



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LA
EMPRESA PLANTACIONES DEL SOL S.A.C EN EL
PERIODO 2015-2022**



**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PIMENTEL – PERÚ
2023**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS
HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LA
EMPRESA PLANTACIONES DEL SOL S.A.C EN EL
PERIODO 2015-2022**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADA POR:
LUIS ALBERTO SANTISTEBAN VERA**

**ASESORA:
Mg. KAROL ARBAIZA GODOS**

PIMENTEL, PERÚ

2023

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	13
1.1. Antecedentes de la investigación	13
1.1.1 Internacional	13
1.1.2 Nacionales	14
1.2. Bases teóricas	16
1.3. Definición de términos básicos	23
1.3.1 Exportación	23
1.3.2 Diversificación	24
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	25
2.1. Formulación de hipótesis principal y derivadas	25
2.1.1. Hipótesis General	25
2.1.2. Hipótesis Específicas	25
2.2. Variables y definición operacional	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	26
3.1. Diseño metodológico	26
3.2. Diseño muestral	26
3.3. Técnicas de recolección de datos	26
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	26
3.5. Aspectos éticos	27
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	28
4.1. Determinar el nivel de exportaciones de Plantaciones del Sol S.A.C	28

4.2. Identificar los principales destinos de exportación de la empresa	
Plantaciones del Sol S.A.C	35
4.3. Determinar el grado de concentración de los destinos de exportación de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C.....	40
CAPÍTULO V: DISCUSIONES.....	48
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	50
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES.....	51
Bibliografía	52
ANEXO 1: Matriz de consistencia	59
ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Exportaciones de Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD).....	28
Tabla 2 Exportaciones de Plantaciones del Sol (TM)	29
Tabla 3 Precio promedio de las exportaciones de Plantaciones del Sol (USD x kg)	30
Tabla 4 Exportaciones mensuales de Palta de Plantaciones del Sol 2015 - 2022 (Valor FOB - Miles USD)	31
Tabla 5 Exportaciones mensuales de Uva de Plantaciones del Sol 2015 - 2022 (Valor FOB - Miles USD)	32
Tabla 6 Exportaciones mensuales de Arándano de Plantaciones del Sol 2015 – 2022 (Valor FOB - Miles USD)	33
Tabla 7 Exportaciones mensuales de Hoja de Stevia de Plantaciones del Sol 2015 – 2022 (Valor FOB - Miles USD)	34
Tabla 8 Principales países de destino de la empresa Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD).....	35
Tabla 9 Mercados de destino de las exportaciones de Palta de Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD).....	36
Tabla 10 Mercados de destino de las exportaciones de Uva de la empresa Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD).....	37
Tabla 11 Mercados de destino de las exportaciones de Arándano de la empresa Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD).....	38
Tabla 12 Mercados de destino de las exportaciones de Stevia de la empresa Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD).....	39
Tabla 13 Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2015 (Valor FOB)	40

Tabla 14 Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2016 (Valor FOB)	40
Tabla 15 Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2017 (Valor FOB)	41
Tabla 16 Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2018 (Valor FOB)	42
Tabla 17 Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2019 (Valor FOB)	43
Tabla 18 Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2020 (Valor FOB)	44
Tabla 19 Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2021 (Valor FOB)	45
Tabla 20 Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2022 (Valor FOB)	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Exportaciones mensuales de Palta de Plantaciones del Sol 2015 – 2022 (Valor FOB – Miles USD)	31
Figura 2	Exportaciones mensuales de Uva de Plantaciones del Sol 2015 – 2022 (Valor FOB – Miles USD)	32
Figura 3	Exportaciones mensuales de Arándano de Plantaciones del Sol 2015 – 2022 (Valor FOB – Miles USD)	33
Figura 4	Exportaciones mensuales de Hoja de Stevia de Plantaciones del Sol 2015 – 2022 (Valor FOB – Miles USD)	34
Figura 5	Evolución del grado de concentración de los mercados de destino de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol	47

RESUMEN

Las exportaciones son realizadas por las empresas privadas en general, es así como se plantea el problema ¿Cuál es el grado de concentración y diversificación de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C, en el periodo 2015 - 2022? Por ende, el propósito es determinar el grado de concentración y diversificación de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C. durante el período 2015 – 2022. Para ello, se tomó la data que registra la SUNAT acerca de las exportaciones realizadas. La metodología fue de acuerdo con la ruta cuantitativa, con alcance descriptivo. Los resultados obtenidos fueron que las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol han crecido en forma sostenida, teniendo como principales productos a la palta, uva y arándanos frescos, en poca cantidad hojas deshidratadas de estevia. Además, tienen un alto grado de concentración de las exportaciones en dos mercados Estados Unidos y Holanda.

Palabras clave: Exportaciones, Plantaciones del Sol, diversificación, mercados de destino.

ABSTRACT

Exports are carried out by private companies in general, this is how the problem arises: What is the degree of concentration and diversification of the exports of the company Plantaciones del Sol S.A.C, in the period 2015 - 2022, and therefore the This research proposes to determine the degree of concentration and diversification of the exports of the company Plantaciones del Sol S.A.C. during the period 2015 – 2022, for this purpose the data recorded by SUNAT about the exports carried out was taken. The methodology was in accordance with the quantitative route, with descriptive scope. The results obtained were that the exports of the company Plantaciones del Sol have grown steadily, with the main products being avocado, grapes and fresh blueberries, in small quantities dehydrated stevia leaves. They also have a high degree of concentration of exports. in two markets: the United States and the Netherlands.

Keywords: Exports, Plantaciones del Sol, diversification, destination markets.

NOMBRE DEL TRABAJO

karollll.docx

RECuento DE PALABRAS

11087 Words

RECuento DE CARACTERES

58304 Characters

RECuento DE PÁGINAS

56 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

231.6KB

FECHA DE ENTREGA

Oct 11, 2023 3:47 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 11, 2023 3:48 PM GMT-5**● 14% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 13% Base de datos de Internet
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado



OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS

CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN

FECHA	NOMBRE DEL DOCENTE	CORREO DEL DOCENTE
11-10-2023	KAROL MELISSA ARBAIZA GODOS	karbaizag@usmp.pe

NOMBRE DE LA TESIS
DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LA EMPRESA PLANTACIONES DEL SOL S.A.C. EN EL PERIODO 2015 - 2022

NOMBRE DEL ASESORADO(A)	TELÉFONO Y CORREO	ESCUELA PROFESIONAL
Santisteban Vera, Luis Alberto	luis_santisteban@usmp.pe	Administración de Negocios Internacionales

RESULTADO:

14% (Incluyendo citas y bibliografía)

CONCLUSIÓN:

La tesis se encuentra apta para continuar con el siguiente trámite.

Mgtr. Karol Melissa Arbaiza Godos
NOMBRE Y FIRMA DE LA ASESORA
DNI: 46964993



Luis Alberto Santisteban Vera
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO
DNI: 70239852



REVISADO POR:



Mgtr. Karol Melissa Arbaiza Godos
DNI: 46964993

INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos de nuestra economía, que se debería mejorar, es la diversificación productiva, debido a que lograría un impacto positivo en la economía peruana a través de nuevas oportunidades de exportación. La diversificación implicaría una amplia oferta exportable para poder competir con los mercados internacionales.

El comercio internacional peruano requiere de la diversificación productiva para salir del perfil primario exportador. Está, a su vez, impulsará el crecimiento económico. Es por ello que las empresas cumplen un papel importante, ya que son ellas quienes gestionaran la investigación y la inversión en nuevos productos exportables. La oferta exportable diversificada permitirá una mayor estabilidad de la balanza comercial y un gran estímulo al crecimiento económico.

La presente investigación tiene como objetivo principal determinar el grado de concentración y diversificación de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S. A. C. durante el período 2015 – 2022

La presente investigación servirá como referencia a las empresas para determinar si la diversificación sería beneficioso o no y para tener mayor cuota de contribución del mercado internacional. Además de ello, de ser beneficioso, la diversificación puede ser tomada como política de estado, incentivando así las pequeñas y grandes empresas diversificar para tener mayor contribución en el mercado internacional

El capítulo I detalla el marco teórico utilizado para la presente investigación. Aquí se ha considerado a los antecedentes, bases teóricas y las herramientas utilizadas.

En el capítulo II, se detallan las hipótesis tanto específicas y variables, así como las variables y las definiciones operacionales, respecto a la diversificación de la empresa Plantaciones del Sol en el periodo 2015 -2022.

En el capítulo III, se explica sobre la metodología, el diseño y las muestras, además, de las técnicas para la recolección y análisis de los datos

En el capítulo IV, se muestran los resultados obtenidos a través de la recopilación y análisis de los datos que se recopilaron en todo el procedimiento.

