

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



**LA CULTURA EXPORTADORA Y LAS EXPORTACIONES DE
ACEITUNA DE MESA DE LAS EMPRESAS DE LA REGIÓN DE
TACNA PERIODO 2016-2018**

TESIS

PRESENTADA POR:

Br. Nadia Esther García Cabrera

ASESOR:

Dr. Mauro Javier Hurtado Mejía

Para optar el título profesional de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Tacna – Perú

2021

Dedicatoria

**A mi padre que esta en los cielos, que nunca me abandono, que me dio fortaleza
y siempre camina a mi lado... y nunca me desampara**

Dedico este proyecto a mi familia.

**A mamá, papá, hermanos, que con su ejemplo me impulsan y motivan a seguir
adelante...**

**A mi compañero de vida que ha estado a mi lado todo este tiempo en que he
trabajado en este proyecto tan importante, por su paciencia y comprensión.**

A mis amigos que me alentaron para seguir adelante con el proyecto.

Agradecimiento

**A mi querida Alma mater por su función como proveedora de alimento
intelectual...**

**A mis queridos profesores, compañeros y amigos de la Universidad, que
compartieron sus conocimientos.**

**A las empresas exportadoras de aceituna de Tacna, que aportaron con
información valiosa para este proyecto.**

**Y a las Instituciones tanto públicas y privadas que brindaron información para
este proyecto.**

Tabla de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	2
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 Problema Principal.....	3
1.2.2 Problemas Específicos.	3
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.3.1 Justificación teórica	3
1.3.2 Justificación práctica.....	4
1.4 OBJETIVOS	4
1.4.1 Objetivo General.....	4
1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	6
2.1.2 Antecedentes Nacionales.	7
2.1.3 Antecedentes Locales.....	9
2.2 BASES TEÓRICAS.....	12
2.2.1 Cultura exportadora.	12
2.2.2 La cultura exportadora según Lavanda y Tabra.....	12
2.2.3 La cultura exportadora según el MINCETUR.	13
2.2.4 La cultura exportadora según la Asociación de Exportadores (ADEX)	18
2.2.5 Tipos de cultura exportadora.....	18
2.2.6 Rol de Estado en la promoción de las exportaciones.....	19
2.2.7 La exportación.	20
2.2.8 Clasificación de las exportaciones en el Perú.	21
2.2.9 Nueva teoría del comercio de Krugman.	21
2.2.10 Teoría del ciclo de vida del producto.....	22
2.2.11 La exportación Indirecta o Pasiva.....	23

2.2.12	La exportación Directa o Activa.	23
2.2.13	La empresa exportadora.	24
2.2.14	Capacidades para exportar.	25
2.2.15	Descripción de las aceitunas de mesa.	26
2.3	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS	30
2.4	HIPÓTESIS.....	33
2.4.1	Hipótesis General.....	33
2.4.2	Hipótesis Específicas	33
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION.....		35
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	35
3.2	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.3	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	35
3.4	VARIABLES E INDICADORES.....	35
3.4.1	Identificación de las variables.....	35
3.4.2	Operacionalización de las variables.....	36
3.5	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	37
3.6	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS	38
3.6.1	Técnica.....	38
3.6.2	Instrumento.	39
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		40
4.1	VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	40
4.1.1	Validación.....	40
4.1.2	Confiabilidad.....	40
4.2	TRATAMIENTO ESTADÍSTICO	42
4.2.1	Resultados de la variable 1.....	42
4.2.1.1	<i>Dimensión capacitación en comercio exterior</i>	42
4.2.1.2	<i>Dimensión creencias sociales, culturales y económicas</i>	48
4.2.1.3	<i>Dimensión actitudes empresariales</i>	52
4.2.1.4	<i>Dimensión valores éticos, morales y empresariales</i>	56
4.2.2	Resultados de la variable 2.....	59
4.1.1.1	<i>Análisis por variables.</i>	63
4.2	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	65
4.2.1	Coefficiente de Correlativo de Rho Spearman.....	65
4.2.2	Verificación de hipótesis específicas	65
4.2.3	Verificación de hipótesis general.....	70

4.3	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	71
	CONCLUSIONES	72
	SUGERENCIAS	73
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
	APÉNDICES	80

Lista de tablas

Tabla 1. Cultura exportadora	36
Tabla 2. Exportación.....	36
Tabla 3. Empresas exportadoras de aceituna de mesa de la región Tacna 2016 - 2018.....	37
Tabla 4. Escala de Alpha de Cronbach	41
Tabla 5. Confiabilidad variable independiente	41
Tabla 6. Capacitaciones recibidas sobre legislación para exportar en el periodo 2016-2018	42
Tabla 7. Capacitaciones recibidas sobre normas tributarias aplicadas a la exportación en el periodo 2016 - 2018	43
Tabla 8. Estudios de mercado realizados en el periodo 2016 - 2018.....	44
Tabla 9. Capacitaciones recibidas sobre Tratados de Libre Comercio en el periodo 2016 - 2018	45
Tabla 10. Cumplimiento de las normas de calidad en el periodo 2016 - 2018	46
Tabla 11. Dominio de idiomas extranjeros del personal encargado de exportaciones en el periodo 2016 - 2018	47
Tabla 12. Presentaciones de aceituna de mesa ofertadas para exportar en el periodo 2016 - 2018	48
Tabla 13. Categorías de la aceituna de mesa ofertadas para exportar en el periodo 2016 - 2018	49
Tabla 14. Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa fueron competitivos en el periodo 2016 - 2018.....	50
Tabla 15. Quejas de los clientes en relación del producto exportado en el periodo 2016 - 2018	51
Tabla 16. Cumplimiento de las obligaciones tributarias en el periodo 2016 - 2018.....	52
Tabla 17. Cumplimiento de los contratados pactados en el periodo 2016 - 2018.....	53
Tabla 18. Participación de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en ferias comerciales en el periodo 2016 - 2018	54
Tabla 19. Participación de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en misiones comerciales en el periodo 2016 - 2018	55
Tabla 20. Actividades de responsabilidad social organizadas por las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018	56
Tabla 21. Captación de nuevos clientes en base a la credibilidad de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018.....	57

Tabla 22. Implementación de medidas para el cuidado del medio ambiente por parte de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018	58
Tabla 23. Nivel de cultura exportadora de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018	63
Tabla 24. Nivel de exportaciones de las empresas de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018	64
Tabla 25. Escala de Rho Spearman.....	65
Tabla 26. Correlación de Rho Spearman para la primera hipótesis específica	66
Tabla 27. Correlación de Rho Spearman para la segunda hipótesis específica	67
Tabla 28. Correlación de Rho Spearman para la tercera hipótesis específica.....	68
Tabla 29. Correlación de Rho Spearman para la cuarta hipótesis específica.....	69
Tabla 30. Correlación de Rho Spearman para la hipótesis general.....	70

Lista de figuras

Figura 1. Frecuencia porcentual de las capacitaciones recibidas sobre legislación para exportar en el periodo 2016-2018	42
Figura 2. Frecuencia porcentual de capacitaciones recibidas sobre normas tributarias aplicadas a la exportación en el periodo 2016 – 2018	43
Figura 3. Frecuencia porcentual de estudios de mercado realizados en el periodo 2016 - 2018	44
Figura 4. Frecuencia porcentual de las capacitaciones recibidas sobre Tratados de Libre Comercio en el periodo 2016 -2018.....	45
Figura 5. Frecuencia porcentual de cumplimiento de las normas de calidad en el periodo 2016 - 2018	46
Figura 6. Frecuencia porcentual del dominio de idiomas extranjeros del personal encargado de exportaciones en el periodo 2016 - 2018.....	47
Figura 7. Frecuencia porcentual de presentaciones de aceituna de mesa ofertadas para exportar en el periodo 2016 - 2018	48
Figura 8. Frecuencia porcentual de categorías de la aceituna de mesa ofertadas para exportar en el periodo 2016 - 2018	49
Figura 9. Frecuencia porcentual de la competitividad de los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018.....	50
Figura 10. Frecuencia porcentual de las quejas de los clientes en relación del producto exportado en el periodo 2016 - 2018	51
Figura 11. Frecuencia porcentual del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el periodo 2016 - 2018.....	52
Figura 12. Frecuencia porcentual del cumplimiento de los contratados pactados en el periodo 2016 - 2018	53
Figura 13. Frecuencia porcentual de la participación de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en ferias comerciales en el periodo 2016 - 2018.....	54
Figura 14. Frecuencia porcentual de la participación de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en misiones comerciales en el periodo 2016 - 2018	55
Figura 15. Frecuencia porcentual de las actividades de responsabilidad social organizadas por las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018	56
Figura 16. Frecuencia porcentual de captación de nuevos clientes en base a la credibilidad de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 – 2018.....	57

Figura 17. Frecuencia porcentual de la implementación de medidas para el cuidado del medio ambiente por parte de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018	58
Figura 18. Frecuencia porcentual de las exportaciones de aceituna de mesa por empresa en el 2016	59
Figura 19. Frecuencia porcentual de las exportaciones de aceituna de mesa por empresa en el 2017	60
Figura 20. Frecuencia porcentual de las exportaciones de aceituna de mesa por empresa en el 2018	61
Figura 21. Frecuencia porcentual de las exportaciones de aceituna de mesa por empresa en el periodo 2016 - 2018	62
Figura 22. Frecuencia porcentual de la variable cultura exportadora	63
Figura 23. Frecuencia porcentual de la variable exportaciones	64

Resumen

El objetivo general de la investigación fue: determinar la existencia de una relación entre la cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna, en el periodo 2016 – 2018. El tipo de investigación fue básica, de nivel correlacional, el diseño longitudinal - no experimental, la población estuvo conformada por 66 empresas, de las cuales se eligieron a las que registraron actividad exportadora en el periodo 2016 – 2018, a través de un muestreo no probabilístico intencional, quedando finalmente constituida por 24 empresas. Para la variable 1, se utilizó la técnica de la encuesta personal y como instrumento el cuestionario; en el caso de la variable 2, se utilizó la técnica del análisis documental y como instrumento la ficha de recolección de datos. El nivel de cultura exportadora de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna es Regular con 62,5% y el nivel de las exportaciones de aceituna de mesa es Regular con 79,2%. Las exportaciones de aceituna de mesa en el año 2016 fue 7198 TM, en el año 2017 fue 5219 TM y en el año 2018 fue 8145 TM, acumulando en el periodo 2016 – 2018 un total de 20561 TM. Las principales empresas fueron: Fundo La Noria S.A.C. con 3974 TM, Nobex Agroindustrial S.A. con 3891 TM, Agroindustria y Comercialización Guive E.I.R.L. con 2014 TM, Oliamerica S.A.C. con 1455 TM y Oliva Perú con 1382 TM. Con un nivel de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 0,000 y el coeficiente de Pearson del 0,869; se establece, la existencia de una relación entre la cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna, en el periodo 2016 – 2018, por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y no se acepta la hipótesis nula.

Palabras clave: cultura exportadora, exportaciones, aceituna.

Abstract

The general objective of the investigation was: to determine the existence of a relationship between the export culture and the exports of table olives of the companies of the región Tacna, in the period 2016 - 2018. The type of research was basic, correlational level, the longitudinal - non-experimental design, the population was made up of 66 companies, of which those that registered export activity in the 2016 - 2018 period were chosen, through an intentional non-probabilistic sampling, finally being constituted by 24 companies. For variable 1, the personal survey technique was used and the questionnaire as an instrument; in the case of variable 2, the document analysis technique was used and as an instrument the data collection sheet. The level of export culture of table olive export companies in the región Tacna is Regular with 62.5% and the level of table olive exports is Regular with 79.2%. Exports of table olives in 2016 were 7198 MT, in 2017 it was 5219 MT and in 2018 it was 8145 MT, accumulating in the period 2016 - 2018 a total of 20561 MT. The main companies were: Fundo La Noria S.A.C. with 3974 TM, Nobex Agroindustrial S.A. with 3891 TM, Agroindustria and Comercialización Guive E.I.R.L. with 2014 TM, Oliamerica S.A.C. with 1455 MT and Oliva Peru with 1382 MT. With a confidence level of 95%, and a significance level of 0.000 and the Pearson coefficient of 0.869; it is established, the existence of a relationship between the export culture and exports of table olives of the companies of the región Tacna, in the period 2016 - 2018, therefore, the alternative hypothesis is accepted and the null hypothesis is not accepted .

Keywords: *export culture, exports, olive.*

Introducción

En el escenario actual, en donde las empresas, compiten día a día por capturar mercados y así ampliar su cartera de clientes bajo un enfoque global; las exportaciones se constituyen en una estrategia para llegar a los mercados internacionales, sobre todo a aquellos que no han sido explorados y que representan un número importante de habitantes, es decir, consumidores potenciales, como es el caso de China, que cuenta con la cuarta parte de la población mundial. Para lograr esta meta, las empresas que tienen actividad exportadora, deben cumplir con ciertos requisitos que el mercado exige, como: el conocimiento sobre comercio exterior, las creencias sociales, culturales y económicas, las actitudes empresariales y los valores éticos, morales y empresariales, la combinación de estos, da como resultado a la cultura exportadora, que se convierte en la base fundamental para ser competitivo en las exportaciones. El presente trabajo de investigación se encuentra enfocado a estudiar a las empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018, evaluando el nivel de cultura exportadora alcanzada y las exportaciones de aceituna de mesa realizadas; de esta forma, será posible, determinar la existencia de relación entre ambas variables de estudio, para cumplir con este objetivo, el informe final de tesis tiene la siguiente estructura: Capítulo I: Planteamiento del problema, Capítulo II: Marco teórico, Capítulo III: Metodología, Capítulo IV: Resultados, Conclusiones, Sugerencias, Referencias bibliográficas y Apéndices.

Tacna, enero 2021

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Nuestro país no posee una costumbre exportadora debido a las ineficaces estrategias ofrecidas por los gobiernos pasados, los intercambios antiguamente eran básicamente materia prima, concerniente al sector minero y productos tradicionales. Todos estos antecedentes conllevan a que en el año 2003, se revele la importancia de la cultura exportadora, dando a conocer el término en el Plan Estratégico Nacional Exportador. Este concepto es de vital importancia ya que corresponde al desarrollo y extensión de nuestras exportaciones a nivel global. Si bien es cierto que el Gobierno no tiene contacto directo con los agricultores y están limitados en su campo de acción. Sin embargo no es solo su responsabilidad sino también de todas las Entidades tanto públicas como privadas que están involucradas en las operaciones de exportación.

La región de Tacna cuenta numerosos productos agroindustriales, los cuales están en condiciones adecuadas para ser exportados, también se conoce que las exportaciones son mínimas a nivel nacional, por la ausencia de una cultura exportadora, es necesario tener una estrategia con vías a la internacionalización que ayuden acrecentar las exportaciones. En este aspecto se tiene programas que ayudan a las operaciones comerciales internacionales, sin embargo el Estado no realiza un trabajo conjunto con los agricultores no crea el vínculos de confianzas que cree contacto directo con los agricultores, esto deriva una deficiente promoción a las exportaciones, debido a las políticas cerradas y que no se desarrollen actividades comerciales que ayuden a las exportaciones.

De la misma forma se tiene conocimiento que el departamento de Tacna tiene condiciones climáticas favorables para desarrollar a gran escala producción de gran demanda global y una ubicación estratégica para la exportación de sus productos.

La región de Tacna es considerada como la principal exportadora de aceituna de mesa en el Perú, por lo tanto, la presente investigación tiene por finalidad determinar la existencia de una relación directa entre la cultura exportadora y las

exportaciones de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018, por parte de las empresas ubicadas en la región Tacna, y así tener mayor certeza de la situación actual de este sector, con firmes intenciones de fortalecer o complementar los esfuerzos de los agentes involucrados.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema Principal.

¿Existe una relación entre la cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna periodo 2016- 2018?

1.2.2 Problemas Específicos.

¿Existe una relación entre la capacitación en comercio exterior y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna?

¿Existe una relación entre las creencias sociales, culturales y económicas y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna?

¿Existe una relación entre las actitudes empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna?

¿Existe una relación entre los valores éticos, morales y empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Justificación teórica

La investigación propuesta tiene por finalidad, la aplicación y validación de la teoría y los conceptos básicos existentes sobre la cultura exportadora, con

la intención de establecer un vínculo de relación con las exportaciones de olivo de las empresas en la región de Tacna.

1.3.2 Justificación práctica

De acuerdo con los objetivos de la investigación, los resultados permitirán encontrar la relación de la cultura exportadora con los problemas de las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas en la región de Tacna. Los resultados de la investigación servirán para crear y desarrollar una cultura exportadora más potente y significativa, que permita visualizar al 2025 una región con altos índices de exportación diversificada en Tacna.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General.

Determinar la existencia de una relación entre la cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna, para el mejoramiento de las diligencias en las exportaciones.

1.4.2 Objetivos Específicos.

Determinar la existencia de una relación entre la capacitación en comercio exterior y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna.

Determinar la existencia de una relación alta entre las creencias sociales, culturales y económicas y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna.

Determinar la existencia de una relación entre las actitudes empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna.

Determinar la existencia de una relación entre los valores éticos, morales y empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Antecedentes Internacionales.

“La importancia de la cultura exportadora y la gestión logística del transporte dentro de las PYMES en el proceso de exportación por vía área Mexico. Retos y Oportunidades.”

Jaimés Guiza Carlos (2010) realizó la investigación “La importancia de la cultura exportadora y la gestión logística del transporte dentro de las PYMES en el proceso de exportación por vía área Mexico. Retos y Oportunidades.” En la facultad de Estudios Superiores de la Universidad Nacional Autónoma de México, para obtener el título de Licenciado en Relaciones Internacionales, llegando a las siguientes conclusiones:

La nueva perspectiva exportadora debe establecer la pequeña y mediana empresa a los requisitos del comercio internacional ganando una nueva cultura y actitud hacia la exportación que tenga como pilares como la satisfacer las normas de calidad y servicio de los cliente externos. Para lograr una idónea cultura exportadora se requiere invertir tiempo, esfuerzo, dinero y utilizar de manera eficiente todos los recursos organizacionales principalmente en las áreas que nos fortalezcan competitivamente.

La logística conlleva dirigir la mercancía donde necesitar estar, a través de un transportes principal y hacerlo en un contexto de mercado competitivo, alcanzando un nivel deseado de servicio al consumidor, al costo mas bajo posible y en las mejores condiciones de entrega.

A nivel internacional , el medio de transporte a utilizar variara como resultado directo de las grandes distancia que tiene de trayecto o por las necesidades propias de los consumidores internacionales como exigen entregas rapidas, confiables y cuidadosamente coordinadas.

¿Modelo de crecimiento exportador o modelo de estancamiento exportador?

Vásquez y Avendaño (2012) presentaron el artículo “¿Modelo de crecimiento exportador o modelo de estancamiento exportador? El caso de México, 1961-2010” en la Revista “Investigación Económica” de la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Puebla, arribando a las siguientes conclusiones:

Las compañías que deseen perdurar en el tiempo tendrán que cambiar para afrontar un entorno altamente competitivo, creando nuevas diligencias donde se potencialice las ventajas competitivas.

En la actual globalización que se vive, los países en vías de desarrollo están cambiando sus estrategia pensando en un modelo de crecimiento exportador, pero en caso de México es contradictorio, porque a pesar que el país crezca a nivel exportación, tenderán a tener un déficit en la balanza de pagos ya que sus importaciones son mayores a sus ventas internacionales, condenándolos a la dependencia de materias primas e insumos para la maquila.

2.1.2 Antecedentes Nacionales.

“Cultura exportadora en la asociación artesanas Pañon Tacabambino, provincia de Chota – Cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de Nueva york – EE. UU., 2018”

Apaestegui y Quispe (2017) realizaron la investigación “Cultura exportadora en la asociación artesanas Pañon Tacabambino, provincia de Chota – Cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de Nueva York – EE.UU., 2018” en la Facultad de Negocios de la Universidad Privada del Norte, para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, llegando a las siguientes conclusiones:

En la presente investigación se estableció los parámetros de la cultura exportadora, como son: la oferta exportable y la diversificación de nuevos mercados, con el motivo de mejorar la cultura exportadora en la Asociación Artesanal Pañon Tacabambino, provincia de Chota- Cajamarca que se dedican a la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de Nueva York –EE.UU. -2018. Los resultados de la investigación arrojan que no cuentan con capacidad económica suficiente para producción en grandes cantidades, es por ello que actualmente atienden al mercado local y nacional, los problemas que aducen es no tener acceso a financiamientos ya que las empresas financieras no confían en el pago a cabalidad, sin embargo están dispuestas a buscar fuentes de financiamiento para adquirir mayor materia prima para atender la demanda internacional.

De la misma forma, para establecerse con una oferta exportable es necesaria la estabilidad financiera.

Las productoras del consorcio Pañon Tacabambino, deben ceñirse a las directrices de la cultura exportadora, y enfocarse en sus productos de exportación y en la estrategia para diversificación de nuevos mercados internacionales.

Para impulsar las exportaciones sus tejidos textiles artesanales es de vital importancia el desarrollo de capacitaciones y talleres que permitan tener un gran bagaje de conocimiento sobre las nuevas estrategias que tienen que adoptar en este mundo versátil, para así mantenerse y acrecentar sus exportaciones y mantenerse en el mercado.

El proyecto presenta para la empresa un estudio económico- financiero, que demuestra la viabilidad económica y financiera del proyecto a través de los resultados de los índices de rentabilidad con una exportación a grandes volúmenes.

“Lineamientos de cultura exportadora presentes en la cooperativa Ceprovaque que generan oferta exportable de espárrago verde fresco, Jequetepeque – Noviembre, 2017”

López (2017) realizó la investigación “Lineamientos de cultura exportadora presentes en la cooperativa Ceprovaaje que generan oferta exportable de espárrago verde fresco, Jequetepeque – Noviembre, 2017” en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, para obtener el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, llegando a las siguientes conclusiones:

En este estudio de investigación señala que el elemento que prevalece de la cultura exportadora en la asociación CEPROVAJE: es el de “mercados internacionales” la cual está permitiendo que las economías se desarrollen, a través de la exportación espárrago hacia los mercados extranjeros, donde tienen la necesidad de consumo y carecen de estos productos o lo producen en pocas cantidades.

