



# Universidad Inca Garcilaso de la Vega

**FACULTAD DE COMERCIO EXTERIOR Y RELACIONES**

**INTERNACIONALES**

“La Internacionalización de las Pymes peruanas para la oferta exportable de banana tipo Cavendish a EEUU, 2023”

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Para optar el título profesional de Licenciado en Gestión de Negocios

Internacionales

**AUTOR**

Carranza Carranza, Helguy Martin

**ASESOR**

Morales Godo, Ángel Francisco

**Lima, Agosto 2023**

# “La Internacionalización de las Pymes peruanas para la oferta exportable de banana tipo Cavendish a EEUU, 2023”

## INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to University of Southern Mississippi Trabajo del estudiante	6%
2	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	4%
3	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	María Merced Montenegro-Arcila. "Relaciones de redes, perspectiva de internacionalización para la pyme Gastro Innova", Ploutos, 2021 Publicación	1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	siteal.iiep.unesco.org	

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de investigación está dedicado a mi madre, por siempre confiar en mí y por ser el gran ejemplo a seguir;*

*A mi gran compañera de vida, por su grandioso amor y apoyo espiritual;*

*A mis compañeros y amigos un reconocido abrazo con toda la mejor energía, para que consigan con gran ánimo los objetivos y metas que se propongan en la vida.*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la naturaleza en todas sus dimensiones, fuente de vida y parte de todo lo que rodea mi existir, sin esa maravilla no habría nacido las ganas de investigar todo lo que hasta ahora he aprendido como ser humano, llevándome por caminos filosóficos, espirituales y académicos, adquiriendo conocimientos y reconociendo los valiosos momentos que nos otorga el vivir.

También deseo agradecer a los profesores que lograron enseñarme valores y formar un buen ser humano, gracias por su vocación de servicio.

Agradezco a mi familia por darme su amor incondicional en todo momento; a mis amigos y compañeros de trabajo por apoyarme constantemente compartiendo sus conocimientos, experiencias académicas y profesionales, motivándome a lograr este gran objetivo.

Agradezco al docente Morales Godo Ángel Francisco, por su perseverancia, paciencia y gran experiencia en la instrucción de metodologías de la investigación, aprendí lo valioso del investigar.

## RESUMEN

El trabajo de investigación permitió evidenciar que el objetivo general se cumplió, que la internacionalización de las pymes posibilita la mejora de la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos

El estudio es de tipo aplicada, nivel descriptivo y enfoque cuantitativo. Asimismo, a investigación está basada en el diseño no experimental, el instrumento de investigación utilizado es el cuestionario y para la recolección datos se utilizó la encuesta. La población fue de 23 pymes exportadoras de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos.

Se obtuvo el coeficiente de 0.75 que evidencia la confiabilidad del instrumento. Además, los datos recolectados de los encuestados fueron tabulados con el objeto de explicar el problema general, para lo cual se utilizó el teorema central de límite para calcular el límite de control superior e inferior respecto a la media de cada pregunta del cuestionario, lo que permitió dar una propuesta de solución al problema.

**Palabras claves:** Internacionalización, oferta exportable, pymes agroexportadoras, diseño no experimental, confiabilidad, teorema central de límite.

## **ABSTRACT**

The research work made it possible to show that the general objective was met, that the internationalization of Pymes makes it possible to improve the exportable supply of Cavendish-type bananas to the United States.

The study is applied type, descriptive level, and quantitative approach. Likewise, the research is based on the non-experimental design, the research instrument used is the questionnaire and the survey was used for data collection. The population was 23 Pymes exporting Cavendish-type bananas to the United States.

The coefficient of 0.75 was obtained, which evidences the reliability of the instrument. In addition, the data collected from the respondents were tabulated in order to explain the general problem, for which the central limit theorem was used to calculate the upper control limit and lower than the average for each question in the questionnaire, which allowed for a proposed solution to the problem.

**Keywords:** Internationalization, exportable supply, agro-export Pymes, non-experimental design, reliability, central limit theorem.

## ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO .....	3
RESUMEN .....	4
ABSTRACT.....	5
ÍNDICE GENERAL .....	6
INDICE DE TABLAS .....	7
INDICE DE FIGURAS.....	8
INDICE DE GRÁFICOS .....	9
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	12
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	12
1.2 Formulación del Problema General y Específicos .....	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
2.1 Marco Histórico.....	17
2.2 Bases Teóricas.....	19
2.3 Marco Legal .....	32
2.4 Antecedentes del Estudio .....	35
2.5 Marco Conceptual .....	41
CAPITULO III: JUSTIFICACION Y DELIMITACION DE LA INVESTIGACION.....	44
3.1 Justificación e Importancia del Estudio .....	44
3.2 Delimitación del Estudio.....	46
CAPITULO IV: FORMULACION DEL DISEÑO.....	47
4.1 Formulación del Diseño .....	47
4.2 Diseño Esquemático.....	47
4.3 Descripción de los aspectos básicos del diseño .....	50
CAPITULO V: PRUEBA DE DISEÑO .....	54
5.1 Aplicación de la Propuesta de Solución.....	54
CONCLUSIONES .....	73
RECOMENDACIONES.....	74
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	75
ANEXOS .....	82
Anexo 1: Cuestionario.....	82
Anexo 2: Matriz de consistencia .....	84
Anexo 3: Validación del instrumento de investigación .....	85
Anexo 4: Confiabilidad del instrumento de investigación .....	88

## INDICE DE TABLAS

Tabla 2.2.2.3 Importaciones mundiales de banana tipo Cavendish por volumen.....	30
Tabla 4.3.2 Exportaciones peruanas de PA: 0803901100 - bananas o plátanos, frescos o secos tipo «Cavendish Valery» .....	51
Tabla 5.1 ¿Estima usted que la internacionalización de las pymes agroexportadoras es un factor clave para mejorar la oferta exportable de las bananas tipo Cavendish a Estados Unidos? .....	54
Tabla 5.2 ¿Considera que las pymes agroexportadoras cumplen con los estándares de calidad requeridos al exportar bananas tipo Cavendish que se dirige al mercado de Estados Unidos? .....	55
Tabla 5.3 ¿Las certificaciones sanitarias garantizan a las pymes agroexportadoras el ingreso de sus exportaciones de banana tipo Cavendish al mercado de Estados Unidos? .....	56
Tabla 5.4 ¿El tratado de libre comercio con los Estados Unidos favorece a las pymes agroexportadoras de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos? .....	57
Tabla 5.5 ¿Las pymes agroexportadoras poseen volúmenes de producción para satisfacen la demanda de bananas tipo Cavendish de Estados Unidos? .....	58
Tabla 5.6 ¿Considera que hay potencial de oferta exportable de bananas tipo Cavendish por las pymes agroexportadoras que posibilita el incremento de sus envíos a los Estados Unidos? .....	59
Tabla 5.7 ¿Estima que el tamaño de la población consumidora es un aspecto relevante que favorece a la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos? .....	60
Tabla 5.8 ¿Está conforme con los requisitos fitosanitarios que impone Estados Unidos para el ingreso de la oferta exportable de bananas tipo Cavendish? .....	61
Tabla 5.9 ¿La oferta exportable peruana de bananas tipo Cavendish y los estándares internacionales son relevantes para el ingreso a Estados Unidos de acuerdo con TLC? .....	62
Tabla 5.10 ¿Percibe que las autoridades competentes brindan el apoyo necesario para la simplificación administrativa del ingreso de la banana tipo Cavendish a los Estados Unidos? .....	63
Tabla 5.11 Cuantifica cada respuesta del cuestionario (VI) .....	64
Tabla 5.12: Frecuencia de las respuestas del cuestionario (VI) .....	65
Tabla 5.13: Preguntas de la variable independiente (VI) .....	66
Tabla 5.14: Límites de control superior e inferior.....	68
Tabla 5.15 Cuantifica cada respuesta del cuestionario (VD) .....	69
Tabla 5.16: Frecuencia de las respuestas del cuestionario (VD) .....	70
Tabla 5.17: Preguntas de la variable dependiente (VD) .....	70
Tabla 5.18: Límites de control superior e inferior.....	72



## INDICE DE FIGURAS

Figura 2.2.2.5 Destinos de las exportaciones peruanas de los sectores agropecuarios y frutas .....	31
Figura 4.2.6 Estructura organizacional de una pyme agroindustrial.....	49

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 5.1 La internacionalización de las pymes agroexportadoras es un factor clave para mejorar la oferta exportable de las bananas tipo Cavendish a Estados Unidos .....	54
Gráfico 5.2 Las pymes agroexportadoras cumplen con los estándares de calidad requeridos al exportar bananas tipo Cavendish que se dirige al mercado de Estados Unidos .....	55
Gráfico 5.3 Las certificaciones sanitarias garantizan a las pymes agroexportadoras el ingreso de sus exportaciones de banana tipo Cavendish al mercado de Estados Unidos .....	56
Gráfico 5.4 El tratado de libre comercio con los Estados Unidos favorece a las pymes agroexportadoras de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos .....	57
Gráfico 5.5 Las pymes agroexportadoras poseen volúmenes de producción para satisfacen la demanda de bananas tipo Cavendish de Estados Unidos .....	58
Gráfico 5.6 Hay potencial de oferta exportable de bananas tipo Cavendish por las pymes agroexportadoras que posibilita el incremento de sus envíos a los Estados Unidos .....	59
Gráfico 5.7 El tamaño de la población consumidora es un aspecto relevante que favorece a la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos .....	60
Gráfico 5.8 Los requisitos fitosanitarios que impone Estados Unidos para el ingreso de la oferta exportable de bananas tipo Cavendish .....	61
Gráfico 5.9 La oferta exportable peruana de bananas tipo Cavendish y los estándares internacionales son relevantes para el ingreso a Estados Unidos de acuerdo con TLC .....	62
Gráfico 5.10 Las autoridades competentes brindan el apoyo necesario para la simplificación administrativa del ingreso de la banana tipo Cavendish a los Estados Unidos .....	63
Gráfico 5.11 Gráfico del límite de Control de la VI .....	68
Gráfico 5.12 Gráfico del límite de Control de la VD .....	72

## INTRODUCCIÓN

La principal motivación del presente trabajo de investigación se basa en el impulso que deben tener los sectores donde se concentra la principal fuerza laboral que son los emprendedores, en ese sentido, las pymes son negocios formales que necesitan mejorar sus condiciones de desarrollo. Por ello, se considera conveniente investigar y analizar las condiciones que en este caso se concentran en la intención de mejorar la internacionalización de las pymes, específicamente en el sector bananero que tiene una producción especial de tipo Cavendish, producida al norte del Perú, en las provincias de Piura y Tumbes.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2023), los precios del banano en los principales mercados de importación, en especial en la Unión Europea y Estados Unidos, están aumentando debido a la demanda constante. Sin embargo, se ha informado que los precios al productor se mantienen bajos debido a la competencia en la cadena de valor del banano, problemas de calidad en algunos orígenes durante el año 2022 y la saturación en los mercados globales durante los primeros meses de la guerra en Ucrania.

En tal sentido, la investigación se desarrolló en cinco capítulos, en el primer capítulo se refiere al Planteamiento del Problema, se realiza la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema general y específicos y el Objetivo general y específicos.

El segundo capítulo corresponde al Marco Teórico de la Investigación, se desarrolla el marco histórico, bases teóricas, marco legal, antecedentes de estudio y marco conceptual.

El tercer capítulo trata de la Justificación y Delimitación de la Investigación, se plantea la justificación e importancia del estudio y la delimitación del estudio.

El cuarto capítulo se refiere a la Formulación del Diseño, se realiza la formulación del diseño, diseño esquemático y la descripción de los aspectos básicos del diseño.

El quinto capítulo se denomina Prueba de Diseño, se trata de la aplicación de la propuesta de solución. Luego, se plantean las Conclusiones, Recomendaciones, Referencias Bibliográficas y Anexos.

La presente investigación pretende motivar a la realización de futuros trabajos de investigación en el sector productivo agroindustrial del país, para continuar con el crecimiento económico de las personas emprendedoras que habitan en lugares con amplio potencial en la producción de alimentos, siendo productos que se pueden renovar constantemente otorgando la posibilidad de un desarrollo sostenido, promoviendo el desarrollo empresarial, la diversificación de la oferta exportable, que coadyuvarán al crecimiento económico del país.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción de la Realidad Problemática**

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021), a consecuencia de la pandemia Covid -19, la reestructuración económica en el Perú ha venido impulsándose principalmente por la fuerza laboral no calificada, que abarca aproximadamente el 70%.

En los últimos años, 2016 al 2021, el número de Pymes se ha incrementado a un ritmo promedio anual de 4.1%. No obstante, en el 2021 las Mipyme disminuyeron en 25,1% con respecto al año anterior y teniendo cerca de 2,1 millones de MiPymes formales, las cuales constituyeron el 99,5% de todas las empresas formales en la economía. De ellas, el 95,6% eran microempresas, el 3,8% pequeñas empresas y solo el 0,1% medianas empresas, Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2023).

En el 2022, 8,200 empresas que se dedicaron a la exportación, y el 93.1% de ellas fueron Mipymes que pertenecen a diversas regiones y sectores del país. Según el tamaño de la empresa, 59.5% fueron microempresas, 32,4% pequeñas y 6,9% grandes (Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales, 2023).

Actualmente existe una tasa elevada de mortandad de las Pymes debido a los cambios de poderes en el gobierno central que han llevado al país a una inestabilidad económica, motivando aún más el incremento de la pobreza en los últimos años.

La Directora Gerente, Kristalina Georgieva, Fondo Monetario Internacional (FMI, 2023), declaró que la mayoría de las economías del mundo tendrá un difícil 2023, explicado por la desaceleración de los principales motores del crecimiento: Estados Unidos, Europa y China, asimismo, destacó que las pymes son el mayor empleador del mundo.

En ese contexto, el gobierno peruano viene desarrollando diferentes planes estratégicos para combatir dicho retroceso y fomentar el impulso necesario para el desarrollo de las pymes, teniendo como objetivo una visión de internacionalización, puesto que en estos

tiempos es muy importante para el desarrollo de una nación, diversificar sus inversiones en mercados extranjeros enfocándose en mercados que tengan mayor receptividad en productos que conformen su oferta exportable.

Es así como, en el marco del Día Nacional de la Mype, el Ministerio de la Producción y la Asociación Pyme Perú organizaron la Semana de la Mype 2023, denominada Unidos Ganamos Todos; con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores y la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas teniendo como objetivo reconocer el apoyo de las Mype al desarrollo del país generando puestos de trabajo como motor de la economía.

Asimismo, el Ministerio de Economía y Finanzas con el Fondo de Apoyo Empresarial FAE-Mype, promueven campañas para garantiza créditos de capital de trabajo para las micro y pequeñas empresas, Mypes, de todos los sectores productivos, canalizados a través de las entidades del sistema financiero y las cooperativas de ahorro y crédito.

Adicionalmente, el Ministerio de la Producción exonera del pago de tasas registrales, programa elaborado en coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas y el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos; con la finalidad de promover el tránsito de las empresas emprendedoras hacia la formalidad empresarial.

De otro lado, instituciones como el Ministerio de Relaciones Exteriores, en colaboración con la Asociación de Exportadores, el Instituto Tecnológico de la Producción y la Universidad del Pacífico, organizan eventos de capacitación como el II Encuentro de Negocios para la Internacionalización de las Mipymes a Estados Unidos y Canadá, cuyo objetivo es continuar con el apoyo y la expansión de las Mipymes que están exportando sus productos a los mercados estadounidense y canadiense, en los sectores de agroindustria, textil y confecciones y acuicultura.

Como panorama de la oferta exportable peruana, se muestra a un país netamente exportador de minerales, sin embargo, la agroindustria ha ido tomando un papel

preponderante siendo el segundo sector más importante de la oferta exportable, concentrando el 13% del total dirigido al mundo, con productos estrella que han posicionado al Perú como líderes exportadores de uva, espárrago, quinua y arándano.

Sin embargo, se requiere abrir más la cartera de productos agroindustriales, así como vencer las barreras no arancelarias impuestas en algunos países con rechazos injustificados de embarques por requisitos técnicos y sanitarios y salvaguardias, entre otros factores.

Por tal motivo, luego de observar el comportamiento de las exportaciones registradas por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, caemos en la particularidad que los envíos hacia mercados extranjeros peruanos de bananos tipo Cavendish durante el periodo enero a marzo del 2022 al 2021, han decrecido en 14% y particularmente a Estados Unidos a menos de 22% que es el 4° destino de dichas exportaciones al mundo.

Asimismo, se observó en la base de datos de comercio internacional TradeMap (2023), que el Perú es el 5° proveedor a Estados Unidos de bananas tipo Cavendish, con apenas el 1.3% de su total exportado teniendo como principales proveedores a Guatemala 41%, Costa Rica 16%, Ecuador 13% y Honduras 11%.

A pesar de tener un TLC con Estados Unidos desde el 01 de febrero de 2009 y en cuya preferencia arancelaria las importaciones a ese mercado de bananas peruanas tipo Cavendish tienen ingreso libre de aranceles, las autoridades sanitarias que son la contraparte del Servicio Nacional de Sanidad Agraria, SENASA, en nuestro país y que en Estados Unidos es Animal and Plant Health Inspection Service, APHIS, Servicio de Inspección de Animales y Plantas, institución encargada de supervisar el cumplimiento de las inspecciones para el control de plagas y enfermedades nocivas de ingreso a dicho mercado; no establecen vínculos sólidos de viabilidad para el ingreso de dicho producto por temas de trazabilidad y certificaciones técnicas y sanitarias que, entre otros factores, serán motivo de análisis en el presente trabajo de investigación.

## **1.2 Formulación del Problema General y Específicos**

### **1.2.1 Problema General**

¿De qué manera la internacionalización de las Pymes incide en la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos?