En el capítulo V, se presentas las discusiones, que son analizadas de los resultados obtenido en la presente investigación. Para ello, se tomó en cuenta los métodos y el contraste de los resultados.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1 Internacional

La Organización Mundial del Comercio (2019) señala que la diversificación aún sigue siendo un objetivo de desarrollo en aquellos países que son dependientes de los productos básicos. Además, refiere que la diversificación de las exportaciones formar parte de un proceso dinámico de crecimiento y diversificación económica. En su investigación menciona que muchos países en desarrollo han dado prioridad a las estrategias de diversificación de las exportaciones con el fin de aumentar su contribución en las cadenas de valor mundial. Un claro ejemplo fue el sistema de zonas francas industriales, la que ayudo en la expansión del comercio de bienes intermedios.

Álvarez López (2018) en su artículo “Diversificación de Mercados y crecimiento de la Exportación”, tuvo como principal objetivo determinar la importancia de la estructura geográfica de las exportaciones españolas sobre la evolución de la cuota porcentual que representa en el mercado internacional. Utilizo el método de la cuota de mercado constante, encontrando como resultado que la estrategia de la diversificación de mercados ha permitido la expansión y evolución de la economía española. Además, la competitividad cumplió un papel fundamental en el posicionamiento de la oferta mundial de España. En los últimos tres años, la combinación de mercados a los que España dirigió sus exportaciones; la distribución de las ventas a diferentes destinos con una demanda más dinámica han sido los factores que han impulsado su expansión territorial,

logrando así aumentar su cuota de mercado en relación con la demanda global a un ritmo medio anual de 1.8 %.

Quiñónez Caicedo et al. (2021), en su artículo “Diversificación geográfica de las exportaciones de mango ecuatoriano”, señala que la diversificación geográfica de las exportaciones permite a las empresas a mitigar el riesgo que ellas tienen al exportar a un solo mercado internacional, así mismo logran economías a escala y mayores ingresos. Se concluyó que la mayor limitante de la diversificación geográfica de las exportaciones del mango ecuatoriano son la operatividad de las instituciones públicas inmersas en el comercio exterior, que no permites el crecimiento y la competitividad a las exportaciones

1.1.2 Nacionales

Macha (2021), en su artículo de revista, recalca que es de suma importancia la diversificación de las exportaciones por mercado de destino, ya que evita la dependencia de los principales socios comerciales ante choques externos que estos pueden ocasionar. También señala que las exportaciones peruanas se han convertido en unos de los indicadores macroeconómicos importantes que contribuye al crecimiento económico y a la competitividad, en el periodo 2005 al 2019, tuvo una tasa de crecimiento anual de 7.3 %. Respecto al crecimiento por país de destino, en 2019. China ocupó el primer lugar, con una Contribución del 29.3 % respecto al total de las exportaciones y una tasa de crecimiento anual de 15.1%, En segundo lugar, estuvo Estados Unidos, con una contribución de 12.3 % y una tasa de crecimiento anual de 0.4 %. Al finalizar, demostró el grado de desigualdad de las exportaciones peruanas por país de destino y determino un nivel de desigualdad muy fuerte a absoluta, por lo tanto, menor grado de competencia y mayor concentración.

Alcarraz Molina (2020) en su investigación Los determinantes de la diversificación de exportaciones en la Alianza Pacífico 1980-2017, con un enfoque de cointegración de panel, tuvo como objetivo principal explicar el papel que cumple la diversificación en el desarrollo y crecimiento económico de un país, a través de sus determinantes: La liberación comercial, el desarrollo financiero, recursos naturales, entre otros que servirán como respaldo para su análisis. Indicó que en Perú desde 1974 se han realizado diferentes reformas que han permitido impulsar la diversificación de las exportaciones, como cambios en los modelos económicos, la realización de programas sobre la liberación comercial y financiera de la mano con la constitución de 1993. Es así que Perú logró implementar políticas, tecnológicas, industriales e innovadoras, lo cual han permitido obtener una diversificación tanto productiva como competitiva. También recomienda que se deben seguir trabajando de la mano de los gobiernos regionales y centrales para que estos puedan incentivar la diversificación.

Arroyo Mendoza (2021), en su artículo Planes para el Mañana: Exportación en la Mira, menciona que la diversificación exportadora hace referencia la capacidad que tiene una economía de tener una variedad de bienes exportables de diferentes sectores, así como lograr que estos sean exportadores a un número de destino cada vez mayor. Esta diversificación exportadora busca reducir la dependencia en las exportaciones de pocas actividades económicas, además crea nuevas ventajas comparativas en diferentes mercados. Además, señala que, si bien este proceso beneficia a las empresas productoras, esta diversificación genera costos significativos en la etapa inicial. En el Perú existe una concentración de exportaciones en

minerales y productos tradicionales, la diversificación sería un reto pendiente dentro de las políticas públicas. El autor señala que sería beneficioso que el gobierno priorice la diversificación como motor de crecimiento económico.

1.2. Bases teóricas

Introducción al Comercio Internacional

Enmarcado en el amplio mundo del comercio internacional, el diálogo entre naciones fluye a través de la comercialización de productos y servicios, siendo una fuerza motriz esencial que enlaza economías de todo el mundo y fomenta su crecimiento (Fassio, 2018). Este intercambio no solo fortalece las conexiones económicas, sino que también tiende puentes culturales y de conocimiento, creando un espacio donde la cooperación y la competencia coexisten, dando lugar a un terreno fértil para la innovación y el desarrollo (Dávila-Fernández & Oreiro, 2023). Las naciones, mediante este entrecruzamiento comercial, tienen la oportunidad de explorar y explotar sus propias habilidades y recursos únicos, orientando su producción hacia aquellos sectores donde tienen un rendimiento superior y una ventaja evidente en comparación con otros países (Lemessa et al., 2018).

Es vital comprender que el comercio internacional no es meramente una transacción, sino una colaboración en la que cada país aporta su especialidad, ofreciendo al mundo algo único y valioso que otros quizás no puedan proporcionar con la misma eficiencia o calidad (Fiankor et al., 2020). Este escenario, de intercambio y cooperación, propicia una red de mercados interconectados donde los bienes y servicios circulan con mayor libertad, permitiendo así que los consumidores accedan a una diversidad de productos que de otra manera podrían estar fuera de su alcance (Vivoda, 2022).

Además, la interdependencia generada a través de estas relaciones comerciales promueve la estabilidad y la paz, dado que los países entrelazados en redes de comercio mutuamente beneficiosas tienen un interés compartido en mantener relaciones armoniosas y prósperas entre ellos.

Libre Comercio

La propulsión hacia el libre comercio se traduce en un camino que busca tender puentes entre las economías de distintos países, mitigando las trabas que puedan interrumpir un flujo comercial coherente y beneficiario (Blanke & Yuri, 2020). Este concepto, que enfatiza la reducción de obstáculos como los aranceles y otras barreras de comercio, no solo aboga por una transferencia más sencilla y directa de productos y servicios, sino que también alienta a las naciones a explorar, entender y, finalmente, valorar sus propias fortalezas y capacidades en el vasto escenario del mercado mundial (Nizovtsev & Skiba, 2016). El libre comercio no solo impulsa a los países a ser eficientes y a enfocarse en aquellos sectores donde pueden brillar con mayor intensidad, sino que también los invita a formar parte de una red global, donde cada miembro contribuye con su singularidad y recoge los frutos de la diversidad y la especialización (Suwannarat, 2023).

Sin embargo, es imprescindible reconocer que el escenario del libre comercio no está exento de obstáculos y retos. A pesar de sus claras ventajas en términos de eficiencia y diversificación del mercado, también plantea preguntas legítimas sobre cómo asegurar que los beneficios derivados de estas transacciones sean distribuidos de manera justa y equitativa (Bayar, 2022). El diálogo acerca del libre comercio, por ende, también debe considerar

las voces de aquellos sectores que puedan sentirse vulnerables o amenazados en este amplio y dinámico entorno, garantizando que las rutas comerciales que se tracen no solo sean libres, sino también justas y propicias para todos los participantes (Ganai et al., 2023).

Proteccionismo

El proteccionismo, forjando un escudo entorno a las economías nacionales mediante el establecimiento de barreras y regulaciones comerciales, engendra un entorno que, si bien salvaguarda intereses internos, también lleva consigo una serie de implicaciones y retos a nivel global (Do et al., 2023). Este abordaje, que pone un énfasis crucial en la protección de las industrias y empleos locales, proporciona un respiro a sectores que podrían ser vulnerables frente a la competencia internacional, permitiéndoles florecer y desarrollarse en un ambiente más controlado y menos competitivo (Lozano, 2017). Sin embargo, el proteccionismo también plantea un dilema fundamental sobre la eficiencia y la evolución del mercado. La restricción del flujo natural de bienes y servicios a través de las fronteras, aunque proporciona un amparo temporal a las industrias nacionales, potencialmente inhibe la innovación y el crecimiento, al reducir la presión competitiva y limitar el acceso a mercados externos (Bisson & Tang, 2018).