Es necesario que se fortalezcan en educación con apoyo del gobierno, ya que las pocas capacitaciones son financiadas por los mismos agricultores, De la misma forma se debe hacer énfasis en el elemento de la Facilitación Comercial.

Los mercados internacionales van a admitir que las economías se desplieguen, ya que los demás países pueden comprar bienes y servicios que los mercados de origen no producen y esto conlleva a tener una mejor ventaja competitiva. Sin embargo tienen que fortalecer la cultura exportadora en todos sus elementos, solo con ello podrán satisfacer los mercados globales.

2.1.3 Antecedentes Locales.

“Influencia de la oferta exportable, en las exportaciones de cebolla de los productores del Centro Poblado Menor La Yarada, 2017”

Ramos (2017) realizó la investigación “Influencia de la oferta exportable, en las exportaciones de cebolla de los productores del Centro Poblado Menor La Yarada, 2017” en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, para optar el título profesional de

Licenciando en Administración de Negocios Internacionales, llegando a las siguientes conclusiones:

La investigación tiene como resultado que si existe una correlación positiva muy fuerte y altamente significativa entre la oferta exportable y la exportación de cebolla.

A través del tiempo ha ido disminuyendo el índice de las exportaciones en el Centro Poblado Menor la Yarada debido a que no cuenta con la capacidad instalada suficiente, capacidad económica, financiera y capacidad de gestión que son sumamente importantes para tener contacto directo con los mercados internacionales y mantener las exportaciones constantes en el tiempo.

Respecto a la capacidad instalada es altamente significativa en las exportaciones de cebolla, mientras se tenga una infraestructura donde se puedan acopiar mayores volúmenes de los productos, se podrá ofertar a los mercados a gran escala y satisfacer las necesidades de nuestros mercados.

Correspondiente a la capacidad económica y financiera se obtuvo que los productores del Centro Menos la Yarada demandan de un buen financiamiento considerando las grandes cantidades de producción donde el producto cumpla con los estándares de calidad, asimismo poder financiar todos los procedimientos de exportación.

Por otro lado tenemos la capacidad de gestión, donde las capacitaciones y asesoramiento permitirán a los productores afianzar los conocimientos en cultura exportadora y tener conocimientos de gestión estratégica de exportación para tener una ventaja competitiva que los manejen mercados globales.

Los productores requieren de extensas áreas de trabajo para acopiar grandes cantidades para el cultivo de cebolla, para satisfacer al mercado extranjera, con cantidades a gran escala. El endeudamiento es de vital importancia para preparar producción con estándares internacionales.

“La gestión empresarial y su impacto en la exportación de sandía de las de las empresas de exportadoras de sandía (*Citrullus lanatus* T.) de la Región Tacna, año 2017

Percca (2017) realizó la investigación “La gestión empresarial y su impacto en la exportación de sandía de las empresas de exportadoras de sandía (*Citrullus lanatus* T.) de la Región Tacna año 2016, en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, para optar el título profesional de Licencianda en Administración de Negocios Internacionales, llegando a las siguientes conclusiones:

El resultado de la investigación 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.

Se tiene que evaluar los mercados internacionales para la sandía, que conlleve a la penetración del producto en varios países y en consecuencia ampliar la cartera de clientes, y no solamente centrarse en los mercados actualmente de exportación como es Chile y Ecuador.

Reponciar las exportaciones de productos no tradicionales, como la sandía de manera que se pueda ayudar a desarrollar el producto bruto interno.

Es de vital importancia que la región de Tacna repotencia la asociatividad de las empresas y recibir apoyo técnico de parte de entidad gubernamental a los productores y/o empresarios para mejorar los índices de exportación y calidad.

Mejorar el nivel de gestión empresarial de las empresas exportadoras, por considerarse que es una herramienta fundamental para el desarrollo de las empresas tanto grandes como pequeñas y microempresas.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Cultura exportadora.

Según Chang y Gisbert (2005), la “cultura exportadora va más allá de saber cómo hacer negocios con otros países. Es necesario crear conciencia sobre la necesidad de proyectos empresariales enfocados a competir con calidad y capacidad de innovación en los exigentes mercados internacionales”.

Para Sierra (2005), la cultura exportadora tiene dos dimensiones las organizacionales (gobierno y empresas) y las contextuales (comunidad) y cinco temas que comprenden aspectos relacionados con la innovación, aprendizaje, gestión de recursos, creación de capacidad, modificación de estructura organizacional, formulación de la estrategia de organización y ejecución, creación de una red y roles de la política del gobierno.

Al respecto Robledo y Rúa (2000), “la cultura exportadora permite competir exitosamente en los mercados internacionales siempre y cuando las empresas den prioridad a estos aspectos: estándares y normas de calidad, tiempos de entrega, canales de distribución, estrategias de penetración y comercialización”.

Existen empresas que, teniendo un desempeño sobresaliente en el mercado nacional, no muestran interés en exportar; existen otras que no lo hacen por una percepción del negocio exportador como una actividad muy complicada o por desconocimiento. Este tipo de actitudes a nivel propietario o gerente de la empresa se conoce como carencia de cultura exportadora (Sierralta, 2007).

2.2.2 La cultura exportadora según Lavanda y Tabra.

Lavanda y Tabra (2005), refieren los siguientes lineamientos destinados a incrementar las exportaciones en los diferentes sectores económicos.

Capacitación en comercio exterior

Que permita a los empresarios tener mejores conocimientos sobre la legislación, tributación, marketing, etc., para que puedan presentar su oferta exportable de una mejor manera a mercados exigentes.

Creencias sociales, cultura y económicas

Consiste en mantener y mejorar estas creencias que presentan los empresarios en el mercado interno, tales como: mejores presentaciones del producto, ofrecer precios más competitivos y mantener satisfecho a los clientes.

Actitudes empresariales

Dirigida a mejorar las actitudes empresariales de los comerciantes, tales como: cumplimiento de sus obligaciones tributarias, cumplimiento de contratos, participar en eventos internacionales como inversión, no como gasto para la empresa, entre otros.

Valores éticos, morales y empresariales

Encaminado a resaltar estos aspectos de los habitantes de un país que deben reflejarse en cada una de sus actividades, de tal manera que los importadores tengan más confianza en las transacciones realizadas con ellos.

2.2.3 La cultura exportadora según el MINCETUR.

Según el Plan Estratégico Nacional Exportador PENX 2025 presenta políticas y estrategias que permiten originar e impulsar de manera consistente y permanente, entre los distintos actores de la sociedad peruana, a las exportaciones como motor de desarrollo económico nacional, por ello tenemos que uno de los pilares que desarrolla la cultura exportadora es:

Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora

La instrucción es un mecanismo de autoridad relevante en el desarrollo de la comunidad. Esta es la plataforma para los conocimientos, capacidades, valores, costumbres y establece las diferentes formas de actuar de las

personas. En el comercio exterior, es muy relevante consolidar y generar nuevas capacidades con el fin de incrementar la competitividad empresarial a nivel internacional.

El término de la cultura exportadora a permitido a nivel nacional en pocos años poner en agenda la importancia del comercio internacional como vía de acceso al desarrollo, en ese sentido se ha logrado avances significativos tales como la agregación de la temática exportadora en educación escolar y en las universidades tanto públicas como privadas, por ende se ha generado un entorno favorable para el progreso del sector.

En estos tiempos se tiene una competencia generalizada tanto para las empresas que compiten por mercados, como para países que se enfrentan a la globalización y compañías sociales que responden a necesidades domésticas, donde toda la organización precisa de una estrategia para brindar valor mayor a sus compradores. La importancia de vigorizar competencias educativas conforme a las necesidades de los clientes, es relevante tener una red de apoyo de al comercio, así como crear capacidades en el empresariado para lograr competencias que ayuden a su productividad, constituyen los principales retos de este pilar. Por consecuencia se requiere un cambio en las capacidades para la internacionalización, que genere un incremento de la competitividad empresarial a niveles internacionales.

Componente 1: Red Nacional de Apoyo al Desarrollo de Comercio Exterior

La función del gobierno en el mercado es desarrollar un entorno favorable para el desenvolvimiento competitivo en los negocios facilitando la concepción de emprendimientos que contribuyan a la internacionalización de las empresas y al fortalecimiento de la posición exportadora peruana en el mercado global.

Línea de acción 4.1.1: Asistencia descentralizada al exportador

Incluye los siguientes programas:

Fortalecimiento y ampliación de la Red de Oficinas Comerciales de Exportación Regional (OCER), en coordinación con Gobiernos Regionales y Locales.

Línea de acción 4.1.2: Sistema de atención y orientación al usuario de comercio exterior.

Incluye los siguientes programas:

- a) Desarrollo de una plataforma única de atención al usuario de comercio exterior.
 - Centro de atención a consultas telefónicas.
 - Centro de atención a consultas electrónica: redes sociales, correo electrónico, chat, etc.
- b) Fortalecimiento e integración de los sistemas de información y orientación electrónica al usuario de comercio exterior.

Componente 2: Generación de competencias en comercio exterior

La necesidad de generar y consolidar competencias en los educandos, empresarios y funcionarios públicos es uno de los principales desafíos que afronta el Perú para continuar mejorando la posición competitiva del país en los cada vez más exigentes mercados internacionales.

Los empresarios peruanos han demostrado su capacidad para generar ideas de negocios implementadas principalmente con conocimientos empíricos, siendo necesario el desarrollo de mecanismos y herramientas que conviertan dichas iniciativas en negocios competitivos y sostenibles.

En tal sentido, es necesario conducir adecuadamente la capacidad emprendedora en negocios orientados al mercado internacional a través del fortalecimiento del emprendedurismo y su adecuada articulación en el tejido empresarial.

Asimismo, es importante lograr en los funcionarios públicos vinculados al desarrollo del comercio exterior, las capacidades necesarias para reducir las trabas burocráticas y facilitar el comercio.

En consecuencia, para lograr empresas de primer nivel y de competitividad global, es necesario reforzar los conocimientos básicos fortaleciendo el sistema educativo para el conocimiento y la generación de valores y

actitudes que diseñen una fuerza laboral con una actitud favorable hacia el comercio exterior del país en los cada vez más exigentes mercados internacionales, así como fortalecer la labor y capacidades de los empresarios y funcionarios públicos ligados al comercio exterior.

Línea de acción 4.2.1: Fortalecimiento de las competencias en comercio exterior en el sector público.

Incluye los siguientes programas:

- a) Fortalecimiento institucional y desarrollo de capacidades de funcionarios de las entidades públicas vinculadas al comercio exterior a nivel nacional y subnacional.
- b) Pasantías internacionales en comercio exterior.
- c) Certificación de competencias para funcionarios públicos en materia de comercio exterior.

Línea de acción 4.2.2: Fortalecimiento de competencias en comercio exterior en el sistema educativo.

Incluye los siguientes programas:

- a) Desarrollo de competencias en el sistema educativo.
 - Capacitación en comercio exterior a directores, docentes y alumnos de educación básica regular.
 - Incorporación de temática de comercio exterior en currículo nacional de educación básica regular.
 - Colegios mayores.
 - Acreditación de competencias en comercio exterior.
- b) Reconocimiento a la investigación e innovación en comercio exterior:
 - Concurso Premio MINCETUR.
 - Implementación de proyectos en materia de comercio exterior.
- c) Especialización de becarios en comercio exterior.
 - Curso de Negociaciones Comerciales Internacionales.
 - Red de becarios para el comercio exterior.

Línea de acción 4.2.3: Fortalecimiento de las capacidades empresariales para emprendedores. Incluye los siguientes programas:

- a) Mejora de la gestión empresarial para la exportación e internacionalización:

- Coaching gerencial.
- Generación de capacidades innovadoras y emprendedoras.
- Gestión estratégica orientada a la internacionalización.

b) Fortalecimiento de las capacidades de articulación empresarial y adopción de esquemas asociativos.

c) Expansión de la Ruta Exportadora.

d) Observatorio educativo-laboral.

e) Plataforma de e-learning para emprendedores.

Componente 3: Transferencia Tecnológica e Innovación para la Competitividad Internacional

Para lograr la competitividad de sus empresas y mayores beneficios y oportunidades, es importante que un país fomente eficientemente la investigación, innovación y el uso intensivo de tecnología para mejorar su productividad. De esta manera, el mejoramiento continuo aplica a todos los niveles jerárquicos en una organización, lo cual permite visualizar un horizonte amplio para la búsqueda de la excelencia empresarial que mejore su competitividad y logre la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. A fin de que la actividad exportadora alcance su real potencial, es imperativo que se promueva la investigación e innovación en las actividades empresariales, la adopción de nuevas tecnologías y la optimización de los procesos, que responda a las exigencias del mercado internacional.

Línea de acción 4.3.1: Promoción de la transferencia tecnológica e innovación para la exportación. Incluye los siguientes programas:

a) Promoción de la utilización de fondos concursables de transferencia tecnológica e innovación orientados a la exportación.

b) Promoción de la investigación aplicada a necesidades del sector exportador.

Línea de acción 4.3.2: Vigilancia tecnológica para la exportación. Incluye los siguientes programas:

a) Establecimiento de un sistema de alerta y vigilancia tecnológica y del Emprendimiento Exportador para la exportación

2.2.4 La cultura exportadora según la Asociación de Exportadores (ADEX)

La Asociación de Exportadores, es una institución empresarial fundada en el año 1973 con el fin de representar y prestar servicios a organizaciones asociadas que desarrollan actividades de comercio internacional. El gremio está conformado por empresas grandes, medianas y pequeñas que tienen como derrotero el cumplimiento de objetivos empresariales ambiciosos.

Como gremio empresarial enfocado principalmente a desarrollar las actividades de exportación, también propone un modelo de cultura exportadora, sustentada en 3 dimensiones:

- Conocimientos
- Valores
- Buenas prácticas de exportación

Los Centros Académicos de la Asociación de Exportadores promueven la cultura exportadora en el Perú, en los centros de educación secundaria desde el año 2006.

2.2.5 Tipos de cultura exportadora.

Sierralta (2007), define 3 tipos:

- **Orientada a la Exportación directa:** está orientada a vender específicamente a clientes del exterior, encargarse de todos los procedimientos de exportación para la entrega de sus mercancías, a cambio de divisas para generar ingresos para su empresa, creando influencia de mercados internacionales.

- **Orientada hacia la Inversión:** está encaminada hacia la inversión en el exterior, este tipo de cultura está orientada hacia la inversión en el extranjero, la encontramos en compañías cuyas mercancías están

subyugados a cambios tecnológicos o donde tenga empresas contendientes.

- **Orientada hacia la Comercialización Indirecta:** está orientada a aquellas empresas exportadoras que utilizan intermediarios para vender sus productos en extranjero como: trading companies, brokers o los dealer, con lo cual desean saber cómo se manobra en el mundo.

2.2.6 Rol de Estado en la promoción de las exportaciones.

El Estado para promocionar las exportaciones, crea el Plan Estratégico Exportador en el año 2003 -2013, a través de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en el cual desarrollan que los pilares del crecimiento económico sostenible se manifiesta mediante estas condiciones: ponderación macroeconómico , contexto gubernamental y reglamentario adecuado y capacidad empresarial, el estado es consciente que tiene responsabilidad respecto a los primeros pilares, sin embargo el ultimo cimiento es meramente responsabilidad empresarial.

Se observa que en los países que se registró un movimiento importante a nivel exportación se debe al apoyo del ente gubernamental a través de apertura comercial y llamamiento a las inversiones, siendo coordinadas con los organismos encargados para promoción de las exportaciones para el bienestar de las economías de los países de origen.

:

El estado centraliza en cargar determinadas imperfecciones en el mercado, la insuficiente capacidad de las empresas que buscan venderle al mercado exterior, estos desperfectos, tenemos los siguientes:

- a. Tenemos primero la ventaja comparativa derivada por la producción de un país correspondiente a otros países que comercializan en el misma sección, no es consecuencia de la dotación de factores sino de ser los primeros en llegar en un contexto, en el cual hay económicas de progresión estática.

- b. La desventaja competitiva que afronta debido a la información desigual en los mercados técnicos, lo cual les imposibilita consentir a determinada tecnología que es utilizable para los países más prósperos o, desiguales en la construcción de investigación y desarrollo.
- c. La provisión de las actividades inherentes como la capacitación de nuevos aprendizajes, ingreso de nuevas tecnologías, acopio de información de mercados referentes, entre otros, porque el sector privado no puede reingresar las inversiones involucradas.
- d. La carencia para financiar a largo plazo los proyectos de inversión resultado al problema de información desigual en los mercados de capitales.

2.2.7 La exportación.

Es la salida legal de mercancías nacionales o nacionalizadas, efectuada en determinadas condiciones, para su uso o consumo en el exterior. Para ello se deben cumplir una serie de requisitos legales y operativos establecidos por los distintos organismos involucrados en el proceso exportador. La exportación de bienes no está afecta a tributo alguno y la puede realizar el dueño o un consignatario (poseedor) de la mercancía (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013).

Las exportaciones constituyen la fuente más sana y permanente de generación de las divisas que necesita un país para financiar sus importaciones de bienes y servicios, y otros gastos corrientes en divisas (Cornejo, 1999).

Las exportaciones se convierten como alternativa para superar las limitaciones del mercado interno, al respecto. Coca (1999) señala las siguientes limitaciones:

- Saturación del mercado
- Falta de economías de escala
- Demanda estacional
- Recesión
- Precios internos bajos
- Escapar de competencias
- No emplear la capacidad instalada ociosa

2.2.8 Clasificación de las exportaciones en el Perú.

Ricaldi (2003) explica que las exportaciones en el Perú se dividen en dos grupos, según su naturaleza:

- Productos de exportación tradicional, son aquellos productos de materia prima con poco valor agregado y cuya cotización se fija en los mercados mundiales; las dos terceras partes de las exportaciones peruanas están compuestas por estas.
- Productos de exportación no tradicionales, son productos con mayor valor agregado que los tradicionales y los que menos exporta el Perú, representando solo un tercio del total de exportaciones.

2.2.9 Nueva teoría del comercio de Krugman.

Hill (2011) en su libro “Negocios Internacionales” cita a Krugman (1980) economista del Instituto Tecnológico de Massachusetts, junto a otros economistas, afirman que los países se especializan en la elaboración y exportación de determinados bienes no por la cantidad y calidad de los factores de producción que ostenten, sino porque ciertos sectores

específicos del mercado mundial solo pueden sostener un límite de empresas.

Las empresas que ingresan primero en un mercado adquieren una ventaja competitiva que después es difícil superar; este enfoque guarda relación con la propuesta de Michael Porter, quien postulo la teoría de la ventaja competitiva nacional, con la cual se explica el éxito internacional de algunas naciones en industrias específicas.

2.2.10 Teoría del ciclo de vida del producto.

Esta teoría fue propuesta por Vernon (1966) economista estadounidense, que determina que las características de exportación e importación de un producto pueden variar durante el proceso de comercialización, como se detalla a continuación:

- La primera etapa es la introducción, un país genera una invención y la ofrece a su mercado interno, su introducción en el mercado es paulatina; en esta fase no existe aún el comercio internacional.
- La segunda etapa es la madurez, es posible la producción en masa, debido a que el producto ya fue probado y se conoce la respuesta de los consumidores; se puede empezar a fabricar n mayor escala y se comienza a exportar.
- La tercera etapa es la estandarización, el producto es comercializado, es posible que el producto sea fabricado en países en vías de desarrollo, al tener un menor costo de producción y os países desarrollados podían importarlo.
- La cuarta etapa es la saturación, las ventas dejan de crecer y se mantienen estables los competidores son más grandes y han ganado una cuota de mercado considerable.

- La quinta etapa es la decadencia, las características y el proceso de producto se conocen bien, las ventas disminuyen hasta que ya no es económicamente viable.

2.2.11 La exportación Indirecta o Pasiva.

La empresa local productora, vende sus productos a otra ubicada en su mismo país, la empresa intermediaria, la cual se encargará de la exportación de los mismos por su propia cuenta y riesgo, siendo por tanto esta última, quien real y legalmente exporta. Esta empresa es intermediaria entre el productor y el comprador del país de destino, e independiente de los mismos, y exportará los productos ya sea en el mismo estado en que le fueron entregados por la empresa productora o como parte, componente de un producto más elaborado o con ciertas modificaciones. Entre los tipos de intermediarios más comunes se encuentran los brokers, comerciantes, casas de exportación y trading companies, entre otros (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013).

Las ventajas de la Exportación Indirecta

Implica llevar a cabo la exportación de sus productos será mínima o nula, enfrentando un riesgo bajo, y en consecuencia estas empresas productoras contarán con una mayor flexibilidad financiera (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013).

Desventajas de la Exportación Indirecta

La mayor desventaja que presenta la exportación indirecta radica en la total dependencia de las empresas productoras respecto de las empresas intermediarias para efectuar ventas en el extranjero. Las empresas intermediarias son las que tratan con los clientes y manejan los contactos, por lo que existe el riesgo que se puedan presentar dificultades para establecer negocios con aquellos (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013).

2.2.12 La exportación Directa o Activa.

La propia empresa exporta sus productos a los mercados de destino, donde negocia directamente con los intermediarios del país de destino o los compradores finales. Es la misma empresa productora la que establece contacto con el potencial importador y lleva a cabo todas las actividades requeridas para la exportación de sus productos. Es aconsejable que la empresa productora cuente con un área y/o personal responsable especializado en operaciones y contactos con el exterior, el cual se encargue de la búsqueda de clientes en el exterior, negocie con éstos, y se ocupe de los trámites propios de la exportación (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013).

