de causalidad. En el ámbito de la investigación, se conoce con el nombre de investigación explicativa al proceso orientado, no sólo a describir o hacer un mero acercamiento en torno a un fenómeno o hecho específico, sino que busca establecer las causas que se encuentran detrás de este.

3.2 POBLACIÓN Y/O MUESTRA DE ESTUDIO

La población institucional al 2016 está conformada por 17 empresas exportadoras de sandía.

La nómina de exportadores de sandía es el siguiente:

- 1.- Ordoñez Cutipa Elvira
- 2.- Agronegocios Internacionales José S.R.L.
- 3.- Damajhu Export Import Comercializadora E.I.R.L.
- 4.- Contreras Ortiz Holando Mauricio
- 5.- Romero Zarate Luis Augusto
- 6.- Churacutipa Llanque Felix Claudio
- 7.- Negociaciones Lulumi S.A.C.
- 8.- Agrobel del Sur E.I.R.L.
- 9.- Huillca Ttito Silvia
- 10.- Bx Group E.I.R.L.
- 11.- Chambilla Vargas Nisbet Lizzy
- 12.- Vilca Llanque Cesar Isaías
- 13.- Negociaciones La Glorieta E.I.R.L.
- 14.- Empacadora Valle de Cinto S.A.C.
- 15.- Agroexportaciones Vidal S.A.C
- 16.- Terraluis E.I.R.L.

17.- Gallegos Guarino Jesús Alfredo

En consecuencia, la muestra estará constituida por la totalidad de la población, es decir, 17 empresas.

3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Escala |
|--|--|---|---|---------|
| Variable independiente: Gestión empresarial | Gestión empresarial es aquella actividad empresarial que, a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio. Es decir, la finalidad de la gestión empresarial es que la empresa o compañía en cuestión sea viable económicamente. | Está dada en la integridad de sus dimensiones como gestión estratégica, recursos para la exportación, potencial exportador y el conocimiento del mercado a exportar | Gestión estratégico | Ordinal |
| | | | Recursos para la exportación | |
| | | | Potencial exportador | |
| Variable dependiente: Exportaciones | Una exportación es un bien o servicio que es enviado a otra parte del mundo con fines comerciales. El | Involucra la ventaja competitiva, la capacidad de producción, la capacidad | Ventaja competitiva a nivel internacional | |
| | | | Capacidad de producción | |

| | | | | |
|--|--|---|---------------------|---------|
| | envío puede concretarse por distintas vías de transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo. Incluso puede tratarse de una exportación de servicios que no implique el envío de algo físico (Pérez, 2008) | logística, la cuota de mercado y el soporte financiero. | Capacidad logística | Ordinal |
| | | | Cuota de mercado | |
| | | | Soporte financiero | |

Fuente: Elaboración propia

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

A. Técnicas

Como técnica, se ha utilizado la encuesta aplicada a los administradores o gerentes de las empresas exportadoras de sandía.

B. Instrumentos

Para la variable gestión empresarial, se ha utilizado el cuestionario compuesto de 30 preguntas aplicada a los administradores o gerentes de las empresas exportadoras de sandía.

Para la variable exportación, se ha empleado la base de datos de la Oficina de Comercio Exterior de Tacna.

3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

El procesamiento de datos se desarrolló con el apoyo del Excel y el SPSS 22, para desarrollar la estadística descriptiva y la inferencial, previo análisis de consistencia de la base de datos obtenidos, así como el cálculo de la fiabilidad y validez de contenido de los datos obtenidos, según Abad, Garrido, Olea y Ponsoda (2006, p. 61).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo, se presentan los datos analizados en relación a las preguntas de investigación y a las hipótesis planteadas. Por consiguiente, se ha seguido un ordenamiento lógico, del análisis de la consistencia interna de los datos, la fiabilidad y validez de contenido de las variables.

4.1 DE LAS EXPORTACIONES DE SANDÍA DE LOS EMPRESARIOS DE TACNA

4.1.1 Nivel de exportaciones del 2010 – 2016

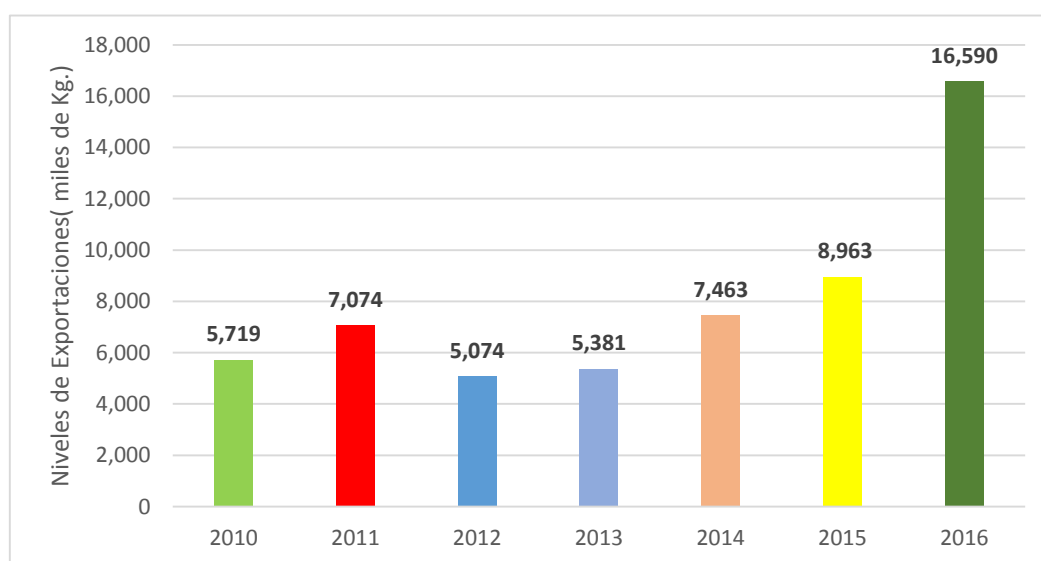


Figura 2. Exportación de sandía del 2010 - 2016

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La exportación que muestra la figura 2 son expresados en miles de kilogramos de sandía, llegando al ejercicio 2016 a 16 590 mil Kg. Valorizado en 2 268 280 dólares americanos, llegando a recuperar sus niveles de ventas de los ejercicios 2010 y 2011.

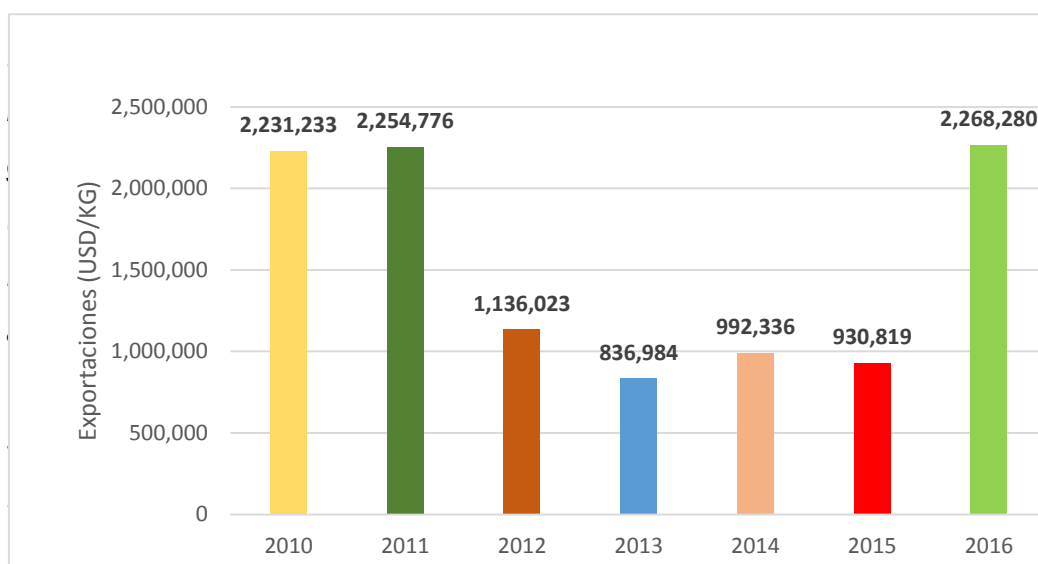


Figura 3. Exportación de sandía a precio FOB

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

La exportación que muestra la figura 3 son expresados en dólares americanos por kilogramo (USD/Kg.), llegando al ejercicio 2016 a 2 268 280 dólares americanos, llegando a recuperar sus niveles de ventas de los ejercicios 2010 y 2011.

4.1.2 Nivel de exportaciones del ejercicio 2016

Las exportaciones de sandía de los empresarios tacneños año 2016 ascendieron, en 16 590 413 de kilogramos, de los cuales el 55% fue exportado al país de Chile y el 45% al mercado ecuatoriano.