La conversación acerca del proteccionismo, por lo tanto, es multifacética y debe ser vista a través de una lente que no solo pondera los beneficios inmediatos en términos de protección de empleos e industrias, sino también considera los posibles costos a largo plazo en términos de desarrollo, innovación y relaciones internacionales (Aleman & Valdez, 2022). En este contexto, es primordial trazar un camino que no solamente se enfoque en

resguardar los intereses actuales, sino que también contemple cómo estas medidas podrían ser orquestadas para facilitar un crecimiento sostenible y equitativo, que eventualmente permita a las industrias nacionales no solo protegerse, sino prosperar en el panorama económico global (Ayob et al., 2023).

Exportaciones

Indudablemente, las exportaciones desempeñan un papel estelar en el tablero del comercio internacional, siendo catalizadores potentes de prosperidad económica, estableciendo puentes firmes y robustos con mercados extranjeros (Brás et al., 2019). Cuando un país se embarca en la travesía de exportar, no solamente está vendiendo bienes y servicios más allá de sus fronteras, sino que también está tejiendo una red de relaciones que lo ligan a otras naciones, abriendo así canales de comunicación, colaboración y negociación (Idris et al., 2022). Más allá de la mera transacción económica, las exportaciones fortalecen los lazos comerciales, culturales y diplomáticos, construyendo una plataforma sólida que puede soportar y fomentar futuras interacciones y alianzas internacionales (Mazzucco & Bittencourt, 2022).

Esta práctica de enviar productos y servicios al exterior también se traduce en una infusión de capital extranjero en la economía doméstica, que no solo enriquece la actividad económica interna, sino que también proporciona los medios necesarios para adquirir aquellos bienes y servicios foráneos que son indispensables para la nación (Paiva-Huapaya et al., 2022). Es imperativo mencionar que, si bien las exportaciones son un vehículo potente para el crecimiento, es fundamental que sean gestionadas y promovidas de manera

que también se considere la sostenibilidad y el equilibrio en la balanza comercial (Rosal, 2018; Shepherd, 2010). Es así como la estrategia exportadora debe ser cuidadosamente calibrada para asegurar que, mientras una nación se sumerge en los mercados globales, también conserve y nutra su integridad económica, social y ambiental, explorando y estableciendo rutas comerciales que sean no solo lucrativas, sino también justas y sostenibles (Nguyen & Wu, 2018).

Diversificación e Importancia

La diversificación, como estrategia astuta y esencial en el ámbito del comercio internacional, no solamente teje una red más amplia y resistente para las operaciones comerciales, sino que también infunde una vitalidad y resistencia en la estructura económica de una nación (Ben et al., 2022). Al sumergirse en diversos mercados y explorar una variedad de productos y regiones, un país no solamente amplía su horizonte comercial, sino que también construye una especie de seguro que lo protege contra las incertidumbres y volatilidades que son inherentes al paisaje global (Ninaquispe et al., 2023). Esta ampliación, que puede ser vista como una inversión en la robustez y la resiliencia del comercio exterior, habilita a las naciones para maniobrar con una mayor flexibilidad y agilidad en el intrincado laberinto del comercio mundial (Parteka & Tamberi, 2013).

Además, al diversificar, los países no solo se protegen contra las fluctuaciones de los mercados existentes, sino que también se posibilitan para descubrir y aprovechar nuevas oportunidades, explorar terrenos previamente no navegados y generar conexiones que pueden convertirse en relaciones comerciales fructíferas y duraderas (Lei & Luo, 2022). El acto de

diversificación también facilita la absorción de choques económicos y permite una recuperación más fluida, al dispersar los riesgos y no depender excesivamente de una única economía o sector (Satnarine-Singh et al., 2023). En este sentido, la diversificación se convierte en una herramienta que no solo es prudente desde una perspectiva financiera, sino también estratégica, al proporcionar un colchón que permite a las naciones navegantes del comercio internacional sortear las tormentas que puedan surgir y aprovechar las corrientes propicias para avanzar hacia horizontes económicos más prometedores y estables (Mora & Olabisi, 2023).

Diversificación de Mercados

Explorar y establecer presencia en distintos mercados geográficos es vital para la resiliencia y crecimiento económico. La diversificación de mercados posibilita a los países y empresas mitigar riesgos asociados a fluctuaciones económicas y políticas específicas de una región, mientras explora oportunidades y demandas de nuevos consumidores (Canh & Thanh, 2022).

Diversificación de Productos

Expandir la gama de productos exportados refuerza la economía al brindar varias fuentes de ingreso y reducir la vulnerabilidad ante cambios en la demanda global. La diversificación de productos también estimula la innovación y el desarrollo tecnológico al enfrentar nuevos retos y exigencias del mercado internacional (Quiñonez et al., 2021).

Diversificación de Regiones

Penetrar en diversas regiones geográficas permite a las naciones y empresas acceder a distintos públicos y necesidades, ajustando sus ofertas y estrategias a las particularidades culturales y demográficas. La diversificación regional favorece la estabilidad y sostenibilidad de la actividad económica al distribuir operaciones y riesgos (Yllescas-Rodríguez et al., 2021)

La exportación se define como la venta de bienes producidos en un país para residentes de otro (Hill, 2011). La importancia del intercambio de mercancías en el mundo ha sido abordada por diversas teorías a través del tiempo y el incremento de la actividad comercial ha sido alentado a través de diversas teorías enfocadas al mercantilismo desde los siglos XVI y XVII, subrayando la importancia de que cada nación debe esforzarse en tener mayores exportaciones y menores importaciones a fin de favorecer una balanza comercial sana.

Adam Smith y su teoría de la Ventaja Absoluta señala que libre comercio es benéfico para un país, además manifiesta que es la mano invisible del mecanismo del mercado quien debe determinar lo que se importa o exporta en un país y el gobierno no ejerce influencia hacia el establecimiento de cuotas o impuestos a los ciudadanos que adquieren bienes de otro país, siendo este un libre comercio (Hill, 2011).

Hacia finales del siglo XIX, David Ricardo expone su teoría de la Ventaja Comparativa, está de acuerdo que las exportaciones son de libre comercio sin restricción, pero a ello agrega que cada país debe darse cuenta la oportunidad que tiene los bienes que cuenta estos para que los intercambio por algo que carece.

Asimismo, tanto Eli Heckscher y Bertil Ohlin como Adam Smith y David Ricardo en algún momento ofrecen una perspectiva común, al afirmar que la economía de un país podría ganar si los ciudadanos compran ciertos productos de otros países, que podrían ser producidos en casa, lo cual se evidencia en las cada vez más amplias modalidades para penetrar en mercados internacionales, a través de mecanismos integradores de negocios, tal es el caso de las alianzas estratégicas, que permiten reducir el impacto negativo hacia las empresas extranjeras al hacer partícipes a inversionistas y empresarios locales, disminuyendo la percepción “nacionalista” de los comparadores locales, permitiendo además generar el crecimiento y desarrollo de la región y del país. La apertura de internacionales, sea cual fuere la modalidad de penetración de mercados, a través de la creación de subsidiarias, franquicias, licenciamientos o inclusive a través de mecanismos integradores como las alianzas estratégicas, es una medida eficaz para poder expandir los negocios internacionales, incrementar las ventas y aumentar las utilidades de una empresa.

1.3. Definición de términos básicos

1.3.1 Exportación

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2023), la exportación es el régimen aduanero que facilita la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. También señala que para el Perú la exportación no está afectada a ningún tributo.

1.3.2 Diversificación

1.3.2.1 Tipos de estrategia de diversificación

1.3.2.1.1 Diversificación horizontal

Esta diversificación se origina cuando una empresa lanza nuevos productos o servicios que tiene relación con su habitual entorno comercial. Ejm: Apple (Mac, Iphone, Ipad)

1.3.2.1.2. Diversificación vertical.

Se origina cuando una empresa decide fabricar productos o desarrollar servicios que tradicionalmente compraba a terceros, por lo que ahora con esta diversificación forma parte de su cadena productiva. Ejemplo: Zara fue integrando los elementos necesarios para poder producir internamente sus productos.

1.3.2.1.3 Diversificación concéntrica.

Es cuando una empresa adiciona nuevos productos o servicios a una línea ya existente. Ejemplo: Líneas light, líneas sin gluten, líneas Premium de una marca.

1.3.2.1.4 Diversificación conglomerada

Se denomina así cuando una empresa crea nuevos productos o servicios, pero estos no están relacionados con los productos que vende actualmente. Ejemplo: Adidas decidió penetrar en el segmento de higiene personal con su extensión de marca en geles, desodorantes, perfumes, etc. Disney es otro claro ejemplo.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de hipótesis principal y derivadas

2.1.1. Hipótesis General

El grado de concentración y diversificación de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C. ha sido alta durante el período 2015 – 2022

2.1.2. Hipótesis Específicas

- El nivel de exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C. ha tenido tendencia creciente en el periodo 2015 -2022
- Los principales destinos de exportación de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C. son Holanda y China.
- El grado de concentración de los destinos de exportación de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C. ha ido aumentando en el período 2015 - 2022.