Las ventajas de la Exportación Directa

El mayor potencial de ventas que mediante una exportación indirecta, al permitir esta modalidad mantener una relación directa con los clientes y ejercer un mayor control de las operaciones, toda vez que la empresa local participa activamente en el negocio de exportación, siendo responsable del envío de mercadería al mercado de destino. Asimismo, permite el proceso de aprendizaje tanto en la investigación del mercado, contratación del transporte, tramitación aduanera, entre otros (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013).

Las desventajas de la Exportación Directa

La exportación directa podría presentar una mayor dificultad de acceso a los mercados, toda vez que es la propia empresa local la que se hace cargo de buscar el mercado, dar a conocer sus productos contactar a los potenciales clientes (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013).

2.2.13 La empresa exportadora.

Según la Ley General de Aduanas (2008), la exportación es el régimen aduanero que aprueba la salida productos del territorio de una nación hacia otra para uso o gasto definitivo en este país. En otras palabras, exportar es vender a otro país. , permite el ingreso legal aduanero de mercancías.

Las personas naturales como las que tienen personería jurídica tienen la capacidad para exportar, así como una empresa unipersonal como hasta una gran empresa pueden vender productos al exterior, en ambos casos se necesitan que las empresas cuenten con un respectivo RUC.

Destinar las mercancías al exterior contribuye significativamente a la economía de un país, tanto a nivel macroeconómico y microeconómico. Así estas operaciones exportadoras brindan a las empresas muchas oportunidades agregadas que no se pueden conseguir en el mercado intrínseco.

2.2.14 Capacidades para exportar.

Cárdenas (2014) describe las siguientes capacidades:

a. Capacidad Productiva

Esta concierne con la capacidad colocada de la empresa para atender los volúmenes de demanda del mercado objetivo, así como asegurarse de que el producto cumple con los esquemas y exigencias del mercado de destino.

b. Capacidad de personal y de gestión

Es el elemento ideal de conocimientos para la exportación. Permite referir con objetivos claros, conocer las fortalezas, debilidades y el enfoque competitivo en el mercado global. Ello involucra, además que cuente con los colaboradores adecuados y competentes para gestionar y operar la empresa y así cumplir los objetivos descritos líneas arriba.

c. Capacidad Comercial

La compañía debe construir su plan de comercialización para adaptarse al mercado de destino. Se debe conocer los aspectos

generales de la comercialización, como el precio, mercado objetivo, la promoción y el producto, aplicados a las mercancías que se venderán en el exterior. Ello implica capacitarse en técnicas de negocios internacionales.

d. Capacidad económica financiera

Es la capacidad de la compañía para asumir económicamente los procedimientos de exportación. Se inicia con la manufactura de la mercancía y termina con la recaudación efectiva. La capacidad financiera debidamente dicha se refiere a las posibilidades de la empresa de conseguir financiamiento interno o externo para las operaciones de exportación.

2.2.15 Descripción de las aceitunas de mesa.

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en su catálogo de la oferta exportable de la región Tacna (2014), señala que, se denomina aceituna de mesa al fruto de variedades determinadas de olivo cultivado, saludable, alcanzado en el estado de madurez correcto y de calidad tal que, subordinado a las preparaciones adecuadas, dé un producto de consumo buena conservación como mercancía comercial.

La aceituna de mesa constituye un alimento de alto valor nutritivo y muy equilibrado, posee todos los aminoácidos esenciales en una proporción ideal, aunque su contenido en proteína bajo, su nivel de fibra hace que sea muy digestiva. Destacan especialmente el Calcio y Hierro, también se encuentra presente la Provitamina A, Vitamina C y Tiamina. La norma de calidad emitida por el Consejo Oleícola Internacional (1980) clasifica a las aceitunas de mesa en los siguientes tipos verdes, color cambiante, tipo negras y ennegrecidas.

- **Verdes:** Son las aceitunas de frutos recogidos durante el ciclo de maduración, antes del envero y cuando han alcanzado un tamaño normal. Estas aceitunas serán firmes, sanas y resistentes a una suave presión entre los dedos y no tendrán otras manchas distintas de las de pigmentación natural. La coloración del fruto podrá variar del verde al amarillo paja.
- **De color cambiante:** obtenidas de frutos color rosado, rosa vinoso o castaño, recogidos antes de su completa madurez, sometidos o no a tratamientos alcalinos y listas para su consumo.
- **Negras:** obtenidas de frutos recogidos en plena madurez o poco antes de ella, pudimos presentar, según zona de producción y época de la recogida, colore negro rojizo, negro violáceo, violeta oscuro, negro verdoso o castaño oscuro.
- **Ennegrecidas por oxidación:** son las obtenidas de frutas que no estando totalmente maduros han sido oscurecidos mediante oxidación y han perdido el amargor mediante tratamiento con lejía alcalina, debiendo ser envasadas en salmuera y preservadas mediante esterilización con calor.

Variedades

Sevillana

- Variedad más antigua del país, conocida como “criolla”.
- Se produce principalmente en Huaral, Ica, Pisco, Bella Unión, Yauca, La Ensenada, Mejía, Mollendo, Ilo y Tacna.
- Árbol de tamaño grande, de color negro-morado intenso a la madurez. Es la mejor variedad para preparación de aceituna botija, machacada y seca por todos los métodos criollos.

- Estos tipos de conservas de aceituna son las de mayor demanda en el mercado nacional

Ascolana Tenera

- Una de las principales variedades italianas de mesa.
- Árbol de tamaño mayor que mediano, rústico de producción semi-temprana, autofértil.
- Variedad apta de conserva, produciendo frutas de buenas características, pero de cutícula muy delicada y pulpa blanca, que se madura fácilmente al ser cosechada.
- Utilizada en las irrigaciones de la Ensenada y Tacna.

Gordal

- Una de las principales variedades producidas en España, propias de la provincia de Sevilla.
- Árbol de altura media, produce frutos grandes de pulpa firme, de madurez precoz, de color brillante cuando madura.
- Es una excelente variedad para la obtención de conservas, principalmente aceitunas rellenas.

Manzanilla

- Principal variedad española para la industria de conservación de aceitunas.
- Árbol tamaño bastante grande, de buena producción, pero con tendencia a la vecería, poco exigente en clima y producción semi-temprana.

Liguria

- Variedad de aceitera introducida al país procedente de Chile.
- Árbol de gran tamaño, muy productivo.
- Variedad utilizada exclusivamente para extraer aceite.

Pendolino

- Variedad de origen italiano utilizado principalmente como polinizante.
- Árbol, de mediano vigor de buena y constante fructificación.
- Utilizada para extraer aceite. En el Perú las variedades de olivo son la Sevillana, Ascolana y Liguria.

2.3 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS BÁSICOS

- a) **Cadenas globales de valor**, el concepto de cadena de valor de una compañía muestra el conjunto de actividades y funciones entrelazadas que se realizan internamente. La cadena empieza con el suministro de materia prima y continua a lo largo de la producción de partes y componentes, la fabricación y el ensamble, la distribución al mayor y detal hasta llegar al usuario final del producto o servicio (Quintero & Sánchez, 2006).
- b) **Capital**, inversiones que tiene que hacer la empresa para financiar su producción desde la compra de materia prima hasta la entrega de los productos al comprador internacional (Promperú, 2012).
- c) **Competitividad empresarial**, se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) en relación con los de sus rivales en un mercado específico (Ibarra, 2017).
- d) **Comercio internacional**, se define como comercio internacional, comercio exterior o comercio mundial al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen (Ceballos, 2012).
- e) **Conocimiento de mercado**, el conocimiento exacto y completo de los Factores Cualitativos y Cuantitativos que caracterizan el comportamiento de nuestros Clientes (de los reales y actuales, para que se mantengan como Clientes y repitan sus compras; y de los potenciales para que comiencen a comprar nuestros productos) es uno de los elementos esenciales de esta área que se denomina técnicamente Investigación de Marketing o Análisis de Mercados (Pérez & Pérez Martínez de Ubago, 2006).
- f) **Cultura exportadora**, incide en los aspectos de productividad, eficiencia y competitividad. En términos más simples, en la capacidad de trasladar nuestros valores, forma de vida, costumbres, conocimientos y prácticas empresariales para lograr una actitud y comportamiento favorables a la

competitividad que propicie una interacción natural con los mercados externos. Proceso que involucra a toda la sociedad en su conjunto, a través de la integración e interacción plena del individuo como eje del necesario cambio social, que será lo que finalmente permita la generación de una cultura exportadora (PENX, 2006).

- g) **Clima de negocios**, las empresas, los inversionistas y los sujetos de los negocios deben tener en cuenta que sus decisiones se ven influenciadas por lo que acontece en el entorno económico, político y social del país en que realizan sus operaciones. Tal entorno puede ser nacional, en un solo escenario extranjero; y regional, en un bloque económico con el cual hay acuerdos de libre comercio, etc. (Benabente & Morales, 2008).
- h) **Crecimiento económico**, el crecimiento económico es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en un determinado periodo (generalmente en un año). (Área de Cooperación UVA, s/f).
- i) **Economías de escala**, proceso mediante el cual los costos unitarios de producción disminuyen cuando aumenta la cantidad de unidades producidas (Baena, 2011).
- j) **Economía internacional**, la economía internacional y mundial es la rama de la ciencia económica, fundamentalmente macroeconomía, que tiene por objeto el estudio de los movimientos económicos que realiza un país con el resto del mundo y que pueden ser de muy diversa índole, comerciales, financieros, tecnológicos, turísticos, etc. (Fundación Universitaria San Martín, 2013).
- k) **Estandarización de productos**, la estandarización de los productos, o sea su clasificación y descripción según su calidad y sus características, es un instrumento de singular importancia para que funcionen mejor los mercados, para satisfacer adecuadamente las necesidades y preferencias de los consumidores, para estimular la inversión (Aldana, 2003).
- l) **Gestión de exportación**, es el proceso de enviar bienes y servicios de un país a otro. Al término de una exportación se recibe dinero. Existen diferentes

maneras en que una empresa puede exportar sus bienes y servicios. Una manera de exportación la que se realiza entre la empresa exportadora y una empresa relacionada, como, por ejemplo, una sucursal o subsidiaria. En ocasiones, las empresas exportan a clientes independientes o directamente a los compradores por medio de intermediarios. Las empresas también pueden exportar bienes semi acabados que otras empresas relacionadas utilizan en su proceso de manufactura (López F. , 2012).

- m) **Globalización**, es un proceso alimentado por la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo, que resulta en la unificación de mercados, sociedades y culturas (Osvaldo, 2012).
- n) **Internacionalización**, acciones que realiza la empresa para generar la capacidad de expandirse fuera del país con la finalidad de obtener mayor rentabilidad (Promperú, 2012).
- o) **Mercados emergentes**, se conoce como mercados emergentes a los países con un rápido crecimiento de su actividad económica que se relaciona, no solo con el crecimiento interno del propio país, sino también singularmente con un incremento notable de las relaciones comerciales con terceros países (Gómez, 2015).
- p) **Mercado en línea**, proporciona un entorno digital en el que se pueden reunir compradores y vendedores, con el propósito de buscar, mostrar y establecer precios de productos (Aruquipa & Canqui, 2012).
- q) **Oferta exportable**, tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa, esto es: disponibilidad de producto, capacidad económica y financiera de la empresa y capacidad de gestión (Cornejo, 2015).
- r) **Plan de negocio**, es un conjunto de estrategias y acciones para analizar los aspectos productivos y de comercialización con el fin de estudiar las posibilidades de inversión. Es una herramienta a través de la cual se desarrollan estrategias y planes de acción para alcanzar los objetivos de un negocio; se describen también las características que tendrá el negocio a futuro y en el que se detallan de manera ordenada los aspectos operacionales y financieros de una empresa. Con el objetivo de identificar la oportunidad de

negocio y la viabilidad técnica, económica, social y ambiental del negocio (Weinberger, 2009).

- s) **Valor agregado**, es el valor adicional que un proceso productivo adiciona al que poseen las materias primas utilizadas en elaboración de un producto o servicio (Promperú, 2012).

2.4 HIPÓTESIS

2.4.1 Hipótesis General

H_i: La cultura exportadora tiene una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.

2.4.2 Hipótesis Específicas

H₁: La capacitación en comercio exterior tiene una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna

H₂: Las creencias sociales, culturales y económicas tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna

H₃: Las actitudes empresariales tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna

H₄: Los valores éticos, morales y empresariales tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según Santiago Valderrama (2016), El tipo de investigación es básica, por estar enfocada en aportar conocimientos sobre el tema y no necesariamente la producción de resultados de utilidad práctica inmediata.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para efectos de la contratación de la hipótesis, se utilizó el diseño:

a) Longitudinal

Puesto que la problemática en estudio viene ocurriendo desde cierto tiempo, considerando para esto el análisis del 2016 y 2018.

b) No experimental

La información obtenida no fue manipulada.

3.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación es correlacional, dada la naturaleza de los objetivos y las hipótesis que se desean contrastar. Vale decir, se trata de relacionar las variables: cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas en la región Tacna, en los años 2016 - 2018.

3.4 VARIABLES E INDICADORES

3.4.1 Identificación de las variables

Variable Independiente: Cultura exportadora

La variable independiente (VI) es la que cambia o es controlada para ver sus efectos en la variable dependiente (VD). En esta investigación la variable independiente es la Cultura exportadora ya que puede valerse por sí sola y no es afectada por nada de lo que haga el experimentador ni por otra variable dentro del mismo experimento.

Variable Dependiente: Exportación

La variable dependiente (VD) es la que es afectada por la variable independiente (VI). Se trata del efecto, de lo que se mide. En esta investigación la variable dependiente porque depende de la (VI).

3.4.2 Operacionalización de las variables

Tabla 1.

Cultura exportadora

Definición conceptual de la variable 1	Dimensión	Indicador	Escala de medida
Permite competir exitosamente en los mercados internacionales siempre y cuando las empresas den prioridad a estos aspectos: estándares y normas de calidad, tiempos de entrega, canales de distribución, estrategias de penetración y comercialización.	Capacitación en comercio exterior	<ul style="list-style-type: none"> - Legislación vigente - Normas tributarias - Estudios de mercado - Conocimiento de los TLCs - Normas de calidad del mercado internacional - Dominio de idiomas 	Numérico
	Creencias sociales, culturales y económicas	<ul style="list-style-type: none"> - Presentaciones del producto - Precios competitivos - Satisfacción de los clientes 	Numérico Ordinal
	Actitudes empresariales	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de obligaciones tributarias - Cumplimiento de contratos - Participación en ferias y misiones comerciales 	Ordinal Numérico
	Valores éticos, morales y empresariales	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad - Credibilidad - Conciencia medioambiental 	Numérico

Tabla 2.

Exportación

Definición conceptual de la variable 2	Dimensión	Indicador	Escala de medida
--	-----------	-----------	------------------

Salida legal de mercancías nacionales o nacionalizadas, efectuada en determinadas condiciones, para su uso o consumo en el exterior. Para ello se deben cumplir una serie de requisitos legales y operativos establecidos por los distintos organismos involucrados en el proceso exportador.	Volumen físico destinado a la exportación	- TM por año	Numérico
---	---	--------------	----------

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de estudio la conforman 66 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna, en el periodo 2016 - 2018 (Apéndice C). Cabe destacar que, de esta población inicial, sólo han sido consideradas, aquellas empresas que registraron actividad exportadora en los años 2016, 2017 y 2018 de forma ininterrumpida.

Tomando como base este criterio, se eligió una muestra no probabilística intencional; quedando conformada por 24 empresas, las cuales se detallan en la Tabla 3.

Tabla 3.

Empresas exportadoras de aceituna de mesa de la región Tacna 2016 - 2018

Nº	EMPRESA	2016 TM	2017 TM	2018 TM	TOTAL
1	ZEOLIVAL SUR PER E.I.R.L. - ZEOLIVAL E.I.R.L.	103	124	258	486
2	FUNDO LA NORIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - FUNDO LA NORIA S.A.C.	1148	1168	1658	3974
3	BAUMANN CROSBY SOCIEDAD ANONIMA	261	162	21	445
4	ARMANO OLIVES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	219	151	54	424
5	ALIMENTOS DEL PACIFICO S.R.L.	96	64	32	192
6	EXPORTACIONES MIRSA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	267	198	213	677

7	AGROINDUSTRIAS CORVALAN E.I.R.L.	41	18	330	389
8	OLIAMERICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA -OLI.S.A.C.	357	464	633	1455
9	AGROIND. Y COMERCIALIZ. GUIVE E.I.R.L.	876	215	922	2014
10	OLIVA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	660	272	449	1382
11	AGRO SAVANNA DEL PERU S.A.C.	114	82	81	277
12	AGROEXPORTACIONES MACHU PICCHU S.R.L.	34	7	8	48
13	AGROINDUSTRIAS CARRASCO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA- AGROINDUSTRIAS CARRASCO EIRL	59	54	19	132
14	AGROINDUSTRIAS SUR OLIVA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SUR OLIVA S.A.C.	64	239	209	513
15	BASCONT AGROEXPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - BASCONT AGROEXPORT S.A.C.	193	131	635	959
16	BIONDI Y CIA DE TACNA S.A.C.	322	186	83	591
17	EMPRESA AGROINDUSTRIAS SANTA MARIA. E.I.R.L.	191	177	210	577
18	EXPORTADORA EL SOL S.A.C.	193	146	243	582
19	LAJHAR IMPORTADORA EXPORTADORA E.I.R.L. - LAJHAR IMPORT. EXPORT. E.I.R.L.	25	38	10	73
20	NOBEX AGROINDUSTRIAL S.A.	1196	1018	1676	3891
21	PORTAL DEL OLIVO S.A.C.	146	65	16	227
22	R. MUELLE S.A.C.	81	29	178	289
23	RIVERA CARPIO LUIS ANGEL	2	4	25	31
24	TIERRA ORGANICA S.A.C.	549	206	180	935
	Total	7,198	5,219	8,145	20,561

Fuente: Aduanas 2020.

3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

3.6.1 Técnica.

La técnica de recolección de datos utilizada para la variable 1 “cultura exportadora” fue la encuesta personal, para lo cual, se contó con la participación de los gerentes y administradores de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna.

La técnica de recolección de datos utilizada para la variable 2 “exportación” fue el análisis documental, que consistió en analizar las series estadísticas

proporcionadas por la SUNAT, referente a las empresas dedicadas a la exportación de aceituna de mesa, durante el periodo 2016 – 2018, efectuadas por la Aduana de Tacna.

El análisis de documental se extrae de la partida arancelaria siguiente:

PARTIDA	DESCRIPCION DE LA PARTIDA
2005700000	Aceitunas preparadas o conservadas, sin conservar

3.6.2 Instrumento.

Se utilizó un cuestionario para la variable 1 “cultura exportadora”, organizado de la siguiente forma:

I. Datos de la empresa

Nombre, razón social y RUC

II. Capacitación en comercio exterior

2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1, 3.2, 3.3

IV. Actitudes empresariales

4.1, 4.2, 4.3, 4.4

V. Valores éticos

5.1, 5.2, 5.3

En el caso de la variable 2 “exportación” se utilizó una ficha de recolección de datos, que consolida las exportaciones de aceituna de mesa por empresas, las que fueron realizadas por la Aduana de Tacna y se encuentran expresadas en: TM. y en US\$ (Apéndice D).

3.7 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

El procesamiento de la información obtenida y sus análisis respectivos, se realizaron con el soporte del software estadístico SPSS, versión 23.

Se procedió seguidamente a la elaboración de tablas de distribución de frecuencias, de la misma forma, las figuras de barras, que resumen los resultados de la información conseguida en el trabajo de campo.

En lo referido a la verificación de las hipótesis, se utilizó el coeficiente de correlación de Rho Spearman.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

4.1.1 Validación.

La validación del cuestionario para la variable 1 “cultura exportadora”, se realizó a través del método del juicio de expertos, contando con la participación de un especialista en metodología de la investigación y dos especialistas en el área de la gestión empresarial; siendo el resultado favorable para su aplicación (Apéndice F).

4.1.2 Confiabilidad.

Coefficiente alfa de Cronbach

El coeficiente alfa fue descrito en 1951 por Lee J. Cronbach. Es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados. En otras palabras, el alfa de Cronbach es el promedio de las correlaciones entre los ítems que hacen parte de un instrumento. En la

presente investigación la valoración fluctúa entre 0.01 y 1 como se muestra en la tabla siguiente :

Tabla 4.

Escala de Alpha de Cronbach

Rangos	Magnitud
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

Tabla 5.

Confiabilidad variable independiente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,773	24

Fuente: Base de datos

En la Tabla 5, se aprecia el valor del coeficiente Alfa de Cronbach, para la variable “cultura exportadora” que es 0,773; lo que significa que la información lograda tiene un alto nivel de confiabilidad.

4.2 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO

4.2.1 Resultados de la variable 1.

4.2.1.1 Dimensión capacitación en comercio exterior

Tabla 6.