### **1.2.2 Problema Específico 1**

¿De qué forma el cumplimiento de estándares de calidad incide la oferta exportable de la banana a Estados Unidos?

### **1.2.3 Problema Específico 2**

¿De qué manera las certificaciones fitosanitarias inciden en la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos?

### **1.2.4 Problema Específico 3**

¿Cómo el tratado de libre comercio incide en la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos?

## **1.3 Objetivo General y Específicos**

### **1.3.1 Objetivo General**

Determinar si la internacionalización de las Pymes posibilita la mejora de la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

### **1.3.2 Objetivo Específico 1**

Analizar si el cumplimiento de los estándares de calidad incide en la oferta exportable de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos.

### **1.3.3 Objetivo Específico 2**

Establecer si las certificaciones fitosanitarias inciden en la oferta exportable de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos.



### **1.3.4 Objetivo Específico 3**

Evaluar si el tratado de libre comercio incide en la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 Marco Histórico**

Durante el año 1960, las exportaciones peruanas alcanzaron los US\$ 444 millones y las importaciones los US\$ 341 millones, lo que resultó en un comercio internacional total de US\$ 785 millones. Sin embargo, la política de protección industrial que se implementó en ese momento provocó una escasez de insumos y bienes intermedios para la producción nacional, lo que hizo que la industria peruana fuera poco competitiva y de baja calidad, cambiando el desempeño del comercio exterior peruano.

Más adelante, en la Conferencia General de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 1998), se reconoció la importancia de la creación de las pequeñas y medianas empresas, con el fin de para buscar el bienestar económico, social y espiritual y el desarrollo de las personas, las familias, las comunidades y las naciones. La conferencia tomó nota que estas empresas proveían la mayoría de los puestos de trabajo creados a escala mundial. Además, expuso el valor especial que revisten los empleos productivos, duraderos y de calidad que ofrecen estas empresas, reconociendo que las pequeñas y medianas empresas ofrecen a las mujeres y a otros grupos habitualmente desfavorecidos la posibilidad de acceder en mejores condiciones a estos empleos. Asimismo, con el fin de promover la creación de empleos en estas empresas, y se concluyeron en la recomendación de crear las pequeñas y medianas empresas, International Labour Organization (ILO, 1998).

Durante el periodo de 1991 a 2000, la economía peruana estaba pasando por un mal momento, lo que llevó a la implementación de estrategias para impulsar la economía. Fue en 1995 que Perú se unió a la Organización Mundial del Comercio, OMC, lo que marcó el inicio de su apertura comercial. Además, permitió una mayor diversidad en las importaciones y una mayor industrialización en el país, ya que se importaban bienes para ser transformados y reexportados. Durante este periodo, el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y

Negociaciones Comerciales Internacionales era el ente regulador de estos desafíos y fue ganando un papel cada vez más importante en las actividades económicas del país. Más adelante, en el último trimestre del año 2000, se aprobó la Ley de Promoción Agraria, que sirvió para flexibilizar las obligaciones tributarias y laborales con el fin de impulsar y desarrollar las agro exportaciones.

A principios del año 2000 el Perú inició conversaciones con Estados Unidos para negociar un acuerdo comercial que permitiera una mayor apertura hacia el mercado estadounidense, que en ese entonces tenía una población de alrededor de 280 millones de personas. Luego, en el año 2002, se creó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR, separando las funciones de la industria y el comercio interno del comercio exterior y turismo. El MINCETUR encabezó las negociaciones comerciales internacionales y la promoción del turismo en Perú a partir de entonces, que a su vez se encargó de la ejecución de los tratados comerciales con demás países con mercados estratégicos muy importantes, Cámara de Comercio de Lima (CCL, 2021).

En los últimos años, gracias a la colaboración de los sectores público y privado, las exportaciones peruanas han experimentado un gran crecimiento. Durante el período 2003-2008, las exportaciones se triplicaron, pasando de US\$ 9.0 mil millones a US\$ 31.0 mil millones. El sector agroindustrial no tradicional fue el que más se desarrolló entre 2000 y 2009, pasando de US\$ 394 millones a US\$ 1.8 mil millones. En los últimos años se han negociado 21 acuerdos comerciales con importantes mercados internacionales y en la última década (2010-2019) las exportaciones aumentaron de 35.8 mil millones a 46.4 mil millones. Aunque Perú es conocido como un país exportador de minerales, las exportaciones agroindustriales también han ganado terreno en el total de exportaciones (CCL, 2021).

En la región de Latinoamérica, las grandes empresas tienen un papel relevante en la economía, pero son las pequeñas y medianas empresas las que impulsan el crecimiento de la

región. Estas últimas representan el 95% de todas las empresas establecidas y generan el 67% del empleo. Las PYMES en Perú, se clasifican en tres categorías según el número de trabajadores: microempresas (1 a 10 trabajadores), pequeñas empresas (de 11 a 50 trabajadores) y medianas empresas (entre 51 a 250 trabajadores). Además, se utiliza el término MYPES para referirse a las micros y pequeñas empresas. Estas últimas son muy importantes ya que generan el 80% del empleo en el país. (Cañari, 2020).

Actualmente, según el Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2023), existen aproximadamente 2.2 millones de MYPE formales, cifra mayor en más de 125 mil MYPE con relación al 2021, de estas, el 94.9% son micro y el 5.1% pequeñas empresas.

La procedencia histórica de la fruta llamada plátano y banano que se consumen en la actualidad tuvieron su origen en el sudeste de Asia. Se cree que las bananas fueron llevadas de Indonesia a Madagascar en el 500 a.C. y posteriormente se extendieron por África del este y occidente. En los siglos XIV y XV, los portugueses las llevaron a las Islas Canarias y en 1516 fueron introducidas en la República Dominicana. De ahí, se extendieron rápidamente por Centroamérica y América del Sur, convirtiéndose en los principales exportadores del fruto. La comercialización internacional comenzó a finales del siglo XIX y se expandió con el transporte refrigerado. Es importante destacar que la mayoría de las exportaciones son de tipo Cavendish (Donoso Alberca & Zamudio de León, 2018 como se citó en Armando, 2014).

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Internacionalización de las Pymes**

Frohmann et al. (2016), menciona que las Pymes que se insertan en el mercado internacional experimentan efectos beneficiosos en su productividad, innovación, empleo de calidad y remuneraciones, incentivando el desarrollo económico de un país.

### **2.2.1.1 Internacionalización de las empresas**

Algunas empresas consideran diferentes factores durante el proceso de internacionalización, como las nuevas condiciones del mercado en varios sectores económicos, el incremento de las redes globales, el transporte, la tecnología avanzada de producción, las comunicaciones y la experiencia y habilidades del emprendedor, son aspectos cruciales y pueden acelerar el proceso de internacionalización incluso antes del nacimiento de la empresa, como en el caso de las empresas Born Global (Knight y Cavusgil, 2004, como se citó en Montenegro-Arcila, 2020).

Asimismo, el enfoque de redes agrupa diversas teorías que explican la internacionalización como un desarrollo lógico de las redes sociales y organizativas de las empresas, como son las relaciones entre empresas, proveedores y clientes que en consecuencia producirán una interacción que forma una red estratégica para penetrar en los mercados mediante negociaciones interactivas que facilitaran la comercialización de productos y servicios (Coviello y Munro, 1998, como se citó en Cardozo et al., 2007).

Las pequeñas y medianas empresas optan por la búsqueda de las oportunidades de negocio en el extranjero por medio de las relaciones empresariales (Johanson y Mattson, 1988, como se citó en Cardozo et al., 2007), ya que su incursión les permite obtener experiencia gradualmente y acceder a nuevas oportunidades de negocio.

Asimismo, se entiende a la internacionalización como un proceso dinámico y evolutivo que busca expandir el alcance geográfico internacional de manera estratégica que implica el aumento progresivo de capacidades, conocimientos, recursos y habilidades para enfrentar el entorno internacional (Villarreal, 2005).

### **2.2.1.2 Ventaja Absoluta**

La teoría de Adam Smith sobre la ventaja absoluta establece que un país debe enfocarse en producir y exportar aquellos bienes que pueda producir de forma más eficiente

(con menor costo), Por otro lado, David Ricardo formuló su teoría de la ventaja comparativa basándose en la teoría de Smith. Esta teoría indica que, aunque un país pueda tener desventajas absolutas en la producción de ciertos bienes, es posible que tenga desventajas menores en alguno de ellos, es decir, existen ventajas relativas o comparativas.

Adam Smith (1776) afirma que, si un país extranjero nos puede suministrar una mercancía más barata de lo que nosotros mismos podemos hacerla, mejor comprarla de ellas con alguna parte de los productos de nuestra propia industria, empleada de una manera en la que tengamos alguna ventaja.

### **2.2.1.3 Ventaja Comparativa**

La ventaja comparativa es una ampliación de la teoría de la división del trabajo de Adam Smith, y fue creada por David Ricardo en 1817 para explicar los grandes beneficios que pueden obtenerse del libre comercio. De acuerdo con esta teoría, aunque un país no tenga una ventaja absoluta en la producción de un bien específico debido a sus recursos, capital, trabajadores, etc., es beneficioso que se especialice en algún tipo de producción para reducir su desventaja. Asimismo, aquellos países que tengan ventaja absoluta en la producción de varios bienes deben enfocarse en aquellos en los que su ventaja sea mayor para lograr la ventaja comparativa (Buendía, 2013).

### **2.2.1.4 Ventaja Competitiva**

La teoría de la ventaja competitiva de las naciones se enfoca en analizar la competencia del mercado y las oportunidades de inversión, la rentabilidad potencial de la inversión, la competencia y el apoyo gubernamental en aspectos como la innovación y la investigación y a partir de estos factores, se busca establecer una estrategia adecuada.

Por su parte, la capacidad de una empresa para gestionar sus actividades en la red o su sistema de valor es un factor clave para mantener una ventaja competitiva, los vínculos no solo conectan las actividades internas de la empresa, sino que también deben generar

interdependencias entre sí, con sus proveedores y canales de distribución, generando una ventaja competitiva al optimizar estos vínculos externos (Porter, 1991).

#### **2.2.1.5 Comercio Justo**

Fairlie (2009) señala que el comercio justo es una forma diferente de abordar el comercio internacional, cuyo objetivo es lograr una distribución más equitativa enfocándose en la mejora de condiciones comerciales para los productores y trabajadores ofreciéndoles mejores oportunidades que las que existen actualmente. El sello de Comercio Justo asegura que el producto cumpla con los estándares y requisitos necesarios para ser producido bajo criterios justos. En ese sentido, Fairtrade Labelling Organizations International, FLO, une a las iniciativas nacionales del sello de comercio justo, con el objetivo de mejorar la situación vulnerable de los productores y trabajadores, y su propósito es fortalecer su capacidad organizativa, para que puedan liderar sus asociaciones y promover una mayor igualdad en el comercio internacional.

#### **2.2.1.6 Estándar**

Según la RAE (2023) señala que estándar es “Aquello que sirve como tipo, modelo, norma, patrón o referencia”, que nos lleva a relacionarlo directamente con la forma y uso que estamos habituados a usar, sobre todo en el ámbito internacional, como modelo a seguir.

#### **2.2.1.7 Estándar de calidad**

El concepto de calidad ha evolucionado, considerando definiciones para poder aplicarlo en la investigación actual: según Edwards Deming: la calidad es “Una serie de cuestionamientos hacia una mejora continua”; para el Dr. J. Juran, la calidad es “La adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente”, para Kaoru Ishikawa, la calidad es “Desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor”. Desde otro punto, para el Director General de Hewlett Packard, Rafael Picolo, “La calidad, no como un concepto

aislado, ni que se logra de un día para otro, descansa en fuertes valores que se presentan en el medio ambiente, así como en otros que se adquieren con esfuerzos y disciplina” (LaEdu.digital, 2019).

Por su parte, la Organización Internacional de Normalización es una organización para la creación de estándares internacionales compuesta por diversas organizaciones nacionales de normalización, promoviendo el uso de estándares privativos, industriales y comerciales a nivel mundial, llamada en ocasiones: Organización Internacional de Estandarización; conocida por el acrónimo ISO. Existen diversos ISO que estandarizan procesos para una organización, por ejemplo, el “ISO 9001, Gestión a la Calidad”, que establece los requisitos estandarizados en los procesos de calidad aplicable a cualquier organización, independientemente de su tamaño o sector, y se utiliza en más de 170 países por más de un millón de empresas y organizaciones certificadas. Dicho enfoque se basa en una serie de principios de gestión de calidad, como la atención al cliente, la motivación y compromiso de la alta dirección, el enfoque en procesos y la mejora continua; detallándose en los principios de gestión de calidad de ISO cuya implementación ayuda a garantizar que los productos y servicios sean consistentes y de alta calidad para los clientes y que a su vez brinda muchos beneficios comerciales, International Organization for Standardization (ISO, 2023).

#### **2.2.1.8 Calidad Total**

Es el nivel más avanzado en la evolución del término calidad. En sus inicios, se hablaba de “Control de Calidad”, que se centraba en inspeccionar la producción para garantizar la calidad y posteriormente surgió el “Aseguramiento de la Calidad”, que buscaba mantener un nivel constante de calidad en los productos o servicios. Actualmente, la “Calidad Total” es un sistema de gestión empresarial que abarca estas dos fases anteriores y se enfoca en la Mejora Continua. En resumen, la Calidad Total es el nivel más alto en la gestión de la



calidad y se centra en mejorar continuamente los productos y servicios ofrecidos por una empresa o institución (Suárez y Martín, 2009).

### **2.2.1.9 Certificación Fitosanitaria**

Documento oficial otorgado por la Gerencia a toda persona física o jurídica que se dedica al procesamiento o empaque de plantas y productos vegetales no tradicionales para la exportación.

En el Portal Exportemos.pe (2009) refiere que, si una persona o empresa desea exportar productos agrícolas frescos a los Estados Unidos, es importante en primer lugar, verificar si el producto es admitido en el mercado o si hay restricciones fitosanitarias, este proceso se conoce como “Verificación de la Admisibilidad”, para conocer si el producto es admisible, asimismo, se debe consultar el "Manual para Importar Frutas y Vegetales Frescos", (Fresh Fruit and Vegetables Import Manual, y la página de los Requerimientos de Importación de Frutas y Vegetales, Fruits and Vegetables Import Requirements, FAVIR. En el caso del banano orgánico, se considera un producto admisible. Las regulaciones del Departamento de Agricultura de los EE.UU, USDA, vinculadas a la cuarentena de plantas pueden ser de 2 tipos: prohibitivas o restrictivas. Las órdenes prohibitivas no permiten la entrada de productos que estén sujetos a plagas sin tratamiento disponible para garantizar su eliminación total. Las órdenes restrictivas permiten la entrada de productos que estén en tratamiento o tengan requisitos de inspección.

El Servicio Nacional de Sanidad Agraria, SENASA, es el organismo público del Ministerio de Agricultura de Perú encargado de la sanidad agraria y brinda servicios de inspección, verificación y certificación fitosanitaria y zoonosanitaria, así como el diagnóstico, identificación y control biológico. En EE.UU., APHIS, Animal and Plant Health Inspection Service, que es el Servicio de Inspección de Animales y Plantas, es la entidad equivalente encargada de supervisar los términos fitosanitarios y exige la inspección y desinfección de la

mayoría de las frutas y hortalizas importadas de Perú para garantizar la ausencia de plagas y enfermedades antes de su entrada al mercado estadounidense (Exportemos.pe, 2009).

Por su parte, la evaluación de residuos tóxicos exigidos en EE.UU. para productos del sector de agricultura orgánica, consisten en evitar el uso de pesticidas o agroquímicos sintéticos y, en su lugar, utilizar sustancias permitidas en la agricultura ecológica para lograr un sistema integral. Como este punto no es aplicable, no es necesario cumplir con él.

Sin embargo, desde el 2002, el Programa Nacional Orgánico del USDA, precisó que existen 4 categorías de productos orgánicos:

- 100% orgánicos: productos que están compuestos exclusivamente por ingredientes producidos de manera orgánica.
- Orgánicos: productos que contienen un 95% de ingredientes producidos de manera orgánica en términos de peso.
- Productos que están elaborados con ingredientes orgánicos y que contienen más del 70% de dichos ingredientes. En este caso y los 2 anteriores, se permite la calificación de "orgánico" en el etiquetado.
- Productos que han sido procesados con ingredientes orgánicos y que contienen menos del 70% de dichos ingredientes.

Los estándares de certificación para productos orgánicos establecen los requisitos que cada producto debe cumplir durante su proceso de elaboración para ser reconocido como orgánico. El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, USDA, ha creado el Programa Nacional Orgánico, NOP, para regular este proceso.

Además, en el Portal Exportemos.pe (2009), refieren que a través del Proyecto BID-ADEX – RTA / BANANAS CAVENDISH VALERY, el USDA busca asegurar que todos los alimentos orgánicos vendidos, etiquetados o representados como orgánicos dentro de los Estados Unidos sean producidos, procesados y certificados de acuerdo con el NOP. Bajo las

condiciones del NOP, quienes producen y cultivan alimentos orgánicos deben ser agentes certificados y reconocidos.

Asimismo, el USDA es la única entidad autorizada para acreditar organizaciones extranjeras o personas para que se conviertan en agentes certificadores, así como de verificar que la producción y las prácticas de manejo estén de acuerdo a los estándares estadounidenses establecidos.