2.2. Variables y definición operacional

Se define que la variable de la presente investigación es la diversificación de las exportaciones, esta consiste, en desarrollos diversos bienes o servicios para ser vendidos en el mercado internacional.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

El diseño de una investigación es la estrategia que se plantea para desarrollarla de tal manera que permite obtener la información que se requiere en la investigación. En el presente trabajo de investigación, se utilizó el diseño no experimental cuantitativa, estudio que se realizó sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

La presente investigación es de diseño no experimental transversal.

3.2. Diseño muestral

Población:

La población de la presente investigación está conformada por la Empresa Plantaciones del Soles S.A.C. , para ser específicos, las exportaciones de dicha empresa del periodo 2015 – 2022.

Muestra:

Data estadística del portar SUNAT – Aduanas, previa limpieza de partida de dicha data para contar con datos más exactos.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Los datos se descargar de la página SUNAT – Aduanas para posteriormente, realizar una limpieza de partida, y luego el procesamiento de la información.

3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para realizar la investigación, se conseguirá la data de SUNAT - Aduanas para determinar los principales productos exportados por la empresa Plantaciones del Sol S.A.C.; así como los principales productos que exportan. Se tendrá que

realizar una limpieza de partida de la misma para poder filtrar solo exportaciones y no considerar envíos de muestras lo cual nos dará una mayor precisión en la presentación de resultados.

3.5. Aspectos éticos

Los datos expuestos en la presente investigación se plantean a base de los valores éticos y morales que trasmite la Universidad San Martín de Porres hacia los alumnos. Es decir, la data alcanzada o documentos que las empresas puedan hacer llegar al investigador tendrán un carácter de confidencialidad y utilizado solo para fines académicos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Determinar el nivel de exportaciones de Plantaciones del Sol S.A.C

Tabla 1

Exportaciones de Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD)

Producto	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Palta	-	359	7,572	12,136	17,134	19,333	21,125	18,131
Uvas frescas	-	2,128	3,283	7,691	13,932	11,260	13,722	14,163
Arándanos	-	-	-	1,481	8,209	7,900	11,811	8,250
Hojas secas de stevia	79	185	456	159	295	241	92	40
Mango fresco	-	-	-	-	6	-	-	-
Total	79	2,672	11,311	21,467	39,575	38,735	46,749	40,584

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

En la Tabla 1, los productos exportados de Plantaciones del Sol en valor FOB – Miles de dólares americanos; y su tendencia desde el 2015 al 2022. Se puede apreciar que la palta es uno de los productos principales en sus exportaciones; llegando a exportar en el 2021, un total de 21,125 miles de dólares americanos, luego del sigue la uva con una tendencia progresiva en los últimos 4 años.

Se observa que comenzaron a exportar arándano, desde el 2018 con un total de 1,481 mil dólares americanos. Las hojas secas de estevia también estuvieron dentro de sus productos, pero este tuvo una tendencia decreciente desde el 2021.

Se observa que exportaron mango fresco solo en el 2019, con un valor FOB total de 6 mil dólares americanos.

Tabla 2
Exportaciones de Plantaciones del Sol (TM)

Producto	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Palta	-	174	3,212	7,225	8,481	10,810	11,832	13,072
Uvas frescas	-	1,207	1,833	4,129	5,940	5,122	5,913	5,535
Arándanos	-	-	-	258	1,354	1,382	2,208	1,929
Hojas secas de stevia	18	41	97	35	62	47	19	8
Mango fresco	-	-	-	-	1	-	-	-
Total	18	1,423	5,142	11,648	15,839	17,361	19,973	20,544

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

La Tabla 2 detalla las exportaciones de los productos de Plantaciones del SOL desde el 2015 al 2022. Se puede observar su principal producto es la palta, siendo exportada desde el 2016 con 174 toneladas métricas, teniendo una tendencia creciente hasta llegar en el 2022 a 13,072 toneladas métricas. También se observa que la uva tiene una marcada tendencia creciente, comenzando en el 2016 con un total de cantidad exportada de 1,207 toneladas métricas, llegando en el 2021 a 5,913 toneladas métricas y teniendo una pequeña baja en el 2022 a 5,535 toneladas métricas.

La exportación de arándanos comenzó en el año 2018 con una exportación de 258 toneladas métricas, y el 2021 tuvo la mayor exportación en el periodo evaluado con un total de 2,208 toneladas métricas exportadas; en el 2022 disminuyó a 1,929 toneladas métricas.

La hoja de estevia es el producto que se comenzó a exportar desde el año 2015, con unas 18 toneladas métricas exportadas; en el 2019 llegó a exportar 62 toneladas métricas, el cual se considera el año donde más se exportó dicho

producto; para el 2022, tuvo una fuerte tendencia decreciente, llegando a 8 toneladas métricas exportadas.

También se aprecia que solo tuvo una exportación de mango, y esta fue en el año 2019, llegando a exportar una tonelada métrica de este producto.

Tabla 3

Precio promedio de las exportaciones de Plantaciones del Sol (USD x kg)

Producto	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Palta	-	2.06	2.36	1.68	2.02	1.79	1.79	1.39
Uvas frescas	-	1.76	1.79	1.86	2.35	2.20	2.32	2.56
Arándanos	-	-	-	5.74	6.06	5.72	5.35	4.28
Hojas secas de stevia	4.45	4.45	4.71	4.54	4.72	5.14	4.83	4.97
Mango fresco	-	-	-	-	6.30	-	-	-

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

La Tabla 3 detalla el precio promedio de los productos exportados de Plantaciones del Sol, en el caso de la palta en el 2019 llegó a su precio promedio más alto que fue de 2.02 USD por kilogramo, pero en el 2022 el precio promedio disminuyó a 1.39 USD por kilogramo.

En el caso de la uva, se puede que observar que el precio tuvo una tendencia creciente, en el 2016 comenzó con un precio de 1.76 USD por kilogramo, y en el 2022 aumentó a 2.56 USD por kilogramo.

Se visualiza que, en el caso de los arándanos, este tuvo una tendencia decreciente ya que en el 2018 el precio promedio fue de 5.74 USD por kilogramo y en el 2022 el precio promedio fue de 4.28 USD por kilogramo.

Para las hojas secas de estevia, el precio promedio en el 2015 fue de 4.45 USD por kilogramo, luego en el 2020 el precio promedio llegó a 5.14 USD por kilogramo, pero luego en el año 2022 disminuyó a 4.97 USD por kilogramo.

Para el mango fresco, se observa en solo un año se exporto dicho producto y el precio promedio fue de 6.30 USD por kilogramo.

Tabla 4

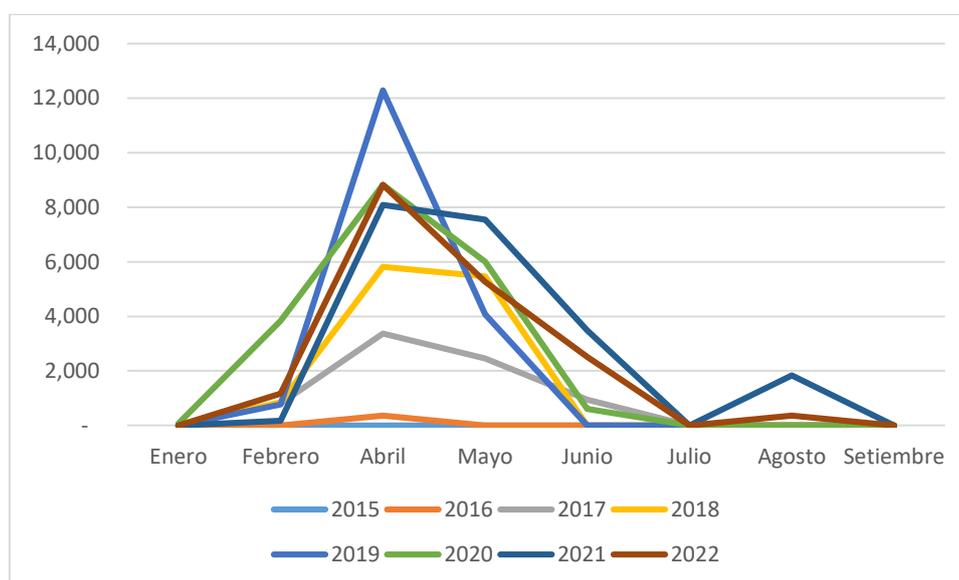
Exportaciones mensuales de Palta de Plantaciones del Sol 2015 - 2022 (Valor FOB - Miles USD)

Mes	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Enero	-	-	-	-	-	65	-	-
Febrero	-	-	805	850	775	3,834	176	1,174
Abril	-	359	3,373	5,820	12,287	8,826	8,084	8,827
Mayo	-	-	2,450	5,465	4,071	6,007	7,544	5,264
Junio	-	-	944	-	-	602	3,481	2,510
Julio	-	-	-	-	0	-	-	-
Agosto	-	-	-	-	0	-	1,839	356
Setiembre	-	-	-	-	0	-	-	-
Total	-	359	7,572	12,136	17,134	19,333	21,125	18,131

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

Figura 1

Exportaciones mensuales de Palta de Plantaciones del Sol 2015– 2022 (Valor FOB – Miles USD)



Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

La Tabla 4 y Figura 1 se puede observar la estacionalidad de las exportaciones de Palta, el cual se puede apreciar que comienza en febrero y termina en junio. Se puede apreciar que el mes de abril es el cual mayor valor FOB se exporta, con un promedio de 8,000 miles de dólares americanos.