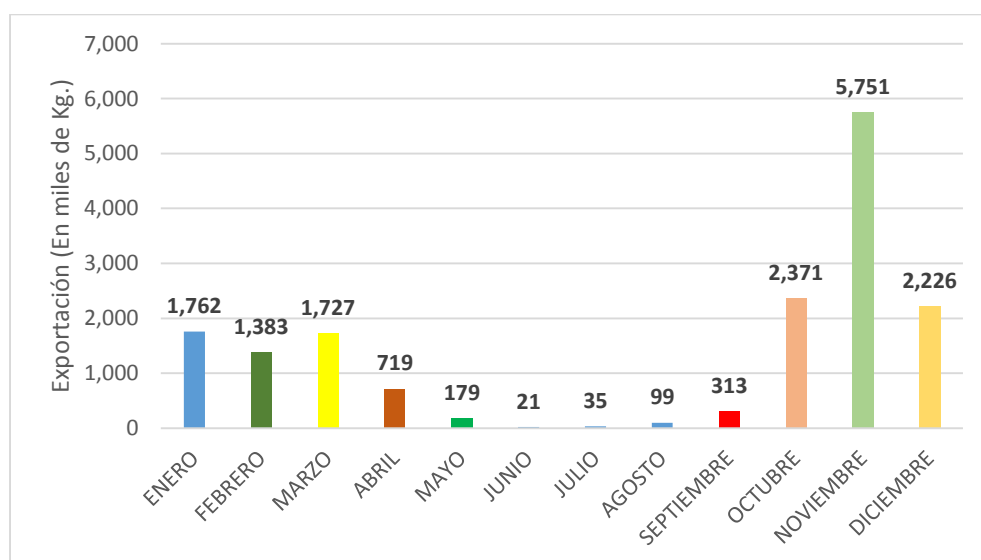


Figura 4. Exportación mensual del año 2016

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Como se puede apreciar en la figura 4, el nivel de exportación ha sido variado, intensificándose en el último trimestre del año 2016; pero con variaciones irregulares, llegando ascender a la cantidad de hasta 16 590 413 de kilogramos.

4.1.3 Nivel de exportaciones por regiones

Tabla 3

Exportaciones por regiones

| EXPORTACIONES POR REGIONES (2016) | | | | |
|-----------------------------------|------------------|-------------------|---------------|----------------|
| REGIONES | FOB | KG | % FOB | % KG |
| LIMA | 8 800 | 88 000 | 0,32% | 0,45% |
| PIURA | 18 020 | 67 000 | 0,65% | 0,34% |
| TACNA | 898 215 | 8 615 550 | 32,18% | 44,14% |
| TUMBES | 1866 601 | 10 746 760 | 66,86% | 55,06% |
| TOTAL | 2 791 636 | 19 517 310 | 100,00 | 100,00% |

Fuente: MIRCETUR, 2016

Interpretación

Según la tabla 3 y figura 5, las regiones que más exportan en el Perú el mayor volumen de ventas de sandía a precio FOB está constituida por las regiones con data al 2016 son: Tumbes, con el 55,06%; Tacna, con el 44,14%; la región Lima, con el 0,45%; y la región Piura, con el 0,34%.

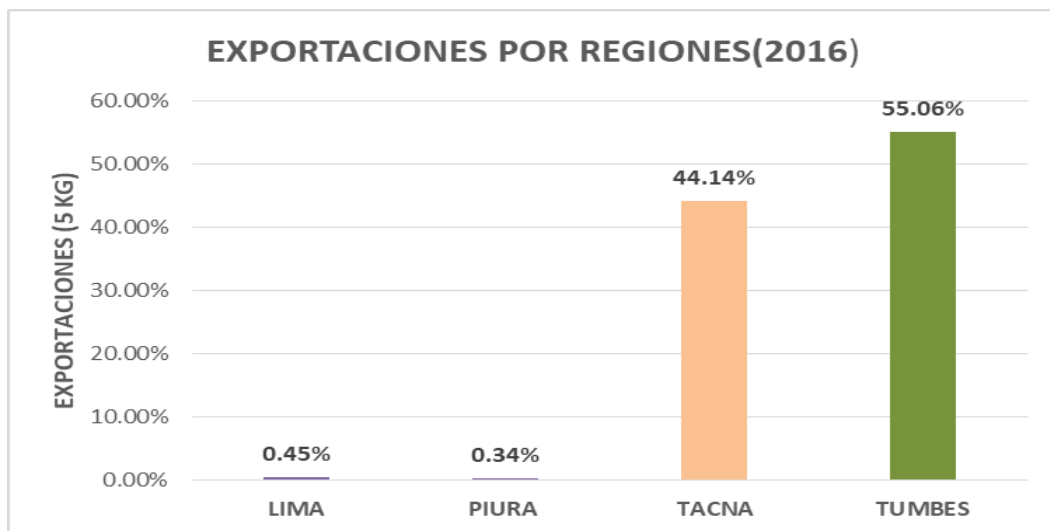


Figura 5. Niveles de exportación por regiones

Fuente: Elaboración propia

4.2 VALIDEZ INTERNA DE LOS INSTRUMENTOS

4.2.1 Análisis de correlación de los ítems

Tabla 4

Análisis de correlaciones de la variable gestión empresarial

| | GESTIÓN EMPRESARIAL | Correlación de Pearson |
|------|---|------------------------|
| G1 | Las empresas tienen un Plan estratégico para la exportación. | 0,596' |
| G2 | Las empresas tienen claro sobre sus fortalezas y debilidades internas. | 0,288 |
| G3 | Las empresas conocen sobre los riesgos y oportunidades del entorno. | 0,533' |
| G4 | Tienen claro sobre los procesos internos para la producción. | 0,792'' |
| G5 | Tienen identificadas las estrategias, prácticas, acciones y actividades. | 0,360 |
| G6 | Las empresas tienen un Plan estratégico para la exportación. | 0,301 |
| G7i | Se tienen los recursos humanos especializados para la gestión de exportación. | 0,76 |
| G8 | Las empresas cuentan con los recursos económicos financieros. | 0,474 |
| G9 | Tienen identificado el producto que se desea exportar. | 0,534' |
| G10i | Cuentan con una plataforma de servicios para el comercio exterior. | 0,418 |
| G11i | Qué tanto sabe de sus clientes. | 0,534' |
| G12 | La decisión de exportar es sólida. | 0,461 |
| G13 | Tienen la capacidad de producción para el mercado externo. | 0,364 |
| G14 | Tienen ocupada su capacidad de producción. | 0,264 |
| G15i | Cuentan con la infraestructura física para el funcionamiento óptimo. | 0,358 |
| G16 | Cuentan con la capacidad logística para los canales nacionales e internacionales. | 0,392 |
| G17 | Cuentan con capacidad productiva para un comercio sostenido. | 0,170 |
| G18 | Tiene proyectado las alianzas estratégicas para la exportación. | 0,291 |
| G19 | Tienen identificado al mercado exportador. | 0,421 |
| G20 | Cuentan con los volúmenes disponibles para el mercado externo. | 0,792'' |
| G21 | Cuentan con el análisis químico del suelo. | 0,736'' |
| G22 | Manejan en forma eficiente los trámites nacionales para la exportación. | 0,735'' |

| | | |
|-----|--|---------|
| G23 | Identifican el impacto positivo de las exportaciones para el país. | 0,376'' |
| G24 | Cuentan con la experiencia comercial del mercado exportador. | 0,735'' |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla 4, se muestra la magnitud de la correlación; es decir, cuál es el aporte de cada uno de los ítems con el resultado de su variable gestión empresarial, y como se puede apreciar, el grado de correlación es demasiado alto, tal como lo corrobora el Alpha de Cronbach.

Tabla 5*Análisis de variabilidad de la variable gestión empresarial*

| | VARIABILIDAD | Media | Varianza |
|------|---|-------|----------|
| G1 | Las empresas tienen un Plan estratégico para la exportación. | 3,27 | 0,924 |
| G2 | Las empresas tienen claro sobre sus fortalezas y debilidades internas. | 3,40 | 1,543 |
| G3 | Las empresas conocen sobre los riesgos y oportunidades del entorno. | 3,33 | 1,952 |
| G4 | Tienen claro sobre los procesos internos para la producción. | 3,67 | 1,381 |
| G5 | Tienen identificadas las estrategias, prácticas, acciones y actividades. | 3,27 | 1,638 |
| G6 | Las empresas tienen un Plan estratégico para la exportación. | 3,27 | 1,352 |
| G7i | Se tienen los recursos humanos especializados para la gestión de exportación. | 2,33 | 0,952 |
| G8 | Las empresas cuentan con los recursos económicos financieros. | 3,00 | 2,000 |
| G9 | Tienen identificado el producto que se desea exportar. | 3,47 | 1,981 |
| G10i | Cuentan con una plataforma de servicios para el comercio exterior. | 3,00 | 1,143 |
| G11i | Qué tanto sabe de sus clientes. | 2,47 | 1,971 |
| G12 | La decisión de exportar es sólida. | 2,60 | 1,971 |
| G13 | Tienen la capacidad de producción para el mercado externo. | 3,40 | 2,543 |
| G14 | Tienen ocupada su capacidad de producción. | 3,60 | 1,400 |
| G15i | Cuentan con la infraestructura física para el funcionamiento óptimo. | 2,60 | 1,400 |
| G16 | Cuentan con la capacidad logística para los canales nacionales e internacionales. | 3,67 | 1,524 |
| G17 | Cuentan con capacidad productiva para un comercio sostenido. | 3,53 | 0,695 |
| G18 | Tiene proyectado las alianzas estratégicas para la exportación. | 3,73 | 1,210 |
| G19 | Tienen identificado al mercado exportador. | 3,47 | 0,981 |
| G20 | Cuentan con los volúmenes disponibles para el mercado externo. | 3,67 | 1,381 |
| G21 | Cuentan con el análisis químico del suelo. | 3,60 | 1,400 |
| G22 | Manejan en forma eficiente los trámites nacionales para la exportación. | 3,53 | 1,981 |
| G23 | Identifican el impacto positivo de las exportaciones | 3,60 | 1,1400 |

| | | | |
|-----|--|------|-------|
| | para el país. | | |
| G24 | Cuentan con la experiencia comercial del mercado exportador. | 3,50 | 1,981 |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla 5, se aprecia el nivel de variabilidad de cada una de las preguntas que conforman el cuestionario de la variable gestión empresarial.

La de mayor variabilidad está en la pregunta 13, con una varianza de 2,53; y la pregunta 8 tiene una varianza de 2,000, que sería la menor; sin embargo, muestran todas las preguntas alto nivel discriminante, lo cual le da validez interna a la variable.