Capacitaciones recibidas sobre legislación para exportar en el periodo 2016-2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	9	37,5
Regular	10	41,7
Alto	5	20,8
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

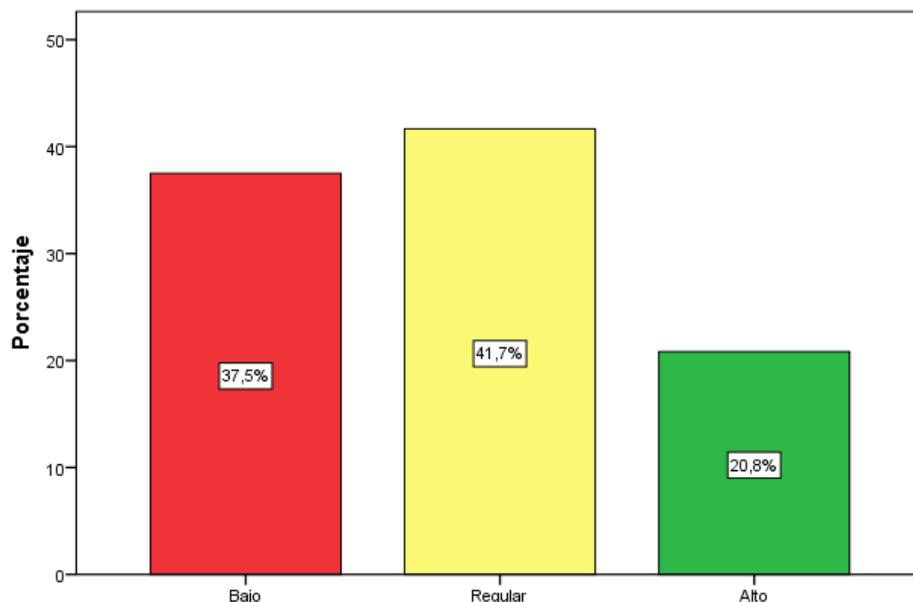


Figura 1. Frecuencia porcentual de las capacitaciones recibidas sobre legislación para exportar en el periodo 2016-2018

Nota: Tabla 6

Los resultados de la Tabla 6, Figura 1, exhiben las capacitaciones recibidas sobre legislación para exportar de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel Regular, con un 41,7%, es decir, recibieron de 2 – 3 capacitaciones.

Tabla 7.

Capacitaciones recibidas sobre normas tributarias aplicadas a la exportación en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	33,3
Regular	14	58,4
Alto	2	8,3
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

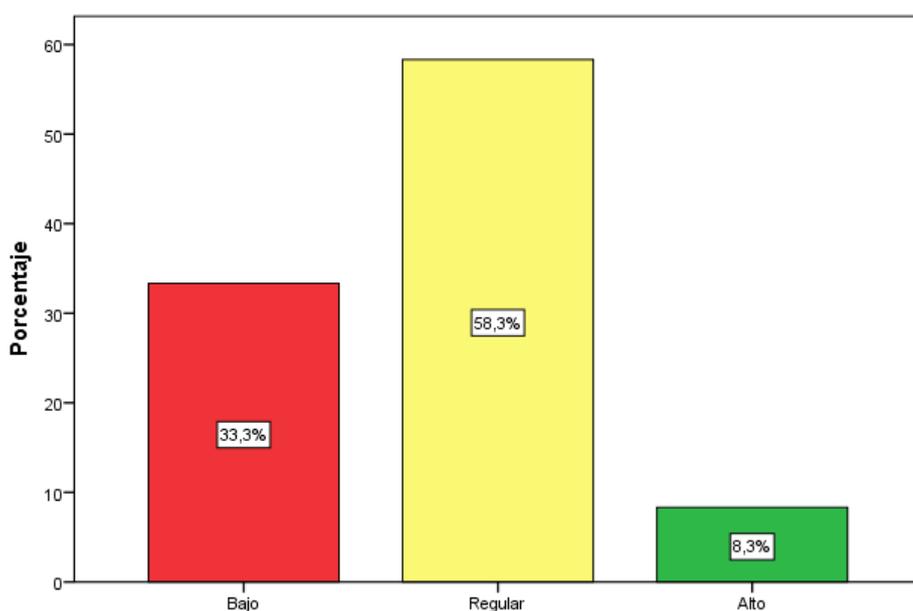


Figura 2. Frecuencia porcentual de capacitaciones recibidas sobre normas tributarias aplicadas a la exportación en el periodo 2016 – 2018

Nota: Tabla 7

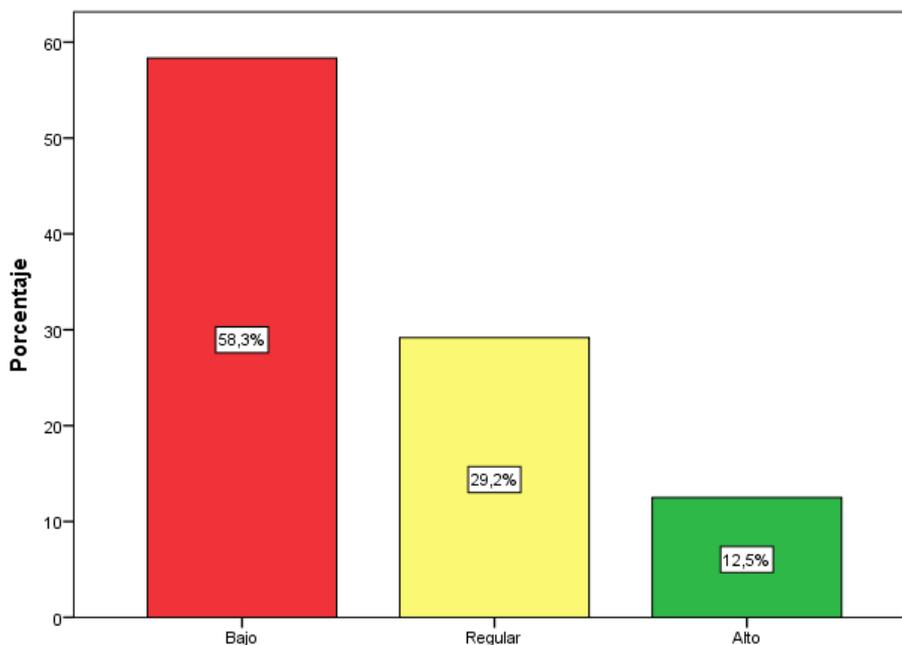
Los resultados de la Tabla 7, Figura 2, exhiben las capacitaciones recibidas sobre normas tributarias aplicadas a la exportación de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel Regular, con un 58,4%, es decir, recibieron de 2 – 3 capacitaciones.

Tabla 8.

Estudios de mercado realizados en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	14	58,3
Regular	7	29,2
Alto	3	12,5
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

*Figura 3.* Frecuencia porcentual de estudios de mercado realizados en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 8

Los resultados de la Tabla 8, Figura 3, exhiben los estudios de mercado realizados de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna, en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel Bajo, con un 58,3%, es decir, realizaron de 0 – 1 estudios de mercado.

Tabla 9.

Capacitaciones recibidas sobre Tratados de Libre Comercio en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	50,0
Regular	8	33,3
Alto	4	16,7
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

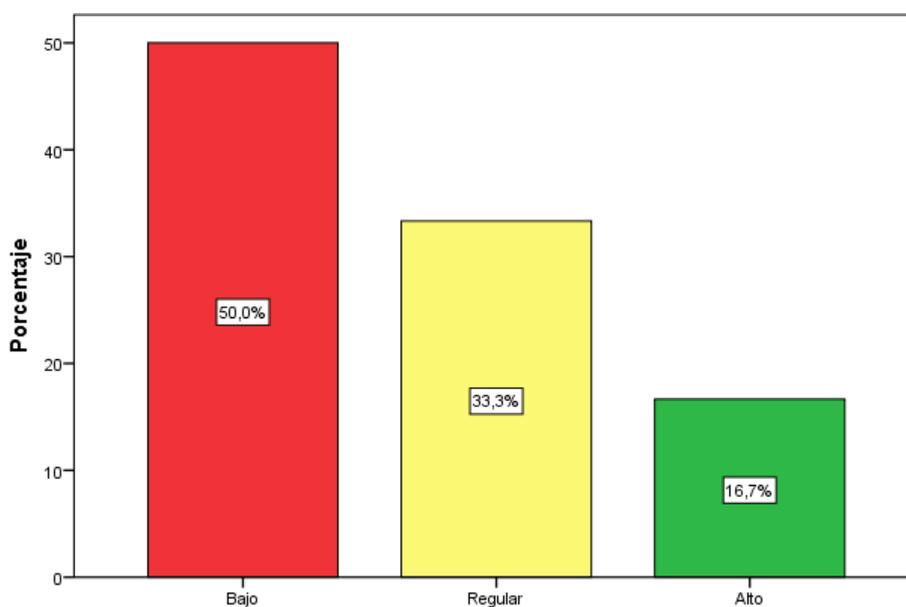


Figura 4. Frecuencia porcentual de las capacitaciones recibidas sobre Tratados de Libre Comercio en el periodo 2016 -2018

Nota: Tabla 9

Los resultados de la Tabla 9, Figura 4, exhiben las capacitaciones recibidas sobre Tratados de Libre Comercio de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel Bajo, con un 50,0%, es decir, recibieron de 0 – 1 capacitaciones.

Tabla 10.

Cumplimiento de las normas de calidad en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	29,2
Regular	12	50,0
Alto	5	20,8
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

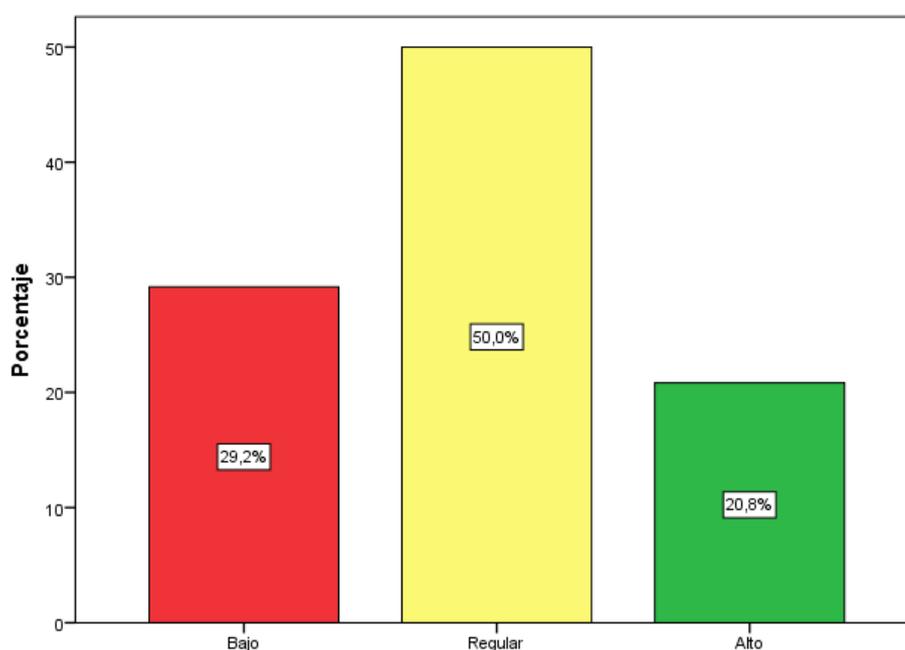


Figura 5. Frecuencia porcentual de cumplimiento de las normas de calidad en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 10

Los resultados de la Tabla 10, Figura 5, exhiben el cumplimiento de las normas de calidad de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel Regular, con un 50,0%, es decir, cumplieron con una norma de calidad, prevaleciendo las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

Tabla 11.

Dominio de idiomas extranjeros del personal encargado de exportaciones en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	33,3
Regular	12	50,0
Alto	4	16,7
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

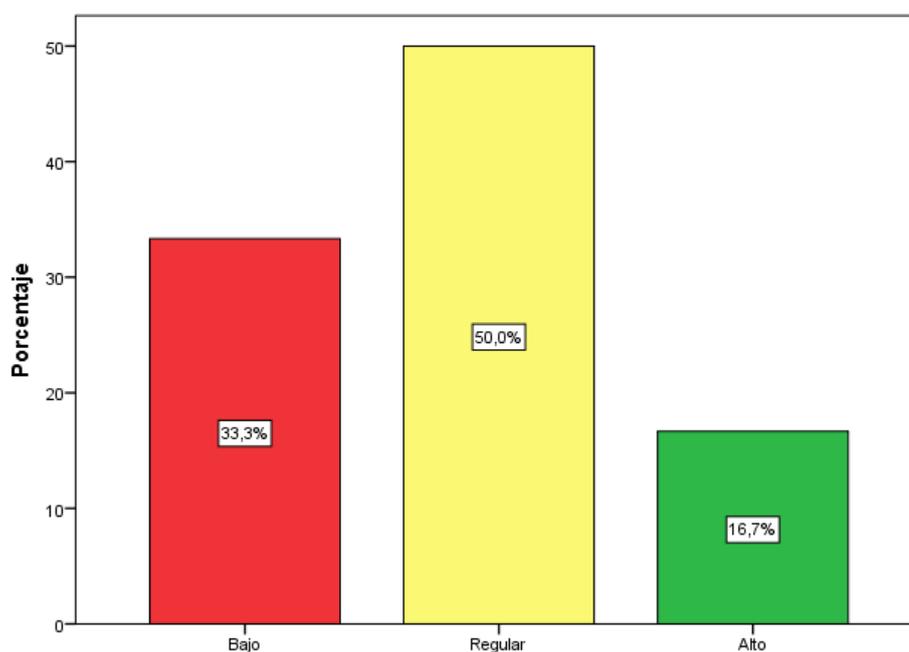


Figura 6. Frecuencia porcentual del dominio de idiomas extranjeros del personal encargado de exportaciones en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 11

Los resultados de la Tabla 11, Figura 6, exhiben el dominio de idiomas extranjeros del personal encargado de exportaciones de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel Regular, con un 50,0%, prevaleciendo el idioma inglés.

4.2.1.2 Dimensión creencias sociales, culturales y económicas

Tabla 12.

Presentaciones de aceituna de mesa ofertadas para exportar en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	14	58,3
Regular	8	33,4
Alto	2	8,3
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

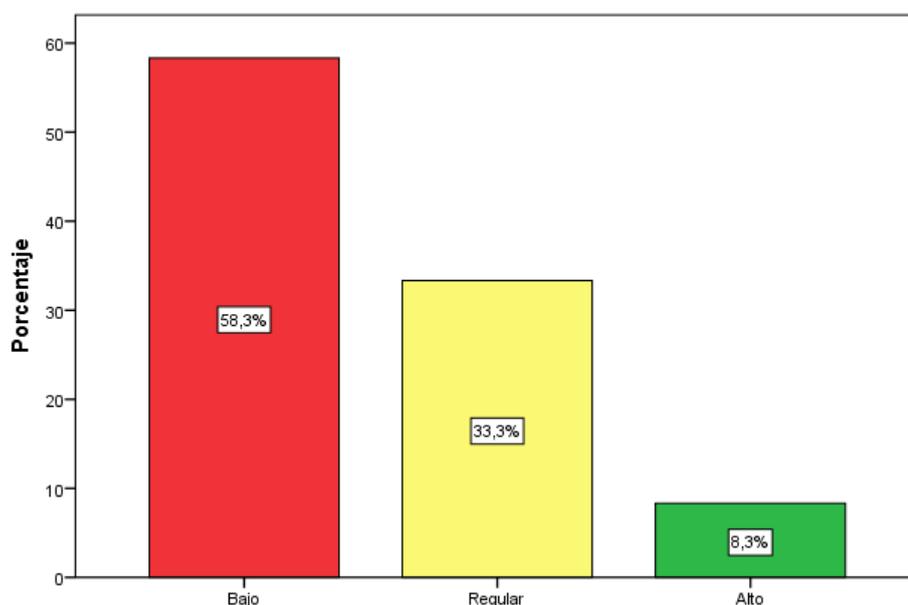


Figura 7. Frecuencia porcentual de presentaciones de aceituna de mesa ofertadas para exportar en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 12

Los resultados de la Tabla 12, Figura 7, exhiben las presentaciones de aceituna de mesa ofertadas de 24 empresas exportadoras consideradas en el estudio en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel Bajo, con un 58,3%, es decir, la mayoría de las presentaciones que se ofrecieron, se encuentran entre 1 – 10.

Tabla 13.

Categorías de la aceituna de mesa ofertadas para exportar en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	50,0
Regular	7	29,2
Alto	5	20,8
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

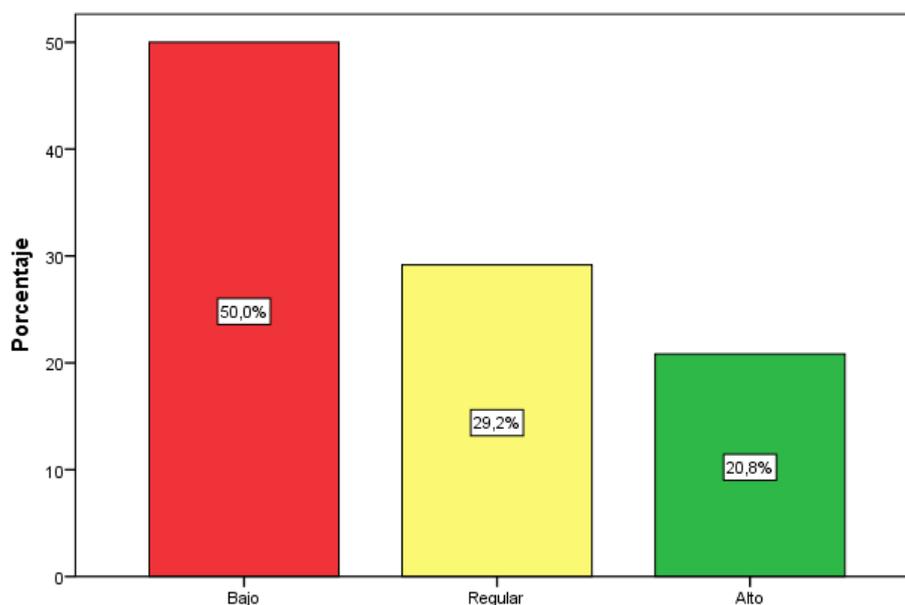


Figura 8. Frecuencia porcentual de categorías de la aceituna de mesa ofertadas para exportar en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 13

Los resultados de la Tabla 13, Figura 8, exhiben las categorías de aceituna de mesa ofertadas de 24 empresas exportadoras consideradas en el estudio en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel Bajo, con un 50,0%, es decir, la mayoría de categorías que se ofrecieron, se encuentran entre 1 – 10.

Tabla 14.

Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa fueron competitivos en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	7	29,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	66,7
De acuerdo	1	4,1
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

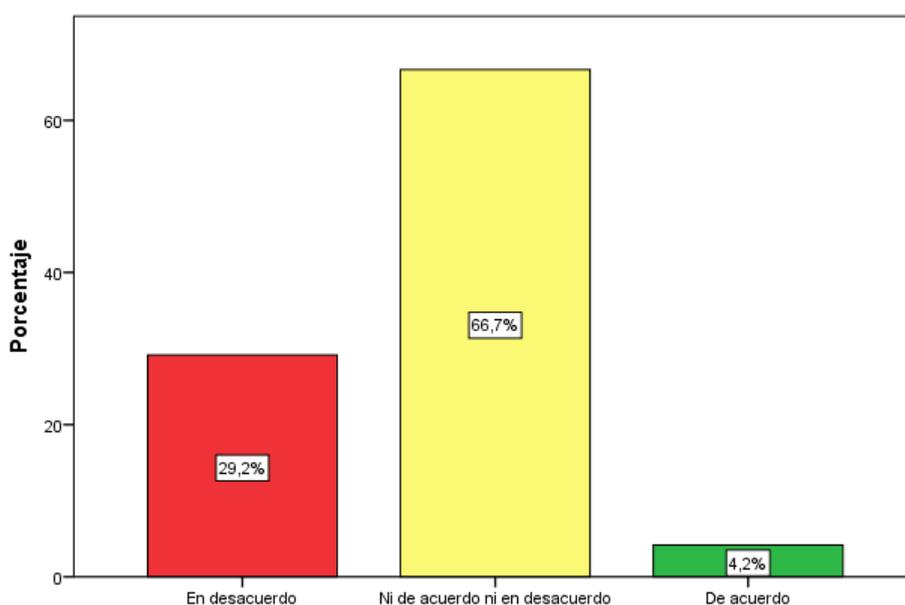


Figura 9. Frecuencia porcentual de la competitividad de los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 14

Los resultados de la Tabla 14, Figura 9, exhiben la competitividad de los precios ofrecidos de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, con un 66,7%.

Tabla 15.

Quejas de los clientes en relación del producto exportado en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Con frecuencia	2	8,3
Rara vez	15	62,5
Ninguna vez	7	29,2
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

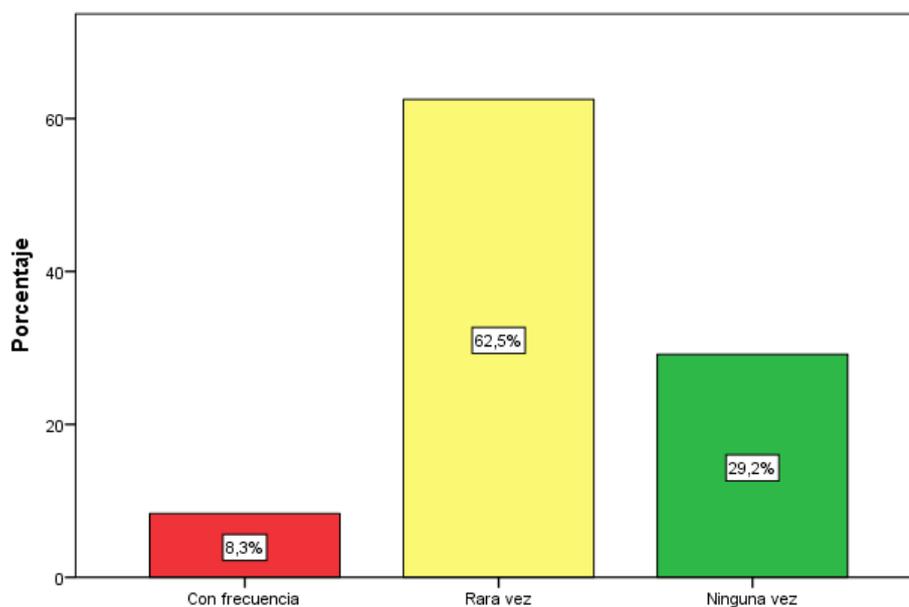


Figura 10. Frecuencia porcentual de las quejas de los clientes en relación del producto exportado en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 15

Los resultados de la Tabla 15, Figura 10, exhiben las quejas de los clientes en relación al producto de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Rara vez”, con un 62,5%.