Tabla 5

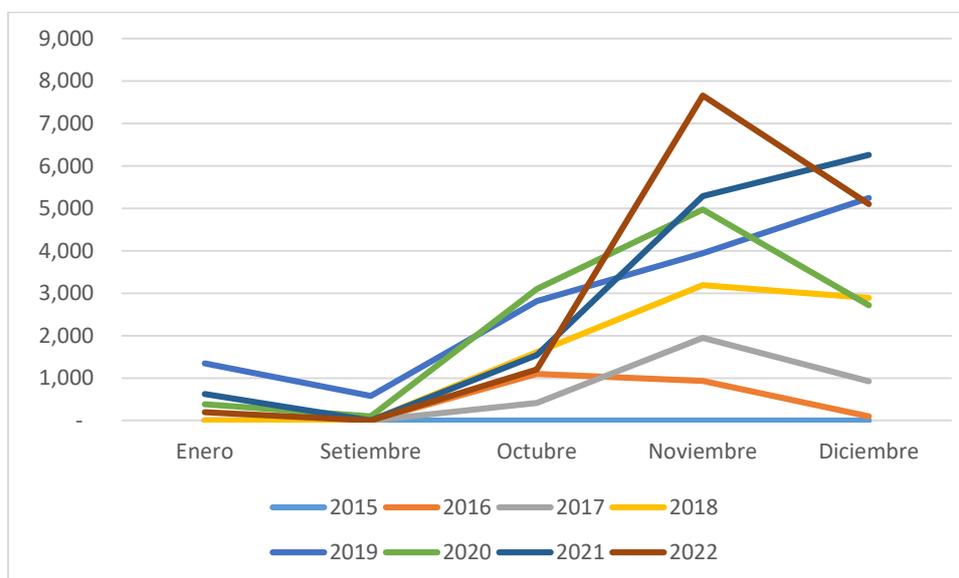
Exportaciones mensuales de Uva de Plantaciones del Sol 2015 - 2022 (Valor FOB - Miles USD)

Mes	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Enero	-	-	-	-	1,346	381	628	193
Setiembre	-	-	-	-	583	94	-	-
Octubre	-	1,094	412	1,609	2,814	3,099	1,545	1,205
Noviembre	-	933	1,945	3,193	3,943	4,971	5,287	7,661
Diciembre	-	101	926	2,889	5,245	2,716	6,262	5,104
Total	-	2,128	3,283	7,691	13,932	11,260	13,722	14,163

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

Figura 2

Exportaciones mensuales de Uva de Plantaciones del Sol 2015 – 2022 (Valor FOB – Miles USD)



Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

En Tabla 5 y Figura 2 se puede observar la estacionalidad de las exportaciones de uva, el cual se puede apreciar que comienza en octubre y termina en enero. Se puede apreciar que el mes de noviembre, es el cual mayor valor FOB se exporta, con un promedio de 6,000 miles de dólares americanos.

Tabla 6

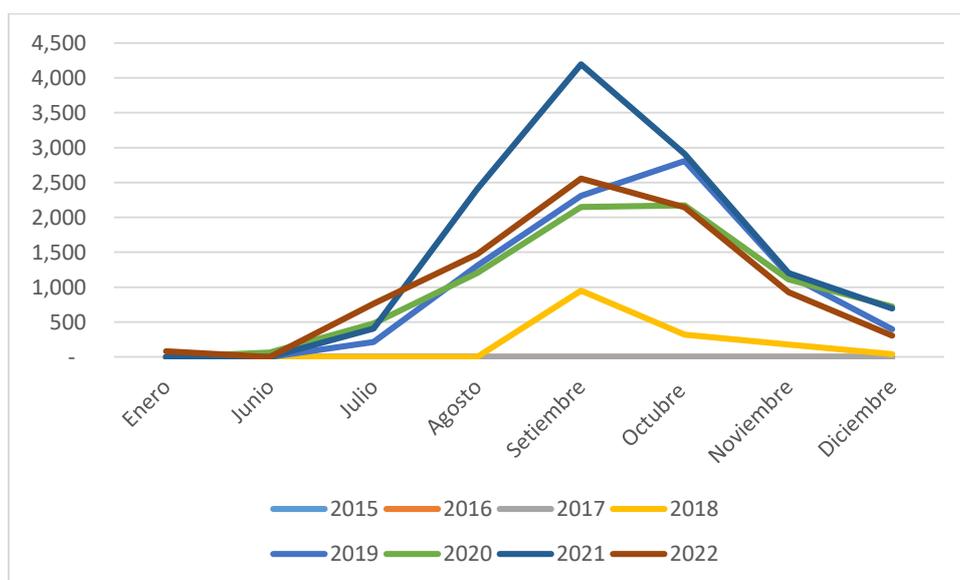
*Exportaciones mensuales de Arándano de Plantaciones del Sol 2015 – 2022
(Valor FOB - Miles USD)*

Mes	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Enero	-	-	-	-	-	-	-	81
Junio	-	-	-	-	-	64	-	-
Julio	-	-	-	-	212	480	405	764
Agosto	-	-	-	-	1,307	1,201	2,406	1,471
Setiembre	-	-	-	950	2,311	2,152	4,196	2,557
Octubre	-	-	-	317	2,808	2,173	2,907	2,146
Noviembre	-	-	-	175	1,176	1,110	1,203	927
Diciembre	-	-	-	39	395	720	694	304
Total	-	-	-	1,481	8,209	7,900	11,811	8,250

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

Figura 3

Exportaciones mensuales de Arándano de Plantaciones del Sol 2015 – 2022 (Valor FOB – Miles USD)



Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

La Tabla 6 y Figura 3 se puede observar la estacionalidad de las exportaciones de Arándano, el cual se puede apreciar que comienza en julio y termina en diciembre. Se puede apreciar que el mes de setiembre, es el cual mayor valor FOB se exporta, con un promedio de 2,000 miles de dólares americanos.

Tabla 7

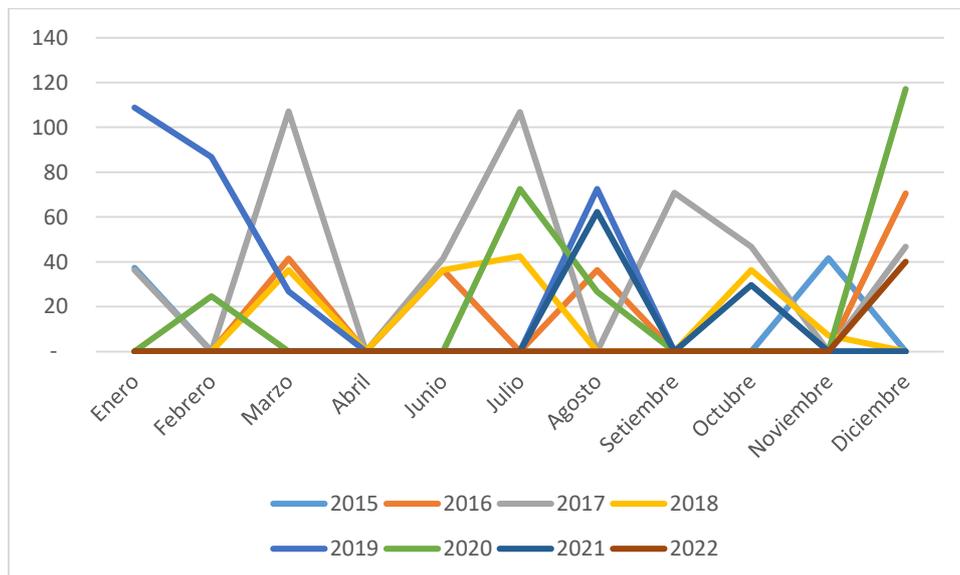
*Exportaciones mensuales de Hoja de estevia de Plantaciones del Sol 2015 – 2022
(Valor FOB - Miles USD)*

Mes	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Enero	37	-	36	0	109	-	-	-
Febrero	-	-	-	-	87	25	-	-
Marzo	-	42	107	36	27	-	-	-
Abril	-	-	-	0	-	-	-	-
Junio	-	36	42	36	-	-	-	-
Julio	-	-	107	42	-	73	-	-
Agosto	-	36	-	-	73	27	62	-
Setiembre	-	-	71	-	-	-	-	-
Octubre	-	-	47	36	-	-	30	-
Noviembre	42	-	-	7	-	-	-	-
Diciembre	-	71	47	-	-	117	-	40
Total	79	185	456	159	295	241	92	40

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

Figura 4

*Exportaciones mensuales de Hoja de Stevia de Plantaciones del Sol 2015 – 2022
(Valor FOB – Miles USD)*



Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

En Tabla 7 y Figura 4 se puede observar la estacionalidad de las exportaciones de la hoja de estevia, el cual se puede apreciar que es variable, y su valor FOB que exporta promedio es de 50 miles de dólares americanos.