4.2.2 Datos estadísticos según la naturaleza de la investigación

Prueba de normalidad

A. Prueba de normalidad para la variable gestión empresarial

Planteamiento de hipótesis

Ho: La distribución de la variable gestión empresarial tiene una distribución normal.

Hi: La distribución de la variable gestión empresarial no tiene una distribución normal.

a) **Nivel de significancia:** 0,05

b) **Estadístico de prueba:** Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.

c) **Regla de decisión**

P (sig asintot) < 0,05: Rechazar la Ho.

P (sig asintot) > 0,05: No rechazar la Ho.

Tabla 6

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la variable independiente gestión empresarial

| Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra | | |
|---|---------------------|--------------------|
| Gestión empresarial | | |
| N | | 7 |
| Parámetros normales ^{a,b} | Media | 3567512,00 |
| | Desviación estándar | 5774317,725 |
| Máximas diferencias extremas | Absoluta | 0,447 |
| | Positivo | 0,447 |
| | Negativo | -0,318 |
| Estadístico de prueba | | 0,447 |
| Sig. asintótica (bilateral) | | 0,000 ^c |

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla 6, la variable gestión empresarial, el p-valor es 0,000 < 0,05; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, los datos de la variable gestión empresarial no tiene una distribución normal.

B. Prueba de normalidad para la variable exportación de sandía

Planteamiento de hipótesis

Ho: La variable exportación de sandía tiene una distribución normal.

Hi: La variable exportación de sandía no tiene una distribución normal.

a) Nivel de significancia: 0,05

b) Estadístico de prueba: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.

c) Regla de decisión

P (sig asintot) < 0,05: Rechazar la Ho.

P (sig asintot) > 0,05: No rechazar la Ho.

Tabla 7

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la variable dependiente exportaciones

| Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra | | |
|---|---------------------|--------------------|
| Exportación | | |
| N | | 7 |
| Parámetros normales ^{a,b} | Media | 3567512,00 |
| | Desviación estándar | 5774317,725 |
| Máximas diferencias extremas | Absoluta | 0,447 |
| | Positivo | 0,447 |
| | Negativo | -0,318 |
| Estadístico de prueba | | 0,447 |
| Sig. asintótica (bilateral) | | 0,000 ^c |

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla 7, la variable exportaciones de sandía, el p-valor es 0,000 < 0,05; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna es decir los datos de la variable exportaciones de sandía no tiene una distribución normal.

4.3 FIABILIDAD Y VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS

Para la confiabilidad o fiabilidad de los instrumentos aplicados, se ha hecho uso de una de las herramientas para estos fines denominada Alpha de Cronbach, cuya valoración fluctúa entre - 1 y 1 como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 8

Escala de Alpha de Cronbach

| Escala | Significado |
|-------------|------------------------|
| -1 a 0 | No es confiable |
| 0,01 – 0,49 | Baja confiabilidad |
| 0,50 – 0,69 | Moderada confiabilidad |
| 0,70 – 0,89 | Fuerte confiabilidad |
| 0,90 – 1,00 | Alta confiabilidad |

Fuente: Elaboración propia

4.3.1 Análisis de fiabilidad de la variable independiente gestión empresarial

Para dicho cálculo, se ha hecho uso del SPSS 22, sin reducir ningún elemento; es decir, de una sola medida. Se presentan a continuación:

Tabla 9

Apha de Cronbach gestión empresarial

| Estadística de confiabilidad | |
|------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| 0,927 | 30 |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla 9, el coeficiente obtenido tiene el valor de 0,927, lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable gestión empresarial es de alta confiabilidad.

4.3.2 Análisis de fiabilidad de la variable exportaciones

Para la variable exportaciones, no se aplica el Alpha de Cronbach, toda vez que son datos secundarios, no cuestionarios.

4.4 Validez de contenido de los instrumentos

4.4.1 Validez de contenido de la variable gestión empresarial

Según la validez efectuada por 3 expertos, resultados que aparecen en el anexo 3, la validez del instrumento para la variable gestión empresarial se puede apreciar en la tabla siguiente:

Tabla 10

Valoración de expertos de la ficha de observación para la variable independiente gestión empresarial

| ASPECTOS DE EVALUACIÓN | | VALORACIÓN | | |
|------------------------|--|--------------|--------------|--------------|
| INDICADORES | CRITERIOS | EXPERTO 1 | EXPERTO 2 | EXPERTO 3 |
| 1. CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible. | 4 | 4 | 4 |
| 2. OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables. | 4 | 3 | 4 |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y tecnología. | 4 | 3 | 5 |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica. | 3 | 4 | 3 |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente. | 4 | 3 | 5 |
| 6. PERTINENCIA | Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados. | 4 | 3 | 3 |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspecto teórico-científico. | 3 | 4 | 3 |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones. | 3 | 4 | 4 |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de la investigación. | 5 | 3 | 4 |

| | | | | |
|----------------|---|---|---|---|
| 10. APLICACIÓN | Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente. | 4 | 4 | 4 |
|----------------|---|---|---|---|

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

Calificación del instrumento para la variable independiente gestión empresarial

| NUEVA ESCALA | INTERVALO | SIGNIFICADO |
|----------------------|-----------|--|
| 0,000 - 1,673 | A | Adecuación total |
| 1,674 - 3,347 | B | Adecuación en gran medida 2,050 |
| 3,348 - 5,021 | C | Adecuación promedio |
| 5,022 - 6,695 | D | Adecuación escasa |
| 6,696 - 8,369 | E | Inadecuación |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según las tablas 10 y 11, los procesos que figuran en el anexo 05, la distancia de puntos múltiples (DPP) es 2,050 y cae dentro del intervalo B. Por tanto, el instrumento gestión empresarial, supera la prueba de validez (validez de contenido).

4.5 ANÁLISIS DE LA VARIABLE GESTIÓN EMPRESARIAL

Tabla 12

Diagrama de frecuencia de la variable gestión empresarial

| | | Gestión empresarial | | | |
|--------|-----------------------------------|---------------------|------------|----------------------|-------------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Mala gestión empresarial | 1 | 5,9 | 5,9 | 5,9 |
| | Regular gestión empresarial | 5 | 29,4 | 29,4 | 35,3 |
| | Buena gestión empresarial | 11 | 64,7 | 64,7 | 100,0 |
| | Total | 17 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13

Escala de valoración de la variable gestión empresarial

| Niveles | Puntaje |
|-----------------------------|--------------|
| Mala gestión empresarial | [30 – 70) |
| Regular gestión empresarial | [71 – 111) |
| Buena gestión empresarial | [112 – 150] |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados de la tabla 13 y figura 6 representan la variable gestión empresarial. El resultado obtenido fue de buena gestión empresarial, con un 64,71%, seguida de una regular gestión empresarial, con un 29,41%.

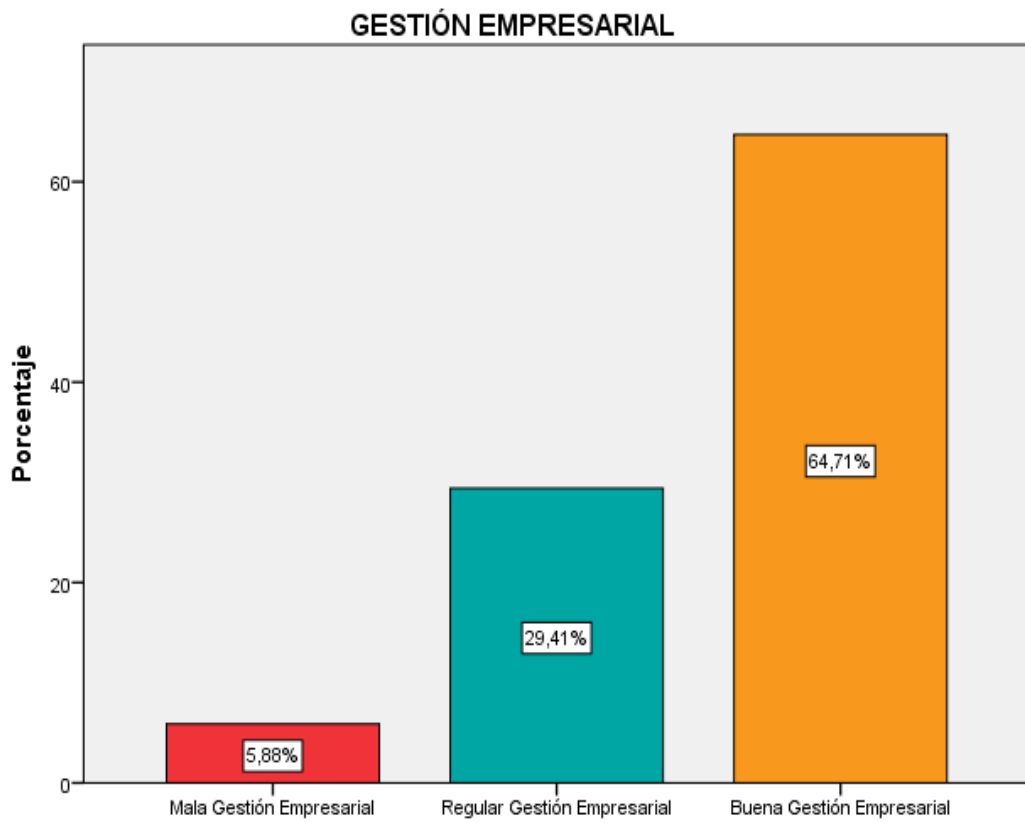


Figura 6. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la variable gestión empresarial

Fuente: Elaboración propia

4.6 ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES DE LAS VARIABLES

4.6.1 Análisis de la variable gestión empresarial

A. Análisis en su dimensión gestión estratégica

Tabla 14

Tabla de la dimensión gestión estratégica

| | | Dimensión gestión estratégica | | | |
|--------|-----------------------------|-------------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Mala gestión estratégica | 4 | 23,5 | 23,5 | 23,5 |
| | Regular gestión estratégica | 11 | 64,7 | 64,7 | 88,2 |
| | Buena gestión estratégica | 2 | 11,8 | 11,8 | 100,0 |
| | Total | 17 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados de la tabla 14 y figura 7 muestra una regular gestión estratégica, con el 64,7%, seguido de una mala gestión, con el 23,5%.