Es decir que todos los productos orgánicos importados a los Estados Unidos pueden ser comercializados si cuentan con la certificación del USDA o alguno de sus agentes certificadores acreditados a lo largo del mundo. Quiénes NO necesitan estar certificados:

- Predios y operadores de la cadena productiva que vendan menos de US \$5,000 anuales en productos orgánicos agrícolas. Aunque no necesitan dicha certificación, se deben producir de acuerdo a los estándares de productos orgánicos establecidos por el USDA, pudiendo así etiquetar sus productos como orgánicos.
- Manipuladores, incluyendo comerciantes al por menor finalistas, que no procesan sus productos, o procesadores que solo manejan productos con menos del 70% de ingredientes orgánicos.
- Establecimientos minoristas, que procesen o preparen alimentos orgánicos, ya sean crudos o listos para comer.
- Operadores que manejen productos agrícolas que contengan un 70% de ingredientes orgánicos y que usen la expresión por lo menos un 70% de ingredientes orgánicos, o quienes elijan usar la palabra "orgánico" solo en el panel de información (IP).
- Quienes manipulen productos que estén empaquetados o en recipientes cerrados antes de ser recibidos por la operación y se mantengan en el mismo paquete.

### **2.2.1.10 Tratado de Libre Comercio Perú – Estados Unidos**

Este tratado denominado Acuerdo de Promoción Comercial se firmó en Washington D.C. el 12 de abril de 2006; y entró en Vigencia el 1 febrero 2009 (Acuerdos Comerciales del Perú, 2011).

Entre otros puntos negociados, el APC asegura la continuidad del acceso preferencial a Estados Unidos sin aranceles para el 90% de los productos agropecuarios, incluyendo aquellos que ya se beneficiaban con la ATPDEA. Esto significa que productos importantes para Perú, como la alcachofa, la cebolla, el espárrago, el mango, las menestras, la paprika, el plátano, la uva y otras frutas y hortalizas, así como el etanol, mantendrán su acceso preferencial sin interrupciones desde el inicio del acuerdo.

Los principales productos exportados a los EE.UU. son: minerales/metales, textiles, productos pesqueros, petróleo crudo, café, cacao, artesanías, paprika, alcachofa, uva, mango, mandarina, espárragos.

### **2.2.2 Oferta Exportable**

Según el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Minagri, 2021), la oferta exportable de una empresa no se limita únicamente a cumplir con los pedidos específicos de un cliente o tener productos que satisfagan las necesidades de los mercados internacionales, sino también con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa, como, por ejemplo:

- Disponibilidad de producto: La compañía debe establecer la cantidad de producto disponible para exportar, basándose en lo que desean exportar, tomando en cuenta su capacidad de producción y que el volumen producido sea constante y sostenible en el tiempo. Además, el producto debe cumplir con las expectativas y los requisitos del mercado objetivo.

- Capacidad económica y financiera de la empresa: La compañía debe tener los recursos suficientes para llevar a cabo una exportación, así como para ofertar sus productos a precios competitivos, de lo contrario podrá buscar un financiamiento externo para satisfacer la demanda.
- Capacidad de gestión: Es importante que la compañía fomente la cultura de la exportación, estableciendo objetivos y obteniendo conocimiento tanto de sus fortalezas como sus debilidades.

Por su parte, Chabén (2017), habla sobre la consistencia de la oferta exportable, y hace alusión a la consistencia en cantidad y calidad. Es decir, cual es el nivel de calidad y de cantidad que tenemos de un producto para vender. Porque lo primero que pregunta un cliente es sobre la característica del producto y cuánto volumen se tiene, incluso antes de preguntar por el precio.

### **2.2.2.1 Producto Bruto Interno**

Para Begazo y Torres (2009) el PBI es “Es el valor monetario del conjunto de bienes y servicios finales producidos en un período de tiempo determinado y en un territorio económico determinado”. Igualmente, es la cantidad real de producto obtenido por la empresa en un horizonte temporal determinado (WoltersKluwer, 2023).

En 1968, Robert Kennedy cuestionó la idea de que el PBI fuera igual a la riqueza. Si la población sufre enfermedades debido a la contaminación del aire, los gastos en salud aumentan, lo que a su vez incrementa el PBI, pero disminuye la calidad de vida. Lo mismo ocurre con los recursos naturales mal utilizados por la humanidad. El desarrollo sostenible busca la equidad intergeneracional y un sistema económico y social que tenga metas más allá de las económicas, como mejorar la salud y la educación. En la actualidad, el concepto de PBI es obsoleto y países como China buscan alternativas valientes para cambiarlo (Cáceres et al., 2015).

Según el FMI (2023) los Estados Unidos tiene un PBI Per cápita trimestral de 18.556 mil euros, con un incremento de 12% comparado con el resultado del mismo periodo del trimestre anterior, cuando totalizó los 16,593 euros.

Aterrizando en las cooperativas de banano orgánico, es menester indicar que estas requieren obtener certificaciones y tener centros de empaque para mejorar la calidad para llegar a nuevos mercados, por lo que la implementación de mejoras tecnológicas es fundamental (Lozada y Pérez, 2017).

Además, en países en vías de desarrollo como Perú, las Pymes son fundamentales para el crecimiento económico, puesto que son el principal generador de empleo y producción, por lo que juegan un papel determinante en la economía ya que aportan significativamente al Producto Bruto Interno y dan empleo a aproximadamente más del 70% de la Población Económicamente Activa.

#### **2.2.2.2 Población Consumidora**

El mercado incluye a todas las personas u organizaciones con necesidades, dinero y disposición para gastar. Del otro lado, el productor o prestador de servicios selecciona una parte de los consumidores para ofrecer sus productos o servicios y diseña un plan de marketing específico para lograr sus objetivos comerciales (Sulser y Pedroza, 2004).

#### **2.2.2.3 Demanda Mundial de Banana tipo Cavenish**

Revisando las estadísticas que tienen como fuente la página internacional Trade Map (ITC, 2023) Estados Unidos es el primer importador de banana tipo Cavendish concentrando el 18% del total importado por el mundo, durante el año 2022, se adquirió 4.6 millones de toneladas, seguido de China con 1.8 millones de toneladas, Rusia 1.6 millones de toneladas y Alemania 1.2 millones de toneladas.

**Tabla 2.2.2.3***Importaciones mundiales de banana tipo Cavendish por volumen*

Importadores	2020		2021		2022	
	Cantidad importada	Unidad	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada	Unidad	
Mundo	22,847,438	Tn	22,882,065	No hay cantidades	No hay cantidades	
Estados Unidos de América	4,671,100	Tn	4,635,254	4,614,517	Tn	
China	1,763,863	Tn	1,863,625	1,810,695	Tn	
Rusia, Federación de	1,515,712	Tn	1,460,428	1,600,846	Tn	
Alemania	1,346,651	Tn	1,416,292	1,281,620	Tn	
Japón	1,067,866	Tn	1,108,553	1,053,353	Tn	
Países Bajos	988,973	Tn	1,115,195	959,788	Tn	
Bélgica	1,168,217	Tn	1,079,774	959,298	Tn	
Reino Unido	978,230	Tn	914,881	852,510	Tn	
Francia	703,158	Tn	762,504	774,337	Tn	
Italia	770,946	Tn	769,983	758,757	Tn	

*Nota:* La tabla muestra resultados según consulta en ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE y del ITC.

Otro dato relevante es que, en promedio cada persona en Estados Unidos consume alrededor de 28,1 libras de bananas al año, lo que las sitúa en el tercer lugar en cuanto a consumo de alimentos, después de los lácteos y los vegetales. Las frutas se consumen principalmente como jugos, seguidas por las frescas y luego las envasadas, secas o congeladas. Las bananas, naranjas, uvas y manzanas son las frutas más populares. Para aquellos preocupados por su salud, la principal preocupación es el uso excesivo de pesticidas y plaguicidas en el cultivo de frutas frescas Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2015).

#### **2.2.2.4 Volumen de Producción**

Es la cantidad real de bienes finales producidos por una empresa en un horizonte de tiempo determinado (WoltersKluwer, 2023). Además, se suele asociar dicho volumen a la productividad, que a su vez sirve para medir la cantidad de bienes finales producidos.

### 2.2.2.5 Poder Adquisitivo del Mercado Objetivo

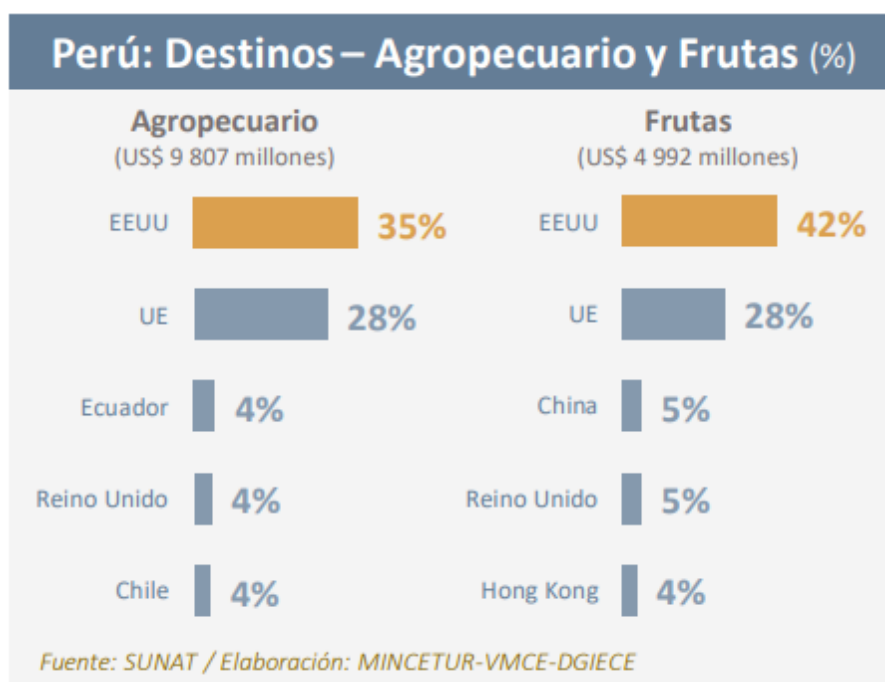
En el año 2022, Perú registró un récord en sus exportaciones a los Estados Unidos con un crecimiento del 20%, impulsado por las ventas más altas de combustibles (+28%), textiles (+25%), minerales (+25%), productos metalúrgicos (+23%) y productos agrícolas (+17%).

En Perú, de acuerdo con la Superintendencia de Administración Tributaria y Aduanas (SUNAT, 2022, como se citó en MINCETUR, 2022), la exportación de productos agrícolas peruanos a los Estados Unidos alcanzó una cifra récord de US\$ 3,414 millones, siendo el café (+57,7%) y la fruta (+19,3%) los productos que destacaron por sus ventas históricas. Gracias a esto, Perú se ha convertido en el principal proveedor de café orgánico en los Estados Unidos con un 26% del mercado y el segundo proveedor de frutas después de México.

En el negocio frutícola EEUU participó con el 42%, siendo el primer destino de las agroexportaciones peruanas.

#### Figura 2.2.2.5

*Destinos de las exportaciones de los sectores agropecuarios y frutas en el 2022.*





### **2.2.2.6 Producción de banana tipo Cavendish**

Salazar (2014) afirmó que, la falta de conocimiento y el miedo por parte de los intermediarios son algunos de los problemas que impiden que las empresas exporten directamente. Sin embargo, al ejecutar el plan estratégico propuesto, demostró que una asociación puede mejorar su rentabilidad y su nivel socioeconómico al exportar sin intermediarios.

La asociatividad de los pequeños productores de banano orgánico promueve la productividad, desarrollo económico y genera relaciones leales con sus clientes, además incrementa la eficiencia operativa y logra internacionalizar los productos que ofrecen (López & Pérez, 2016, como se citó en Olivia, 2019).

Asimismo, el cultivo del banano orgánico es una importante fuente generadora de empleo y que en la actualidad está desarrollando la asociatividad, mecanismo de cooperación que busca la solución de problemas por baja producción de los productores o micro empresas, puesto que individualmente no pueden incorporar tecnologías o penetrar a nuevos mercados para poder lograr el acceso a la información para el logro de una mayor eficiencia productiva (Quillahumán & Carasas, 2018, como se citó en Olivia, 2019). En el Perú el banano tipo Cavendish se produce en las provincias de Piura y Tumbes.

El MINAGRI (2014, como se citó en Donoso y Zamudio, 2018), señala que la producción y exportación de banano orgánico es una fuente importante de ingresos para varios países, incluyendo Ecuador, Colombia, Honduras, Guatemala, Camerún además de Perú. Debido a la creciente demanda en la última década se ha necesitado aumentar las áreas de cultivo de banano orgánico.

## **2.3 Marco Legal**

### **2.3.1 Constitución Política del Perú 1993. Título III. Del Régimen Económico.**

**Artículo 59.-** Rol Económico del Estado El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

**Artículo 63.-** Inversión nacional y extranjera La inversión nacional y la extranjera se sujetan a las mismas condiciones. La producción de bienes y servicios y el comercio exterior son libres. Si otro país o países adoptan medidas proteccionistas o discriminatorias que perjudiquen el interés nacional, el Estado puede, en defensa de éste, adoptar medidas análogas.

### **2.3.2 Ley De Promoción Del Desarrollo Económico y Productivo**

Tiene por objeto impulsar la creación y el establecimiento, el crecimiento y el desarrollo de la competitividad de la Micro y Pequeña Empresa Descentralizada (MYPE Descentralizada) con la finalidad de insertarlas en la economía subnacional, nacional e internacional, de manera que los recursos de los departamentos y regiones sean utilizados eficientemente según su disponibilidad y potencial, se promueva la descentralización productiva, se desarrollen los corredores económicos y ciudades intermedias y se fortalezcan las cadenas de valor. Estas Micro y Pequeñas Empresas deberán tener prioridad en las cuencas cocaleras, para lo cual se establecerá un régimen especial de apoyo tanto de COFIDE y la cooperación internacional.

### **2.3.3 Políticas Públicas del Estado del Acuerdo Nacional. III Objetivo: Competitividad del País**

**Artículo 18.-** Búsqueda de la competitividad, productividad y formalización de la actividad económica. Aprobada el 22 de julio 2002, con el compromiso de incrementar la

competitividad del país con el objeto de alcanzar un crecimiento económico sostenido que genere empleos de calidad e integre exitosamente al Perú en la economía global.

La mejora en la competitividad de todas las formas empresariales, incluyendo la de la pequeña y microempresa, corresponde a un esfuerzo de toda la sociedad y en particular de los empresarios, los trabajadores y el Estado, para promover el acceso a una educación de calidad, un clima político y jurídico favorable y estable para la inversión privada, así como para la gestión pública y privada.

**Artículo 22.-** Política de comercio exterior para la ampliación de mercados con reciprocidad. Aprobada el 22 de julio 2002, con el compromiso de desarrollar una política de comercio exterior basada en el esfuerzo conjunto del Estado y el sector privado para lograr la inserción competitiva del país en los mercados internacionales.

**Artículo 23.-** Política de desarrollo agrario y rural. Aprobada el 22 de julio 2002, con el compromiso de impulsar el desarrollo agrario y rural del país, que incluya a la agricultura, ganadería, acuicultura, agroindustria y a la explotación forestal sostenible, para fomentar el desarrollo económico y social del sector. Dentro del rol subsidiario y regulador del Estado señalado en la Constitución, promoveremos la rentabilidad y la expansión del mercado de las actividades agrarias, impulsando su competitividad con vocación exportadora y buscando la mejora social de la población rural.

#### **2.3.4 Decreto Legislativo N° 668 – Ley Marco de Comercio Exterior**

**Artículo 2.-** El Estado garantiza a los agentes económicos el libre acceso a la adquisición, transformación y comercialización de bienes, tanto finales como insumos y materias primas, y prestación de servicios.

**Artículo 7.-** El Estado con el apoyo del sector privado asegura el desarrollo de las negociaciones comerciales internacionales a fin de garantizar las mejores condiciones de acceso para las exportaciones del país.

### **2.3.5 Decreto Legislativo N° 682 – Medidas de Libre Comercio**

**Artículo Único:** Las medidas de libre comercio previstas en los Decretos Legislativos N°s. 653 y 668, no excluyen el cumplimiento de las disposiciones destinadas a preservar el Patrimonio Genético nativo y mejorado de los cultivos y de la flora y fauna silvestres explotadas, así como las medidas de salud pública, fito y zoonosanitarias que se rigen por sus propias Leyes y Reglamentos específicos.

### **2.3.6 Decreto Legislativo N° 662 – Ley de Promoción de las Inversiones Extranjeras**

Se basa en el principio de la igualdad entre el capital nacional y el extranjero.

Así, la inversión extranjera puede establecerse en todas las áreas de la actividad económica, sin requerir autorización previa alguna a pesar de su condición de foránea.

### **2.3.7 Ley No 28977 – Facilitación Del Comercio Exterior**

Tiene por objeto establecer el marco legal a ser aplicable en el trámite aduanero de mercancías que ingresan o salen del país e implementar las medidas necesarias para el cumplimiento de los compromisos relativos a Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio comprendidos en los Acuerdos Comerciales suscritos por el Perú.

## **2.4 Antecedentes del Estudio**

### **2.4.1 Antecedentes Nacionales**

Donoso y Zamudio (2018), en la tesis “Análisis de los Factores de Comercialización que intervienen en La exportación del banano orgánico en el Perú por el periodo de 2013 al 2016” para optar la licenciatura en Administración y Negocios Internacionales señalan el problema general de qué manera los factores de comercialización han intervenido en la exportación del banano orgánico en el Perú por el periodo del 2013 al 2016. Además, formulan como objetivo general el determinar cuáles son los factores que intervienen en la exportación del banano orgánico en el Perú por el periodo del 2013 al 2016.

De otro lado, los autores concluyen en que las prácticas agrícolas han mejorado en los últimos años, guardando relación con las exigencias que se presenta en los importadores, desde el manejo del suelo, agua y fertilización de los campos; la reutilización de materia orgánica que ayude a disminuir costos, además de generar un proceso más eficiente en la cosecha respetando el bienestar de los agricultores.