4.2. Identificar los principales destinos de exportación de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C

Tabla 8

Principales países de destino de la empresa Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD)

Países	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Estados Unidos	-	179	1,205	3,952	18,176	12,014	17,885	16,245
Holanda	-	1,238	5,056	9,124	12,895	12,465	16,462	13,131
Gran Bretaña	-	443	3,384	5,560	4,946	11,357	8,011	3,580
China	-	-	210	133	1,010	303	866	3,295
Hong Kong	-	-	-	-	84	-	962	1,491
Canadá	-	-	-	93	679	288	704	913
España	-	-	421	926	518	181	401	487
Costa Rica	-	30	-	62	147	298	-	299
Chile	79	114	244	109	181	461	62	294
Noruega	-	-	-	-	-	138	209	262
Otros (26)	-	666	792	1,509	937	1,227	1,186	587
Total	79	2,672	11,311	21,467	39,575	38,735	46,749	40,584

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

La Tabla 8 nos muestra el mercado de destino de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol, en primer lugar, esta Estados Unidos con una tendencia creciente como mercado de destino, llegando al 2022 con un valor total de 16,245 miles de dólares americanos. En segundo lugar está Holanda, el cual tuvo tendencia creciente hasta el año 2021 donde más se exportó a ese país con un valor de 16,462 miles de dólares americanos, pero en el año 2022 disminuyó a 13,131 miles de dólares americanos.

En tercer lugar, esta Gran Bretaña que el cual tuvo tendencia creciente hasta el año 2020 donde el valor exportado hacia dicho destino fue de 11,357 miles de

dólares americanos, pero en el año 2022 tuvo una caída considerable llegando a exportar el valor de 3,580 miles de dólares americanos.

Tabla 9

Mercados de destino de las exportaciones de Palta de Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD)

Países	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Holanda	-	31	3,728	5,684	7,593	7,302	10,499	7,579
Estados Unidos	-	-	469	816	4,636	1,551	3,300	4,714
Gran Bretaña	-	328	2,842	4,653	3,784	10,072	6,552	3,345
China	-	-	210	133	705	-	265	1,109
España	-	-	324	850	289	86	174	487
Chile	-	-	-	-	-	322	-	294
Canadá	-	-	-	-	-	-	-	241
Lituania	-	-	-	-	-	-	-	169
Costa Rica	-	-	-	-	78	-	-	144
Hong Kong	-	-	-	-	43	-	19	48
Otros (6)	-	-	-	-	5	-	316	-
Total		359	7,572	12,136	17,134	19,333	21,125	18,131

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

La Tabla 9 nos muestra el mercado de destino de las exportaciones de Palta; de la cual se puede observar que el principal país de destino es Holanda, en el 2016 se exportó 31 miles de dólares americanos, y para el 2022 un valor de 7,579 miles de dólares americanos; el cual demuestra un indicativo como un buen mercado de destino de las exportaciones de palta.

En segundo lugar, está Estados Unidos, donde se comenzó a exportar hacia este país en el año 2017 con un valor de 469 miles de dólares americanos, y para el 2022 llegó a un valor de 4,714 miles de dólares americanos.

En tercer lugar, está Gran Bretaña, donde se comenzó a exportar hacia este país en el año 2016, un valor de 328 miles de dólares americanos, en el 2020 se llegó a exportar un valor de 10,072 miles de dólares americanos, el cual fue su pico

más alto de exportación en el periodo investigado, pero en el 2022 disminuyó con un valor de 3,345 miles de dólares americanos.

Tabla 10

Mercados de destino de las exportaciones de Uva de la empresa Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD)

Países	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Estados Unidos	-	179	736	2,114	6,205	4,463	6,445	6,739
Holanda	-	1,207	1,328	2,937	4,415	3,999	4,447	4,209
Hong Kong	-	-	-	-	40	-	232	960
China	-	-	-	-	279	91	-	739
Canadá	-	-	-	93	679	288	704	672
Noruega	-	-	-	-	-	138	209	262
Gran Bretaña	-	115	542	907	1,156	672	586	235
Costa Rica	-	30	-	62	69	298	-	155
El Salvador	-	-	-	65	141	241	36	105
Panamá	-	-	-	76	100	30	-	52
Otros (19)	-	596	677	1,438	846	1,039	1,061	35
Total	-	2,128	3,283	7,691	13,932	11,260	13,722	14,163

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

La Tabla 10 nos muestra el mercado de destino de las exportaciones de Uva; se observa como principal país de destino a Estados Unidos el cual tuvo un notable crecimiento en el periodo evaluado, comenzó exportándose en el 2016 un valor de 179 miles de dólares americanos, llegando al 2022 con un valor de 6,739 miles de dólares americanos.

En segundo lugar, está Holanda, comenzando las exportaciones hacia este país en el año 2016, con un valor de 1,207 miles de dólares americanos y llegando en el 2022 a un valor de 4,209 miles de dólares americanos.

En tercer lugar, está Hong Kong, el cual el periodo investigado solo se realizaron 3 exportaciones hacia este destino el cual fue en el 2019, un valor de 40 miles de dólares americanos; en el 2021 un valor de 232 miles de dólares americanos y en el 2022 un valor de 960 miles de dólares americanos.

Tabla 11

Mercados de destino de las exportaciones de Arándano de la empresa Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD)

Países	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Estados Unidos	-	-	-	986	7,336	6,000	8,140	4,792
China	-	-	-	-	27	212	601	1,447
Holanda	-	-	-	495	846	1,063	1,487	1,343
Hong Kong	-	-	-	-	-	-	711	483
Taiwán	-	-	-	-	-	-	-	186
Alemania	-	-	-	-	-	12	-	-
Gran Bretaña	-	-	-	-	-	613	872	-
Total	-	-	-	1,481	8,209	7,900	11,811	8,250

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

La Tabla 11 detalla el mercado de destino de las exportaciones de Arándano, de la cual se puede observar que el principal mercado es Estados Unidos, pero este tuvo un crecimiento en el año 2021, llegando a exportar 8,140 miles de dólares americanos, y un decrecimiento en 2022 donde solo exportó 4,792 miles de dólares americanos.

El segundo principal mercado de destino es China, el cual se observa como un potencial mercado debido a que recién en el año 2018 se comenzó a exportar un valor de 495 miles de dólares americanos, y para el 2022 ha tenido un incremento de hasta un 250 % aproximadamente en estos últimos años, llegándose a exportar hacia este país en el 2022 un valor de 1,343 miles de dólares americanos.

En tercer lugar, esta Holanda, el cual se comenzó a exportar hacia este país desde el año 2018 con 495 miles de dólares americanos, y para el 2022 ha triplicado dicho valor, llegando a 1,343 miles de dólares americanos.

Tabla 12

Mercados de destino de las exportaciones de Stevia de la empresa Plantaciones del Sol (Valor FOB - Miles USD)

Países	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Alemania	-	-	-	-	-	-	-	40
Chile	79	114	244	109	181	139	62	-
Estados Unidos	-	-	-	36	-	-	-	-
Francia	-	71	212	-	73	-	-	-
Holanda	-	-	-	7	41	102	30	-
Polonia	-	-	-	6	-	-	-	-
Total	79	185	456	159	295	241	92	40

La Tabla 12 nos muestra que, en el 2022 la empresa Plantaciones del sol, exporto únicamente estevia al país de Alemania, una cantidad de 40 miles de dólares americanos; también se observa que Chile en el periodo 2015 – 2021 fue si principal mercado de destino de este producto, llegando a exportar en el 2020, 130 miles de dólares americanos; y llegar a bajar a 62 miles de dólares americano, en el año 2021.

Luego se observa que entre los mercados de destino están Estados Unidos, Francia, Holanda, Polonia, pero estos no son constantes y con bajas cantidades de exportación.

4.3. Determinar el grado de concentración de los destinos de exportación de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C.