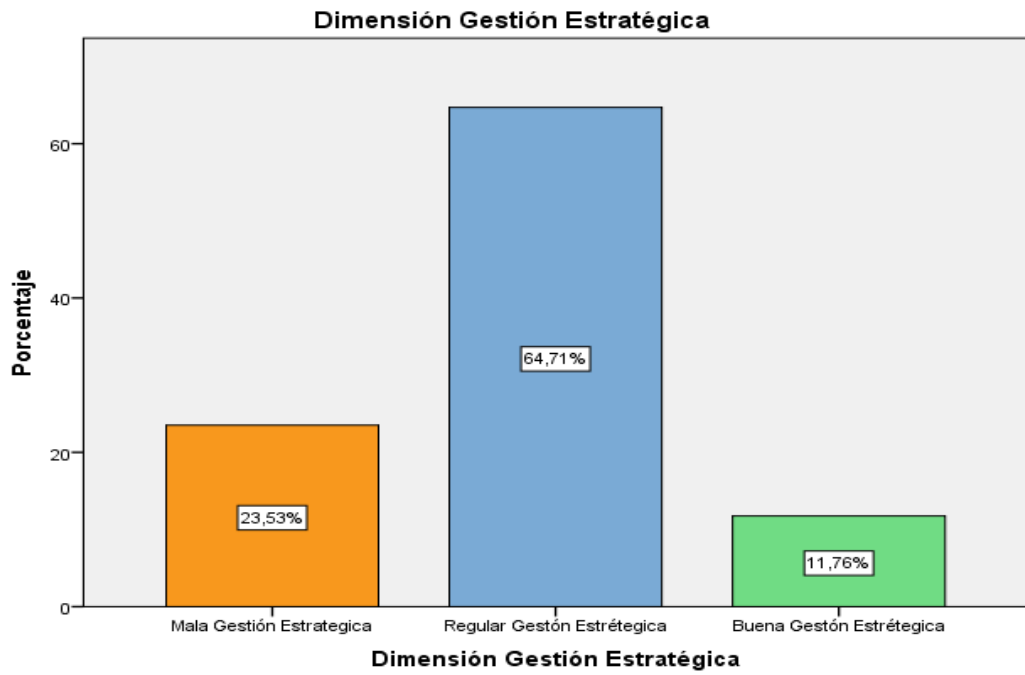


Figura 7. Dimensión gestión estratégica

Fuente: Elaboración propia

B. Análisis de la variable gestión empresarial en su dimensión recursos para la exportación

Tabla 15

Análisis de la variable gestión empresarial en su dimensión recursos para la exportación

| Dimensión recursos para la exportación | | | | | |
|--|--------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Bajos recursos para la exportación | 4 | 23,5 | 23,5 | 23,5 |
| | Regular recursos para la exportación | 6 | 35,3 | 35,3 | 58,8 |
| | Buenos recursos para la exportación | 7 | 41,2 | 41,2 | 100,0 |
| | Total | 17 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados de la tabla 15 y figura 08 muestra el nivel de gestión empresarial en su dimensión recursos para la exportación; con buenos recursos con un 41,18%, seguido de un nivel regular, recursos con el 35,29%.

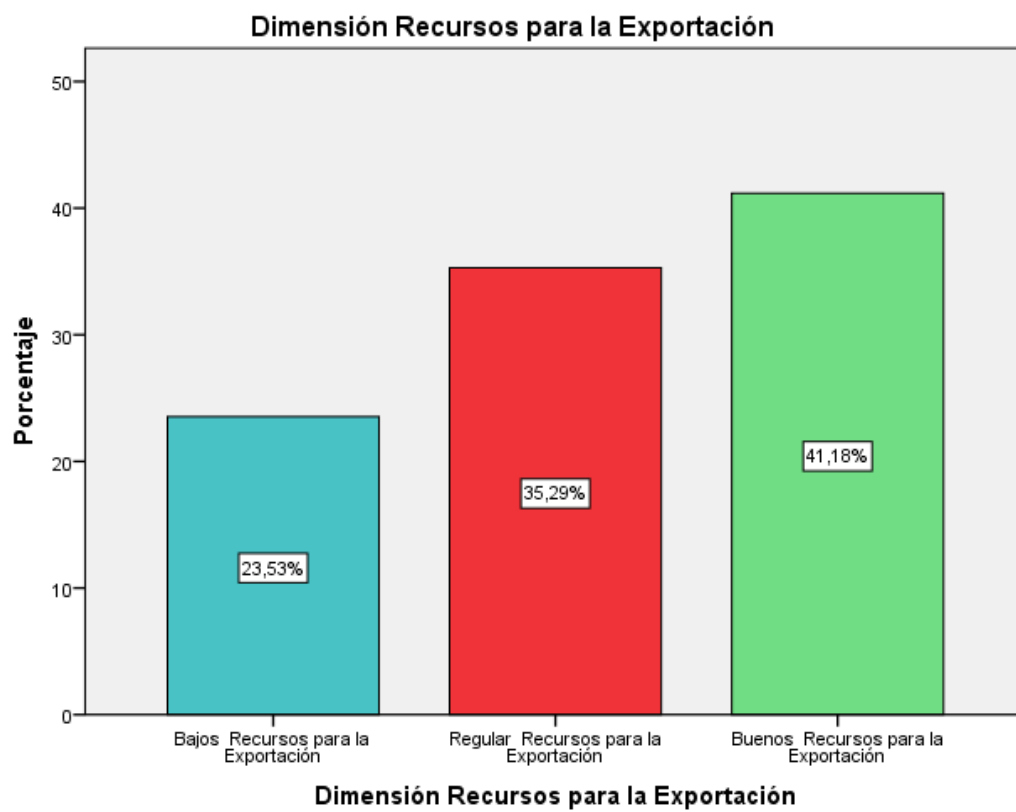


Figura 8. Gestión empresarial en su dimensión recursos para la exportación

Fuente: Elaboración propia

C. Análisis de la variable exportación en su dimensión potencial exportador

Tabla 16

Dimensión potencial exportador

| | | Dimensión potencial exportados | | | |
|--------|------------------------------|--------------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Bajo potencial exportador | 1 | 5,9 | 5,9 | 5,9 |
| | Regular potencial exportador | 5 | 29,4 | 29,4 | 35,3 |
| | Alto potencial exportador | 11 | 64,7 | 64,7 | 100,00 |
| | Total | 17 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados de la tabla 16 y figura 9 muestran un alto potencial exportador, con el 64,71%, seguido de un nivel regular, con el 29,41%.

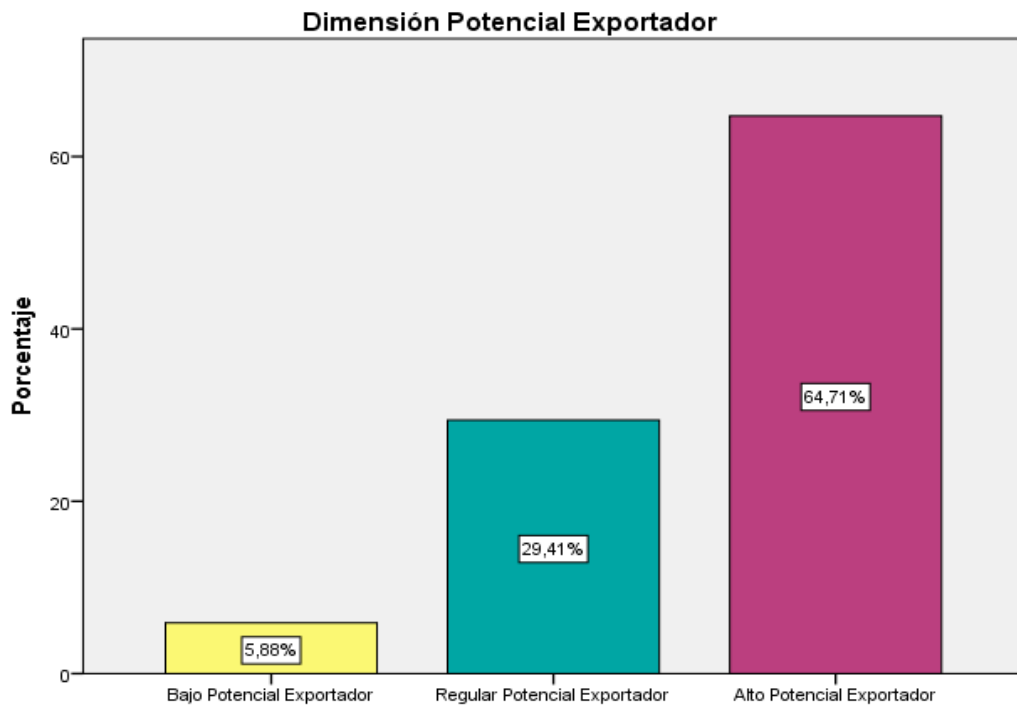


Figura 9. Exportación en su dimensión potencial exportador

Fuente: Elaboración propia

D. Análisis de la variable exportación en su dimensión conocimiento de los mercados externos

Tabla 17

Variable exportación en su dimensión conocimiento de los mercados externos

| Dimensión conocimiento del mercado externo | | | | | |
|--|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Regular | 6 | 35,9 | 35,9 | 35,3 |
| | conocimiento de mercado a exportar | | | | |
| | Alto | 11 | 64,7 | 64,7 | |
| | conocimiento de mercado a exportar | | | | |
| | Total | 17 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados de la tabla 17 y figura 10, en cuanto a la exportación en su dimensión conocimiento del mercado exportador, muestra un nivel alto, con el 64,71%, seguido de un nivel regular, con el 35,29%.