Asimismo, recomiendan que en el proceso de producción se desarrolle un plan estratégico para implementar nuevos parámetros en los procesos con el fin de homogeneizar los métodos en cada una de las zonas, según las normas establecidas en el plano internacional

Domínguez y Ramírez (2017) en la tesis “Oportunidades que permitieron el desarrollo de las exportaciones del Banano Orgánico Peruano en el Mercado de los EEUU en los años 2012 al 2016” para optar la Licenciatura en Negocios Internacionales señalan el problema general de cuáles fueron las oportunidades que permitieron el desarrollo de las exportaciones del banano orgánico peruano en el Mercado de los EEUU en los años 2012 al 2016. Además, formulan como objetivo general el identificar y determinar las oportunidades que permitieron el desarrollo de las exportaciones del banano orgánico peruano en el mercado de los Estados Unidos en los años 2012 al 2016.

De otro lado, los autores concluyen en que se valida parcialmente la hipótesis en el extremo que, el crecimiento de la producción y oferta exportable del banano Orgánico fue una oportunidad para el desarrollo de las exportaciones a los Estados Unidos entre los años 2012 al 2016, ya que en este sentido no sólo fue el incremento de la oferta sino a su vez la demanda del mercado que influyeron en su desarrollo.

Asimismo, recomiendan que, con el fin de obtener mejores resultados, las asociaciones de productores de banano orgánico, deben participar constantemente en ferias internacionales que puedan impulsar su llegada comercial directamente hacia los minoristas y/o detallistas en el mercado de Estados Unidos, que logre la venta por medio de una cadena

directa y sin intermediarios, creemos que esto incrementaría sus ganancias y permitirá diversificar su oferta a otros mercados de destino; con el fin de no depender solamente de uno o dos mercados, por ejemplo Canadá es una buena alternativa.

Colonia y Carrillo (2019) en la tesis “Factores que influyeron en las exportaciones de banano orgánico en el marco del TLC Perú – Estados Unidos durante los años 2013 y 2017” para optar la licenciatura en Negocios Internacionales, señalan el problema general de cuáles son los factores que influyeron en las exportaciones de banano orgánico a Estados Unidos durante los años 2013 y 2017. Además, formulan como objetivo general identificar los factores que influyeron en las exportaciones de banano orgánico a Estados Unidos durante los años 2013 y 2017.

De otro lado, los autores concluyen que, la creciente demanda mundial por el banano orgánico a raíz de la orientación de los consumidores por productos saludables, determinan la importancia que conlleva el desarrollo de este sector. Así como también, su impacto social en el país por la generación de empleo a los agricultores de la zona y crecimiento económico.

Asimismo, recomiendan que, las asociaciones de productores requieren una adecuada gestión empresarial que promueva el desarrollo de actividades que impulsen el sector bananero y a destinar inversiones para mejorar las labores agrícolas, uniformizando los procesos de cosecha y pos-cosecha.

Silva (2019) en la tesis “Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope al mercado de Estados Unidos” para optar el grado de Maestro en Administración de Negocios – MBA, indica el problema general de qué manera un plan de exportación de banano orgánico permite a la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope la internacionalización. Luego, establece como objetivo general proponer un plan de exportación de banano orgánico al mercado de Estados Unidos

para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope.

Además, el autor concluye que se comprobó que la asociación tiene aún una producción pequeña de banano orgánico con planes a expansión, además no cuenta con experiencia en el sector de las exportaciones. También, recomienda a la asociación ampliar su cultivo de banano orgánico para así cubrir la demanda que tiene el mercado, además debe capacitarse en el tema de exportación para realizar los procesos directamente.

Aguirre y Olivares (2020) en la tesis “Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018” para optar la Licenciatura en Negocios Internacionales, señalan el problema general de Cómo los elementos de la oferta exportable influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass a China durante los años 2014 al 2018. Además, formulan como objetivo general el determinar cómo los elementos de la oferta exportable influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018.

De otro lado, los autores concluyen que, se obtuvieron resultados positivos en el sector agroexportador respecto a la palta Hass hacia diferentes mercados internacionales, entre ellos se ha elegido el mercado de China. Puesto que, presenta un crecimiento evolutivo desde el período comprendido del 2014 al 2018.

Asimismo, recomiendan que se pueda desarrollar un plan estratégico con mejoras en capacitaciones al personal, debido a que un 17% señala reciben capacitaciones con menor frecuencia. De manera que, el personal esté en capacidad de responder a las nuevas tendencias del mercado de la palta Hass.

#### **2.4.2 Antecedentes Internacionales**

Guerrero y Timana (2020) en la tesis “Plan De Exportación De Banano Orgánico Desde La Matanza – Piura, Al Mercado De California Estados Unidos” para optar el título profesional de licenciados en administración y negocios internacionales, indican el problema general de Cómo son los componentes de un Plan de exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California- Estados Unidos, 2018. Luego establece como objetivo general el determinar los componentes de un plan para la exportación de banano orgánico a California, desde el distrito de La Matanza al mercado de California- Estados Unidos, 2018.

Por otro lado, los autores concluyen que según los resultados los componentes del plan de exportación son muy favorables y su factibilidad respecto al análisis de mercado resulto favorable, además posee capacidad suficiente para competir, posee procedimiento logístico favorable y cero barreras arancelarias que se convierte en una oportunidad para exportar banano orgánico a California.

Asimismo, se recomienda que según las conclusiones se pueden sugerir al directorio de la empresa Agro Pacha S.A a optimizar el estudio de mercado en vista que cada vez los consumidores son más exigentes, innovar las estrategias para hacer frente a la competencia que vez es más fuerte. El servicio logístico debe ser revisado y mejorado para optimizar este proceso y por último, dar cumplimiento a cada uno de los trámites para alcanzar la meta propuesta al cabo de los cinco años del plan de exportación.

Gavilanes (2016) en la tesis “Manual de Procesos Logísticos para la exportación de Banano (Valery Cavendish) A Florida, Estados Unidos Para “Agrícolas Falquez” para optar el título de Ingeniero en Comercio Exterior, señala el problema general de Cómo el Diseño de un Manual Logístico mejorará el procedimiento exportable de la empresa AGRÍCOLAS FALQUEZ. Además, formula como objetivo general diseñar un manual de procesos



logísticos para la exportación de banano (Valery Cavendish) a Florida, Estados Unidos que guíe a la empresa “Agrícolas Falquez” en el desarrollo de su cadena logística.

De otro lado, el autor concluye que la empresa cuenta con personal altamente calificado en producción y logística, siendo esto una ventaja frente a las demás compañías del medio. Asimismo, recomienda acoger el Manual de Procedimientos en el departamento logístico como base y guía de consulta para un adecuado desarrollo de las actividades del área.

Montenegro (2020) en el artículo “Relaciones de redes, perspectiva de internacionalización para la pyme “Gastro Innova”, formula el problema general como sigue: ¿Por qué las relaciones sociales y comerciales impactan la perspectiva y el proceso de internacionalización de las pymes? También precisa el objetivo general con el fin de situar la consecución de relaciones de redes en modos de entrada para la internacionalización de pymes. Prosigue el autor para concluir que, la internacionalización de las pymes inicia por un sistema de comercialización exploratorio, bajo en riesgos y costos. El conocimiento del mercado es fundamental en el propósito de adaptarse a cada público objetivo, momento en que las relaciones de redes y el comercio internacional se ven muy ligados, ya que se necesita estar presente en las redes si se busca presencia internacional.

Fierro y Villacres (2014) en el artículo “Diagnóstico de la cadena logística de exportación del banano ecuatoriano hacia Estados Unidos de América” plantea el problema general de identificar las debilidades en la actual cadena logística en la exportación de banana hacia EE. UU., para así implementar una cadena logística integral para las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES). Además, que como objetivo general interpreta el diagnóstico de la cadena logística de exportación del banano hacia los EE. UU., que será relevante para implementar soluciones y mantener la presencia en los niveles de exportaciones del banano en este mercado.

Luego, los autores concluyen en que la disminución de volúmenes de banano ecuatoriano en el mercado de los EE. UU., disminuyen las posibilidades de incrementar su comercialización en un mercado caracterizado por su alto nivel de adquisición y gran tamaño de población.

Montealegre, Aguilar, Montealegre (2020) en el artículo “La competitividad de las Pymes en el sector Agrícola y su potencial exportador” plantea el problema general de determinar los factores importantes que enmarcan la competitividad de las pymes y su potencial exportador en estos dos departamentos. Además, como objetivo general identificar la competitividad de las pymes en los Departamentos del Tolima y Cundinamarca para la internacionalización de productos agrícolas y su potencial exportador.

Luego, los autores concluyen en que las pymes de la región visitadas se caracterizan por ser promotoras de avances en cultivos tecnificados sin apoyo del gobierno, son principales ejes de la región para potencializar el desarrollo productivo, generadores de empleo con total disposición para mejorar los estándares de calidad; las cuales reclaman total atención en capacitación sobre: procesos para dinamizar la producción agrícola moderna e inclusiva (Tecnificada), aprovechamiento de los Acuerdos internacionales, certificaciones calidad como Basc, Iso, Global Gap, líneas de crédito y mecanismos de financiación, capacitación en buenas prácticas productivas BPM y BPA, procesos y trámites aduaneros y liquidación de costos de la DFI.

## **2.5 Marco Conceptual**

**Born Global:** son aquellas empresas que desde el mismo momento de su creación tienen el objetivo de internacionalizarse.

**Calidad:** Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie.

**Estándar de Calidad:** Se definen como los puntos referenciales que se utilizan para puntualizar un conjunto, regularmente pequeño, de condiciones reunidas con la intención de que las características de un producto o servicio sean capaces de satisfacer las diversas expectativas de calidad de un grupo de clientes.

**Estándar:** Que sirve de patrón, modelo o punto de referencia para medir o valorar cosas de la misma especie.

**Exportación:** Régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno.

**Importación:** Es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que hubiere, y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones.

**Innovación:** Mejorar o reemplazar algo, por ejemplo, un proceso, un producto o un servicio.

**Intercambio Comercial:** Es la acción mediante la que dos agentes económicos se intercambian bienes o servicios, a cambio de una contraprestación. Dicha contraprestación puede ser monetaria (dólar) o en especie (bien o servicio).

**Mipymes:** Micro, pequeñas y medianas empresas.

**Mypes:** Las empresas MYPE comprenden las microempresas, con una facturación menor a 150 UIT anuales, y pequeñas empresas, con una facturación tope de 1700 UIT anuales

**PBI - Producto Bruto Interno:** Refiere a todos los bienes y servicios finales producidos usando los factores de producción disponibles dentro de un país en un periodo determinado.

**Pymes:** Las PYME hacen mención especial a las medianas empresas, cuya facturación oscila de 1700 UIT a 2 300 UIT anuales.

**Teoría:** Conjunto de reglas, principios y conocimientos acerca de una ciencia, una doctrina o una actividad, prescindiendo de sus posibles aplicaciones prácticas.

**TLC:** Es un acuerdo internacional entre dos o más países o Partes cuyo objetivo principal es establecer reglas comunes para normar la relación comercial entre ellos.

**USDA:** Es el Departamento de Agricultura por su sigla en inglés, responsable de los programas y los servicios relacionados al desarrollo rural, animales, alimentos, nutrición, recursos naturales, medio ambiente y bosques.

**Trademap:** Base de datos internacional que proporciona - en forma de tablas, gráficos y mapas - indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras.

## **CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Justificación e Importancia del Estudio**

El presente trabajo de investigación ya identificado a partir de los cuales se pretende reforzar el conocimiento relacionado con las bases teóricas que son citadas de acuerdo a los conceptos de las variables principales y sus respectivas dimensiones.

#### **3.1.1 Justificación del Estudio**

##### **3.1.1.1 Justificación Metodológica**

Se justifica el trabajo de investigación desde el punto de vista metodológico por que se utiliza como instrumento de investigación el cuestionario por el cual se obtendrán las respuestas de los participantes según la muestra seleccionada.

El procesamiento de las respuestas posibilitara otorgar una propuesta de solución al problema y en ese sentido, los resultados obtenidos podrían ser utilizados en posteriores investigaciones.

Además, el resultado del trabajo de investigación basado en el cuestionario como instrumento tiene evidencia y validez en su aplicación lo que será evaluado a través de varios expertos en el tema que es materia de la investigación.

Cabe indicar que se utilizara la encuesta como técnica de recolección y los datos serán ordenados y tabulados para luego interpretar sus resultados con el apoyo de la estadística posibilitando la propuesta de solución al problema.

##### **3.1.1.2 Justificación Práctica**

El trabajo de investigación se justifica para fines prácticos en razón a que permitirá resolver problemas similares que puedan presentarse en las pymes exportadoras que se toman en consideración en el presente trabajo e inclusive para actividades que buscan los mismos resultados.

Además, el resultado que se obtendrá a través del trabajo de investigación servirá como aporte a la solución de problemas similares que puedan presentarse, así como en instituciones relacionadas con el fin que puedan alcanzar mejoras en las situaciones la que se encuentren.

### **3.1.1.3 Justificación Teórica**

El trabajo de investigación se justifica en los aspectos teóricos y por ello la comprensión del problema de internacionalización de las Pymes que en general busca contribuir a enriquecer el conocimiento en dicho ejercicio.

Se considera también que el presente trabajo de investigación sería un aporte al desarrollo del sector agroindustrial del sector bananero y en general del sector frutícola peruano.

Asimismo, se pretende constatar diferentes aspectos teóricos relacionados con la gestión empresarial en una realidad tal como acontece en las pymes agroexportadoras que son materia de investigación y que según el objeto de la investigación tiene como resultado una solución al problema de la internacionalización de las Pymes porque su aplicación permitirá mejorar la situación actual

## **3.1.2 Importancia del Estudio**

### **3.1.2.1 Importancia Aplicada**

La internacionalización de las Pymes se presenta como una alternativa viable a fin de contribuir con el desarrollo económico de los agroexportadores peruanos, señalando la ventaja de producir banano orgánico con en el no uso de productos químicos para su desarrollo por que protege el medio ambiente y contribuye al uso de un producto renovable.

Además, se pueden garantizar resultados a corto plazo siempre y cuando se sigan los procesos pertinentes en cada una de las etapas que corresponden, permitiendo que su eficacia a la gestión exportadora de las pymes sea una realidad.

### **3.1.2.2 Importancia Social**

La presente investigación presenta un problema social debido a que tiene por finalidad contribuir con el desarrollo del sector de la sociedad que es una pyme dedicada a la agroexportación de bananas tipo Cavendish en el norte del Perú, en ciudades como Piura y Tumbes. Además, con el desarrollo social mejorará el nivel cultural y educativo en los sectores mencionados, incrementando su economía y asegurando una mejor calidad de vida de sus habitantes.

## **3.2 Delimitación del Estudio**

### **3.2.1 Delimitación Espacial**

Las pymes exportadoras de producción de banana tipo Cavendish en Piura y Tumbes.

### **3.2.2 Delimitación Temporal**

El comportamiento de las exportaciones de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos durante el año 2023.

### **3.2.3 Delimitación Demográfica**

El número de pymes que exportaron banana tipo Cavendish durante el período 2022 ascienden a 23.

## **CAPÍTULO IV: FORMULACIÓN DEL DISEÑO**

### **4.1 Formulación del Diseño**

La aplicación del cuestionario en la internacionalización de las pymes peruanas evidencia la mejora de la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

### **4.2 Diseño Esquemático**

#### **4.2.1 Misión**

Las pymes agroexportadoras promueven el Comercio Justo porque facilita a sus asociados la capacidad de ofrecer al mercado un producto competitivo, social, ambiental y económicamente sostenible a través del mercado justo con capacidad de participar en la gestión comercial internacional.

Fortalecer la gestión empresarial, en base a principios y valores, desarrollando un sistema de información, control y evaluación en producción, empaque y distribución de fruta fresca y derivados del banano, capacitando a asociados, directivos y empleados, para la mejora continua y diversificación de productos diferenciados de calidad, con uso racional y cuidando del medio ambiente, una fluida comunicación interna y relaciones con los clientes; y fortaleciendo las alianzas estratégicas y participación equitativa en la cadena productiva.

#### **4.2.2 Visión**

La visión de las pymes agroexportadoras de banano orgánico tiene un enfoque organizacional con un liderazgo y eficiencia en la capacidad de gestión técnica y administrativa, con conocimiento de la logística de la cadena productiva del banano, que se ha consolidado en el mercado nacional e internacional de productos orgánicos, que participa en el comercio justo, reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad y servicios de productos que exporta, de manera amigable con el ambiente, y que defiende los intereses y derechos de los socios y trabajadores que representa.



### 4.2.3 Objetivos Estratégicos

El principal objetivo de una pyme es lograr mejorar su valor económico y de la calidad de vida de sus integrantes, así como la de sus respectivas familias.

### 4.2.4 Principios Institucionales

- **Sostenibilidad:** Cuando consumimos alimentos de cultivo orgánico colaboramos en la conservación del medio ambiente y evitamos la contaminación de la tierra, el agua y el aire.
- **Respeto con la Naturaleza:** La agricultura orgánica fertiliza la tierra y frena la desertificación del agua y no contamina los acuíferos; fomenta la biodiversidad; mantiene los hábitos de los animales silvestres.
- **Insumos de Calidad:** Los productos orgánicos recuperan los gustos originales y tienen mejor sabor. Debido a que las plantas sólo son regeneradas y fertilizadas orgánicamente, estas crecen más sanas y se desarrollan de mejor forma, conservando el auténtico aroma, color y sabor.
- **Alimentos Producidos sin Pesticidas:** Centenares de pesticidas químicos son utilizados habitualmente en la agricultura convencional lo que provoca que restos de residuos de pesticidas aparezcan en los alimentos procedentes de esta agricultura que ingerimos diariamente.