Tabla 13

Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2015 (Valor FOB)

N°	Descripción	Monto	Contribución	IHH
Total, general		79	100.0%	100%
1	Chile	79	100.0%	100%

Nota. Data sacada de la SUNAT 2023.

El nivel de concentración de los mercados exportadores de la empresa Plantaciones el Sol para el año 2015 es de 100 % según el indicador IHH, por el cual se expresa que tiende a un nivel alto de concentración, presentando como único mercado al país Chile, ver tabla 13.

Tabla 14

Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2016 (Valor FOB)

N°	Descripción	Monto	Contribución	IHH
TOTAL		2,672	100.0%	27%
1	Países Bajos (Holanda)	1,238	46.3%	21%
2	Gran Bretaña	443	16.6%	3%
3	Brasil	373	14.0%	1.95%
4	Lituania	191	7.1%	1%
5	Estados Unidos	179	6.7%	0%
6	Chile	114	4.3%	0%
7	Francia	71	2.6%	0%
8	Colombia	32	1.2%	0%
9	Costa Rica	30	1.1%	0%

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

El nivel de concentración de los mercados exportadores de la empresa Plantaciones el Sol para el año 2016 es de 27 % según el indicador IHH, por el cual se expresa que tiende a un nivel alto de concentración. Presentando como principales mercados a Países Bajos, Gran Bretaña y Brasil con un 26 % del valor total expresado, ver tabla 14.

Tabla 15

Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2017 (Valor FOB)

N°	Descripción	Monto	Contribución	IHH
	TOTAL	11,311	101.5%	30%
1	Países Bajos (Holanda)	5,056	44.7%	20%
2	Gran Bretaña	3,384	29.9%	9%
3	Estados Unidos	1,205	10.6%	1.13%
4	España	421	3.7%	0%
5	Chile	244	2.2%	0%
6	Brasil	239	2.1%	0%
7	Francia	212	1.9%	0%
8	China	210	1.9%	0%
9	Emiratos Árabes Unidos	96	0.8%	0%
10	Portugal	79	0.7%	0%
11	Otros	166	1.5%	0.0%

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

El nivel de concentración de los mercados exportadores de la empresa Plantaciones el Sol para el año 2017 es de 30 % según el indicador IHH, por el cual se expresa que tiende a un nivel alto de concentración. Presentando como principales mercados a Países Bajos, Gran Bretaña y Estados Unidos con un 30 % del valor total expresado, ver tabla 15.

Tabla 16

Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2018 (Valor FOB)

N°	Descripción	Monto	Contribución	ihh
	TOTAL	21,467	103.8%	28%
1	Países Bajos (Holanda)	9,124	42.5%	18%
2	Gran Bretaña	5,560	25.9%	7%
3	Estados Unidos	3,952	18.4%	3.39%
4	España	926	4.3%	0%
5	Brasil	389	1.8%	0%
6	Arabia Saudita	203	0.9%	0%
7	Lituania	162	0.8%	0%
8	China	133	0.6%	0%
9	Chile	109	0.5%	0%
10	Guatemala	102	0.5%	0%
11	Otros	807	3.8%	0.0%

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

El nivel de concentración de los mercados exportadores de la empresa Plantaciones el Sol para el año 2018 es de 28 % según el indicador IHH, por el cual se expresa que tiende a un nivel alto de concentración. Presentando como principales mercados a Países Bajos, Gran Bretaña y Estados Unidos con un 28 % del valor total expresado, ver tabla 16.

Tabla 17

Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2019 (Valor FOB)

N°	Descripción	Monto	Contribución	IHH
	TOTAL	39,575	101.4%	33%
1	Estados Unidos	18,176	45.9%	21%
2	Países Bajos (Holanda)	12,895	32.6%	11%
3	Gran Bretaña	4,946	12.5%	1.56%
4	China	1,010	2.6%	0%
5	Canadá	679	1.7%	0%
6	España	518	1.3%	0%
7	Colombia	332	0.8%	0%
8	Chile	181	0.5%	0%
9	Costa Rica	147	0.4%	0%
10	El Salvador	141	0.4%	0%
11	Otros	547	1.4%	0.0%

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

El nivel de concentración de los mercados exportadores de la empresa Plantaciones el Sol para el año 2019 es de 33 % según el indicador IHH, por el cual se expresa que tiende a un nivel alto de concentración. Presentando como principales mercados a Países Bajos, Gran Bretaña y Estados Unidos con un 28 % del valor total expresado, ver tabla 17.

Tabla 18

Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2020 (Valor FOB)

N°	Descripción	Monto	Contribución	IHH
	TOTAL	38,735	102.3%	29%
1	Países Bajos (Holanda)	12,465	32.2%	10%
2	Estados Unidos	12,014	31.0%	10%
3	Gran Bretaña	11,357	29.3%	9%
4	Chile	461	1.2%	0%
5	China	303	0.8%	0%
6	Costa Rica	298	0.8%	0%
7	Canadá	288	0.7%	0%
8	El Salvador	241	0.6%	0%
9	Colombia	222	0.6%	0%
10	España	181	0.5%	0%
11	Otros	902	2.3%	0.0%

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

El nivel de concentración de los mercados exportadores de la empresa Plantaciones el Sol para el año 2020 es de 29 % según el indicador IHH, por el cual se expresa que tiende a un nivel alto de concentración. Presentando como principales mercados a Países Bajos, Estados Unidos y Gran Bretaña con un 29 % del valor total expresado, ver tabla 18

Tabla 19

Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2021 (Valor FOB)

N°	Descripción	Monto	Contribución	IHH
	TOTAL	46,749	100.0%	30%
1	Estados Unidos	17,885	38.3%	15%
2	Países Bajos (Holanda)	16,462	35.2%	12.40%
3	Gran Bretaña	8,011	17.1%	2.94%
4	Hong Kong	962	2.1%	0%
5	China	866	1.9%	0%
6	Canadá	704	1.5%	0%
7	España	401	0.9%	0%
8	México	308	0.7%	0%
9	Noruega	209	0.4%	0%
10	Lituania	189	0.4%	0%
11	Otros	752	1.6%	0.0%

Nota. Data sacada de la SUNAT 2023.

El nivel de concentración de los mercados exportadores de la empresa Plantaciones el Sol para el año 2021 es de 30 % según el indicador IHH, por el cual se expresa que tiende a un nivel alto de concentración. Presentando como principales mercados a Estados Unidos, Países Bajos y Gran Bretaña con un 30 % del valor total expresado, ver tabla 19.

Tabla 20

Grado de concentración de los mercados importadores de Plantaciones el Sol 2022 (Valor FOB)

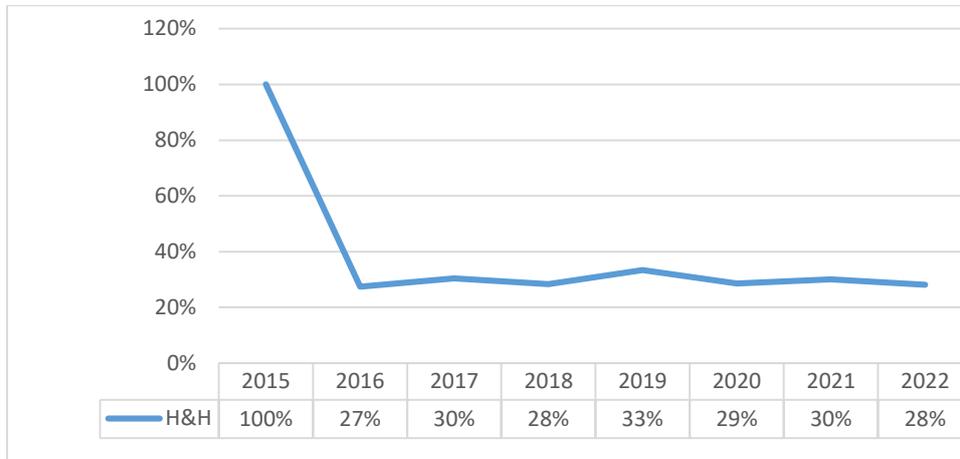
N°	Descripción	Monto	Contribución	IHH
	TOTAL	40,584	100.0%	28%
1	Estados Unidos	16,245	40.0%	16%
2	Países Bajos (Holanda)	13,131	32.4%	10%
3	Gran Bretaña	3,580	8.8%	0.78%
4	China	3,295	8.1%	1%
5	Hong Kong	1,491	3.7%	0%
6	Canadá	913	2.3%	0%
7	España	487	1.2%	0%
8	Costa Rica	299	0.7%	0%
9	Chile	294	0.7%	0%
10	Noruega	262	0.6%	0%
11	Otros	587	1.4%	0.0%

Nota. Data recopilada de SUNAT (2023)

El nivel de concentración de los mercados exportadores de la empresa Plantaciones el Sol para el año 2022 es de 28 % según el indicador IHH, por el cual se expresa que tiende a un nivel alto de concentración. Presentando como principales mercados a Estados Unidos, Países Bajos y Gran Bretaña con un 28 % del valor total expresado, ver tabla 20.