4.2.1.3 Dimensión actitudes empresariales

Tabla 16.

Cumplimiento de las obligaciones tributarias en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
No se cumplieron	5	20,8
Existieron algunos retrasos	5	20,8
Con regularidad	14	58,2
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

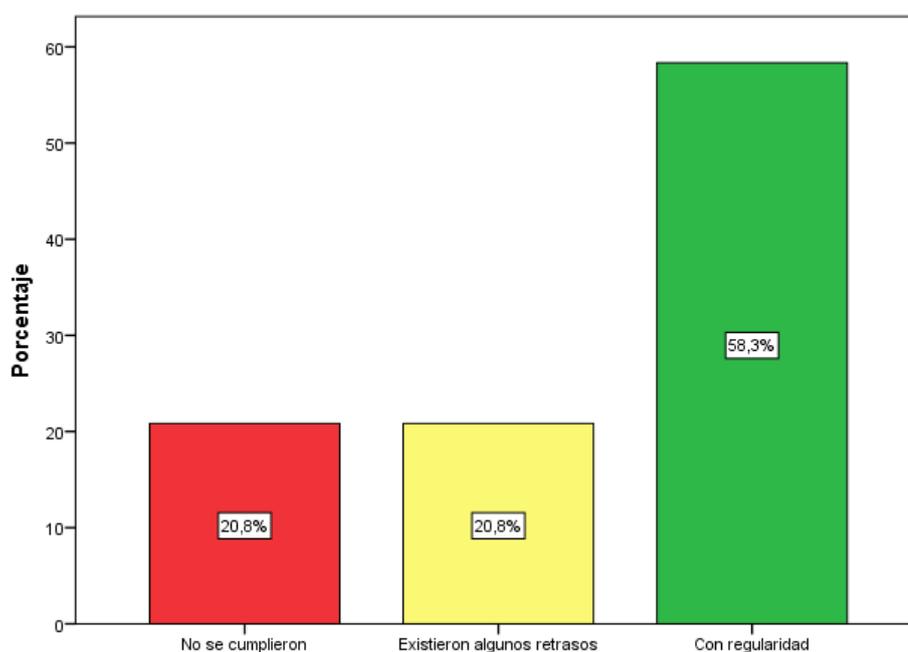


Figura 11. Frecuencia porcentual del cumplimiento de las obligaciones tributarias en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 16

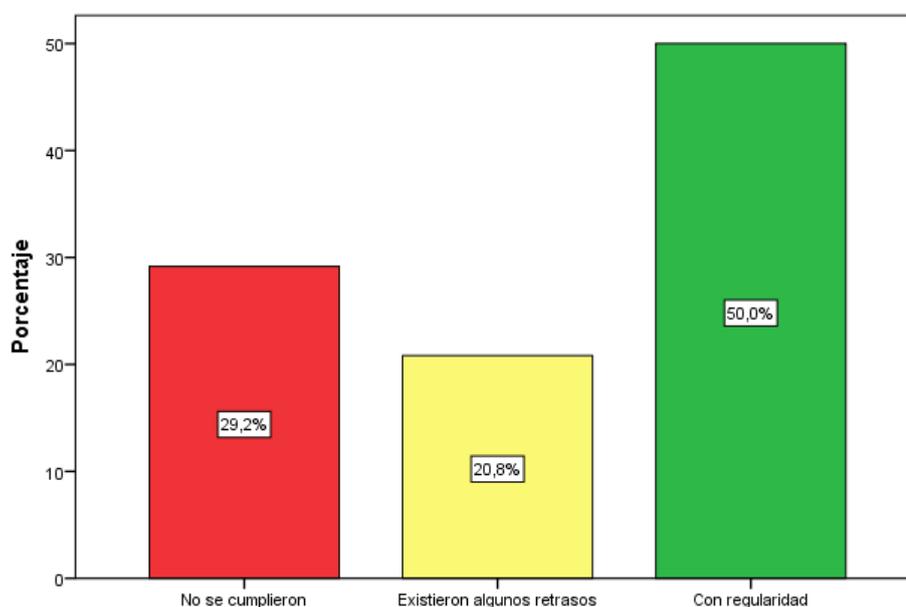
Los resultados de la Tabla 16, Figura 11, exhiben el cumplimiento de las obligaciones tributarias de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Con regularidad”, con un 58,2%.

Tabla 17.

Cumplimiento de los contratados pactados en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
No se cumplieron	7	29,2
Existieron algunos retrasos	5	20,8
Con regularidad	12	50,0
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

*Figura 12.* Frecuencia porcentual del cumplimiento de los contratados pactados en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 17

Los resultados de la Tabla 17, Figura 12, exhiben el cumplimiento de los contratos pactados de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Con regularidad”, con un 50,0%.

Tabla 18.

Participación de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en ferias comerciales en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	17	70,8
Regular	5	20,8
Alto	2	8,4
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

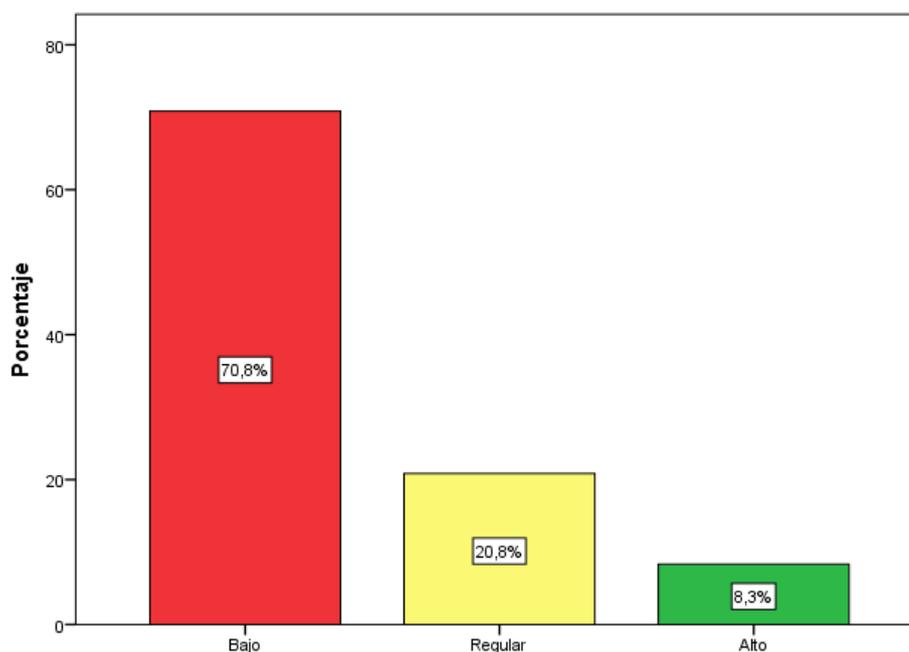


Figura 13. Frecuencia porcentual de la participación de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en ferias comerciales en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 18

Los resultados de la Tabla 18, Figura 13, exhiben la participación en ferias comerciales de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Bajo”, con un 70,8%, es decir, entre 0 – 1 ferias comerciales.

Tabla 19.

Participación de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en misiones comerciales en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	25,0
Regular	10	41,7
Alto	8	33,3
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

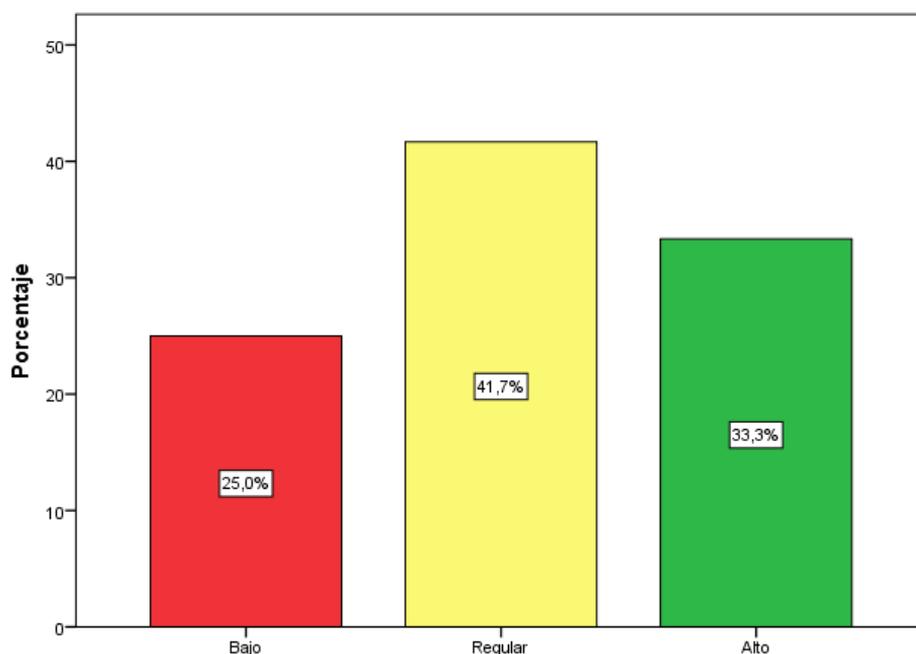


Figura 14. Frecuencia porcentual de la participación de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en misiones comerciales en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 19

Los resultados de la Tabla 19, Figura 14, exhiben la participación en misiones comerciales de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Regular”, con un 41,7%, es decir, entre 2 – 3 misiones comerciales.

4.2.1.4 Dimensión valores éticos, morales y empresariales

Tabla 20.

Actividades de responsabilidad social organizadas por las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15	62,5
Regular	7	29,2
Alto	2	8,3
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

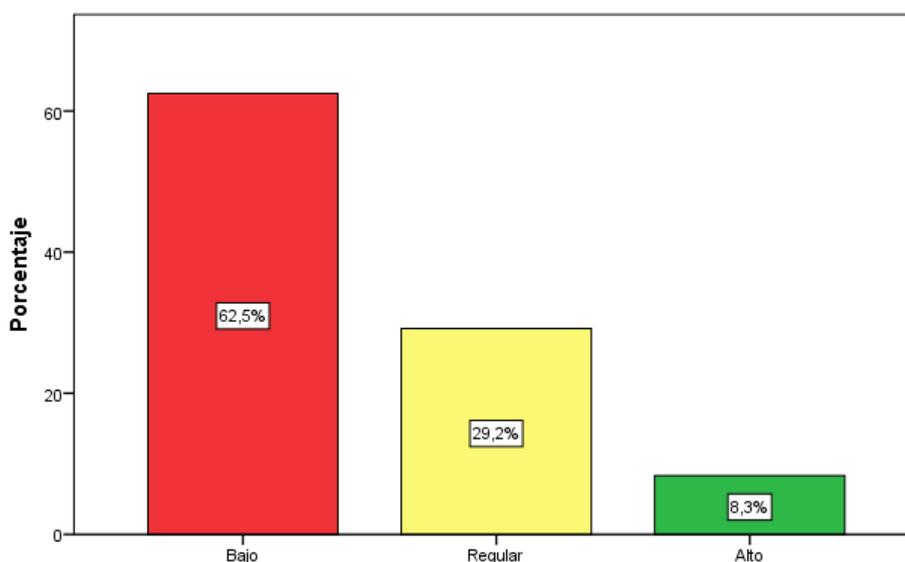


Figura 15. Frecuencia porcentual de las actividades de responsabilidad social organizadas por las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 20

Los resultados de la Tabla 20, Figura 15, exhiben las actividades de responsabilidad social organizadas de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Bajo”, con un 62,5%, es decir, ninguna actividad.

Tabla 21.

Captación de nuevos clientes en base a la credibilidad de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	25,0
Regular	11	45,8
Alto	7	29,2
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

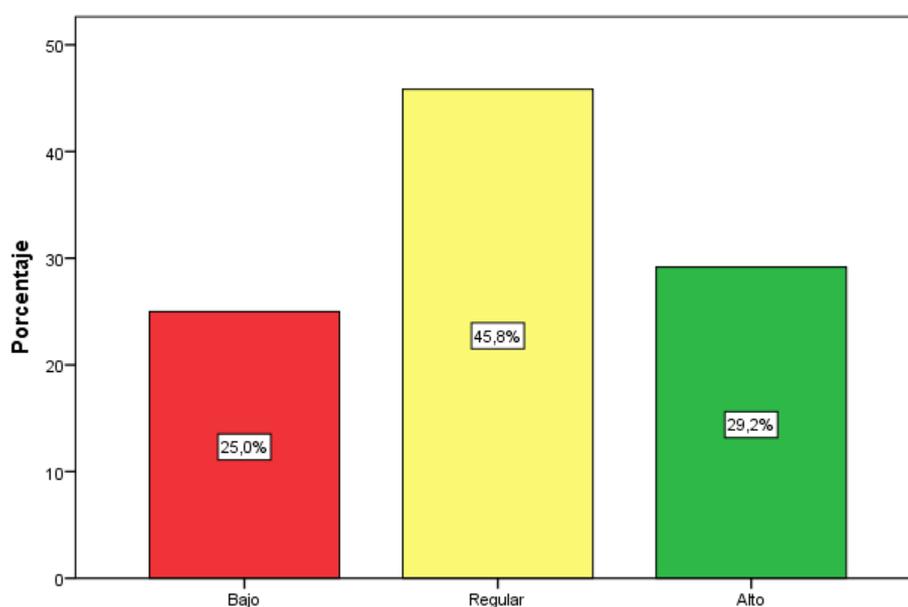


Figura 16. Frecuencia porcentual de captación de nuevos clientes en base a la credibilidad de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 – 2018

Nota: Tabla 21

Los resultados de la Tabla 21, Figura 16, exhiben la captación de nuevos clientes en base a la credibilidad de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Regular”, con un 45,8%, es decir, entre 2 – 3 nuevos clientes.

Tabla 22.

Implementación de medidas para el cuidado del medio ambiente por parte de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	9	37,5
Regular	12	50,0
Alto	3	12,5
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

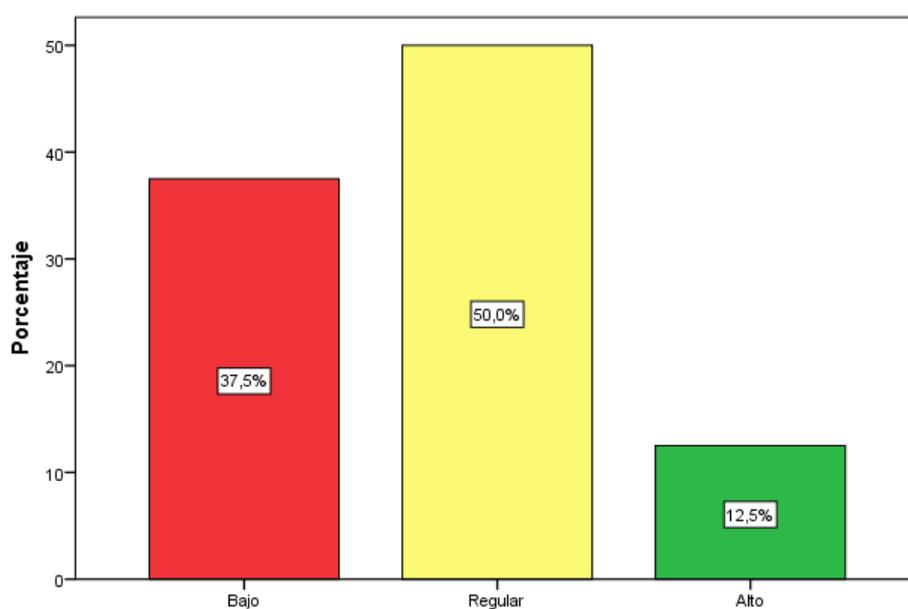


Figura 17. Frecuencia porcentual de la implementación de medidas para el cuidado del medio ambiente por parte de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018

Nota: Tabla 22

Los resultados de la Tabla 22, Figura 17, exhiben la implementación de medidas para el cuidado del medio ambiente de 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Regular”, con un 50,0%, es decir, una medida de cuidado del medio ambiente.

4.2.2 Resultados de la variable 2.

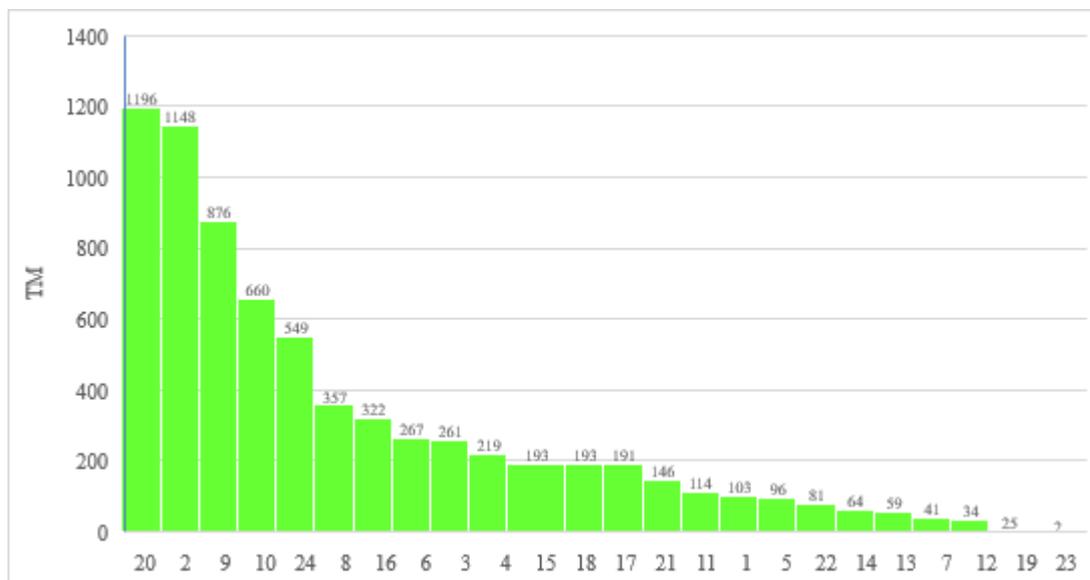


Figura 18. Frecuencia porcentual de las exportaciones de aceituna de mesa por empresa en el 2016

1	Zeolival Sur Per E.I.R.L.	13	Agroindustrias Carrasco E.I.R.L.
2	Fundo La Noria S.A.C.	14	Agroindustrias Sur Oliva S.A.C.
3	Baumann Crosby S. A.	15	Bascont Agroexport S.A.C.
4	Armano Olives S.A.C.	16	Biondi y Cía. de Tacna S.A.C.
5	Alimentos del Pacífico S.R.L.	17	Empresa Agroindustrias Santa María E.I.R.L.
6	Exportaciones Mirsa E.I.R.L.	18	Exportadora El Sol S.A.C.
7	Agroindustrias Corvalan E.I.R.L.	19	Lajhar Import. Export. E.I.R.L.
8	Oliamerica S.A.C.	20	Nobex Agroindustrial S.A.
9	Agroind. y Comercializ. GUIVE E.I.R.L.	21	Portal del Olivo S.A.C.
10	Oliva Perú S.A.C.	22	R. Muelle S.A.C.
11	Agro Savanna del Perú S.A.C.	23	Rivera Carpio Luis Ángel
12	Agroexportaciones Machu Picchu S.R.L.	24	Tierra Orgánica S.A.C.

Los resultados de la Figura 18, muestran a las 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el 2016, consideradas en esta investigación, de acuerdo a la cantidad de TM. exportadas; destacando: Nobex Agroindustrial S.A. con 1196 TM, Fundo La Noria S.A.C. con 1148 TM, Agroindustria y Comercialización GUIVE E.I.R.L. con 876 TM, Oliva Perú S.A.C. con 660 TM y Tierra Orgánica S.A.C. con 549 TM, como las principales. Las 24 empresas en total durante el año 2016 exportaron 7198 TM.

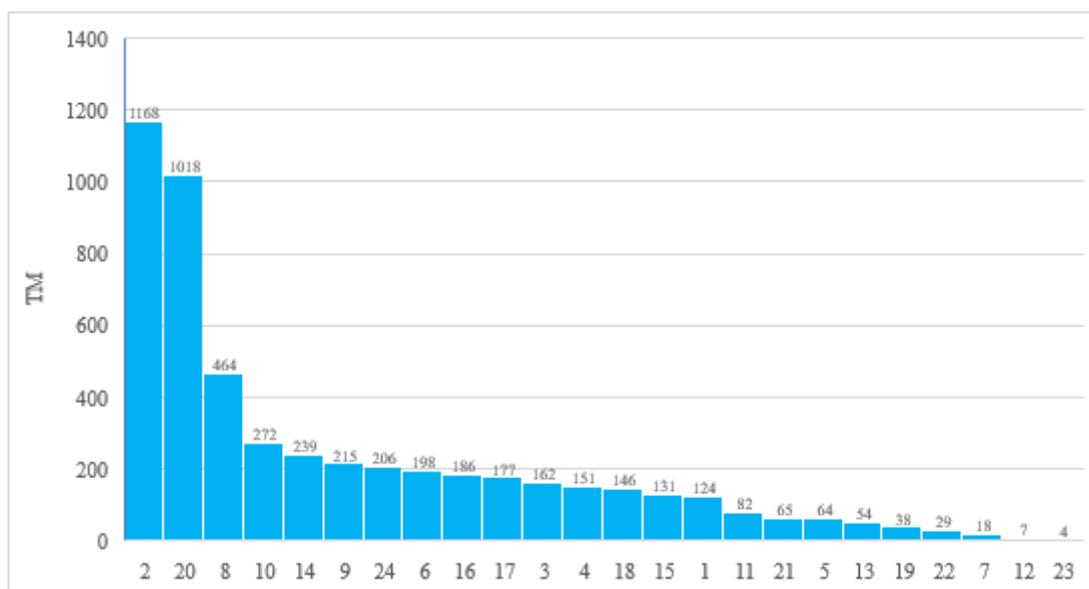


Figura 19. Frecuencia porcentual de las exportaciones de aceituna de mesa por empresa en el 2017

1	Zeolival Sur Per E.I.R.L.	13	Agroindustrias Carrasco E.I.R.L.
2	Fundo La Noria S.A.C.	14	Agroindustrias Sur Oliva S.A.C.
3	Baumann Crosby S. A.	15	Bascont Agroexport S.A.C.
4	Armano Olives S.A.C.	16	Biondi y Cía. de Tacna S.A.C.
5	Alimentos del Pacífico S.R.L.	17	Empresa Agroindustrias Santa María E.I.R.L.
6	Exportaciones Mirsa E.I.R.L.	18	Exportadora El Sol S.A.C.
7	Agroindustrias Corvalan E.I.R.L.	19	Lajhar Import. Export. E.I.R.L.
8	Oliamerica S.A.C.	20	Nobex Agroindustrial S.A.
9	Agroind. y Comercializ. GUIVE E.I.R.L.	21	Portal del Olivo S.A.C.
10	Oliva Perú S.A.C.	22	R. Muelle S.A.C.
11	Agro Savanna del Perú S.A.C.	23	Rivera Carpio Luis Ángel
12	Agroexportaciones Machu Picchu S.R.L.	24	Tierra Orgánica S.A.C.