### 4.2.5 Valores Institucionales

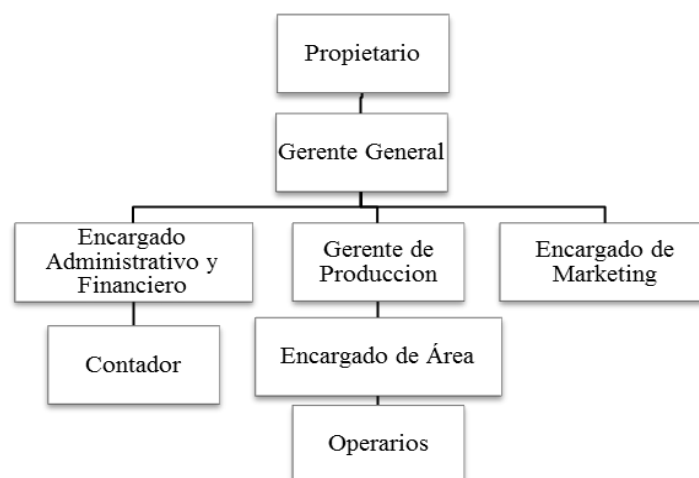
- **Respeto:** Capacidad de reconocer y honrar el valor de los demás, tomando en cuenta la semejanza y los derechos de cada individuo no haciendo distinción de raza, sexo o identidad de género. Además, se puede decir que es necesario valorar a los demás conociendo que merecen la dignidad de nuestro reconocimiento y protección.

- **Responsabilidad Social:** Es el tener a cargo el beneficio colectivo de la comunidad en la que se encuentra establecida la empresa pymes, haciéndose responsable de las consecuencias que pueda causar los actos que forman parte de proceso productivo en la sociedad, teniendo como resultado la regeneración del daño causado o la mejora de la comunidad que forma parte del contexto en que se desarrolla.
- **Ética:** Referente a la moralidad y buenas costumbres que promueven el correcto comportamiento de acuerdo con la ley moral y las normas legales de la sociedad.
- **Participación:** Es la voluntad de contribuir constantemente con la toma de decisiones en las cuales se encuentra involucrada la persona que tiene objetivos en común, Además esta actitud coadyuva con el desarrollo de la entidad de que forma parte.

#### 4.2.6 Organigrama

**Figura 4.2.6**

*Estructura organizacional de una pyme agroindustrial*



*Nota:* Organigrama de la Asociación Valle del Chira (2023)

### **4.3 Descripción de los Aspectos Básicos del Diseño**

#### **4.3.1 Aspectos Metodológicos**

El presente trabajo de investigación es de tipo aplicada, porque tiene como principal procedimiento a modelos matemáticos (Vargas, 2009). En este caso el cuestionario que se ha usado para determinar si la internacionalización de las Pymes posibilita la mejora de la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

Además, el nivel de la investigación es descriptiva, porque tiene por objetivo recopilar datos, informaciones, característica, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones que se encuentran durante el proceso (Esteban, 2018).

Cabe señalar que la investigación es de enfoque cuantitativo, porque se proporciona confiabilidad en la recolección de datos precisos y la validación del problema mediante la aplicación de un razonamiento matemático que se dirige de lo general a lo particular, permitiendo al investigador verificar los datos y confirmar el objetivo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Asimismo, el trabajo de investigación está basado en el diseño no experimental, porque no genera situación alguna, sino por el contrario, observa situaciones que ya existen, y que no son intencionalmente provocadas por quien las realiza (Hernández, et al., 2014).

En ese sentido, el diseño es de aplicación porque permite evaluar el uso de instrumentos específicos, como el cuestionario, para dar con la solución del problema planteado, según la realidad investigada y, por ende, se habrá alcanzado el objetivo general propuesto.

#### **4.3.2 Población**

Según Arias, Villasís y Miranda (2016) aseveran que se llama población al conjunto de casos definidos, clasificados y limitados tienen el papel de cumplir con determinados criterios para ser seleccionados, cuya representación puede darse por individuos, objetivos,

transacciones, etc. Por su parte, Hernández et al. (2014) se refieren a la calidad de un trabajo de investigación como el estribo para delimitar claramente la población teniendo como base en el planteamiento del problema. Se debe situar a la población por sus características de contenido, lugar y tiempo.

En esa línea, la población está conformada por las 23 pymes agroexportadoras de banana tipo Cavendish a los Estados Unidos (ADEX DATA TRADE, 2023).

**Tabla 4.3.2**

*Exportaciones peruanas de PA: 0803901100 - bananas o plátanos, frescos o secos tipo «Cavendish Valery»*

Nº	Partida Arancelaria	Razón Social	Valor FOB (miles de US\$)
		Total	17,903
1	20530042708	AGRONEGOCIOS LOS ANGELES S.A.C.	6,225
2	20529792264	ORIUNDO AGRO S.A.C.	2,336
3	20484062031	ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO DE SAM – APPBOSA	1,837
4	20604409811	COOPERATIVA AGRARIA DE USUARIOS RIO Y VALLE	1,484
5	20530248152	FUNDO MARIA AURORA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1,323
6	20600051645	ORGANICOS RIO VERDE S.A.C.	1,291
7	20606505621	AGROEXPORTADORA MARIA AURORA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1,175
8	20484002488	ASOCIACION DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO VALLE DEL CHIRA	924
9	20607057088	AGRONEGOCIOS SAN MIGUEL ARCANGEL SAC	344
10	20555331640	AGROPIURA S.A.C.	228
11	20601124697	BAILEY FARMS PERU S.A.C.	225
12	20484162418	ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES ORGANICOS DE QUERECOTILLO	198
13	20600061691	COOPERATIVA AGRARIA ALTO GRANDE SANTA SOFIA – COOPAG	84
14	20602971148	ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE FRUTOS ORGANICOS	47

DEL NORTE DEL PERU - APPFONORPE			
15	20525927980	ASOCIACION DE AGRICULTORES ORGANICOS EL TALLAN-AGROTALLAN	35
16	20601710456	COOPERATIVA AGRARIA DE PRODUCTORES PERUANOS ORGÁNICOS	35
17	20525804632	COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUANGALA	25
18	20529866560	ANA BANANA S.A.C.	22
19	20525692141	COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS SEÑOR DE CHOCAN DE SAN VICENTE DE PIEDRA RODADA	15
20	20525795544	COOPERATIVA AGRARIA PUEBLO NUEVO HUANGALA – CAPNH	15
21	20525795897	COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUAYQUIQUIRA – COOPABOH	11
22	20548245134	GREENWAY S.A.	11
23	20524637007	ANDEAN NATURAL PRODUCTS EXPORT IMPORT S.A.C.	11

*Nota:* La tabla muestra resultados según consulta en ADEX DATA TRADE.

### 4.3.3 Muestra

Hernández et al. (2014) indican que, no necesariamente la selección de los elementos puede depender de la probabilidad, sino, por el contrario, las causas que tienen relación con las características de la investigación o los propósitos del investigador. Por lo tanto, la selección de la muestra no se hace al azar tampoco con el uso de una fórmula matemática para su cálculo, sino la selección de la muestra está sujeta al criterio del investigador. En ese sentido, el tamaño de la muestra asciende a 12 pymes agroexportadoras de banana tipo Cavendish a Estados Unidos durante el período 2022.

### 4.3.4 Cuestionario

Brace (2013) como se citó en Hernández et al., (2014) señala que el cuestionario refiere a una agrupación de preguntas que sirven para medir las variables de un trabajo de investigación, cabe mencionar que, debe tener relación con el planteamiento del problema.

Asimismo, para medir dichas variables de acuerdo a las preguntas del cuestionario mediante una escala valorativa y se utiliza el método de escalamiento de Likert. En tal

sentido, Hernández et al. (2014) señalan que, la escala de Likert corresponde a una relación de ítems expuestos en forma de afirmaciones o juicios, y ante los cuales se solicita la reacción de los consultados.

#### **4.3.4.1 Importancia**

Según Lara y Rivera (2020) afirman que, “el cuestionario tiene la facultad de poderse aplicar de forma masiva a toda la muestra, siendo una aplicación sistematizada en dónde todos responderán las mismas preguntas y en el mismo orden, logrando con esto la obtención de información valiosa de forma rápida”.

#### **4.3.4.2 Beneficios**

La técnica del cuestionario es muy útil en las ciencias económicas y administrativas debido a su fácil aplicación, posibilidad de ser aplicada en gran escala de manera estandarizada y capacidad de ser utilizada de manera impersonal (Lara y Rivera, 2020).

#### **4.3.5. Encuesta**

De acuerdo con García (1993, como se citó en Casas, Repullo y Donado, 2003) como una técnica que emplea una serie de métodos sistemáticos de investigación, en los cuales se recolecta y examina información de un grupo representativo de casos dentro de una población más grande, con el objetivo de explorar, describir, predecir y/o explicar diversas características.

## CAPÍTULO V: PRUEBA DE DISEÑO

Para este trabajo de investigación, se ha empleado el instrumento de investigación de cuestionario, el mismo que se ha diseñado de acuerdo con las variables independiente y dependiente, respectivamente, y sus dimensiones, puntuaciones de los encuestados según cada pregunta.

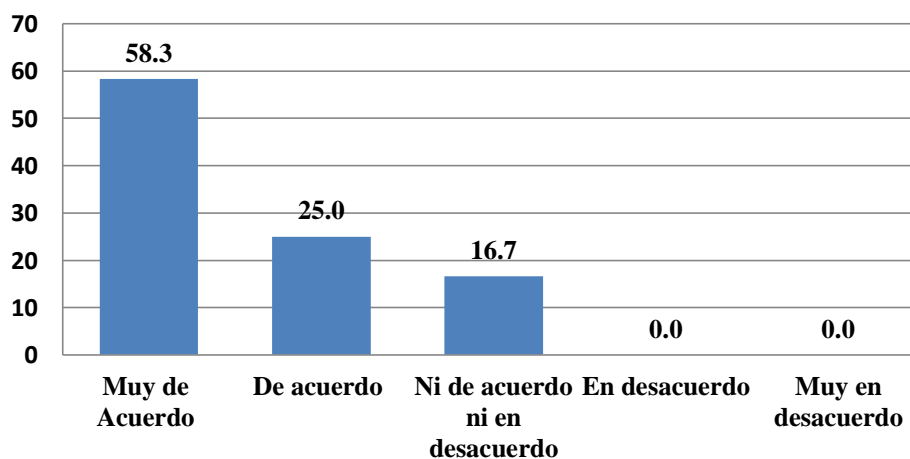
### 5.1 Aplicación de la Propuesta de Solución

**Tabla 5.1** *¿Estima usted que la internacionalización de las pymes agroexportadoras es un factor clave para mejorar la oferta exportable de las bananas tipo Cavendish a Estados Unidos?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy de Acuerdo	7	58.3	58.3
De acuerdo	3	25.0	83.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	16.7	100.0
En desacuerdo	0	0.0	
Muy en desacuerdo	0	0.0	
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	

*Nota:* Datos obtenidos de la encuesta.

**Gráfico 5.1** *La internacionalización de las pymes agroexportadoras es un factor clave para mejorar la oferta exportable de las bananas tipo Cavendish a Estados Unidos.*

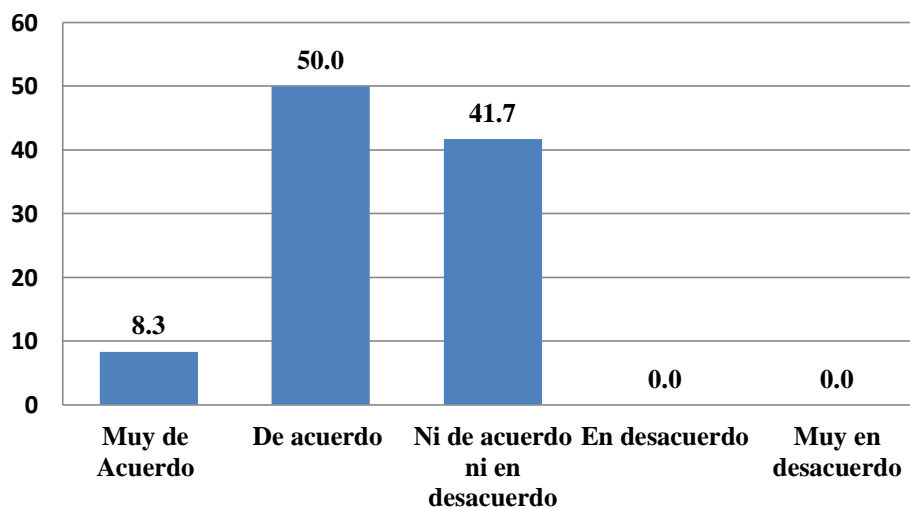


Se observa que el 58.3% de los encuestados están muy de acuerdo con que la internacionalización de las pymes agroexportadoras es un factor clave para mejorar la oferta exportable de las bananas tipo Cavendish a Estados Unidos, mientras que el 25.0% está de acuerdo, el 16.7% ni está de acuerdo ni en desacuerdo.

**Tabla 5.2** *¿Considera que las pymes agroexportadoras cumplen con los estándares de calidad requeridos al exportar bananas tipo Cavendish que se dirige al mercado de Estados Unidos?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de Acuerdo	1	8.3	8.3
De acuerdo	6	50.0	58.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	41.7	100.0
En desacuerdo	0	0.0	
Muy en desacuerdo	0	0.0	
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	

**Gráfico 5.2** *Las pymes agroexportadoras cumplen con los estándares de calidad requeridos al exportar bananas tipo Cavendish que se dirige al mercado de Estados Unidos.*



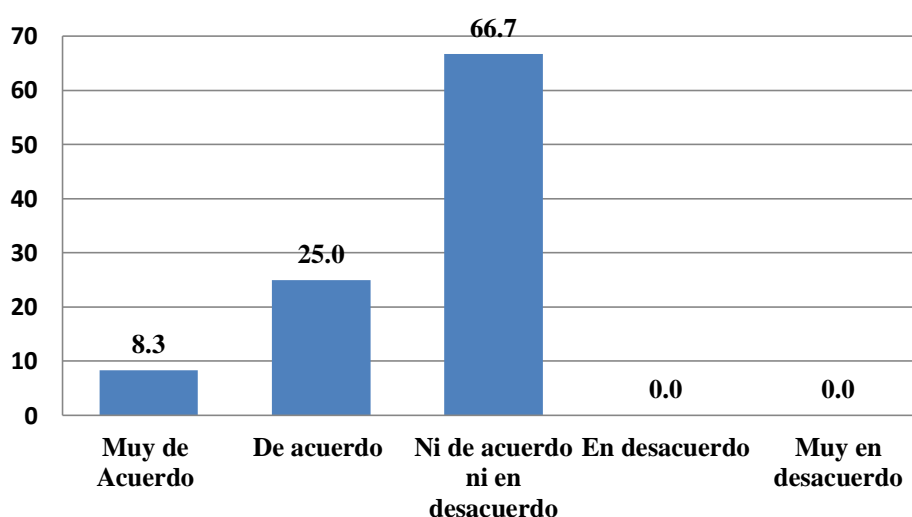


Se observa que el 50.0% está de acuerdo con que las pymes agroexportadoras cumplen con los estándares de calidad requeridos al exportar bananas tipo Cavendish que se dirige al mercado de Estados Unidos, mientras que el 41.7% ni está de acuerdo ni es desacuerdo, el 8.3% está muy de acuerdo.

**Tabla 5.3** *¿Las certificaciones sanitarias garantizan a las pymes agroexportadoras el ingreso de sus exportaciones de banana tipo Cavendish al mercado de Estados Unidos?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de Acuerdo	1	8.3	8.3
De acuerdo	3	25.0	33.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	66.7	100.0
En desacuerdo	0	0.0	
Muy en desacuerdo	0	0.0	
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	

**Gráfico 5.3** *Las certificaciones sanitarias garantizan a las pymes agroexportadoras el ingreso de sus exportaciones de banana tipo Cavendish al mercado de Estados Unidos.*



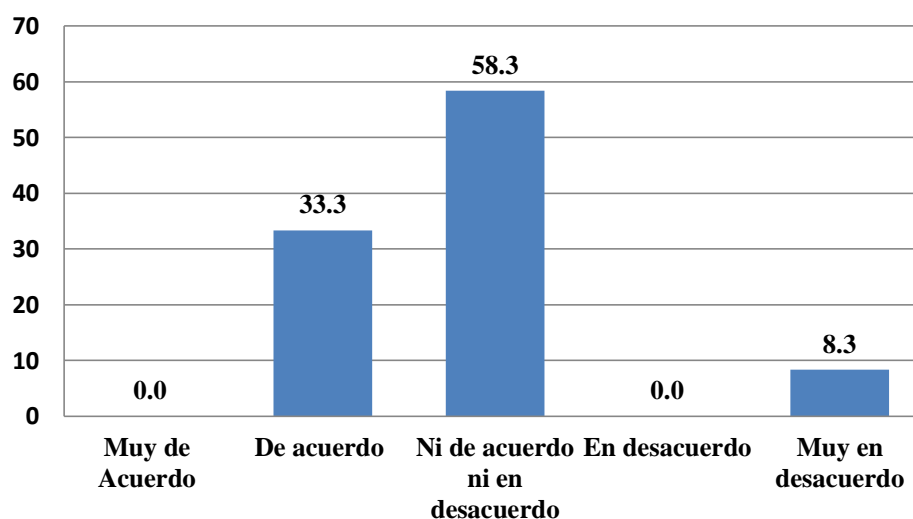
Se observa que el 66.7% ni está de acuerdo ni en desacuerdo con que las certificaciones sanitarias garantizan a las pymes agroexportadoras el ingreso de sus

exportaciones de banana tipo Cavendish al mercado de Estados Unidos, mientras que el 25.0% está de acuerdo, el 8.3% está muy de acuerdo.