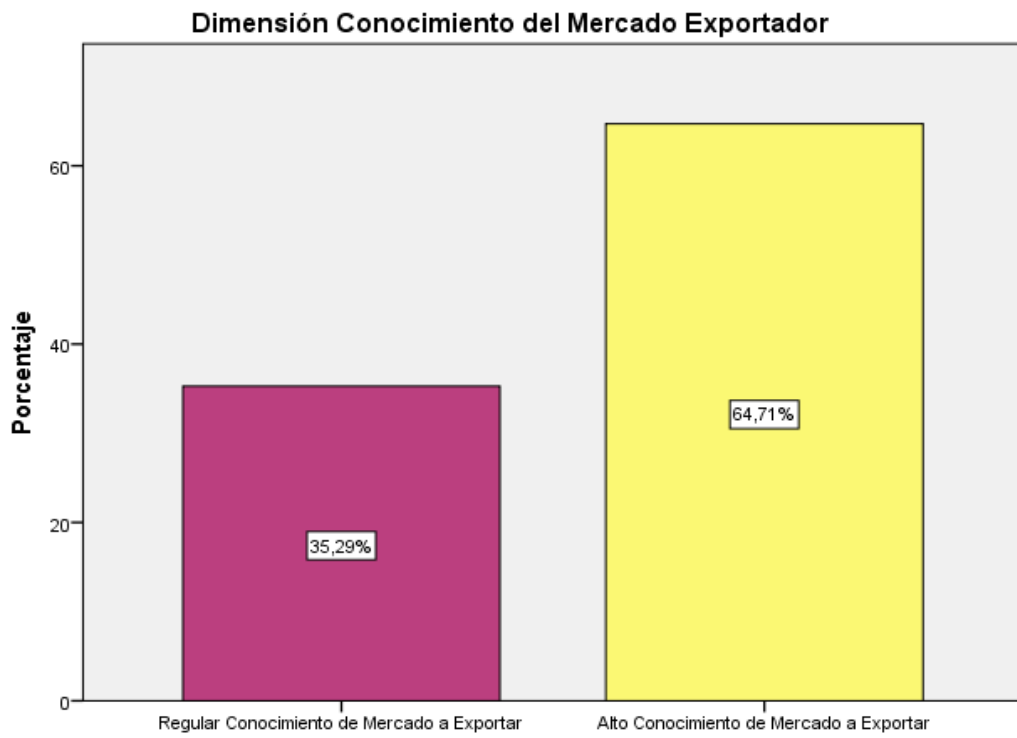


Figura 10. Exportación en su dimensión conocimiento del mercado exportador

Fuente: Elaboración propia

4.7 RESULTADO INTEGRAL POR VARIABLE DEPENDIENTE

4.7.1 Resultado de la variable exportaciones

Tabla 18

Frecuencia de la variable exportación de sandía

| | | Exportación de sandía | | | |
|--------|------------------------------|-----------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Bajo nivel de exportación | 1 | 14,3 | 14,3 | 14,3 |
| | Regular nivel de exportación | 2 | 28,6 | 28,6 | 42,9 |
| | Alto nivel de exportación | 4 | 57,1 | 57,1 | 100,00 |
| | Total | 7 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

Escala de valoración de la variable nivel de exportación

| Niveles | Puntaje |
|------------------------------|-------------------|
| Bajo nivel de exportación | [1600 – 16820) |
| Regular nivel de exportación | [16821 – 24990) |
| Alto nivel de exportación | [25000 – 91740] |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados de la tabla 19 y figura 11 muestran que la variable exportación de sandía alcanza un alto nivel de exportaciones, con el 57,14%, seguido de un regular nivel, con el 28,57%.

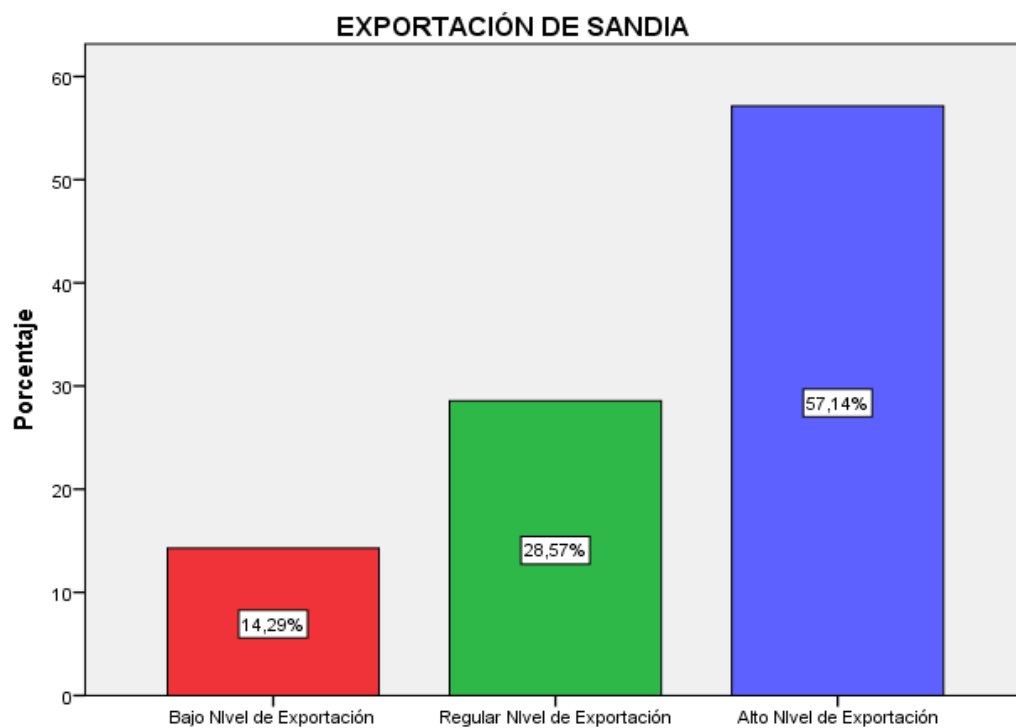


Figura 11. Frecuencia relativa porcentual con datos agrupados según escala de valoración de la variable exportación de sandía

Fuente: Elaboración propia

4.8 PRUEBA DE HIPÓTESIS

4.8.1 Verificación de la primera hipótesis específica: gestión empresarial

H₀: El nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016, no es buena.

H₁: El nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016, es buena.

a) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H₁ y se rechaza H₀.

b) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

c) Estadístico de prueba: Chi cuadrado para una muestra

Tabla 20*Tabla de frecuencias para la variable gestión empresarial*

| | | Gestión empresarial | | | |
|--------|-----------------------------|---------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Mala gestión empresarial | 1 | 5,9 | 5,9 | 5,9 |
| | Regular gestión empresarial | 2 | 29,4 | 29,4 | 35,3 |
| | Buena gestión empresarial | 11 | 64,7 | 64,7 | 100,00 |
| Total | | 17 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21*Prueba Chi cuadrado para una muestra gestión empresarial*

| Estadísticos de prueba | |
|------------------------|--------------------|
| Gestión empresarial | |
| Chi-cuadrado | 8,941 ^a |
| gl | 2 |
| Sig. asintótica | 0,011 |

a. 0 casillas (0,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 5,7.

Fuente: Elaboración propia

d) Regla de decisiónRechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05.No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05.

Interpretación

La tabla 20 muestra una buena gestión empresarial y, con la tabla 21, se observa que la sig. (significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,011, menor al 0,05; en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) a un nivel de confianza del 95% y se acepta la hipótesis alterna (H_1); es decir, ***el nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016, es buena.***

4.8.2 Verificación de la segunda hipótesis específica exportación de sandía

Hipótesis específica

H₀: El nivel de exportación de la sandía de las empresas exportadoras de la región Tacna, año 2016, no es alto.

H₁: El nivel de exportación de la sandía de las empresas exportadoras de la región Tacna, año 2016, es alto.

a) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H₁ y se rechaza H₀.

b) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

c) Estadístico de prueba: Chi cuadrado para una muestra

Tabla 22*Tabla de frecuencia exportaciones*

| | | Exportación de sandía | | | |
|--------|------------------------------|-----------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Bajo nivel de exportación | 1 | 14,3 | 14,3 | 14,3 |
| | Regular nivel de exportación | 2 | 28,6 | 28,6 | 42,9 |
| | Alto nivel de exportación | 4 | 57,1 | 57,1 | 100,00 |
| Total | | 7 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23*Chi cuadrado para una muestra - exportación de sandía*

| Estadísticos de prueba | |
|------------------------|--------------------|
| Exportación de sandía | |
| Chi-cuadrado | 2,000 ^a |
| gl | 2 |
| Sig. asintótica | 0,037 |

a. 3 casillas (100,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 2,3.

Fuente: Elaboración propia

d) Regla de decisiónRechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05.No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05.

Interpretación

La tabla 22 muestra un alto nivel de exportación, y según la tabla 23, se observa que la sig. (significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,037, menor a 0,05; en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (Ho) a un nivel de confianza del 95%, y se acepta la hipótesis alterna (H1); es decir, ***el nivel de exportación de la sandía de las empresas exportadoras de la región Tacna, año 2016, es alto.***

4.9 HIPÓTESIS GENERAL

Antes de probar la hipótesis general se tiene que probar la existencia de relación entre las variables. Esto es:

4.9.1 Probar la correlación entre variables

H₀: La gestión empresarial no se relaciona significativamente con la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016.