Los resultados de la Figura 19, muestran a las 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el 2017, consideradas en esta investigación, de acuerdo a la cantidad de TM. exportadas; destacando: Fondo La Noria S.A.C. con 1168 TM, Nobex Agroindustrial S.A. con 1018 TM, Oliamerica S.A.C. con 464 TM, Oliva Perú S.A.C. con 272 TM y Agroindustrias Sur Oliva S.A.C. con 239 TM, como las principales. Las 24 empresas en total durante el año 2017 exportaron 5219 TM.

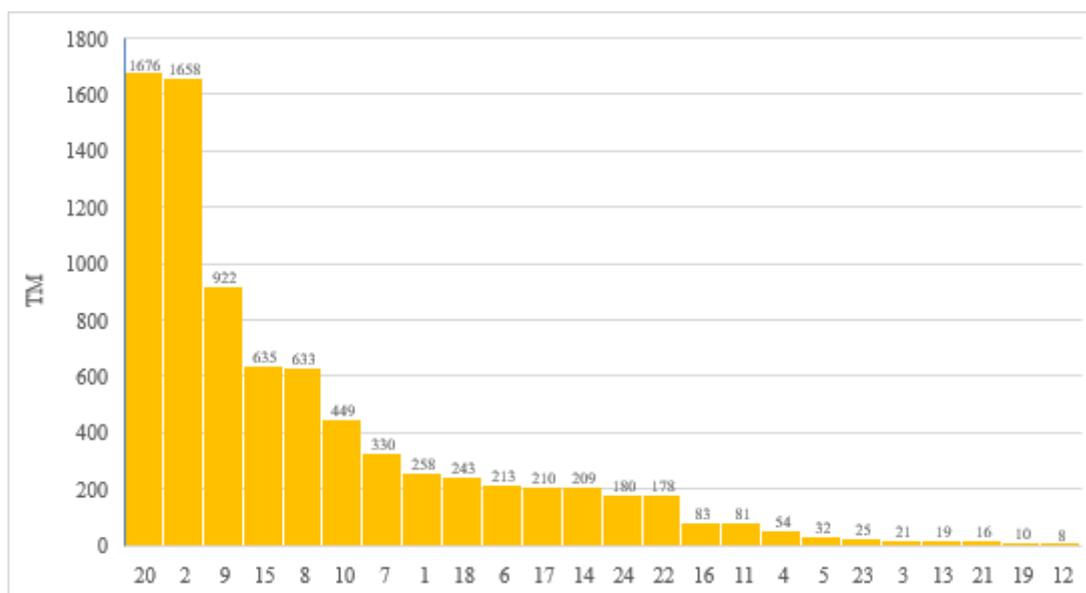


Figura 20. Frecuencia porcentual de las exportaciones de aceituna de mesa por empresa en el 2018

1	Zeolival Sur Per E.I.R.L.	13	Agroindustrias Carrasco E.I.R.L.
2	Fundo La Noria S.A.C.	14	Agroindustrias Sur Oliva S.A.C.
3	Baumann Crosby S. A.	15	Bascont Agroexport S.A.C.
4	Armano Olives S.A.C.	16	Biondi y Cía. de Tacna S.A.C.
5	Alimentos del Pacífico S.R.L.	17	Empresa Agroindustrias Santa María E.I.R.L.
6	Exportaciones Mirsa E.I.R.L.	18	Exportadora El Sol S.A.C.
7	Agroindustrias Corvalan E.I.R.L.	19	Lajhar Import. Export. E.I.R.L.
8	Oliamerica S.A.C.	20	Nobex Agroindustrial S.A.
9	Agroind. y Comercializ. GUIVE E.I.R.L.	21	Portal del Olivo S.A.C.
10	Oliva Perú S.A.C.	22	R. Muelle S.A.C.
11	Agro Savanna del Perú S.A.C.	23	Rivera Carpio Luis Ángel
12	Agroexportaciones Machu Picchu S.R.L.	24	Tierra Orgánica S.A.C.

Los resultados de la Figura 20, muestran a las 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el 2018, consideradas en esta investigación, de acuerdo a la cantidad de TM. exportadas; destacando: Nobex Agroindustrial S.A. con 1676 TM, Fundo La Noria S.A.C. con 1658 TM, Agroindustria y Comercialización GUIVE E.I.R.L con 922 TM, Bascont Agroexport S.A.C. con 635 TM y Oliamerica S.A.C. con 633 TM, como las principales. Las 24 empresas en total durante el año 2018 exportaron 8145 TM.

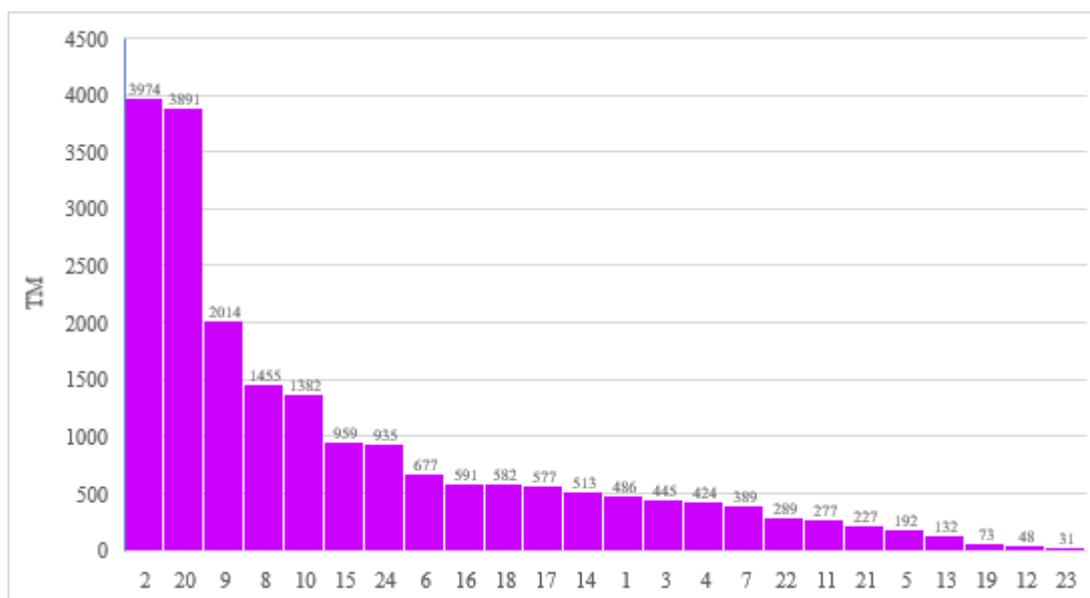


Figura 21. Frecuencia porcentual de las exportaciones de aceituna de mesa por empresa en el periodo 2016 - 2018

1 Zeolival Sur Per E.I.R.L.	13 Agroindustrias Carrasco E.I.R.L.
2 Fundo La Noria S.A.C.	14 Agroindustrias Sur Oliva S.A.C.
3 Baumann Crosby S. A.	15 Bascont Agroexport S.A.C.
4 Armano Olives S.A.C.	16 Biondi y Cía. de Tacna S.A.C.
5 Alimentos del Pacífico S.R.L.	17 Empresa Agroindustrias Santa María E.I.R.L.
6 Exportaciones Mirsa E.I.R.L.	18 Exportadora El Sol S.A.C.
7 Agroindustrias Corvalan E.I.R.L.	19 Lajhar Import. Export. E.I.R.L.
8 Oliamerica S.A.C.	20 Nobex Agroindustrial S.A.
9 Agroind. y Comercializ. GUIVE E.I.R.L.	21 Portal del Olivo S.A.C.
10 Oliva Perú S.A.C.	22 R. Muelle S.A.C.
11 Agro Savanna del Perú S.A.C.	23 Rivera Carpio Luis Ángel
12 Agroexportaciones Machu Picchu S.R.L.	24 Tierra Orgánica S.A.C.

Los resultados de la Figura 20, muestran a las 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 - 2018, consideradas en esta investigación, de acuerdo a la cantidad de TM. exportadas; destacando: Fundo La Noria S.A.C. con 3974 TM, Nobex Agroindustrial S.A. con 3891 TM, Agroindustria y Comercialización GUIVE E.I.R.L con 2014 TM, Oliamerica S.A.C. con 1455 TM y Oliva Perú con 1382 TM, como las principales. Las 24 empresas en total durante el periodo 2016 - 2018 exportaron 20561 TM.

4.1.1.1 Análisis por variables.

Tabla 23.

Nivel de cultura exportadora de las empresas exportadoras de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	20,8
Regular	15	62,5
Alto	4	16,7
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

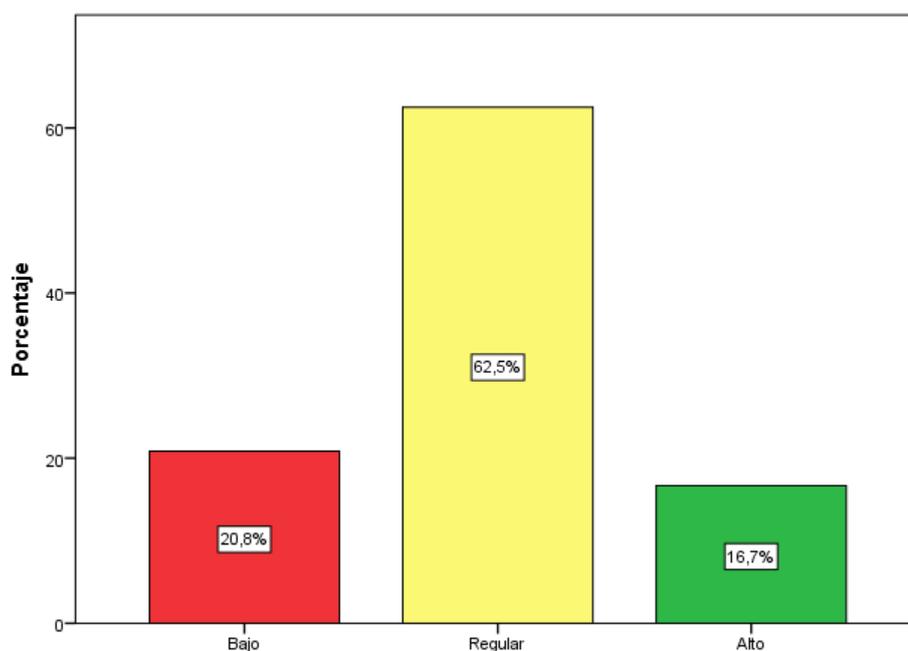


Figura 22. Frecuencia porcentual de la variable cultura exportadora

Nota: Tabla 23

Los resultados de la Tabla 23, Figura 22, exhiben el nivel de cultura exportadora por 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Regular”, con un 62,5%.

Tabla 24.

Nivel de exportaciones de las empresas de aceituna de mesa en el periodo 2016 - 2018

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	8,3
Regular	19	79,2
Alto	3	12,5
Total	24	100,0

Nota: Base de datos

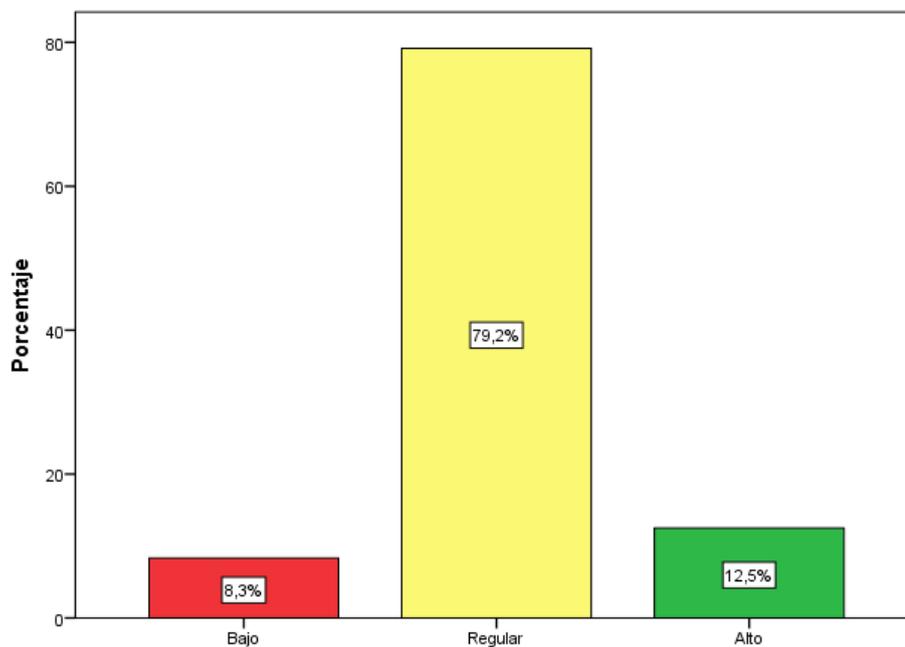


Figura 23. Frecuencia porcentual de la variable exportaciones

Nota: Tabla 24

Los resultados de la Tabla 24, Figura 23, exhiben el nivel de exportaciones por 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018; predominando el nivel “Regular”, con un 79,2%.

4.2 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

4.2.1 Coeficiente de Correlativo de Rho Spearman

El coeficiente de correlacion de interdependencia entre dos variables aleatorias continuas. Para calcular ρ . los datos son ordenados y reemplazados por su respectivo orden.

La interpretación del coeficiente de Spearman, oscila en -1 y +1, indicándonos asocianes negativas o positivas respectivamente, 0 cero significa no correlacion pero no idependencia.

Tabla 25.

Escala de Rho Spearman

Coeficiente de Interpretacion	
0	Relacion Nula
0 a 0.2	Relacion muy baja
0.2 a 0.4	Relacion Baja
0.4 a 0.6	Relacion Moderada
0.6 a 0.	Relacion Alta
0.8 a 1	Relacion Muy Alta
1	Relacion perfecta

4.2.2 Verificación de hipótesis específicas

H_0 La capacitación en comercio exterior NO tiene una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.

H_1 La capacitación en comercio exterior tiene una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.

Tabla 26.

Correlación de Rho Spearman para la primera hipótesis específica

			Capacitación comercio exterior	Exportaciones aceituna mesa en Tm
Rho de Spearman	Capacitación comercio exterior	Coeficiente de correlación	1,000	,779**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	24	24
	Exportaciones aceituna mesa en tm	Coeficiente de correlación	,779**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	24	24

Fuente: Base de datos. SPSS. V23.

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Decisión

En la Tabla 26, se muestra un nivel de significancia de 0,001 ($< \alpha 0,05$); con este resultado, se acepta la hipótesis alternativa H_1 , y se acepta con un nivel de confianza del 95%, la existencia de relación entre la capacitación en comercio exterior y las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna en el periodo 2016 – 2018. Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman es 0,779, lo que revela una correlación alta.

- H₀ Las creencias sociales, culturales y económicas NO tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.
- H₂ Las creencias sociales, culturales y económicas tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.

Tabla 27.

Correlación de Rho Spearman para la segunda hipótesis específica

			Creencias sociales culturales económicas	Exportaciones aceituna mesa_en_Tm
Rho de Spearman	Creencias sociales culturales económicas	Coefficiente de correlación	1,000	,601**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	24	24
	Exportaciones aceituna mesa en Tm	Coefficiente de correlación	,601**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	24	24

Fuente: Base de datos. SPSS. V23.

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Decisión

En la Tabla 27, se muestra un nivel de significancia de 0,001 (< a 0,05); con este resultado, se acepta la hipótesis alternativa H₂, y se acepta con un nivel de confianza del 95%, la existencia de relación entre las creencias sociales, culturales y económicas y las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna en el periodo 2016 – 2018. Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman 0,601, lo que revela una correlación alta.

- H₀ Las actitudes empresariales NO tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.
- H₃ Las actitudes empresariales tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.

Tabla 28.

Correlación de Rho Spearman para la tercera hipótesis específica

			Actitudes Empresariales	Exportaciones aceituna mesa en Tm
Rho de Spearman	Actitudes_empresariales	Coeficiente de correlación	1,000	,778**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	24	24
	Exportaciones aceituna mesa en tm	Coeficiente de correlación	,778**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	24	24

Fuente: Base de datos. SPSS. V23.

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Decisión

En la Tabla 28, se muestra un nivel de significancia de 0,000 (< a 0,05); con este resultado, se acepta la hipótesis alternativa H₃, y se acepta con un nivel de confianza del 95%, la existencia de relación entre las actitudes empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna en el periodo 2016 – 2018. Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman es 0,778, lo que revela una correlación alta.

- H₀ Los valores éticos, morales y empresariales NO tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.
- H₄ Los valores éticos, morales y empresariales tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.

Tabla 29.

Correlación de Rho Spearman para la cuarta hipótesis específica

			Valores éticos morales empresariales	Exportaciones aceituna mesa en Tm
Rho de Spearman	Valores éticos morales empresariales	Coeficiente de correlación	1,000	,522**
		Sig. (bilateral)	.	,009
		N	24	24
	Exportaciones aceituna mesa en Tm	Coeficiente de correlación	,522**	1,000
		Sig. (bilateral)	,009	.
		N	24	24

Fuente: Base de datos. SPSS. V23.

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Decisión

En la Tabla 29, se muestra un nivel de significancia de 0,001 (< a 0,05); con este resultado, se acepta la hipótesis alternativa H₄, y se acepta con un nivel de confianza del 95%, la existencia de relación entre los valores éticos, morales y empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna en el periodo 2016 – 2018. Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman es 0,522, lo que revela una correlación moderada.

4.2.3 Verificación de hipótesis general

H_0 La cultura exportadora NO tiene una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.

H_i La cultura exportadora tiene una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.

Tabla 30.

Correlación de Rho Spearman para la hipótesis general

			Cultura exportadora	Exportaciones aceituna mesa en Tm
Rho de Spearman	CULTURA EXPORTADORA	Coefficiente de correlación	1,000	,869**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	24	24
	EXPORTACIONES ACEITUNA MESA EN TM	Coefficiente de correlación	,869**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	24	24

Fuente: Base de datos. SPSS. V23

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Decisión

En la Tabla 30, se muestra un nivel de significancia de 0,000 (< a 0,05); con este resultado, se acepta la hipótesis alternativa H_i , y se acepta con un nivel de confianza del 95%, la existencia de relación entre la cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna en el periodo 2016 – 2018. Asimismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman es 0,869, lo que revela una correlación muy alta.

Con este resultado queda demostrada la hipótesis general de la investigación.

4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La investigación de Jaimes Guiza Carlos (2010) sobre la importancia de la cultura exportadora y la gestión logística del transporte dentro de las PYMES en el proceso de exportación por vía aérea México. Retos y Oportunidades.”sobre el análisis de la cultura exportadora se refiere a invertir tiempo, esfuerzo, dinero y utilizar de manera eficiente todos los recursos organizacionales principalmente en las áreas que nos fortalezcan competitivamente, sin embargo la cultura exportadora de las empresas de aceituna de mesa, no considera directamente a estos factores, a pesar de ello es importante puntualizar que se encuentran dentro de las dimensiones de la variable independiente.

Apaestegui y Quispe (2017) evaluaron la cultura exportadora de una asociación de artesanas dedicadas a la exportación de tejidos artesanales, en la que indican que se debe hacer énfasis en la oferta exportable y la diversificación de nuevos mercados, así también, es indispensable que las artesanas tengan conocimiento sobre cultura exportadora; en contraposición a esto, las empresas exportadoras de aceituna de mesa, por el mismo hecho de ser empresas constituidas con más de tres años de experiencia, su nivel de cultura exportadora es regular con 62,5%, quedando pendiente mejorar este indicador.

López (2017) evaluó los lineamientos de cultura exportadora de una cooperativa agraria, determinando que presenta 13 elementos, lo que le ha permitido empezar a desarrollar una cultura exportadora, destacando la obtención de certificaciones para ingresar a los mercados extranjeros por medio de intermediarios; también se ha identificado la ausencia de 19 elementos cultura exportadora, lo que da como resultado un nivel de bajo con 46%; si bien, la investigación fue desarrollada en base a cuatro dimensiones de la cultura exportadora, el nivel de las empresas exportadoras de aceituna de mesa es regular con 62,5%, desde luego, por tratarse de una evaluación a 24 empresas y no solo a una., la investigación de Percca (2017) es muy similar, determinando que la gestión empresarial impacta significativamente con un 0,935 en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2016, sin embargo, en el caso de la cultura exportadora y las empresas exportadoras de aceituna de mesa en la región Tacna en el periodo 2016 – 2018, la correlación es del 0,869, esto, se explica por el mayor volumen de exportación de sandías que la aceituna de mesa.