**Tabla 5.4** *¿El tratado de libre comercio con los Estados Unidos favorece a las pymes agroexportadoras de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de Acuerdo	0	0.0	0.0
De acuerdo	4	33.3	33.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	58.3	91.7
En desacuerdo	0	0.0	91.7
Muy en desacuerdo	1	8.3	100.0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	

**Gráfico 5.4** *El tratado de libre comercio con los Estados Unidos favorece a las pymes agroexportadoras de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos.*

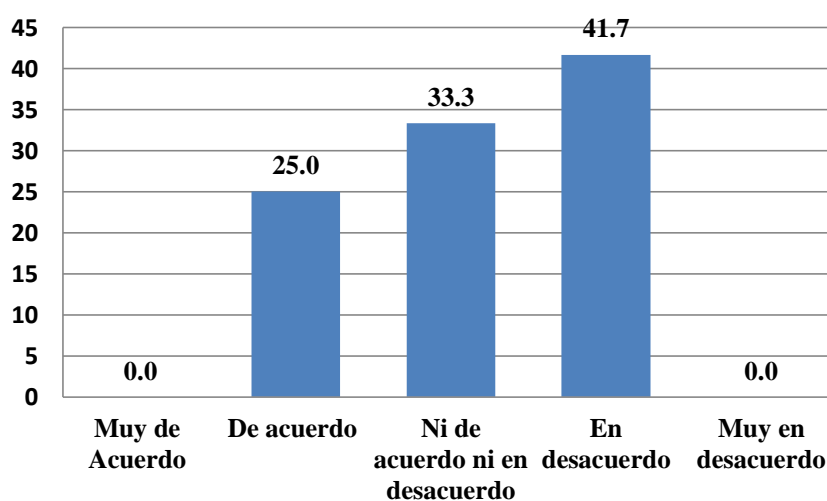


Se observa que el 58.3% ni está de acuerdo ni en desacuerdo con que el tratado de libre comercio con los Estados Unidos favorece a las pymes agroexportadoras de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos, mientras que el 33.3% está de acuerdo, el 8.3% está muy en desacuerdo.

**Tabla 5.5** *¿Las pymes agroexportadoras poseen volúmenes de producción para satisfacen la demanda de bananas tipo Cavendish de Estados Unidos?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de Acuerdo	0	0.0	0.0
De acuerdo	3	25.0	25.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	33.3	58.3
En desacuerdo	5	41.7	100.0
Muy en desacuerdo	0	0.0	
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	

**Gráfico 5.5** *Las pymes agroexportadoras poseen volúmenes de producción para satisfacen la demanda de bananas tipo Cavendish de Estados Unidos.*

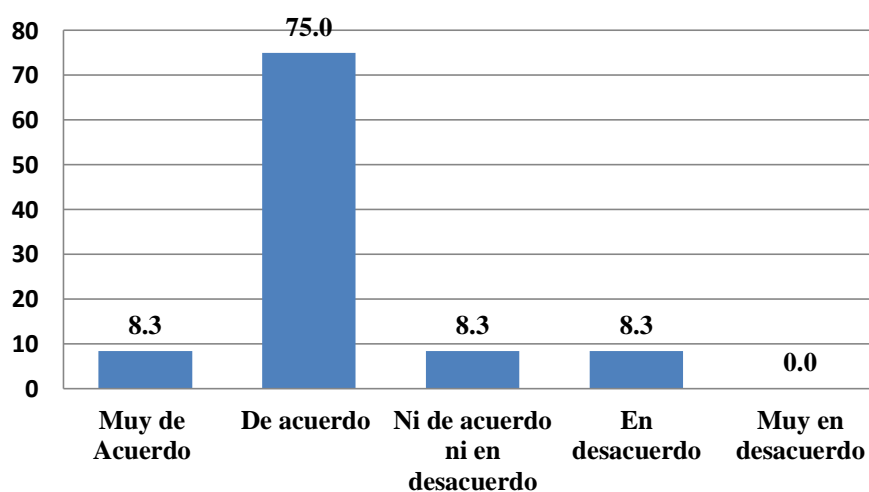


Se observa que el 41.7% está en desacuerdo con que las pymes agroexportadoras poseen volúmenes de producción para satisfacen la demanda de bananas tipo Cavendish de Estados Unidos, mientras que el 33.3% ni está de acuerdo ni en desacuerdo, el 25.0% está de acuerdo.

**Tabla 5.6** *¿Considera que hay potencial de oferta exportable de bananas tipo Cavendish por las pymes agroexportadoras que posibilita el incremento de sus envíos a los Estados Unidos?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de Acuerdo	1	8.3	8.3
De acuerdo	9	75.0	83.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	8.3	91.7
En desacuerdo	1	8.3	100.0
Muy en desacuerdo	0	0.0	
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	

**Gráfico 5.6** *Hay potencial de oferta exportable de bananas tipo Cavendish por las pymes agroexportadoras que posibilita el incremento de sus envíos a los Estados Unidos.*

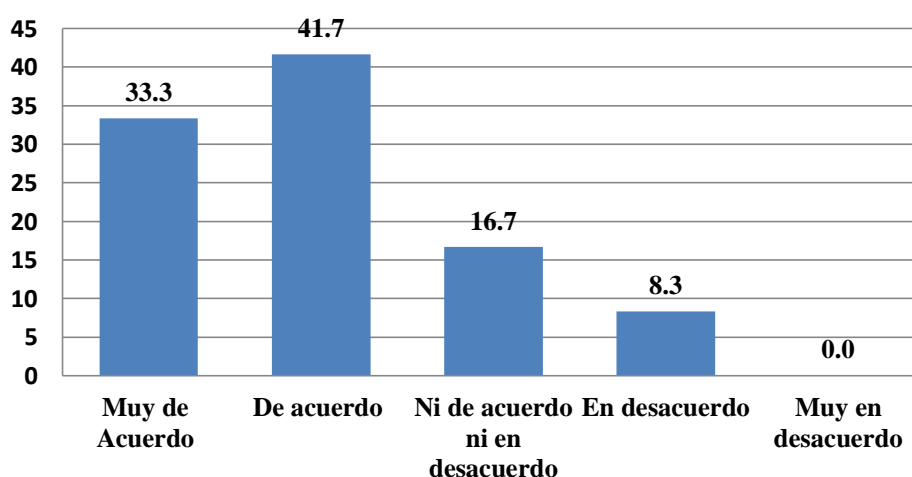


Se observa que el 75.0% está de acuerdo con que hay potencial de oferta exportable de bananas tipo Cavendish por las pymes agroexportadoras que posibilita el incremento de sus envíos a los Estados Unidos, mientras que el 8.3% ni está de acuerdo ni en desacuerdo, el 8.3% en desacuerdo y el otro 8.3% muy de acuerdo.

**Tabla 5.7** *¿Estima que el tamaño de la población consumidora es un aspecto relevante que favorece a la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de Acuerdo	4	33.3	33.3
De acuerdo	5	41.7	75.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	16.7	91.7
En desacuerdo	1	8.3	100.0
Muy en desacuerdo	0	0.0	
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	

**Gráfico 5.7** *El tamaño de la población consumidora es un aspecto relevante que favorece a la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.*

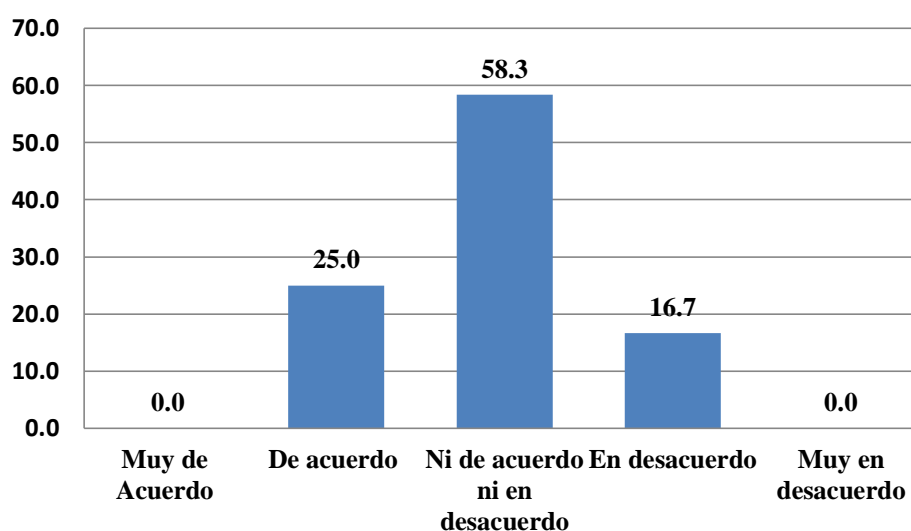


Se observa que el 41.7% está de acuerdo con que el tamaño de la población consumidora es un aspecto relevante que favorece a la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos, mientras el 33.3% está muy de acuerdo, el 16.7% ni en acuerdo ni en desacuerdo, y el 8.3 en desacuerdo.

**Tabla 5.8** *¿Está conforme con los requisitos fitosanitarios que impone Estados Unidos para el ingreso de la oferta exportable de bananas tipo Cavendish?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de Acuerdo	0	0.0	0.0
De acuerdo	3	25.0	25.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	58.3	83.3
En desacuerdo	2	16.7	100.0
Muy en desacuerdo	0	0.0	
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	

**Gráfico 5.8** *Los requisitos fitosanitarios que impone Estados Unidos para el ingreso de la oferta exportable de bananas tipo Cavendish.*

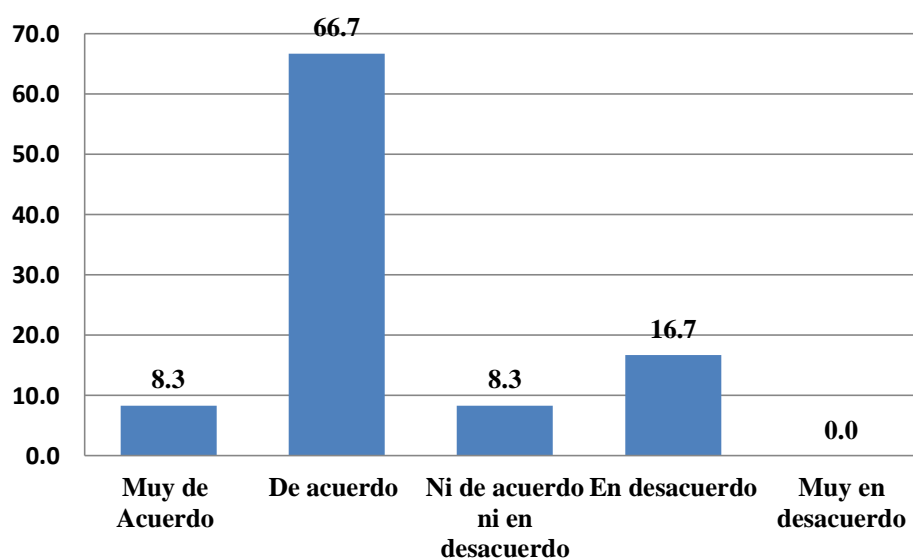


Se observa que el 58.3% ni está en acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 25.0% está de acuerdo, el 16.7% está en desacuerdo.

**Tabla 5.9** *¿La oferta exportable peruana de bananas tipo Cavendish y los estándares internacionales son relevantes para el ingreso a Estados Unidos de acuerdo con TLC?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de Acuerdo	1	8.3	8.3
De acuerdo	8	66.7	75.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	8.3	83.3
En desacuerdo	2	16.7	100.0
Muy en desacuerdo	0	0.0	
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	

**Gráfico 5.9** *La oferta exportable peruana de bananas tipo Cavendish y los estándares internacionales son relevantes para el ingreso a Estados Unidos de acuerdo con TLC.*

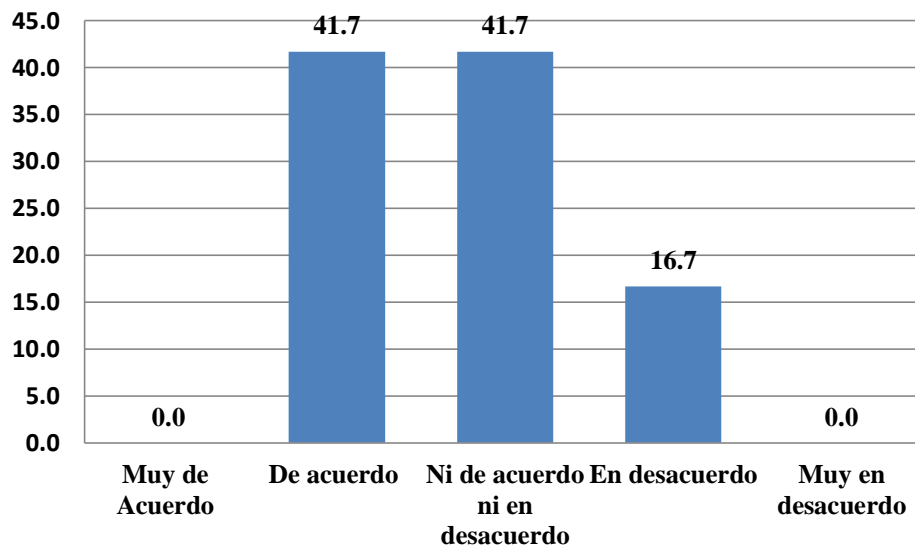


Se observa que el 66.7% está de acuerdo con que la oferta exportable peruana de bananas tipo Cavendish y los estándares internacionales son relevantes para el ingreso a Estados Unidos de acuerdo con TLC, mientras que el 16.7% está en desacuerdo, el 8.3% está muy de acuerdo y el 8.3% ni está de acuerdo ni en desacuerdo.

**Tabla 5.10** *¿Percibe que las autoridades competentes brindan el apoyo necesario para la simplificación administrativa del ingreso de la banana tipo Cavendish a los Estados Unidos?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Muy de Acuerdo	0	0.0	0.0
De acuerdo	5	41.7	41.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	41.7	83.3
En desacuerdo	2	16.7	100.0
Muy en desacuerdo	0	0.0	
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	

**Gráfico 5.10** *Las autoridades competentes brindan el apoyo necesario para la simplificación administrativa del ingreso de la banana tipo Cavendish a los Estados Unidos.*



Se observa que el 41.7 % está de acuerdo con que las autoridades competentes brindan el apoyo necesario para la simplificación administrativa del ingreso de la banana tipo Cavendish a los Estados Unidos y 41.7% ni está de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 16.7 está en desacuerdo.



**Tabla 5.11** *Cuantifica cada respuesta del cuestionario (VI)*

<b>N</b>	<b>X1</b>	<b>X2</b>	<b>X3</b>	<b>X4</b>	<b>X5</b>
<b>1</b>	3	4	5	4	2
<b>2</b>	5	3	3	3	3
<b>3</b>	5	3	3	1	2
<b>4</b>	5	4	3	3	4
<b>5</b>	4	3	4	3	4
<b>6</b>	3	3	3	4	2
<b>7</b>	5	5	3	3	2
<b>8</b>	4	4	3	4	3
<b>9</b>	5	4	3	4	3
<b>10</b>	4	3	3	3	3
<b>11</b>	5	4	4	3	2
<b>12</b>	5	4	4	3	3
<b>TOTAL</b>	<b><math>\Sigma X1</math></b>	<b><math>\Sigma X2</math></b>	<b><math>\Sigma X3</math></b>	<b><math>\Sigma X4</math></b>	<b><math>\Sigma X5</math></b>
<b>12</b>	<b>53</b>	<b>44</b>	<b>41</b>	<b>38</b>	<b>33</b>

**Tabla 5.12** Frecuencia de las respuestas del cuestionario (VI)

VI	Escala de Valoración										Total 100%
	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo		
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	
X1	0	0.0	0	0.0	2	16.7	3	25.0	7	58.3	100
X2	0	0.0	0	0.0	5	41.7	6	50.0	1	8.3	100
X3	0	0.0	0	0.0	8	66.7	3	25.0	1	8.3	100
X4	1	8.3	0	0.0	7	58.3	4	33.3	0	0.0	100
X5	0	0.0	5	41.7	5	41.7	2	16.7	0	0.0	100

**ENCUESTA SOBRE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES PERUANAS PARA LA OFERTA EXPORTABLE DE BANANAS TIPO CAVENDISH A EE. UU., 2023.**

Cabe mencionar que las preguntas elaboradas en el cuestionario se han tabulado y permitirán interpretar las medias y desviaciones relativas a las puntuaciones que resultaron. Para ello se estableció el rango de la escala de Likert, con una puntuación del 1 al 5 elegida por los encuestados, de esa manera se calculará las medias que nos explicara si los encuestados están de acuerdo o no con la valoración numérica que corresponde al rango de cada escala.

Además, se calcula las desviaciones estándar que nos indicará el promedio de desviación de las puntuaciones con respecto a la media, es decir, nos indica el grado de concentración o dispersión de las puntuaciones respecto de la media, lo cual se muestran en las siguientes tablas.

**Tabla 5.13 Preguntas de la variable independiente (VI)**

Esta encuesta se aplicó a la muestra que asciende a 12 representantes, uno de cada empresa pyme agroexportadora.