H₁: La gestión empresarial se relaciona significativamente con la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016.

a) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H₁ y se rechaza H₀.

b) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

c) Estadístico de prueba: Tau_b de Kendall

d) Regla de decisión

Rechazar H₀ si la sig. es menor a 0,05.

No rechazar H₀ si la sig. es mayor a 0,05.

Tabla 24*Información de bondad de ajuste*

| | | | Exportación de sandía | Gestión empresarial |
|---------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|------------------------|
| Tau_b de Kendall | Exportación de sandía | Coeficiente de correlación | 1,000 | 0,756* |
| | | Sig. (bilateral) | 0,000 | 0,034 |
| | | N | 7 | 7 |
| | Gestión empresarial | Coeficiente de correlación Sig. | 0,756* | 1,000 |
| | | (bilateral) | 0,034 | 0,000 |
| | | N | 7 | 7 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Antes de comprobar si existe incidencia o impacto de una variable con la otra, se tiene que determinar si existe relación entre ambas variables. Para ello, se ha utilizado el estadístico de prueba Tau-b de Kendal, cuyo resultado demuestra la tabla 24, donde el grado de correlación de las variables es de 0,756 o sea del 75,6%; es más, la sig. (significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,034, menor a 0,05, en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) a un nivel de confianza del 95,0%, y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Por tanto, ***la gestión empresarial se relaciona significativamente con la exportación de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016.***

4.9.2 Probar el impacto entre variables

H₀: La gestión empresarial no impacta significativamente en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016.

H₁: La gestión empresarial impacta significativamente en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016.

a) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H₁ y se rechaza H₀.

b) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

c) Estadístico de prueba: Regresión ordinal

Tabla 25

Información de bondad de ajuste de los modelos

| Información de ajuste de los modelos | | | | |
|--------------------------------------|----------------------------------|--------------|----|------|
| Modelo | Logaritmo de la verosimilitud -2 | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
| Solo interceptación | 17,303 | | | |
| Final | 0,000 | 17,303 | 1 | 0,00 |

Función de enlace: Logit.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26

Tabla de resultado de impacto

| Pseudo R cuadrado | |
|-------------------|--------------|
| Cox Snell | 0,916 |
| Nagelkerke | 0,935 |
| McFadden | 0,635 |

Función de enlace: Logit.

Fuente: Elaboración propia

d) Regla de decisión

Rechazar H_0 si la sig. es menor a 0,05.

No rechazar H_0 si la sig. es mayor a 0,05.

Interpretación

En tabla 25, se observa que la sig. (significancia asintótica) mostrada por el SPSS es 0,000 menor a 0,05; en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) a un nivel de confianza del 95%, y se acepta la hipótesis alterna (H_1); asimismo, el indicador de Nagelkerke, tabla 26, explica que la variable gestión empresarial tiene un impacto o influencia alta del 93,5% sobre la variable exportación de sandía; por tanto: ***La gestión empresarial impacta significativamente en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016.***

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Como ya se ha tratado, esta investigación tuvo como objetivo determinar si la gestión empresarial impacta significativamente sobre el nivel de exportaciones de la sandía de las empresas de la región Tacna, para tal propósito, complementario a la estadística descriptiva, era necesario determinar la relación entre ambas variables. A continuación, se estará discutiendo los principales hallazgos de este estudio.

Con el propósito de encontrar los elementos necesarios para determinar el estadístico de prueba que pudiera lograr probar las hipótesis según el propósito de la investigación presente, fue necesario desarrollar una prueba de normalidad para cada variable. Este lo encontramos de la interpretación de las tablas 7 y 8, que demuestran que los datos de ambas variables no siguen la tendencia de la curva normal.

Con respecto al análisis de fiabilidad o confiabilidad de cada instrumento, solo se ha efectuado el de la variable gestión empresarial, no así el de la variable exportación por usar datos secundarios. Como se

puede apreciar en la tabla 10, la variable gestión empresarial alcanza un Alpha de Cronbach de 0,927, lo cual, comparado con la tabla 9 corresponde a una calificación de alfa confiabilidad. Asimismo, ha sido necesario, al cuestionario de la variable gestión empresarial, determinar la validez de contenido, la misma que fuera calificada por el concurso de 3 jueces, resultado que se muestra en la tabla 11, donde se demuestra que la valoración de los instrumentos cae en el intervalo B que corresponde a adecuación en gran medida.

Igualmente, se ha efectuado el análisis descriptivo para la variable independiente: gestión empresarial, que mediante la tabla 13 se aprecia que las empresas exportadoras presentan una buena gestión empresarial con el 64,7%. Asimismo, se efectuó el análisis de las dimensiones de la variable independiente gestión empresarial, a través de las tabla 15 sobre la Dimensión Gestión Estratégica esta es del orden del 64.75; en la dimensión recursos para la exportación (tabla 16), sus resultados muestran que las empresas cuentan con buenos recursos para la exportación en un 41,2%; para la dimensión potencial exportador los resultados (tabla 17) muestran un alto potencial exportador, con el 64,7%; para la dimensión conocimiento del mercado exportador (tabla 18), los resultados fueron de alto conocimiento del mercado exportador, con un

64,7%. Por otra parte, para la variable dependiente exportaciones de sandía (tabla 19), en la investigación se determinó alto nivel de exportación, con un 57,1%, como se observa en la tabla 18.

Los resultados indican que la primera hipótesis, “El nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016, es bueno”, ha sido comprobado, como muestran las tablas 20 y 21.

Este resultado es concordante con la investigación de Contreras (2003) con su tesis titulada: “Análisis integral de la gestión empresarial del sector cafetalero y su relación con la competitividad en el mercado internacional” en el contexto de El Salvador. Donde se plantean aspectos de gestión a tener en cuenta en las exportaciones. Menciona las respectivas estrategias y sus fases de ejecución; definiendo en cada una de ellas las líneas de actividad a ser desarrolladas. Por ello, está conformada por cinco ejes estratégicos que son: estrategia de producción, estrategia de reestructuración del esquema de organización, estrategia de administración del cambio tecnológico y operativo, estrategias de mercado y las estrategias de tipo financiero.

Asimismo, en el aspecto de gestión, es necesario revisarlo con aspectos relevantes de gestión mencionados en la tesis de Guarrochena (2012): “Estrategias de gestión de la información asociadas a la inteligencia competitiva: apropiación práctica en organizaciones de apoyo a empresas exportadoras”, Argentina, 2012.

Se propone un diseño de estrategias orientadas a facilitar la gestión de la información, asociadas a la apropiación de la inteligencia competitiva, como proceso anticipatorio del uso de los recursos de gestión comercial, mercado y desarrollo de capacidades y ventajas competitivas; como práctica en organizaciones público-privadas de apoyo a pequeñas y medianas empresas exportadoras de madera de Misiones. Asimismo, menciona que la amplitud y diversidad de información para la toma de decisiones organizacionales es compleja para alcanzar a percibir las señales indicadoras de cambios significativos en el entorno externo, como ventajas diferenciales para la acción y sustentabilidad de la organización. Destacando los sistemas de información para la gestión empresarial.

En cuanto a la variable dependiente exportación de sandía, su hipótesis fue la siguiente: El nivel de exportación de la sandía de las

empresas exportadoras de la región Tacna, año 2016, es alto; esta ha sido demostrada como se puede apreciar en las tablas 23 y 24.

Estos resultados también se pueden comparar con la investigación de Coaquira (2015) en su trabajo de los *Factores que han influenciado en el comportamiento de las sandía de Perú 2010 - 2014*, donde no solo se muestra el crecimiento de la exportación, sino a la vez destaca que la gestión de la empresas deben tener en cuenta que las regiones que exportan en Perú el mayor volumen de sandía, estuvo constituida por las regiones de Tacna con el 82,2% para el año 2014; en el 2012 participó con el 71,9%; y para el 2010, con el 60%. Que los principales países extranjeros que demandaron el producto lo constituyó Chile, con el 65%; Holanda, con el 35%. Las principales regiones de exportación de sandía la constituyeron Tacna y Piura. En cuanto a los factores externos e internos que contribuyeron con el comportamiento del volumen de exportación de sandía son: la evolución del PBI de Chile, como principal importador del producto; el tipo de cambio real multilateral, el precio internacional de la sandía.

En cuanto a la hipótesis general: La gestión empresarial impacta significativamente en la exportación de sandía de las empresas de la

región Tacna, año 2016, fue necesario previamente determinar la correlación entre ambas variables, la cual fue demostrada, como se puede apreciar en la tabla 25, para lo cual se utilizó el estadístico de prueba Tau-b de Kendall.

La contrastación de la hipótesis general se aprecia en las tablas 26 y 27, con las que se aprueba que la variable independiente tiene un alto impacto del 93,5%. Resultado importante para las empresas exportadoras de Tacna a tomar en cuenta en la toma de decisiones.

Asimismo, a falta de mayores investigaciones que resalte la gestión como soporte de las exportaciones, se tiene el de Martínez (2007). El estudio de caso titula "Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes", donde se destaca lo que sigue a continuación.

La importancia de la exportación se vincula a los beneficios sustanciales que los gobiernos y las empresas obtienen de esta actividad. A nivel gubernamental, la exportación proporciona economías con prosperidad social y desarrollo, genera intercambio internacional para apoyar otras actividades económicas, e incrementa las oportunidades de

empleo. A nivel empresarial, la exportación contribuye a mejorar la innovación y el desarrollo; incrementa las habilidades organizacionales y directivas; diversifica el riesgo de la empresa, asociado a sus actividades en el mercado doméstico; facilita la mejor utilización de los recursos organizacionales; e incrementa la posición financiera y competitiva de la empresa.