CONCLUSIONES

Primera

La capacitación en comercio exterior y las exportaciones de mesa de las empresas de la región Tacna en el periodo 2016-2018, tiene una correlacion alta con un 0,0779.

Segundo

Las creencias sociales, culturales y económicas y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna en el periodo 2016-2018, tiene una correlacion alta de 0,601

Tercera

Las actitudes empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región de Tacna periodo 2016 -2018, tiene una correlacion es alta con 0.778.

Cuarta

Los valores éticos, morales y empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región de Tacna en el periodo del 2016-2018, y tiene una correlacion moderada de 0,522

Quinto

La cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna en el periodo 2016-2018, tiene una correlacion muy alta de 0,869, esto conlleva a que mayor cultura exportadora, se incrementaran significativamente las exportaciones de aceituna de mesa.

SUGERENCIAS

Primera

Las empresas de la región Tacna, dedicadas a la exportación de aceituna de mesa, deben diseñar programas de capacitación para su personal, en temas referidos a legislación tributaria y de exportación, y Tratados de Libre Comercio; de la misma forma, deben considerar la realización de estudios de mercado con mayor frecuencia e ir gradualmente implementando normas de calidad, para ofrecer productos con certificaciones internacionales.

Segunda

Las empresas de la región Tacna, dedicadas a la exportación de aceituna de mesa, deben revisar sus estructuras de costos con la finalidad de ser más competitivos; del mismo modo, adoptar medidas correctivas tendientes a la minimización de quejas por parte de los clientes, en referencia al producto exportado.

Tercera

Las empresas de la región Tacna, dedicadas a la exportación de aceituna de mesa, deben fortalecer su área contable, con la finalidad de cumplir oportunamente con las obligaciones tributarias, evitando multas y sanciones por parte de la SUNAT, del mismo modo, el área administrativa, y así cumplir los contratos pactados con los clientes; asimismo, las empresas deben priorizar su participación en ferias y misiones comerciales, como estrategia de promoción de mercados, esto les permitirá conocer en mayor detalle los requerimientos de los compradores y captar nuevos clientes.

Cuarta

Las empresas de la región Tacna, dedicadas a la exportación de aceituna de mesa, deben implementar actividades de responsabilidad social empresarial, para que sean reconocidas por la sociedad, como por ejemplo contratando empleados perteneciente a gruis desfavorecidos como la tercera edad o que tengan una discapacidad asimismo, aplicar medidas de cuidado del medio ambiente, de esta forma, se demostrará un compromiso de modernización con la región, como por ejemplo disminuyendo el impacto medioambiental de tu empresa reciclando el papel que utilices, así como otros

materiales como el carton y los plásticos, asimismo se sugiere que se invite a su equipo a evitar las impresiones innecesarias y a utilizar siempre comprobantes digitales.

Quinta

En vista que la región Tacna es el mayor productor de aceituna en el país, las empresas exportadoras ubicadas en la jurisdicción, deben procurar el desarrollo de productos con mayor valor agregado, como por ejemplo: aceitunas rellenas con más productos alimenticios como pimiento, cebolla, almendras, apio, anchoa, cáscara de naranja o limón, avellana, sin carácter limitativo; también pasta de aceitunas que consta de moler pulpa de aceituna con o sin otros productos alimenticios. Para así ingresar a mercados más exigentes con productos de alta calidad y por ende lograrán un mayor retorno de la inversión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aldana, C. (23 de Abril de 2003). *El Tiempo*. Obtenido de La estandarización de los productos: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-992710>

Apaestegui, N., & Quispe, R. (2017). *Cultura exportadora en la asociación artesanas Pañon Tacabambino, provincia de Chota – Cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de Nueva York – EE.UU, 2018*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.

Área de Cooperación UVA. (s/f). *Área de cooperación uva*. Obtenido de Mitos: <https://www.eii.uva.es/mitos/mitos/M10.pdf>

Aruquipa, B., & Canqui, M. (2012). *La empresa digital Negocios en Línea y Comercio Electrónico*. La Paz: Universidad Mayor de San Andres.

Baena, V. (2011). *Fundamentos de Marketing*. Barcelona: UOC. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=_lf9sfHpescC&pg=PA201&lpg=PA201&dq=proceso+mediante+el+cual+los+costos+unitarios+de+producci%C3%B3n+disminuyen+cuando+aumenta+la+cantidad+de+unidades+producidas.&source=bl&ots=me5qbZdUYA&sig=j1sxYtiWkMn3t2KSxNqhZMdQK-k

Benabente, A., & Morales, P. (2008). Clima de Negocios, Inseguridad Empresarial y Alerta Temprana. *Pléyade*, 1-16. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/19719643/CLIMA-DE-NEGOCIOS>

Cárdenas, L. (22 de Junio de 2014). *La empresa exportadora*. Obtenido de <http://empresaexportadora2014.blogspot.com/2014/06/2-capacidad-exportadora.html>

Ceballos, L. (11 de Abril de 2012). *Filed under Comercio y Aduanas* . Obtenido de Que es Comercio Internacional: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-internacional/>

- Chang, L., & Gisbert, R. (2005). *En línea con el espíritu emprendedor*. Bogotá: Corporación Andina de Fomento.
- Coca, J. (1999). *Cómo Importar y Exportar*. Lima: ABB S.A. Editores.
- Cornejo, E. (1999). *Introducción a los Negocios de Exportación*. Lima: San Marcos.
- Cornejo, S. (2015). *Oportunidad de Negocio para la exportación de productos de limpieza en la empresa DKASA hacia el mercado de Guayaquil-Ecuador en el año 2015*. Trujillo: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/9885/Cornejo%20Fhon%20Sergio%20Alonso.pdf?sequence=1>
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo. (2014). *Catálogo de la oferta exportable de la Región Tacna*. Tacna: Gobierno Regional de Tacna.
- Fundación Universitaria San Martín. (11 de Febrero de 2013). *Educación en Finanzas, economía e informática*. Obtenido de Economía Internacional: <https://sites.google.com/a/sanmartinbaq.edu.co/economia10/home/economia-internacional>
- Gómez, P. (23 de Mayo de 2015). *Folgozo*. Obtenido de Mercados Emergentes: <https://folgozo.wordpress.com/2015/05/22/mercados-emergentes-brics-mist-mitos-leyendas-urbanas-y-demas-confusiones/>
- Hill, C. (2011). *Negocios internacionales*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Ibarra, M. (2017). Competitividad empresarial de la pequeñas y medianas empresas manufactureras de baja california. *Estudios Fronterizos*, 107-130. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Jaimés Guiza Carlos (2010) La importancia de la cultura exportadora y la gestión logística del transporte dentro de las PYMES en el proceso de exportación por vía aérea Mexico. Retos y Oportunidades. Mexico : Universidad Nacional Autónoma de Mexico.

Lavanda, F., & Tabra, E. (2005). *Negocios Internacionales*. Lima: Asociación Peruana de Logística Internacional.

Ley General de Aduanas. (27 de Junio de 2008). *Superintendencia Nacional de Administración Tributaria*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03normasoc.htm>

Lee J. Cronbach *Aptitudes and instructional methods*:

López, A. (2017). *Lineamientos de cultura exportadora presentes en la cooperativa Ceprovaje que generan oferta exportable de espárrago verde fresco, Jequetepeque – Noviembre, 2017*. Lima: Universidad César Vallejo.

López, F. (22 de Mayo de 2012). *fabiolalopezm.blogspot*. Obtenido de Importaciones - ensayo: <http://fabiolalopezm.blogspot.com/2012/05/exportaciones-ensayo.html>

Mincetur. (2006). *Plan Maestro de Cultura Exportadora*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2003). *Perú: Plan Estratégico Nacional Exportador 2003 - 2013*. Lima: Mincetur.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). *El ABC del Comercio Exterior. Guía Capacidades Gerenciales para el Comercio Exterior*. Lima: Dirección Nacional de Desarrollo del Comercio Exterior.

Oswaldo, A. (2012). Hacia un estudio Multidisciplinar del Proceso de Globalización. *Punto de vista económico*, 4-60. Obtenido de https://puntodevistaeconomico.files.wordpress.com/2012/03/pm_ravier_globalizacion.pdf

PENX. (2006). *Plan Maestro de Cultura Exportadora*. Lima: Mincetur. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/5Plan_Cultura_Exportadora/Plan_Maestro_Cultura_Exportadora.pdf

Percca, M. (2017). *La gestión empresarial y su impacto en la exportación de sandía de las empresas exportadoras de la región Tacna, año 2016*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.

Pérez , D., & Pérez Martínez de Ubago, I. (2006). El conocimiento del mercado: análisis de Clientes, Intermediarios y competidores. *EOI Escuela de Negocios*, 1-86. Obtenido de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45089/componente45087.pdf

Promperú. (2012). Servicios al Exportador. *Guía Exportadora*, 8-9. Obtenido de <https://issuu.com/promperu/docs/guiaexportadora2012>

Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta de pensamiento estratégico. *Telos*, 1-14. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/993/99318788001.pdf>

Ramos, F. (2017). *Influencia de la oferta exportable, en las exportaciones de cebolla de los productores del centro poblado menor la Yarada, 2017*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.

Ricaldi, R. (2003). *Empresas familiares de producción artesanal de mates burilados de Huancayo: Problemática y lineamientos básicos para la creación de consorcios de exportación*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Robledo, E., & Rúa, F. (2000). *México-Mercosur*. México D.F.: Plaza y Valdés.

Sierra, J. (2005). Exporting Culture: a Requirement for Competitive Internationalization. *Universidad & Empresa*, VII(8), 56-74.

Sierralta, A. (2007). *Internacionalización de las empresas latinoamericanas*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Valderrama, S. (2016) Pasos para elaborar proyectos de investigación científica.

Lima: Editorial San Marcos.

Vázquez, J., & Avendaño, B. (Octubre de 2012). ¿Modelo de crecimiento exportador o modelo de estancamiento exportador? El caso de México, 1961-2010.

Investigación Económica, LXXI(282), 93-108.

Vernon, R. (1 de Mayo de 1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 190-207.

Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocio*. Perú: Nathan Associates Inc. Obtenido de http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.pdf

APÉNDICES

Apéndice A: Matriz de consistencia

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Existe una relación entre la cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna periodo 2016-2018?	Determinar la existencia de una relación entre la cultura exportadora y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna, para el mejoramiento de las diligencias en las exportaciones.	La cultura exportadora tiene una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna.	Cultura exportadora	Capacitación en comercio exterior	<ul style="list-style-type: none"> - Legislación vigente - Normas tributarias - Estudios de mercado - Conocimiento de los TLCs - Normas de calidad del mercado internacional - Dominio de idiomas
				Creencias sociales, culturales y económicas	<ul style="list-style-type: none"> - Presentaciones del producto - Precios competitivos - Satisfacción de los clientes
				Actitudes empresariales	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de obligaciones tributarias - Cumplimiento de contratos - Participación en ferias y misiones comerciales
				Valores éticos, morales y empresariales	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad - Credibilidad - Conciencia medioambiental
PROBLEMAS SECUNDARIOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Existe una relación entre la capacitación en comercio exterior y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna?	Determinar la existencia de una relación entre la capacitación en comercio exterior y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna.	La capacitación en comercio exterior tiene una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna	Exportación	Volumen físico destinado a la exportación	- TM por año
¿Existe una relación entre las creencias sociales, culturales y económicas y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna?	Determinar la existencia de una relación alta entre las creencias sociales, culturales y económicas y las exportaciones de aceituna de	Las creencias sociales, culturales y económicas tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna			

	mesa de las empresas de la región Tacna.				
¿Existe una relación entre las actitudes empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna?	Determinar la existencia de una relación entre las actitudes empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna.	Las actitudes empresariales tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna			
¿Existe una relación entre los valores éticos, morales y empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna?	Determinar la existencia de una relación entre los valores éticos, morales y empresariales y las exportaciones de aceituna de mesa de las empresas de la región Tacna.	Los valores éticos, morales y empresariales tienen una relación con las exportaciones de aceituna de mesa en las empresas de la región Tacna			
MÉTODO Y DISEÑO		POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICA E INSTRUMENTO	
Tipo de Investigación: Básica Nivel de Investigación: Correlacional Diseño de Investigación: Longitudinal – No experimental		Población: Conformada por 66 empresas exportadoras de aceituna de mesa de la región Tacna. Muestra: Corresponde a una muestra no probabilística intencional, conformada por 24 empresas exportadoras de aceituna de mesa de la región Tacna, que registraron actividad exportadora durante el periodo 2016 – 2018, de forma ininterrumpida.		Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario. Tratamiento estadístico: Coeficiente de Pearson	

Apéndice B: Cuestionario

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

A continuación, aparece una serie de interrogantes acerca de la cultura exportadora de las empresas exportadoras de aceituna de mesa de Tacna. Por favor, responda de acuerdo a lo que se le solicita:

I. Datos de la empresa

Razón social

Dirección

RUC

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación?

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio?

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?

a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

- a) Inglés
 - b) Francés
 - c) Portugués
 - d) Chino Mandarín
 - e) Otros:
-

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar?

Categorías:.....

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

a) En desacuerdo () b) De acuerdo () c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

a) Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

a) No se cumplieron b) Existieron algunos retrasos c) Con regularidad

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

a) No se cumplieron b) Existieron algunos retrasos c) Con regularidad

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias? (especifique la cantidad)

4.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en misiones comerciales? (especifique la cantidad)

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)

Fecha:

Fuente: Elaboración propia

Apéndice C: Empresas que registran exportaciones de aceituna de mesa indistintamente en el periodo 2016 - 2018

Año 2016

EMPRESA	TM
ACEITUNAS RUMBO AUSTRAL E.I.R.L.	5
AGRO SAVANNA DEL PERU S.A.C.	114
AGROEXPORTACIONES MACHU PICCHU S.R.L.	34
AGROIND. Y COMERCIALIZ. GUIVE E.I.R.L	876
AGROINDUSTRIAS CARRASCO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA- AGROINDUSTRIAS CARRASCO EIRL	59
AGROINDUSTRIAS CORVALAN E.I.R.L.	41
AGROINDUSTRIAS INCA PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - A.I.P. E.I.R.L.	71
AGROINDUSTRIAS ORO VERDE SUR PERUANO E.I.R.L.	34
AGROINDUSTRIAS SUR OLIVA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SUR OLIVA S.A.C.	64
AGROINDUSTRIAS VALLE VIDA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	97
AGROLIVES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	123
AGRONEGOCIOS INTERNACIONALES JOSE S.R.L.	4
ALIMENTOS DEL PACIFICO S.R.L.	96
ARMANO OLIVES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	219
BASCONT AGROEXPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - BASCONT AGROEXPORT S.A.C.	193
BAUMANN CROSBY SOCIEDAD ANONIMA	261
BIONDI Y CIA DE TACNA S.A.C.	322
BONAS OLIVAS S.A.C.	79
CALDER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	32
CARRASCO MAMANI JOSE LUIS	30
COSECHA TRADING S.A.C.	16
DESCALS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C.	98

EMPRESA AGROINDUSTRIAS SANTA MARIA. E.I.R.L.	191
EXPORT IMPORT LA LUZ E.I.R.L. - EILL E.I.R.L.	5
EXPORTACIONES MIRSA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	267
EXPORTADORA EL SOL S.A.C.	193
FUNDO LA NORIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - FUNDO LA NORIA S.A.C.	1148
FUNDO LOS OLIVOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - FUNDO LOS OLIVOS S.A.C.	9
INDUSTRIAS AGRICOLAS TACNA S.A.C.	49
JORGE EDUARDO VALDIVIA ESTRELLA S.A.C.	97
JP EXPORT S.A.C.	113
LAJHAR IMPORTADORA EXPORTADORA E.I.R.L. - LAJHAR IMPORT. EXPORT. E.I.R.L.	25
NEGOCIACIONES LA GLORIETA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	8
NOBEX AGROINDUSTRIAL S.A.	1196
OLIAMERICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA -OLIS.A.C.	357
OLIVA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	660
PERU BEAN S.A.C.	32
PORTAL DEL OLIVO S.A.C.	146
R. MUELLE S.A.C.	81
RIVERA CARPIO LUIS ANGEL	2
TIERRA ORGANICA S.A.C.	549
VASQUEZ CHARCA ROSA	3
ZEOLIVAL SUR PER E.I.R.L. - ZEOLIVAL E.I.R.L.	103
Total	8,102

Fuente: Aduanas 2020.

Año 2017

EMPRESA	TM
AGRO SAVANNA DEL PERU S.A.C.	82
AGROEXPORTACIONES MACHU PICCHU S.R.L.	7
AGROIND. Y COMERCIALIZ. GUIVE E.I.R.L	215
AGROINDUSTRIAS CARRASCO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA- AGROINDUSTRIAS CARRASCO EIRL	54
AGROINDUSTRIAS CORVALAN E.I.R.L.	18
AGROINDUSTRIAS INCA PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - A.I.P. E.I.R.L.	64
AGROINDUSTRIAS LOS CHANKAS S.A.C.	113
AGROINDUSTRIAS LUVE E.I.R.L.	19
AGROINDUSTRIAS SUR OLIVA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SUR OLIVA S.A.C.	239
AGROINDUSTRIAS VALLE VIDA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	49
AGROLIVES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	113
ALIMENTOS CORMANI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ALIMENTOS CORMANI E.I.R.L.	41
ALIMENTOS DEL PACIFICO S.R.L.	64
ALIMENTOS PROCESADOS DEL OLIVO E.I.R.L.	32
ARMANO OLIVES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	151
AROMATICO INVERSIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	3

BALBOA AGUILAR JUAN	3
BASCONT AGROEXPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - BASCONT AGROEXPORT S.A.C.	131
BAUMANN CROSBY SOCIEDAD ANONIMA	162
BIONDI Y CIA DE TACNA S.A.C.	186
CALDER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	20
CARRASCO MAMANI JOSE LUIS	9
CORPORACION COSTA VERDE E.I.R.L. - CORP. COSTA VERDE E.I.R.L.	32
COSECHA TRADING S.A.C.	65
DEI GROUP S.A.C.	20
EMPRESA AGROINDUSTRIAS SANTA MARIA. E.I.R.L.	177
EXDECCO EIRL	146
EXPORTACIONES MENDOZA E.I.R.L.	185
EXPORTACIONES MIRSA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	198
EXPORTADORA EL SOL S.A.C.	146
FUNDO LA NORIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - FUNDO LA NORIA S.A.C.	1168
INDUSTRIAS AGRICOLAS TACNA S.A.C.	32
JORGE EDUARDO VALDIVIA ESTRELLA S.A.C.	32
JP EXPORT S.A.C.	65
LAJHAR IMPORTADORA EXPORTADORA E.I.R.L. - LAJHAR IMPORT. EXPORT. E.I.R.L.	38
MAMANI QUISPE EDITA ISABEL	3
NOBEX AGROINDUSTRIAL S.A.	1018
OLIAMERICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA -OLI.S.A.C.	464
OLIVA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	272
PORTAL DEL OLIVO S.A.C.	65
R. MUELLE S.A.C.	29
RIVERA CARPIO LUIS ANGEL	4
SERVICIOS PILCO MAMANI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA- SERVICIOS PILMAM E.I.R.L.	110
TICONA ARO JOSE ALBERTO	18
TIERRA ORGANICA S.A.C.	206
YARADA NOBLE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - Y.N. S.A.C.	32
ZEOLIVAL SUR PER E.I.R.L. - ZEOLIVAL E.I.R.L.	124
Total	6,425

Fuente: Aduanas 2020.

Año 2018

EMPRESA	TM
ACEITUNAS RUMBO AUSTRAL E.I.R.L.	2
AGRO SAVANNA DEL PERU S.A.C.	81
AGROEXPORTACIONES MACHU PICCHU S.R.L.	8
AGROIND. Y COMERCIALIZ. GUIVE E.I.R. L	922
AGROINDUSTRIAS CARRASCO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA- AGROINDUSTRIAS CARRASCO EIRL	19
AGROINDUSTRIAS CORVALAN E.I.R.L.	330

AGROINDUSTRIAS DON FIORENTINO E.I.R.L.	8
AGROINDUSTRIAS LOS CHANKAS S.A.C.	81
AGROINDUSTRIAS LUVE E.I.R.L.	37
AGROINDUSTRIAS SUR OLIVA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SUR OLIVA S.A.C.	209
AGROPERU SUR E.I.R.L.	2
ALIMENTOS CORMANI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ALIMENTOS CORMANI E.I.R.L.	30
ALIMENTOS DEL PACIFICO S.R.L.	32
ARI ARI IVAN ALBERT	1
ARMANO OLIVES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	54
AROMATICO INVERSIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	146
BASCONT AGROEXPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - BASCONT AGROEXPORT S.A.C.	635
BAUMANN CROSBY SOCIEDAD ANONIMA	21
BIONDI Y CIA DE TACNA S.A.C.	83
COMERCIALIZADORA VERDE DE ALIMENTOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - COMVER ALIMENTOS S.A.C.	17
CORPORACION COSTA VERDE E.I.R.L. - CORP. COSTA VERDE E.I.R.L.	161
DESCALS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C.	16
EL OLIVAR PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - EL OLIVAR PERU S.A.C.	26
EMPRESA AGROINDUSTRIAS SANTA MARIA. E.I.R.L.	210
EXPORTACIONES MENDOZA E.I.R.L.	441
EXPORTACIONES MIRSA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	213
EXPORTADORA EL SOL S.A.C.	243
FUNDO LA NORIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - FUNDO LA NORIA S.A.C.	1658
FUNDO OLIVAR LLANOS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	15
INVERSIONES YAUCA E.I.R.L.	100
LAJHAR IMPORTADORA EXPORTADORA E.I.R.L. - LAJHAR IMPORT. EXPORT. E.I.R.L.	10
MAMANI QUISPE EDITA ISABEL	3
NEGOCIACIONES LA GLORIETA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	10
NOBEX AGROINDUSTRIAL S.A.	1676
OLIAMERICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA -OLI.S.A.C.	633
OLIVA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	449
PORTAL DEL OLIVO S.A.C.	16
PRODUCTOS FRESNA S.A.C.	16
QUENTA LOZA RENATO DIEGO	9
R. MUELLE S.A.C.	178
RIVERA CARPIO LUIS ANGEL	25
SERVICIOS PILCO MAMANI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA- SERVICIOS PILMAM E.I.R.L.	37
TICONA ARO JOSE ALBERTO	54
TIERRA ORGANICA S.A.C.	180
ZEOLIVAL SUR PER E.I.R.L. - ZEOLIVAL E.I.R.L.	258
Total	9,357

Fuente: Aduanas 2020.