Preguntas	N=12	Desviación Estándar
	MEDIA	
<b>X1.-</b> ¿Estima usted que la internacionalización de las pymes agroexportadoras es un factor clave para mejorar la oferta exportable de las bananas tipo Cavendish a Estados Unidos?	4.42	0.79
<b>X2.-</b> ¿Considera que las pymes agroexportadoras cumplen con los estándares de calidad requeridos al exportar bananas tipo Cavendish que se dirige al mercado de Estados Unidos?	3.67	0.65
<b>X3.-</b> ¿Las certificaciones sanitarias garantizan a las pymes agroexportadoras el ingreso de sus exportaciones de banana tipo Cavendish al mercado de Estados Unidos?	3.42	0.67
<b>X4.-</b> ¿El tratado de libre comercio con los Estados Unidos favorece a las pymes agroexportadoras de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos?	3.17	0.83
<b>X5.-</b> ¿Las pymes agroexportadoras poseen volúmenes de producción para satisfacen la demanda de bananas tipo Cavendish de Estados Unidos?	2.75	0.75

### INTERPRETACIÓN

Conforme a la Tabla 5.13 encontramos que según las preguntas referidas a la variable independiente (VI) el 80% de los participantes encuestados de las empresas agroexportadoras tienen valores de respuesta promedio de 3.17 hasta 4.42, mientras que el otro 20% tienen valores de respuesta promedio de 2.75, esto permite evidenciar la tendencia de que la mayoría está de acuerdo en que la internacionalización de las pymes agroexportadoras mejoran la oferta exportable de la banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

Además, se observa que la media obtenida en relación con las preguntas del cuestionario, demuestran que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que la

internacionalización de las pymes es un factor clave para mejorar la oferta exportable de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos.

### **Teorema Central del Límite**

Sobre las desviaciones estándar obtenidas según las preguntas relacionadas con la variable independiente, la estadística señala que el fundamento teórico de los gráficos de control para la media ( $\bar{X}$ ) está en el Teorema Central del Límite.

- Límite de control superior (UCL) =  $\bar{X} + z\sigma$
- Límite de control inferior (LCL) =  $\bar{X} - z\sigma$

Dónde:

$\bar{X}$  = Media de las medias de la muestra.

$z$  = Número de desviaciones estándar normales, siendo 3 para el 99.7% de nivel de confianza.

$\sigma$  = Desviación estándar, siendo igual a la desviación estándar de la distribución muestral dividida por la raíz cuadrada del tamaño de la muestra:

$$\sigma = \frac{\sigma_x}{\sqrt{N}}$$

(X1) Respecto a la desviación estándar de la primera pregunta podemos señalar que, el 99.7% de las puntuaciones se distribuirán normalmente entre los valores:

$$\begin{aligned} \text{UCL} &= 4.42 + 3 \times 0.79 / \sqrt{12} \\ \text{UCL} &= 5.10 \end{aligned}$$

Luego,

$$\begin{aligned} \text{LCL} &= 4.42 - 0.79 / \sqrt{12} \\ \text{LCL} &= 3.74 \end{aligned}$$

Por lo tanto, las puntuaciones se ubicarán en un rango que va de 5.10 hasta 3.74, lo cual significa que existe una mínima dispersión teniendo en cuenta las puntuaciones de los

encuestados. Esto implica que siendo similares las desviaciones estándar de las demás preguntas, queda demostrado que las puntuaciones tienen una mínima dispersión con relación a sus medias o promedios.

Podemos señalar que la internacionalización de las pymes agroexportadoras es un factor clave para mejorar la oferta exportable de las bananas tipo Cavendish a Estados Unidos.

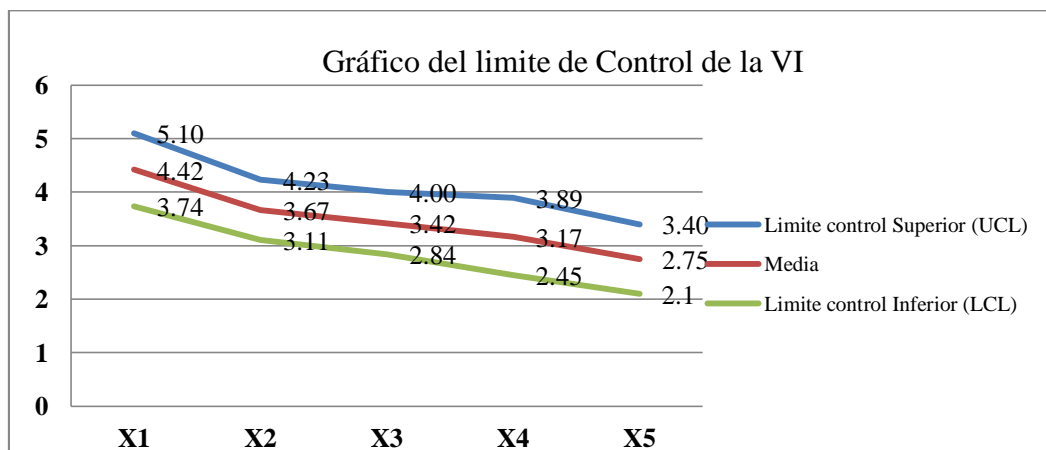
**RESUMEN DE LIMITES DE CONTROL SUPERIOR (UCL) E INFERIOR (LCL) DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE (VI)**

**Tabla 5.14** Límites de control superior e inferior

Variable Independiente	Media	Limite control Superior (UCL)	Limite control Inferior (LCL)
X1	4.42	5.10	3.74
X2	3.67	4.23	3.11
X3	3.42	4.00	2.84
X4	3.17	3.89	2.45
X5	2.75	3.40	2.10

**Gráfico 5.11** Gráfico del límite de control de la VI

Si X es igual a 4.42 y  $\sigma$  es igual a 0.79, además, UCL es 5.10 y LCL es 3.74, entonces se tiene el siguiente Gráfico de Control:



De acuerdo con los datos obtenidos al aplicar la encuesta según el cuestionario, y conforme a los resultados obtenidos del análisis estadístico basado en el límite de control superior y el límite de control inferior, se puede deducir que la internacionalización de las pymes posibilita la mejora de la oferta exportable peruana de banana Cavendish a Estados Unidos, 2023.

**Tabla 5.15** *Cuantifica cada respuesta del cuestionario (VD)*

<b>N</b>	<b>Y1</b>	<b>Y2</b>	<b>Y3</b>	<b>Y4</b>	<b>Y5</b>
<b>1</b>	2	2	3	4	4
<b>2</b>	4	5	2	4	3
<b>3</b>	4	4	4	4	4
<b>4</b>	5	4	3	4	3
<b>5</b>	4	5	4	5	4
<b>6</b>	4	4	3	3	3
<b>7</b>	4	5	4	4	3
<b>8</b>	4	4	3	4	4
<b>9</b>	3	4	3	4	4
<b>10</b>	4	3	2	4	2
<b>11</b>	4	3	3	2	2
<b>12</b>	4	4	3	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>ΣY1</b>	<b>ΣY2</b>	<b>ΣY3</b>	<b>ΣY4</b>	<b>ΣY5</b>
<b>12</b>	<b>46</b>	<b>47</b>	<b>37</b>	<b>46</b>	<b>40</b>

**Tabla 5.16** Frecuencia de las respuestas del cuestionario (VD)

VD	Escala de Valoración										Total 100%
	Muy en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Muy de acuerdo		
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	
Y1	0	0.0	1	8.3	1	8.3	9	75.0	1	8.3	100
Y2	0	0.0	1	8.3	2	16.7	6	50.0	3	25.0	100
Y3	0	0.0	2	16.7	7	58.3	3	25.0	0	0.0	100
Y4	0	0.0	1	8.3	1	8.3	9	75.0	1	8.3	100
Y5	0	0.0	2	16.7	5	41.7	5	41.7	0	0.0	100

**ENCUESTA SOBRE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES PERUANAS PARA LA OFERTA EXPORTABLE DE BANANAS TIPO CAVENDISH A EE. UU., 2023.**

Esta encuesta se aplicó a la muestra que asciende a 12 representantes, uno de cada empresa pyme exportadora de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

**Tabla 5.17** Preguntas de la variable dependiente (VD)

Preguntas	N=12	Desviación Estándar
	MEDIA	
<b>Y1.-</b> ¿Considera que hay potencial de oferta exportable de bananas tipo Cavendish por las pymes agroexportadoras que posibilita el incremento de sus envíos a los Estados Unidos?	3.83	0.72
<b>Y2.-</b> ¿Estima que el tamaño de la población consumidora es un aspecto relevante que favorece a la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos?	3.92	0.90
<b>Y3.-</b> ¿Está conforme con los requisitos fitosanitarios que impone Estados Unidos para el ingreso de la oferta exportable de bananas tipo Cavendish?	3.08	0.67
<b>Y4.-</b> ¿La oferta exportable peruana de bananas tipo Cavendish y los estándares internacionales son relevantes para el ingreso a Estados Unidos de acuerdo con TLC?	3.83	0.72
<b>Y5.-</b> ¿Percibe que las autoridades competentes brindan el apoyo necesario para la simplificación administrativa del ingreso de la banana tipo Cavendish a los Estados Unidos?	3.33	0.78

## INTERPRETACIÓN

Conforme a la Tabla 5.16 encontramos que según las preguntas referidas a la variable dependiente (VD) el 80% de los participantes encuestados de las empresas agroexportadoras tienen valores de respuesta promedio de 3.83 hasta 3.92, mientras que el otro 20% tienen valores de respuesta promedio de 3.08, esto permite evidenciar la tendencia de que la mayoría está de acuerdo en que la oferta exportable de bananas tipo Cavendish está relacionada con la internacionalización de las pymes agroexportadoras a Estados Unidos.

Además, se observa que la media obtenida en relación con las preguntas del cuestionario, demuestran que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que el tamaño de la población consumidora es un aspecto relevante que favorece a la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

Respecto a la desviación estándar de la primera pregunta (Y1) podemos señalar que, el 99.7% de las puntuaciones se distribuirán normalmente entre los valores:

$$\begin{aligned}UCL &= 3.83 + 3 \times 0.72 / \sqrt{12} \\UCL &= 4.45\end{aligned}$$

Luego,

$$\begin{aligned}LCL &= 3.83 - 3 \times 0.72 / \sqrt{12} \\LCL &= 3.21\end{aligned}$$

Por ello, las puntuaciones se ubicarán en un rango que va de 4.45 hasta 3.21, lo cual significa que existe una mínima dispersión según las puntuaciones de los encuestados. Esto significa que siendo similares los resultados de las demás preguntas, queda demostrado que las puntuaciones tienen una mínima dispersión con relación a sus medias.

Así, podemos señalar que existe potencial de oferta exportable de bananas tipo Cavendish por las pymes agroexportadoras que posibilita el incremento de sus envíos a los Estados Unidos.



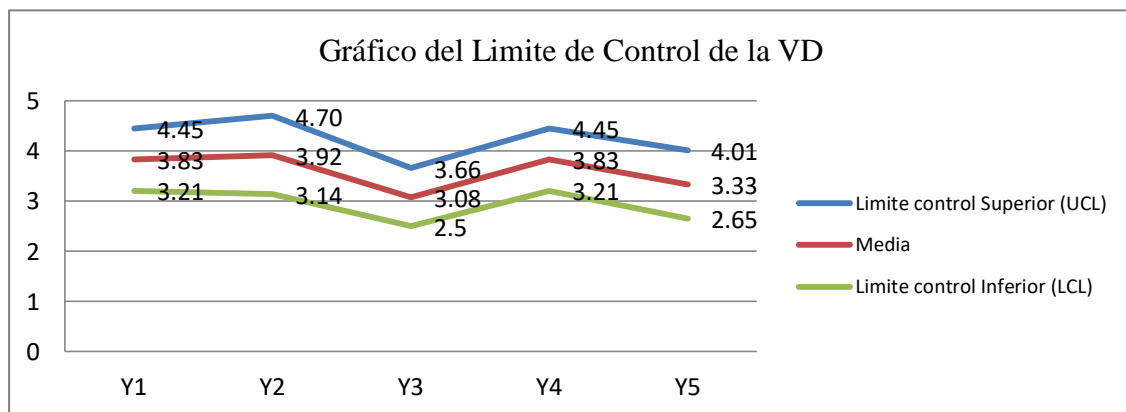
## RESUMEN DE LÍMITES DE CONTROL SUPERIOR (UCL) E INFERIOR (LCL) DE LA VARIABLE DEPENDIENTE (VD)

**Tabla 5.18** Límites de control superior e inferior

Variable Dependiente	Media	Limite control Superior (UCL)	Limite control Inferior (LCL)
Y1	3.83	4.45	3.21
Y2	3.92	4.70	3.14
Y3	3.08	3.66	2.50
Y4	3.83	4.45	3.21
Y5	3.33	4.01	2.65

**Gráfico 5.12** Gráfico del límite de control de la VD

Y, si X es igual a 3.83 y  $\sigma$  es igual a 0.72, además, UCL es 4.45 y LCL es 3.21, entonces se tiene el siguiente Gráfico de Control:



De acuerdo con los datos obtenidos al aplicar la encuesta según el cuestionario, y conforme a los resultados obtenidos del análisis estadístico basado en el límite de control superior y el límite de control inferior, se puede deducir que la oferta exportable peruana de bananas tipo Cavendish para Estados Unidos está directamente relacionada con la internacionalización de las pymes agroexportadoras.

## CONCLUSIONES

Se determinó que la internacionalización de las pymes es un factor clave para mejorar la oferta exportable de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos. Esto significa que la internacionalización de las pymes se relaciona con las dimensiones de los objetivos específicos, los cuales son el cumplimiento de estándares de calidad, certificaciones fitosanitarias, y el tratado de libre comercio con los Estados Unidos. Esto favorece a la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

Se estableció que los datos obtenidos mediante la encuesta según las preguntas de la variable independiente, permitió deducir que la internacionalización de las pymes agroexportadoras mejora la oferta exportable de la banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

Se demostró que los datos obtenidos mediante la encuesta según las preguntas de la variable dependiente, permitió deducir que están cercanos al promedio o media de dichas preguntas, evidencia que el tamaño de la población consumidora es un aspecto relevante que favorece a la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

Se estableció que el límite de control superior y el límite de control inferior de la media de las preguntas de la variable independiente, permitió deducir que están cercanos a la media de dichas preguntas. Por ello, la internacionalización de las pymes agroexportadoras posibilita la mejora de la oferta exportable de tipo Cavendish a Estados Unidos.

Se demostró que los datos obtenidos mediante la encuesta según las preguntas de la variable dependiente, permitió deducir que están cercanos al promedio o media de dichas preguntas, esto nos lleva a concluir que las certificaciones sanitarias que impone Estados Unidos para el ingreso de banana Cavendish está directamente relacionado a su oferta exportable, en tanto dichos requisitos sean accesibles.

## **RECOMENDACIONES**

Potenciar la oferta exportable de las pymes exportadoras de bananas tipo Cavendish para incrementar sus exportaciones a los Estados Unidos.

Viabilizar la obtención de las certificaciones fitosanitarias que impone Estados Unidos para el ingreso de la oferta exportable peruana de bananas tipo Cavendish.

Fomentar el apoyo a las pymes agroindustriales por parte de las autoridades competentes brindando el apoyo necesario para la simplificación administrativa del ingreso de la banana tipo Cavendish a los Estados Unidos.

Promover el incremento de la población consumidora a través de certificaciones que garanticen la calidad de la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Acuerdos comerciales del Perú. (2011). *Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU.*

Recuperado

de:

[https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En\\_Vigencia/EEUU/inicio.html](https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/EEUU/inicio.html)

Aguirre Gonzales, L. y Olivares Zárate, T. (2020). *Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10757/651667>

American Psychological Association. (2020). *Guía Normas APA 7ma Edición*. Recuperado de: <https://normas-apa.org/wp-content/uploads/Guia-Normas-APA-7ma-edicion.pdf>

Arias, J., Villasís, M., y Miranda, M. (2016). *El protocolo de investigación III: La Población de estudio*. Revista Alergia México, 7. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Begazo Villanueva, J. D., & Torres Agurto, R. (2009). *EL PBI ¿UN INDICADOR ANACRÓNICO?*. Gestión En El Tercer Milenio, 12(24), 43–47. <https://doi.org/10.15381/gtm.v12i24.8889>

Buendía Rice, EA, (2013). *El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países*. Análisis Económico, XXVIII (69), 55-78.

Cámara de Comercio de Lima (2021). *Lacamara.pe. Importancia del comercio exterior para el desarrollo del Perú*. Recuperado de: <https://lacamara.pe/importancia-del-comercio-exterior-para-el-desarrollo-del-peru/#:~:text=La%20evoluci%C3%B3n%20del%20comercio%20exterior,de%20por%20lo%20menos%20730%25>.