Finalmente, se considera que esta investigación es un aporte que permitirá contribuir a futuras investigaciones y nuevos métodos de abordaje en temas como la gestión empresarial y su impacto en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna.

CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación permiten plantear las siguientes conclusiones:

1. Las importaciones en el horizonte del 2010 al 2016 en la región Tacna ha alcanzado a 16 590 000 kg (figura 2) y según precio FOB, ascendió a 2 268 280 millones de dólares (figura 3), de los cuales el 55% fue para el mercado chileno y el 45 % para el mercado ecuatoriano
2. El nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016, es buena (tablas 22 y 23).
3. El nivel de exportación de la sandía de las empresas exportadoras de la región Tacna, año 2016, es alto (tablas 24 y 25).
4. La variable gestión empresarial tiene un impacto alto del 93,5% sobre la variable exportaciones de la sandía; por tanto: La gestión empresarial impacta significativamente en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016.

RECOMENDACIONES

Dado los resultados del trabajo expuesto, es oportuno poner a consideración las siguientes recomendaciones:

1. Con el propósito de incrementar el volumen de las exportaciones de sandía, debe focalizarse un estudio para evaluar el comportamiento del mercado internacional, contrastándola con la oferta mundial, de los principales países exportadores, y a la vez buscar nichos en los mercados externos, la misma que deberá estar enmarcado en la creación de valor tanto para las empresas exportadoras como para los consumidores mediante la mejora de los procesos de asociatividad, técnicas de marketing y promoción internacional.
2. No solo se debe tener presente los mercados chilenos y ecuatoriano, sino evaluar nuevos mercados internacionales para la sandía, para evitar el riesgo, toda vez que tener solo dos mercados atenta contra el nivel de precios, de allí que se recomienda contar con una consultoría a fin de realizar un estudio de mercado integral.

3. Dado los resultados obtenidos en el presente estudio, que el nivel de exportaciones se viene incrementando anualmente, constituyendo la región Tacna una agrupación de empresas exportadoras de sandía de consideración, se recomienda potenciar la asociatividad de las empresas y recibir de parte de entidades del Estado especializadas en comercio exterior la asesoría y asistencia técnica a los empresarios para mejorar el nivel de calidad y productividad de la sandía.

4. Considerando que los motores del crecimiento económico son: inversión privada y exportaciones; sin embargo existe una persistente caída de la inversión privada, siendo el escenario peruano de los últimos tiempos no favorable, toda vez que se han contraído el nivel de exportaciones dado la desaceleración de las principales economías con la que negocia Perú; es decir Estados Unidos y China en relación a los productos mineros, se recomienda potenciar la exportación de los productos no tradicionales, de manera que pueda colaborar con el crecimiento del PBI. Es más, se recomienda apoyo al sector de exportación por parte del Estado con un estudio de mercado y un plan de marketing para el sector exportador de la sandía.

5. Siendo la coyuntura actual que el comercio exterior muestra que las importaciones que es mayor a las exportaciones, es necesario invitar a que se complemente la presente investigación analizando todos los factores que influyen en el nivel de exportación de la sandía, como ser calidad de los suelos, tipo de cambio, precios, competencia de la fuerza laboral, calidad de agua, etc. toda vez cualquier problema que se suscite con alguno de los factores afectará positiva o negativamente la productividad y competitividad de la exportación de sandía.

6. Los factores que se han acentuado desde el ejercicio 2016, según Foro Económico Mundial (2017), son: ineficiente burocracia gubernamental, excesiva regulación laboral, corrupción, inadecuada oferta de infraestructura, cargos impositivos, el fallo de una plataforma de servicios al comercio exterior, donde el 70% no se despliega ninguna reforma; esto traerá ciertos riesgos y perjuicios que el Estado deberá actuar a través de sus políticas públicas.

7. Según el estudio efectuado por Parodi (2017), en el escenario 2017/2018 su crecimiento económico mundial es incierto y condicionado a tres factores: desaceleración en China, caída de

precios de energía y materias primas, aumento de la tasa de interés en Estados Unidos. El resultado en el Perú será un aumento en el tipo de cambio, por lo cual se recomienda que se continúe con las investigaciones que puedan afectar a los exportadores y demás partes interesadas.

8. Frente a los resultados que arrojan una buena gestión empresarial sin embargo, los resultados del análisis de la dimensión gestión estratégica es regular; por lo tanto una planificación estratégica es básica en este tipo de negocios toda vez que cualquiera sea su tamaño, diseñar un futuro deseado, erradamente o por ignorancia usualmente se piensa que la planificación solo es aplicable a la gran empresa, desconociendo que es una poderosa herramienta para todo tipo de organizaciones, por lo cual se recomienda que se mejore y potencie la planeación estratégica de las empresas exportadora por estar probado que es una de las herramientas más poderosas que cuentan las organizaciones de todo tipo que abarca los aspectos técnico, científico, económico y social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC, D. (2015). *Diccionario*. Recuperado de <http://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php>.
- ADEX (2017). *¿Qué factores han mermado el desempeño de las exportaciones?* Lima. Recuperado de <http://larepublica.pe/impresal/economia/747154-que-factores-han-mermado-el-desempeno-de-las-exportaciones>.
- AGRODATAPERÚ (2016). *Sandías frescas. Perú Exportación 2016 Noviembre*. Lima. Recuperado de <https://www.agrodataperu.com/2016/12/sandias-frescas-peru-exportacion-2016-noviembre.html>.
- Arenas, P. y Ortiz, J. (2013). *Plan de negocios_ESAN*. Recuperado de http://repositorio.esan.edu.pe/browse?rpp=20&sort_by=1&type=title&offset=337&etal=-1&order=ASC.
- Assocodes y Asmer International (1999). *Instrumentos financieros del comercio internacional*. España: Fundacion Confemetal.
- Baldwin, C. (2010). *Gestión empresarial*. USA: Firms Press.
- Barriento, A. (2009). *Dirección y control*. México: El Cid Editor.
- Bunge, M. (1972). *Teoría y realidad*. Barcelona: Ariel.

Duhne, C., Garza, R. y Quintanilla, A. M. (2007). *Coaching ejecutivo*.

México: Trillas.

Castro, X. (2012). *Estructuración de estrategias que permitan el fortalecimiento del liderazgo en los altos directivos del sector financiero del cantón milagro a través del coaching*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro - Ecuador.

CCMPC (12 de octubre de 2016). *Como preparar la empresa para exportar*. Recuperado de

http://www.ccmpec.org.co/ccm/contenidos/181/Como_preparar_la_empresa_para_exportar.pdf.

Chacón, G. (2007). *Contabilidad de Costos*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/257/25701504.pdf>.

Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*. México: Atlas.

Choque Llarrauri, R. (2012). *Planeamiento estratégico y cuadro de mando integral*. Lima: Infodem.

Coaquira, J. (2015). *Factores que han influido en el comportamiento de las exportaciones de sandía de Perú Periodo 2010-2014*. Tacna: UPT.

- Contreras, R. (2003). *Análisis de la gestión empresarial competitividad del mercado internacional*. Recuperado de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/30034.pdf>.
- De la Fuente, D., Fernández, I. y García, F. (2006). *Administración de empresas en Ingeniería*. Asturias, España: Universidad de Oviedo.
- Donnelly, J. H., Gibson, J. L. y Ivancevich, J. M. (1997). *Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas*. Colombia: McGraw-Hill/Irwin.
- Drucker, P. (1993). *Más allá de la revolución de la información*. Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos: Harvard Business Review.
- Eslava, J. (2003). *Análisis económico-financiero de las decisiones de gestión empresarial*. Madrid: ESIC.
- Galván, J. (2005). *Compendio de exportación para productos incluidos en Tratados de Libre Comercio*. Panamá: IICA.
- Garcés, A. (2015). *Estudio de factibilidad*. Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6440>.
- Hernández, R. y Fernández, C. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Ibaceta, C. (2003). *Guía práctica: Exportación e importación*. España: ISEF.

- Locke, E. (1976). *The nature and consequences of job satisfaction*. Chicago: Rand McNally College Publishing Co.
- Martínez, P. (2007). *Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes, Colombia*. Colombia: Universidad del Norte.
- Mercado, S. (2000). *Comercio Internacional*. México: Limusa.
- Mondragón, V. (2016). *Sandía una fruta con potencial exportador*. Lima. Recuperado de <http://www.victormondragon.com/2016/06/sandia-una-fruta-con-potencial-de.html>.
- Parodi, C. (2017). *¿Qué pasa con la economía peruana?* Lima: Universidad del Pacífico.
- Pérez, J. (2008). *Definición de exportaciones*. WordPress.
- Pritchard, R. (1973). *The effects of organizational climate on managerial job performance and job satisfaction*. New York.
- Quintanilla, M. (2007). *Propuesta de una guía práctica para la aplicación del coaching como estrategia de liderazgo aplicado a las autoridades y jefes de unidades administrativas de la Facultad Multidisciplinaria Oriental de la Universidad de El Salvador*. San Miguel: Universidad de El Salvador .
- Realpe, M. I. (2010). *Análisis de un plan de exportaciones*. Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1731>.

- Rojas, M. D. y Laura, M. M. (2011). *Planeación estratégica: fundamentos y casos*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Rubio, P. (2006). *Introducción a la gestión empresarial*. España: B-EUMED.
- Ruiz, E. (2012). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Madrid: McGraw-Hill.
- Sandoval, M. D. (2014). *Económicos administrativos*. México: Universidad Juarez.
- Supo, J. (2014). *Seminario de investigación científica*. Arequipa: Bioestadístico.
- Zambrano, F. (2012). *Efectos de la aplicación de la sandía, Guayaquil*. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/443>.