Apéndice D: Ficha de recolección de datos

N°	Empresa	2016		2017		2018	
		TM	US\$	TM	US\$	TM	US\$

Apéndice E: Prueba de Normalidad

	Shapiro Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Capacitación en comercio exterior	,938	24	,149
Creencias sociales culturales económicas	,935	24	,125
Actitudes empresariales	,902	24	,024
Valores éticos morales empresariales	,813	24	,000
CULTURA EXPORTADORA	,967	24	,584
EXPORTACIONES ACEITUNA MESA en TM	,686	24	,000

Apéndice F: Juicio de expertos

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Facultad de Ciencias Empresariales	
---	---	---

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Gómez Valente, Ximena
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Profesión: Ing. Sistemas
- 1.4. Institución donde labora: ZOFERATAENA - Universidad Privada de Tacna
- 1.5. Cargo que desempeña: Gerente General
- 1.6. Denominación del Instrumento:
Cuestionario para medir la cultura exportadora de las
empresas de exportación de mesa de la región de Tacna periodo 2016-2018
- 1.7. Autor del instrumento: Gracia Cabrera Natcha Esther
- 1.8. Escuela Profesional: EPANI

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.					5
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles.					5
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría.					5
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable.					5
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					5
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.					5
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL		30				



III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 100 /

3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____
NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: Apto para continuar trámite

Tacna, 20 de octubre del 2019.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

Firma del Experto Informante

DNI. 00495585 Teléfono. 951696038



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Espinoza Casanova Angel Ulises*
- 1.2. Grado Académico: *Maestro en Ciencias con mención en Gestión Empresarial*
- 1.3. Profesión: *Ingeniero Pesquero CIP-34959*
- 1.4. Institución donde labora: *Universidad Privada de Tacna - FACEM*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Docente contratado*
- 1.6. Denominación del Instrumento:
Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: *García Cabrera Nadia Esther*
- 1.8. Escuela Profesional: *Administración de Negocios Internacionales*

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Mal	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles.					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría.				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable.				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.					X
SUMATORIA PARCIAL					8	20
SUMATORIA TOTAL		28				



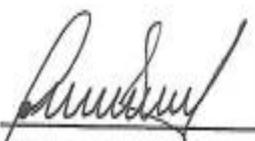
III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 28

3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR
NO FAVORABLE

3.3. Observaciones: El instrumento es considerado Valido para el desarrollo de los objetivos planteados en la investigación

Tacna, 02 de Diciembre del 2020.


Firma del Experto Informante

DNI. 07777425 Teléfono. 952659017

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Facultad de Ciencias Empresariales	
---	---	---

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Ruben Moises Laguita Espinoza
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Profesión: Ingeniero Comercial
- 1.4. Institución donde labora: UPT - USCM
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del Instrumento:
Cuestionario
- 1.7. Autor del Instrumento: Geovani Cabera, Nardía Esther
- 1.8. Escuela Profesional: Administración de Negocios Internacionales

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Mal	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.					5
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles.					5
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría.					5
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable.					5
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					5
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento.					5
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL		30				

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Facultad de Ciencias Empresariales	
---	---	---

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN3.1. Valoración total cuantitativa: 303.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____
NO FAVORABLE _____3.3. Observaciones: listo para Aplicar.

_____Tacna, 15 de diciembre del 2020

Firma del Experto Informante

DNI 0049834 Teléfono 952696219

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social Zeolwal Suez Perú E.I.R.L.
 Dirección De Caracalí 638 Villa Panamericana - Talca
 RUC 20600277660

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 6.....

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? 6.....

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 4.....

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS BPM d) BPA e) Otro:.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

Inglés b) Francés Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 4.....

Categorías: 6.....
 Tamaño de envases: 1.5 kg 2.0 kg

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo (x) c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez (x)

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- (a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad (b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias.....2..... b) Misiones.....—.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)1.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)6.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)1.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....50%...
- b) Año 2017.....60%...
- c) Año 2018.....40%...

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional __
Quedo en stock

Fecha: 07 - 01 - 2020

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social Funder La Nona SAE
 Dirección Calle Patruer Alemduz N.º 150 Peto 302
 RUC 20532520950

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 0

2.2 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? ... 0

2.3 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 2

2.4 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 1

2.5 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 12

Categorías: 2-5

Tamaño de envases:

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias.....1..... b) Misiones.....4.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)No.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)3.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)1.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....{00}%
- b) Año 2017.....{00}%
- c) Año 2018...{00}.

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional

Fecha: 07 - 01 - 20

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social Baumann Crosby SA
 Dirección Av. San Martín Nro. 259, Tal. 07
 RUC 20119194948

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 3

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? 6

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 10

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 2

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS BPM d) BPA e) Otro:.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 11
 Categorías: 15
 Tamaño de envases: Bidon 80L

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo (x) c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez (x) c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- a) Con regularidad (x) b) Existieron algunos retrasos () c) No se cumplieron ()

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- (x) a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias.....1..... b) Misiones.....4.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)5.....1.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)5.....1.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)5.....1.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....41.39 %
- b) Año 2017.....32.11 %
- c) Año 2018.....15.74 %

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local mercado nacional

Fecha: 03/01/2020

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social ... ARMANDO OLIVERA S.A.S.
 Dirección ... AV. EJERCITO ... 445'
 RUC ... 20.532.404.291

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 02

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? ... 03

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 01

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 01

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 7
 Categorías: 1
 Tamaño de envases: ... Budonés ... (60 kg. 110 kg. 130 kg.)

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo (X) c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez (X) c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- (X) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- (X) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias.....0!..... b) Misiones.....0!.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)0!.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)0!.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)2.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016... 60%
- b) Año 2017... 40%
- c) Año 2018... 50%

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local mercado nacional

Fecha: 02-01-20

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social *Alimentos del Paraguay S.R.L.*
 Dirección *Aves. Ceccari N.º 24 Lote 9*
 RUC *20520074458*

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? *0.1*

2.2 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? *0.1*

2.3 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? *2*

2.4 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? *0.1*

2.5 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS BPM d) BPA e) Otro:.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín

e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? *5*

Categorías: *7*

Tamaño de envases:

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo () c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias.....0..... b) Misiones.....2.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)0.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)2.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)1.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016... 100%
- b) Año 2017... 90%
- c) Año 2018... 90%

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local ___ mercado nacional ___
Saldo por el siguiente año:

Fecha: 02-01-2020

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social Exportaciones Mirsa E.I.R.L
 Dirección Calle Rufino Albarrasín Guadra N° 447
 RUC 20319791413

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?2.....

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación?1.....

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?2.....

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio?0.....

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar?5.....

Categorías:.....12.....

Tamaño de envases:.....

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

a) En desacuerdo () b) De acuerdo () c) Muy de acuerdo (x)

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

a) Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez (x)

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

(x) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

(x) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

a) Ferias.....2..... b) Misiones.....3.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)1.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)1.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)1.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

a) Año 2016...100%...

b) Año 2017...90%...

c) Año 2018...90%...

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional __
Saldo para año siguiente (Saldos son considerados como exportación para el siguiente año)

Fecha: 04 -01-2020

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social AGROINDUSTRIA COEVALAN SRL
 Dirección HZA D LOTE 4 TAPANA
 RUC 2060186358

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

- 2.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?1.....
- 2.2 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? ...3.....
- 2.3 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?1.....
- 2.4 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? ...3.....
- 2.5 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:.....1.....
- 2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

- 3.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? ..24.....
 Categorías:.....8.....
 Tamaño de envases:.....

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- Ferias.....1..... b) Misiones.....4.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)2.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)5.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)N/D.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....
- b) Año 2017.....
- c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional _

Fecha: 07-01-20

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social Oltamerica SAE
 Dirección Coo 1º de Setiembre N.º 4 Lt 23 c.p.m Leguía
 RUC 20532464359

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 1

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? 3

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 1

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 4

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS BPM BPA e) Otro:

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

Inglés b) Francés Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 13
 Categorías: 24
 Tamaño de envases:

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo () c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias... 5 b) Misiones... 3

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad) 2

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad) 7

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar) 1

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....95%.
- b) Año 2017.....90%.
- c) Año 2018.....85%.

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional _

Fecha: 06-01-2020

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social ABROINDUSTRIA Y COMERCIALIZADORA SUIVE E.I.R.L.

Dirección AV. EJERCITO N° 322 TACNA

RUC 30318165051

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?6.....

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación?2.....

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?2.....

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio?0.....

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
a) ISO b) OSHAS BPM BPA e) Otro:.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de masa se ofertaron para exportar?8.....
Categorías:.....12.....
Tamaño de envases:.....

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo (x) c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez (x) c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- (a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- (a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- (a) Ferias.....1..... (b) Misiones.....4.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)1.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)4.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)1.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

a) Año 2016... 70%.....

b) Año 2017... 80%.....

c) Año 2018... 80%.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional __

Fecha: 09/01/2020

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social OLIVA PERÚ SAC

Dirección AV. EJECUTIVO N° 302 ZACANA

RUC 20519901945

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 6

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? 2

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 2

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 0

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 15

Categorías: 2, 2

Tamaño de envases:

3.2 En el período 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo (X) c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el período 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez (X) c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el período 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- (X) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el período 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- (X) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- (X) Ferias.....1..... b) Misiones.....2.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)1.....

5.2 En el período 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)2.....

5.3 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)1.....

0119
10/10/20

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016... 70.1...
- b) Año 2017... 80.1...
- c) Año 2018... 85.1...

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local ___ mercado nacional ___

Fecha: 09/01/2020

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social *Agro. Saborana del Perú S.A.C.*
 Dirección *Av. José Faustino Sánchez Carrión 6101*
 RUC *20318703301*

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? *4*

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? *2*

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? *1*

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? *1*

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro: *Ø*

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarin
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? *12*

Categorías: *15*
 Tamaño de envases:

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo (X) c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez (X) c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- a) Con regularidad (X) b) Existieron algunos retrasos () c) No se cumplieron ()

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad () b) Existieron algunos retrasos () c) No se cumplieron (X)

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias...../..... b) Misiones...../.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social FIBROEXPORTACIONES HINCUBICHA S.R.L.
 Dirección CALLE URUBA 417 DPO. SJ. URB SAN SAN ANDR
TRUJILLO
 RUC 20477545344

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 1

2.2 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? 1

2.3 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 0

2.4 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 0

2.5 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro: 0

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros: 0

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 879

Categorías:

Tamaño de envases:

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo () c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias.....1..... b) Misiones.....2.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)0.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)2.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)2.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....100%
- b) Año 2017.....10%
- c) Año 2018.....100%

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional _

Fecha: 23/12/2019

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social *Agroindustria Paraseco C.T.K.L.*
 Dirección *Cal. Uruguay N° 769 Urb. Paraseco*
 RUC *2060.00.53.764*

1.1 Productor Acoplador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 0

2.2 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? 2

2.3 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 0

2.4 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 0

2.5 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros: 0

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 8

Categorías: 8

Tamaño de envases:

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la sceltuna de mesa, fueron competitivos?

a) En desacuerdo () b) De acuerdo c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

a) Ferias.....0..... b) Misiones.....4.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)0.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)2.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)0.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....
- b) Año 2017.....
- c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional __

Fecha: 10-01-20

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social *AGROCOMERCIAL S.V. Biosa*
 Dirección *Calle Inca Alvar. N° 1267, Int. 01 - Puno Chico -*
 RUC *20600215279*

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? *2*

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? *2*

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? *1*

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? *1*

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS BPM d) BPA e) Otro:

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? *7*

Categorías: *7*

Tamaño de envases:

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias.....0..... b) Misiones.....2.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)0.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)2.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)0.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....
- b) Año 2017.....
- c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local ___ mercado nacional _

Fecha: 04-01-20

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social Bascant Agro export SAC
 Dirección Av. Vicente Dagnino N° 292
 RUC 20533016066

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

- 2.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?2.....
- 2.2 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación?2.....
- 2.3 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?4.....
- 2.4 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio?9.....
- 2.5 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) ~~BPM~~ d) BPA e) Otro:.....
- 2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 a) ~~Inglés~~ b) Francés c) ~~Portugués~~ d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

- 3.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar?4.....
 Categorías:.....9.....
 Tamaño de envases:.....

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social Bascant Agro export SAC
 Dirección Av. Vicente Daguino N° 292
 RUC 20533016066

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?2.....

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación?2.....

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?4.....

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio?9.....

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) ~~BPM~~ d) BPA e) Otro:.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 a) ~~Inglés~~ b) Francés c) ~~Portugués~~ d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar?4.....
 Categorías:.....8.....
 Tamaño de envases:.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....
- b) Año 2017.....
- c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional _

Fecha: 14-01-20

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social Biondi y Cia de Tacna SAC
 Dirección Calle Patricio Melendez N° 150 Dpto. SAH
 RUC 20133270761

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?2.....

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación?1.....

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?3.....

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio?3.....

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:.....1.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar?8.....

Categorías:.....10.....

Tamaño de envases:.....

3.2 En el período 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el período 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el período 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- a) Con regularidad Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el período 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos No se cumplieron

4.3 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias..... 2..... b) Misiones..... 2.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad) R.....

5.2 En el período 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad) 2.....

5.3 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar) 2.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....
- b) Año 2017.....
- c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional _

Fecha: 15 - 01 - 18

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social AGROINDUSTRIA SANTA MARÍA
 Dirección Urb. Santa Clara G. 4 Tacna
 RUC 20532621551

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

- 2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?2.....
- 2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación?2.....
- 2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?1.....
- 2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio?2.....
- 2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:.....1.....
- 2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Manderín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

- 3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar?24.....
 Categorías:.....5.....
 Tamaño de envases:.....

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

a) En desacuerdo () b) De acuerdo (✓) c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

a) Con frecuencia () b) Rara vez (✓) c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

a) Ferias.....2..... b) Misiones.....4.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)1.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)2.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)7.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....57%
- b) Año 2017.....90%
- c) Año 2018.....0%

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional __

Fecha: 24-09-2020

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social Exportadora del Sol SAC
 Dirección Av. Costanera s/n Asentamiento 04 - La Yacoda
 RUC 20100021843

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?1.....

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación?2.....

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?1.....

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio?1.....

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:1.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarin
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar?1.....
 Categorías:2,4.....
 Tamaño de envases:

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

a) En desacuerdo () b) De acuerdo () c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

a) Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

a) Ferias.....?..... b) Misiones.....?.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)1.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)1.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)0.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....
- b) Año 2017.....
- c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local ___ mercado nacional _

Fecha: _____

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social LAJHAR IMPORTADORA EXPORTADORA E.I.R.L.
 Dirección C/PA LAGUNA VERDE 101 LOTE 04 URB. LOS ARBORES
 RUC 20533183606

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 1.....

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? 2.....

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 1.....

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 2.....

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarin
 e) Otros: Ø.....

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 8.....
 Categorías: 12.....
 Tamaño de envases:.....

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo () c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias.......... b) Misiones........

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

a) Año 2016.....

b) Año 2017.....

c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional __

Fecha: 16-01-18

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social NOBEX AGROINDUSTRIAL S.A
 Dirección Au. Los Faisanes 248 Urb. La Campiña - Chusillos - Lima
 RUC 20596090935

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?4.....

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación?3.....

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?4.....

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio?1.....

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro...3.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar?15.....
 Categorías:3.....
 Tamaño de envases:

3.2 En el período 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

a) En desacuerdo () b) De acuerdo (x) c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el período 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

a) Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez (x)

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el período 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

a) Con regularidad (x) b) Existieron algunos retrasos () c) No se cumplieron ()

4.2 En el período 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

a) Con regularidad (x) b) Existieron algunos retrasos () c) No se cumplieron ()

4.3 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

a) Ferias.....4..... b) Misiones.....1.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)1.....

5.2 En el período 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)8.....

5.3 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)2.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

a) Año 2016.....

b) Año 2017.....

c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional __

Fecha: 01-01-10

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social *Portal del Olivo*

Dirección *Calle Coronel Vidal n° 139 Dpto. del Taro.*

RUC *20533050298*

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

- 2.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? *2*
- 2.2 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? *1*
- 2.3 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? *1*
- 2.4 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? *2*
- 2.5 En el período 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro: *1*
- 2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
e) Otros:

III. Creencias sociales, culturales y económicas

- 3.1 En el período 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? *8*
- Categorías: *8*
- Tamaño de envases:

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez () c) Ninguna vez

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias.....0..... b) Misiones.....0.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)0..... *

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)4.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)0.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

a) Año 2016.....

b) Año 2017.....

c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local ___ mercado nacional _

Fecha: 05-01-19

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social R. Huella SAC
 Dirección Jr. Miller N° 450 Int. 603 Prov. Callao - Perú
 RUC 201000401832

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

- 2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 1
- 2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? 1
- 2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 1
- 2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 1
- 2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro: 1
- 2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros: 1

III. Creencias sociales, culturales y económicas

- 3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 8
 Categorías: 12
 Tamaño de envases: 12

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social R. Huelle SAC
 Dirección Jr. Miller N° 450 Int. 603 Prov. Callao - Perú
 RUC 201000401836

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

- 2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 1
- 2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? 1
- 2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 1
- 2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? 1
- 2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro: 1
- 2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?
 a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros: 1

III. Creencias sociales, culturales y económicas

- 3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? 8
 Categorías: 12
 Tamaño de envases: 12

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

En desacuerdo () b) De acuerdo () c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

a) Con frecuencia () b) Rara vez c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

a) Con regularidad Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

a) Con regularidad Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

a) Ferias.......... b) Misiones..........

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....
- b) Año 2017.....
- c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional _

Fecha: 09-01-10

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social ..Rovira Corpia... Lim. Angel.....
 Dirección ..R.I.N...M.I.A...S.C...Sapirayua.....
 RUC1.014.881.1191.....

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar? 2.....

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación? ...1.....

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron? 1.....

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio? ...1.....

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro: ...a.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros: 0.....

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar? ...14.....

Categorías:..... 12.....

Tamaño de envases:.....

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

a) En desacuerdo () b) De acuerdo (✓) c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

a) Con frecuencia () b) Rara vez (✓) c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

a) Con regularidad b) Existieron algunos retrasos c) No se cumplieron

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

a) Ferias.....0..... b) Misiones.....2.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)0.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)0.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)2.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....
- b) Año 2017.....
- c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional __

Fecha: 14-01-20

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

I. Datos de la empresa

Razón social TIERRA ORGANICA SAC
 Dirección CALLE LAS LADERAS N° 504 URB. CASARENAS - SURECO
 RUC 20551456014

1.1 Productor Acopiador Procesador Exportador

II. Capacitación en comercio exterior

2.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre la legislación para exportar?2.....

2.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron sobre normas tributarias aplicadas a la exportación?2.....

2.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántos estudios de mercado se realizaron?2.....

2.4 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas capacitaciones se recibieron en temas relacionados a los Tratados de Libre Comercio?1.....

2.5 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa cumplió con las normas de calidad?
 a) ISO b) OSHAS c) BPM d) BPA e) Otro:.....2.....

2.6 ¿El personal encargado de las exportaciones dominan idiomas extranjeros?

a) Inglés b) Francés c) Portugués d) Chino Mandarín
 e) Otros:2.....

III. Creencias sociales, culturales y económicas

3.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Cuántas presentaciones de la aceituna de mesa se ofertaron para exportar?12.....
 Categorías:.....3.....
 Tamaño de envases:.....

3.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los precios ofrecidos para la exportación de la aceituna de mesa, fueron competitivos?

- a) En desacuerdo () b) De acuerdo (X) c) Muy de acuerdo ()

3.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿Existieron quejas de los clientes en relación del producto exportado?

- a) Con frecuencia () b) Rara vez (X) c) Ninguna vez ()

IV. Actitudes empresariales

4.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿Se cumplieron con las obligaciones tributarias?

- a) Con regularidad (X) b) Existieron algunos retrasos () c) No se cumplieron ()

4.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿Los contratos pactados, se cumplieron con normalidad?

- a) Con regularidad (X) b) Existieron algunos retrasos () c) No se cumplieron ()

4.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa participó en ferias y misiones comerciales? (especifique la cantidad)

- a) Ferias.....1..... b) Misiones.....1.....

V. Valores éticos, morales y empresariales

5.1 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa realizó actividades de responsabilidad social en beneficio de la comunidad de su área de influencia? (especifique la cantidad)1.....

5.2 En el periodo 2016 - 2018 ¿El nivel de credibilidad de la empresa, se vio reflejada en la captación de nuevos clientes? (especifique la cantidad)0.....

5.3 En el periodo 2016 - 2018 ¿La empresa implementó medidas para el cuidado del medio ambiente? (detallar)1.....

VI. Exportación de aceituna de mesa

6.1 ¿Qué porcentaje de la producción exportaron?

- a) Año 2016.....
- b) Año 2017.....
- c) Año 2018.....

6.2 La producción no exportada se destinó: mercado local __ mercado nacional __

Fecha: 15-01-18

Fuente: Elaboración propia