Cañari, A. (28 de agosto del 2020). *Las PYMES peruanas en el marco de los acuerdos comerciales*. Blog USIL. Recuperado de: <https://blogs.usil.edu.pe/facultad->

[derecho/relaciones-internacionales/las-pymes-peruanas-en-el-marco-de-los-acuerdos-comerciales](#)

- Cardozo, P., Chavarro, A. & Ramirez, C. (2007). *Teorías de internacionalización*. Panorama 1(3), 5-23. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780130>
- Centro de Comercio Internacional. (2023). *Trademap.com*. <http://trademap.com>
- Chabén Y., Nelson (2017). *La consistencia de nuestra oferta exportable*. Recuperado de: <http://revistaderecho.um.edu.uy/wp-content/uploads/2018/04/CHABEN.pdf>
- Colonia Luy, D. P., & Carrillo Caceres, R. A. (2019). *Factores que influyeron en las exportaciones de banano orgánico en el marco del TLC Perú – Estados Unidos durante los años 2013 y 2017*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. DOI: <https://doi.org/10.19083/tesis/625734>
- Diario Oficial El Peruano. (2023). *Elperuano.pe*. Recuperado de: <http://elperuano.pe/>
- Díaz, C., Vargas L., Ocampo E., & Giler R. (2015). *VI Congreso internacional de gestión, emprendimiento e innovación. Nueva economía e innovación social*. Universidad EAN. Recuperado de: <https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/9027>
- Dominguez, G. & Ramirez, R. (2017). *Oportunidades que permitieron el desarrollo de las exportaciones del banano orgánico peruano en el mercado de los EEUU en los años 2012-2016*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10757/623458>
- Donoso Alberca, NM, & Zamudio de León, JA (2018). *Análisis de los factores de comercialización que intervienen en la exportación del banano orgánico en el Perú por el periodo del 2013 al 2016*. Universidad Privada del Norte. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11537/12918>
- Esteban Nieto, N. (2018). *Tipos de Investigación*. Universidad Santo Domingo de Guzmán. Recuperado de: <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>

- Exportemos.pe. (2008). *Ficha de Requisitos Técnicos de acceso al mercado de EE.UU. Requisitos no Arancelarios. Bananas Cavendish Valery*. Recuperado de: <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/Bananas%20Cavendish%20Valery.pdf>
- Fairlie R., Alan. (2008). *Asociaciones de pequeños productores y exportaciones de banano orgánico en el Valle del Chira*. Comercio y Pobreza en Latinoamérica (COPLA). Recuperado de: <https://cies.org.pe/wp-content/uploads/2016/07/asociaciones-de-pequenos-productores-y-exportaciones.pdf>
- Fierro Ulloa, I. y Villacres Rojas, C. (2014). *Diagnóstico de la cadena logística de exportación del banano ecuatoriano hacia Estados Unidos de América*. Saber, Ciencia Y Libertad, 9(1), 77–90. Recuperado de: <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2014v9n1.1985>
- Fondo Monetario Internacional. [FMI] (2023) *Discurso de la Directora Gerente, Kristalina Georgieva, en el Foro de Boao para Asia de 2023*. Recuperado de: <https://www.imf.org/es/News/Articles/2023/03/30/sp032923-md-boao-forum-remarks>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2022). *Banana Market Review 2022*. Recuperado de: <https://www.fao.org/3/cc6952en/cc6952en.pdf>
- Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., & Urmeneta, R. (2016). *Internacionalización de las pymes: Innovación para exportar*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40737>
- Gavilanes Mata C. (2016). *Manual de procesos logísticos para la exportación de banano Valery Cavendish a Florida, Estados Unidos para agricultores Falquez*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1639>

- Guerrero Ojeda, M, y Timaná Ramirez M. (2020). *Plan de exportación de Banano orgánico desde La Matanza - Piura, al mercado de California Estados Unidos*. Universidad Alas Peruanas. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12990/10421>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ta. Ed. Mc Graw –Hill Education, México DF, México. Recuperado de: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hubspot. (s.f). *Marketing*. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-teoria-del-consumidor>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. [INEI]. (2021) *Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO)*. Recuperado de: <https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-de-hogares-enafo-2021-instituto-nacional-de-estadistica-e-informatica-%E2%80%93>
- International Labour Organization [ILO]. (1998). *Recomendación sobre la creación de empleos en las pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de: [https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100\\_IL\\_O\\_CODE:R189](https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_IL_O_CODE:R189)
- International Organization for Standardization [ISO]. (2023). *ISO 9001 y normas relacionadas*. Recuperado de: <https://www.iso.org/iso-9001-quality-management.html>
- LaEdu.digital. (2019). Recuperado de: <https://conocimientosweb.net/dcmt/ficha3433.html>
- Lara M. Itzel A. y Rivera F. Dr. Rogerio. (2020). *La Importancia del Diseño de Cuestionarios para la Creación de Escalas en las Ciencias Económico Administrativas*. Recuperado de: <https://amidi.mx/sites/default/files/2022->

[12/2020.amidi .tomo iv ensayos 2019 de cuestionario a escala. exposicion de tr  
abajos de investigacion 0 0 compressed 0 0.pdf#page=87](https://doi.org/10.21158/23227230.v10.n0.2020.2841)

Lojas R. Milagros. (2020). *Caracterización de la calidad del servicio de las Mypes de venta de prendas de vestir por catálogo, sector comercio, rubro ventas, en el centro poblado de Andres Araujo Morán, 2018*. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.13032/17985>

Lozada Gomez, E. y Perez Morón J. (2017). *Plan de negocios para implementar mejoras tecnológicas en una cooperativa de banano orgánico*. Universidad San Ignacio Loyola. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.14005/2937>

Lucero I. y Meza S. (2012). *Validación de instrumentos para medir conocimientos*. Recuperado de: [https://studylib.es/doc/4644001/validaci%C3%B3n-de-instrumentos-  
para-medir-conocimientos](https://studylib.es/doc/4644001/validaci%C3%B3n-de-instrumentos-para-medir-conocimientos)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2015). Recuperado de: <https://www.gob.pe/mincetur>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MINAGRI]. (2021). Recuperado de: [https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-  
definicion-de-oferta-exportable](https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable)

Ministerio de la Producción. [PRODUCE]. (2023). Recuperado de: <https://www.gob.pe/produce>

Montealegre Ramirez, P., Aguilar Sánchez, J., & Montealegre Ramirez, M. (2022). *La competitividad de las Pymes en el sector agrícola y su potencial exportador*. Vía Innova, 6(2), 31–40. Recuperado de: <https://doi.org/10.23850/2422068X.2670>

Montenegro-Arcila, M. M. (2020). *Relaciones de redes, perspectiva de internacionalización para la pyme Gastro Innova*. Revista Ploutos, 10. Recuperado de: DOI: <https://doi.org/10.21158/23227230.v10.n0.2020.2841>



- Olivia García, C. (2019). *Asociatividad y competitividad en banano orgánico (Musa cavendish) en el Valle del Chira*. *Anales Científicos*, 80(2), 397–408. Recuperado de: <https://doi.org/10.21704/ac.v80i2.1456>
- Palella, S. y Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cuantitativa*. 2da. Edición. Fondo Editorial UPEL, Caracas, Venezuela. Recuperado de: <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23578w/w23578w.pdf>
- Porter, Michael E. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Revista Facetas. Recuperado de: [http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1254/1254\\_u12\\_act1.pdf](http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1254/1254_u12_act1.pdf)
- Real Academia de la Lengua Española. (2023). Recuperado de: <https://dle.rae.es/est%C3%A1ndar>
- Salazar Vásquez, S. (2014). *Plan de exportación de banano orgánico (musa puridisiaca) al mercado de Estados Unidos-LA 2013*. Universidad Señor de Sipan. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12802/3442>
- Silva Melendez, B. (2019). *Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope al mercado de Estados Unidos*. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/35271>
- Smith A. (1776). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. <https://socialsciences.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/smith/wealth/index.html>
- Suárez G. Maylin y Martin G. Marili. (2009). *Consideraciones sobre los costos de calidad*. Recuperado de: <https://www.eumed.net/ce/2009a/sgmg2.htm>
- Sulser, R., y Pedroza, J. (2009). *Exportación efectiva. Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*. México: Ediciones Fiscales ISEF. Recuperado de:

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xAUmAgalnHAC&oi=fnd&pg=PA2&dq=consumidor+final+en+la+exportacion&ots=Zu8fC9O65g&sig=Xn8IUvpKgXpCK3kGhOf\\_fyczzJs#v=onepage&q=consumidor%20final%20en%20la%20exportacion&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xAUmAgalnHAC&oi=fnd&pg=PA2&dq=consumidor+final+en+la+exportacion&ots=Zu8fC9O65g&sig=Xn8IUvpKgXpCK3kGhOf_fyczzJs#v=onepage&q=consumidor%20final%20en%20la%20exportacion&f=false)

Vargas Cordero, ZR, (2009). *La Investigación Aplicada: Una Forma de Conocer las Realidades con Evidencia Científica*. Revista Educación, 33 (1), 155-165. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44015082010>

Villarreal, O. (2005). *La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea*. Recuperado de: <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/524.pdf>

Wolterskluwer.es. *Guías Jurídicas La Ley*. (2023). Recuperado, de [https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAA AAAEAMtMSbF1jTAAASNTS3NTfbLUouLM\\_DxbIwMDS0NDQ3OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoALK6mZTUAAAA=WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAA AAAEAMtMSbF1jTAAASNTS3NTfbLUouLM_DxbIwMDS0NDQ3OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoALK6mZTUAAAA=WKE)

Yllescas-Rodríguez, P. M., Espinoza-Casco, R. J., & Macha-Huamán, R. (2021). *Diversificación de la oferta exportable y las exportaciones peruanas*. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 6(1), 322. Recuperado de: <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i1.1510>

Ynga Romero J. (2019). *Implementación del Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2008 y la Productividad en la Empresa Máxima Internacional S.A. (2013-2015)*. Universidad Nacional del Callao. Recuperado de: <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/5637/TESIS%20MAESTRO-%20YNGA%20ROMERO-FCA-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXOS

### Anexo 1: Cuestionario

Señale su nivel de aceptación o rechazo de acuerdo con las alternativas mediante una puntuación que se mide de la siguiente manera:

- 5.- Muy de acuerdo
- 4.- De acuerdo
- 3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 1.- Muy en desacuerdo

<b>VI Internacionalización de las pymes</b>	<b>Escala valorativa</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<p><b>X1.-</b> ¿Estima usted que la internacionalización de las pymes agroexportadoras es un factor clave para mejorar la oferta exportable de las bananas tipo Cavendish a Estados Unidos?</p>					
<p><b>X2.-</b> ¿Considera que las pymes agroexportadoras cumplen con los estándares de calidad requeridos al exportar bananas tipo Cavendish que se dirige al mercado de Estados Unidos?</p>					
<p><b>X3.-</b> ¿Las certificaciones sanitarias garantizan a las pymes agroexportadoras el ingreso de sus exportaciones de banana tipo Cavendish al mercado de Estados Unidos?</p>					
<p><b>X4.-</b> ¿El tratado de libre comercio con los Estados Unidos favorece a las pymes agroexportadoras de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos?</p>					
<p><b>X5.-</b> ¿Las pymes agroexportadoras poseen volúmenes de producción para satisfacen la demanda de bananas tipo Cavendish de Estados Unidos?</p>					

<b>VD Oferta Exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<p><b>Y1.-</b> ¿Considera que hay potencial de oferta exportable de bananas tipo Cavendish por las pymes agroexportadoras que posibilita el incremento de sus envíos a los Estados Unidos?</p> <p><b>Y2.-</b> ¿Estima que el tamaño de la población consumidora es un aspecto relevante que favorece a la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos?</p> <p><b>Y3.-</b> ¿Está conforme con los requisitos fitosanitarios que impone Estados Unidos para el ingreso de la oferta exportable de bananas tipo Cavendish?</p> <p><b>Y4.-</b> ¿La oferta exportable peruana de bananas tipo Cavendish y los estándares internacionales son relevantes para el ingreso a Estados Unidos de acuerdo con TLC?</p> <p><b>Y5.-</b> ¿Percibe que las autoridades competentes brindan el apoyo necesario para la simplificación administrativa del ingreso de la banana tipo Cavendish a los Estados Unidos?</p>					

## Anexo 2: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	VARIABLES	Diseño
<p><b>Problema general:</b> ¿De qué manera la internacionalización de las Pymes incide en la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar si la internacionalización de las Pymes posibilita la mejora de la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.</p>	<p><b>Variable independiente:</b> Internacionalización de las pymes</p>	<p><b>Formulación del diseño:</b> La aplicación del Cuestionario en la internacionalización de las pymes evidencia la mejora de la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos</p>
<p><b>Problema Especifico 1:</b> ¿De qué forma el cumplimiento de estándares de calidad incide en la oferta exportable de la banana a Estados Unidos?</p>	<p><b>Objetivo Especifico 1:</b> Analizar si el cumplimiento de los estándares de calidad incide en la oferta exportable de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos.</p>	<p><b>Variable dependiente:</b> Oferta Exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos</p>	<p><b>Instrumento de Investigación:</b> Cuestionario</p> <p><b>Técnica de investigación:</b> Encuesta</p>
<p><b>Problema Especifico 2:</b> ¿De qué manera las certificaciones fitosanitarias inciden en la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos?</p>	<p><b>Objetivo Especifico 2:</b> Establecer si las certificaciones fitosanitarias inciden en la oferta exportable de bananas tipo Cavendish a Estados Unidos.</p>		
<p><b>Problema Especifico 3:</b> ¿Cómo el tratado de libre comercio incide en la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos?</p>	<p><b>Objetivo Especifico 3:</b> Evaluar si el tratado de libre comercio incide en la oferta exportable de banana tipo Cavendish a Estados Unidos.</p>		

### Anexo 3: Validación del instrumento de investigación

#### Certificado de Validación del Instrumento de Medición

##### DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del validador:** Hernández León, Armando Paul

**Cargo e institución donde labora:** Encargado del Departamento de Norteamérica en la Dirección de Promoción Comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú

**Especialidad del validador:** Economista, Especialista en Comercio Exterior

**Nombre del instrumento:** Cuestionario

**Título de la investigación:** La Internacionalización de las Pymes peruanas para la oferta exportable de banana tipo Cavendish a EEUU, 2023

**Autor del instrumento:** Helguy Martin Carranza Carranza

##### ASPECTOS DE VALIDACION

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				75	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables			60		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				70	
4. Organización	Existe una organización lógica				75	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				75	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					82
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos – científicos				75	
8. Coherencia	Entre las dimensiones o subvariables				75	
9. Metodología	La estrategia responde al pronóstico del diagnostico				70	
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					82

PROMEDIO DE VALORACION

74

Lima, 13 de Julio de 2023

Nombres y apellidos: Armando Paul Hernández León

DNI: ..00149753

  
Firma

## DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del validador:** Albán Solís, Edison Manuel

**Cargo e institución donde labora:** Encargado del Departamento de Europa en la Dirección de Promoción Comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú

**Especialidad del validador:** Abogado, Especialista en Comercio Exterior

**Nombre del instrumento:** Cuestionario

**Título de la investigación:** La Internacionalización de las Pymes peruanas para la oferta exportable de banana tipo Cavendish a EEUU, 2023

**Autor del instrumento:** Helguy Martin Carranza Carranza

## ASPECTOS DE VALIDACION

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico					85
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables				78	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					95
4. Organización	Existe una organización lógica				80	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				75	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				80	
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos – científicos			60		
8. Coherencia	Entre las dimensiones o subvariables				70	
9. Metodología	La estrategia responde al pronóstico del diagnostico					92
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				78	

**PROMEDIO DE VALORACION** 79

**Lima, 13 de Julio de 2023**

**Nombres y apellidos:** Edison Manuel Albán Solís,

**DNI:** 75743204

  
Firma

## DATOS GENERALES

**Apellidos y Nombres del validador:** Claudet Morote, Fernando Eleazer

**Cargo e institución donde labora:** Encargado del Departamento de Asia en la Dirección de Promoción Comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú

**Especialidad del validador:** Economista, Especialista en Comercio Exterior

**Nombre del instrumento:** Cuestionario

**Título de la investigación:** La Internacionalización de las Pymes peruanas para la oferta exportable de banana tipo Cavendish a EEUU, 2023

**Autor del instrumento:** Helguy Martin Carranza Carranza

## ASPECTOS DE VALIDACION

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico					85
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables				70	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				80	
4. Organización	Existe una organización lógica					90
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					90
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				75	
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos – científicos					85
8. Coherencia	Entre las dimensiones o sub variables				75	
9. Metodología	La estrategia responde al pronóstico del diagnostico					82
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				70	

**PROMEDIO DE VALORACION** 80

Lima, 13 de Julio de 2023

**Nombres y apellidos:** Fernando Eliezer Claudet Morote

**DNI:** .....  
99082934

.....

Firma



#### **Anexo 4: Confiabilidad del instrumento de investigación**

Formato de la Tabla para calcular la Confiabilidad del instrumento. Asumamos que cada “experto” ha indicado su puntaje, de acuerdo al formato del “Certificado de validación del instrumento de investigación”, entonces se tiene lo siguiente:

Expertos	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Criterio 5	Criterio 6	Criterio 7	Criterio 8	Criterio 9	Criterio 10	Total
1	75	60	70	75	75	82	75	75	70	82	739
2	85	78	95	80	75	80	60	70	92	78	793
3	85	70	80	90	90	75	85	75	82	70	802
Total	245	208	245	245	240	237	220	220	244	230	2334
Promedio	81.67	69.33	81.67	81.67	80.00	79.00	73.33	73.33	81.33	76.67	78
Des. Est. (S)	5.77	9.02	12.58	7.64	8.66	3.61	12.58	2.89	11.02	6.11	79.87
Varianza(S <sup>2</sup> )	33.33	81.33	158.33	58.33	75.00	13.00	158.33	8.33	121.33	37.33	745

#### **Rango de confiabilidad del instrumento de investigación**

Según Palella y Martins (2006) señalan que la confiabilidad puede variar en rangos, como sigue:

Rango	Confiabilidad
0.81 - 1.00	Muy alta
0.61 - 0.80	Alta
0.41 - 0.60	Media
0.21 - 0.40	Baja
0.00 - 0.20	Muy baja

#### **El coeficiente alfa de Cronbach**

Puede calcularse mediante la varianza de los ítems o criterios establecidos y la varianza del puntaje total de los expertos (jueces), según la fórmula:

$$\alpha = \left[ \frac{K}{K-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_i^2} \right]$$

Donde:

$\sum_{i=1}^K S_i^2$ : Es la suma de varianzas de cada ítem.

$S_i^2$ : Es la varianza del total de filas (puntaje total de los jueces).

K : Es el número de preguntas o ítems.

$$\Sigma si^2 = 745$$

$$Si^2 = Si^2 (739, 793, 783) = 2,322$$

Reemplazando los resultados obtenidos en la fórmula del Coeficiente Alfa de Cronbach, tenemos lo siguiente:

$$\alpha = \left( \frac{10}{10-1} \right) \left( 1 - \frac{745}{2,322} \right) = 0.75$$

El coeficiente de Alfa Cronbach determinará la confiabilidad del instrumento de investigación. Según Lucero y Meza (2002), este coeficiente tiene la ventaja de requerir una única administración del instrumento y puede variar entre 0 y 1, donde 0 indica falta de confiabilidad y 1 representa confiabilidad total.

El valor obtenido de 0.75, por lo que según Palella y Martins (2006), la confiabilidad de la muestra es alta.