ANEXOS

ANEXO 1

TÍTULO: “LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA EXPORTACIÓN DE SANDÍA DE LAS EMPRESAS DE LA REGIÓN TACNA, AÑO 2016”

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES |
|---|--|--|---|
| <p>GENERAL</p> <p>¿De qué manera la gestión empresarial impacta en la exportación de sandía, región Tacna, año 2016?</p> | <p>GENERAL</p> <p>Determinar de qué manera la gestión empresarial impacta en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016.</p> | <p>GENERAL</p> <p>La gestión empresarial impacta significativamente en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016.</p> | <p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Gestión empresarial</p> <p>DIMENSIONES</p> <p>Gestión estratégica Recursos para la exportación Potencial exportador Conocimiento de mercados a exportar</p> |
| <p>ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cuál es el nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016?</p> | <p>ESPECÍFICOS</p> <p>Determinar el nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016</p> | <p>ESPECÍFICOS</p> <p>El nivel de la gestión empresarial de las empresas exportadoras de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016, es bueno.</p> | <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Exportaciones</p> <p>DIMENSIONES</p> <p>Ventaja competitiva a nivel internacional Capacidad de producción Capacidad logística Cuota de mercado Soporte financiero</p> |
| <p>¿Cuál es el nivel de exportación de la sandía de las empresas exportadoras de la región Tacna, año 2016?</p> | <p>Determinar el nivel de exportación de la sandía de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016.</p> | <p>El nivel de exportación de la sandía de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016, es bueno</p> | |
| <p>¿De qué manera la gestión empresarial se relaciona con la exportación de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016?</p> | <p>Determinar de qué manera la gestión empresarial se relaciona con la exportación de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016.</p> | <p>La gestión empresarial se relaciona significativamente con la exportación de las empresas exportadoras de sandía de la región Tacna, año 2016.</p> | |
| MÉTODO Y DISEÑO | POBLACIÓN Y MUESTRA | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS | |
| <p>MÉTODO</p> <p>Se aplicó el método científico.</p> | <p>La población de estudio asciende a 17 empresas y su tamaño muestral fue la misma.</p> | <p>TÉCNICAS INSTRUMENTOS</p> <p>- Encuesta – Cuestionario</p> <p>TRATAMIENTO ESTADÍSTICO CON SPSS</p> | |

NIVEL

Es una investigación de nivel explicativo.

- Distribución de frecuencia
 - Estadístico de prueba según el propósito del estudio, nivel de investigación, el tipo de variables y principalmente la naturaleza de los datos
-

ANEXO 2

CUESTIONARIO DE OPINIÓN GESTIÓN EMPRESARIAL

Estimado Servidor (a): Le pedimos su colaboración contestando con sinceridad las preguntas que realizamos. Por nuestra parte, le garantizamos absoluta confidencialidad, agradeciendo su valiosa colaboración

EDAD: SEXO: Masculino Femenino
 NIVEL OCUPACIONAL: Funcionario Profesional Técnico

1=Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= No estoy de acuerdo; 4=De acuerdo; 5= Muy de acuerdo

| N° | ITEMS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|
| | Gestión empresarial | | | | | |
| 1 | Las empresas cuentan con planes estratégicos. | | | | | |
| 2 | Las empresas tienen un Plan estratégico para la exportación. | | | | | |
| 3 | Las empresas tienen claro sobre sus fortalezas y debilidades internas. | | | | | |
| 4 | Las empresas conocen sobre los riesgos y oportunidades del entorno. | | | | | |
| 5 | Tienen claro sobre los procesos internos para la producción. | | | | | |
| 6 | Tienen identificada las estrategias, pláticas, acciones y actividades. | | | | | |
| 7 | Tienen identificada una gerencia sustentada en la creación de valor. | | | | | |
| 8 | Tienen claro la diversificación de mercados para disminuir el riesgo. | | | | | |
| | Recursos para la exportación | | | | | |
| 9 | Se tienen los recursos humanos especializados para la gestión de exportación. | | | | | |
| 10 | Las empresas cuentan con los recursos económicos financieros. | | | | | |
| 11 | Tienen identificado el producto que se desea exportar. | | | | | |
| 12 | Cuentan con una plataforma de servicios para el comercio exterior. | | | | | |
| 13 | Cuentan con el empaque indicado. | | | | | |
| 14 | Qué tanto sabe de sus clientes. | | | | | |
| 15 | Qué tan buena es la atención y la capacidad de respuesta. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 16 | La decisión de exportar es sólida. | | | | | |
| | Potencial exportador | | | | | |
| 17 | Tienen la capacidad de producción para el mercado interno y externo. | | | | | |
| 18 | Tienen ocupada su capacidad de producción. | | | | | |
| 19 | Cuentan con el servicio de las TIC. | | | | | |
| 20 | Cuentan con la infraestructura física para el funcionamiento óptimo. | | | | | |
| 21 | Cuentan con la capacidad logística para los canales nacionales e internacionales. | | | | | |
| 22 | Tienen identificado la ventaja competitiva. | | | | | |
| 23 | Cuentan con capacidad productiva para un comercio sostenido. | | | | | |
| 24 | Tiene proyectado las alianzas estratégicas para la exportación. | | | | | |
| | Conocimiento de mercados a exportar | | | | | |
| 25 | Tienen identificado al mercado exportador. | | | | | |
| 26 | Cuentan con los volúmenes disponibles para el mercado externo. | | | | | |
| 27 | Usan los fertilizantes foliares a base de microelementos. | | | | | |
| 28 | Cuentan con el análisis químico del suelo. | | | | | |
| 29 | Usan los estándares de empaque. | | | | | |
| 30 | Manejan en forma eficiente los trámites nacionales para la exportación. | | | | | |

Gracias

ANEXO 3 VALIDEZ DE CONTENIDO

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN ESCUELA DE POST GRADO

"LA GESTION EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA EXPORTACION DE SANDIA DE LAS EMPRESAS
DE LA REGION TACNA, AÑO 2016"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: FERNÁNDEZ VEZCARA, RUBEN ALFREDO
 1.2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE DE UNIVERSIDAD NACIONAL DE TACNA
 1.3. Nombre del instrumento evaluado: Variable Gestión Empresarial.....
 1.4. Autor (es) del Instrumento:..... RUBEN MOISES LAQUITA ESPINOZA


II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 1 | Regular 2 | Buena 3 | Muy Buena 4 | Excelente 5 |
|-----------------|--|-----------------|--------------|------------|----------------|----------------|
| 1. CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible. | | | | X | |
| 2. OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables. | | | | X | |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y tecnología. | | | | X | |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica. | | | X | | |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente. | | | | X | |
| 6. PERTINENCIA | Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados. | | | | X | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspecto teórico-científico. | | | X | | |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones. | | | X | | |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de la investigación. | | | | | X |
| 10. APLICACIÓN | Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente. | | | | X | |

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha: Tacna, 16/02/2017
 Teléfono N°: 996-569815


 Firma del Experto Informante
 DNI: 00498367

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
ESCUELA DE POST GRADO**

**“LA GESTION EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA EXPORTACION DE SANDIA DE LAS EMPRESAS
DE LA REGION TACNA, AÑO 2016”**

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: FERNÁNDEZ VEZGARCA, RUBEN ALFARO
 1.2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE DE UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE TACNA
 1.3. Nombre del instrumento evaluado: Variable Gestión Empresarial.....
 1.4. Autor (es) del Instrumento:..... RUBEN MOISES LAQUITA ESPINOZA

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 1 | Regular 2 | Buena 3 | Muy Buena 4 | Excelente 5 |
|----------------|--|-----------------|--------------|------------|----------------|----------------|
| 1.CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible. | | | | X | |
| 2.OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables. | | | | X | |
| 3.ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y tecnología. | | | | X | |
| 4.ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica. | | | X | | |
| 5.SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente. | | | | X | |
| 6.PERTINENCIA | Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados. | | | | X | |
| 7.CONSISTENCIA | Basado en aspecto teórico-científico. | | | X | | |
| 8.COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones. | | | X | | |
| 9.METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de la investigación. | | | | | X |
| 10.APLICACIÓN | Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente. | | | | X | |

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha: Tacna, 16/02/2017

Teléfono N°: 996-569815


Firma del Experto Informante
DNI: 00498367

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
ESCUELA DE POST GRADO**

"LA GESTION EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA EXPORTACION DE SANDIA DE LAS EMPRESAS
DE LA REGION TACNA, AÑO 2016"

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del juez: Bobadilla Quispe Marida Irene
 1.2. Cargo e institución donde labora: Docente - Universidad Privada de Tacna
 1.3. Nombre del instrumento evaluado: Variable Gestión Empresarial
 1.4. Autor (es) del Instrumento:..... RUBEN MOISES LAQUITA ESPINOZA

II.- ASPECTOS DE EVALUACIÓN:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 1 | Regular 2 | Buena 3 | Muy Buena 4 | Excelente 5 |
|----------------|--|-----------------|--------------|------------|----------------|----------------|
| 1.CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible. | | | | X | |
| 2.OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables. | | | | X | |
| 3.ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y tecnología. | | | | | X |
| 4.ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica. | | | X | | |
| 5.SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad suficiente. | | | | | X |
| 6.PERTINENCIA | Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados. | | | X | | |
| 7.CONSISTENCIA | Basado en aspecto teórico-científico. | | | X | | |
| 8.COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones. | | | | X | |
| 9.METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de la investigación. | | | | X | |
| 10.APLICACIÓN | Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente. | | | | X | |

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha:

Teléfono N°: 952396122


 Firma del Experto Informante
 DNI: 60791400