Figura 5

Evolución del grado de concentración de los mercados de destino de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol



En la Figura 5 se puede observar que la concentración de mercados de destino de las exportaciones de la empresa es alta, dependiendo principalmente de Estados Unidos, Países Bajos y Gran Bretaña. Desde el 2016 existe un promedio anual de 27 % en el índice H&H considerado de alta concentración.

CAPÍTULO V: DISCUSIONES

5.1. Nivel de exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C

Las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S. A. C. se han incrementado notablemente durante el periodo de estudio, en el 2015 registra apenas 79 mil USD para en el 2016 pasar a 2,672 miles USD y llegar a su máximo año de exportación en el año 2021 con 46,749 miles USD, y cae en el año 2022 a 40,584 miles USD, esto por la caída de los precios internacionales en los productos que exporta; si se observa, el volumen expresado en TM. Se mantiene en su crecimiento en ninguno de los años desde el 2015 al 2022, pasó de 18 TM en el año 2022 a 20,544 TM en el año 2022. Esto coincide con las expresiones mencionadas por Banco Mundial (2023) donde analiza el panorama general del Perú e indica que las exportaciones peruanas han crecido notablemente en especial las agroexportaciones que ofrecen mayor mano de obra y beneficia a los más pobres

Así mismo, el principal producto de exportación es la palta, pasando de 74 TM en el año 2016 a 13072 Tm en el 2022; seguido de las uvas frescas en el año 2016 de 1207 pasó a 5535 Tm en el año 2022 y de arándanos frescos, 258Tm en el año 2018 a 1929 Tm en el año 2022, además de las hojas de estevia en menor cantidad con 18 Tm en el año 2015 a 8 TM en el 2022, habiendo llegado a su pico más alto en el año 2017 con la exportación de 97 Tm. Esto coincide con Pantaleón et al.(2022) quienes indican que las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol se han incrementado en la región Lambayeque, esto debido a que fueron incrementando sus áreas de cultivo tanto de arándano a partir del 2018 como de palta y uvas, estos dos últimos cultivos vienen exportándose desde el 2016 por parte de PROMPERU (2022) y coinciden con la apertura de nuevos mercados ya sea con los tratados de libre comercio o participando directamente con

compradores de otros países, mediante la participación en ferias y misiones internacionales, el crecimiento del número de mercados de destino de las exportaciones forma parte del dinamismo y crecimiento económico de un país (Organización Mundial del Comercio, 2019)

Los mercados de destino de las exportaciones de la empresa se han incrementado año a año, pero no logran descentralizar las exportaciones de acuerdo con el indicador H&H, estas siguen concentrándose en tres países Estados Unidos, Países Bajos y Gran Bretaña, aproximadamente el 80 % de total las exportaciones que realiza la empresa. De acuerdo a los resultados, tienen un indicador H&H con concentración alta. Por ello, es bueno desconcentrar las exportaciones diversificando a nuevos mercados y potenciar a los que ya se tienen (Quiñonez et al., 2021).

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol han crecido en forma sostenida, teniendo como principales productos a la palta, uva y arándanos frescos, en poca cantidad hojas deshidratadas de stevia, Además, tienen un alto grado de concentración de las exportaciones en dos mercados Estados Unidos y Holanda.

Las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol se han incrementado desde el 2015 al 2022, en valor FOB pasó de 2,672 mil USD en el año 2016 a 40,584 miles USD en el año 2022, teniendo su máximo valor en el año 2021 con 21,125 miles USD. En Peso, tuvo un crecimiento sostenido pasando de 1,423 Tm en el año 2016 a 20,544 TM. Esto debido a las alteraciones del precio donde el año 2022 tuvo una caída que afecto el valor de las exportaciones.

Los principales mercados de destino de las exportaciones de la empresa son: Estados Unidos a partir del año 2019, con 18,176 miles USD, al 2022 con 16,245 miles USD; seguido de Holanda con 1,238 miles USD en el 2016 a 13,131 miles USD en el 2022; luego Gran Bretaña con 443 miles USD en el año 2016 a 3,580 miles USD en el año 2022; además registra exportaciones no significativas para China y Hong Kong.

El grado de concentración de los mercados de destino de las exportaciones de la empresa de acuerdo al indicador IHH es Concentración Alta, en promedio tiene un indicador de 27 %, dependiendo del mercado de Estados Unidos y Holanda principalmente.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

A la Empresa se le recomienda diversificar la oferta exportable y no depender solamente de tres productos

A la empresa se le recomienda participar en ferias y misiones de ámbito internacional para incursionar en nuevos mercados, Promperú y Adex promueven la participación de las empresas exportadoras de este sector.

Se recomienda un acercamiento a las instituciones del estado, como las oficinas comerciales de las embajadas con la finalidad de buscar nuevos mercados y productos que se puedan desarrollar.

Bibliografía

Alcarraz Molina, Z. N. (2020). Determinantes de la Diversificación de Exportaciones en la Alianza del Pacífico 1980-2017 un Enfoque de Cointegración de Panel. Lima, Perú.

Aleman, A., & Valdez, A. (2022). Estrategias comerciales y exportación de aceite esencial de limón a Chile de Import & Export Fundo Valdez E.I.R.L. Cieneguillo, 2022 [Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/110218>

Alvarez Lopez, E. (2018). Diversificación de Mercados y crecimiento de la Exportación. Papeles de la Economía Española(158), 90-101.

Arroyo Mendoza, L. C. (27 de Julio de 2021). Planes para el mañana: Exportación en la mira. Recuperado el 3 de Marzo de 2023, de Instituto Peruano de Economía: <https://www.ipe.org.pe/portal/planes-para-el-manana-exportacion-en-la-mira/>

Ayob, A. H., Freixanet, J., & Shahiri, H. (2023). Innovation, trade barriers and exports: evidence from manufacturing firms in ASEAN countries. *Journal of Asia Business Studies*, 17(1), 203–223. <https://doi.org/10.1108/JABS-05-2021-0185>

Banco Mundial. (2023). Perú Panorama general. <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

Bayar, G. (2022). Turkey's sectoral exports: A competitiveness approach. *International Journal of Finance & Economics*, 27(2), 2268–2289. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2272>

Ben, M., Madaleno, M., Schneider, N., & Shahzad, U. (2022). What does the EKC theory leave behind? A state-of-the-art review and assessment of export

diversification-augmented models. *Environmental Monitoring and Assessment*, 194(6), 414. <https://doi.org/10.1007/s10661-022-10037-4>

Bisson, C., & Tang, M. (2018). Investigating the competitive intelligence practices of Peruvian fresh grapes exporters. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 8(2), 43–61. <https://doi.org/10.37380/JISIB.V8I2.321>

Blanke, M., & Yuri, A. (2020). Chile – Exportrekorde im Obstbau im Schatten der Anden. *Erwerbs-Obstbau*, 62(2), 175–180. <https://doi.org/10.1007/s10341-020-00474-1>

Brás, T., Jägermeyr, J., & Seixas, J. (2019). Exposure of the EU-28 food imports to extreme weather disasters in exporting countries. *Food Security*, 11(6), 1373–1393. <https://doi.org/10.1007/s12571-019-00975-2>

Canh, Nguyen., & Thanh, Su. (2022). The Dynamics of Export Diversification, Economic Complexity and Economic Growth Cycles: Global Evidence. *Foreign Trade Review*, 57(3), 234–260. <https://doi.org/10.1177/0015732520970441>

Dávila-Fernández, M., & Oreiro, J. (2023). Competitiveness and dynamic cumulative causation in an export-led growing economy. *Industrial and Corporate Change*, 32(2), 522–550. <https://doi.org/10.1093/icc/dtac034>

Do, B., Nguyen, N., Nguyen, H., & Jiang, X. (2023). Examining ecological strategies adopted by agricultural exporting firms in an emerging country. *British Food Journal*, 125(3), 1008–1025. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2021-1205>

- Fassio, C. (2018). Export-led innovation: the role of export destinations. *Industrial and Corporate Change*, 27(1), 149–171. <https://doi.org/10.1093/icc/dtx028>
- Fiankor, D. D. D., Flachsbarth, I., Masood, A., & Brümmer, B. (2020). Does GlobalGAP certification promote agrifood exports? *European Review of Agricultural Economics*, 47(1), 247–272. <https://doi.org/10.1093/erae/jbz023>
- Ganai, S., Khan, J., & Bhat, S. (2023). Dynamics of export competitiveness of India and China: a study of HS 6-digit manufacturing exports. *Competitiveness Review*, 33(5), 889–938. <https://doi.org/10.1108/CR-10-2021-0139>
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Hill, C. (2011). *Negocios Internacionales, Competencia en el Mercado Global*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Idris, Z., Ismail, N., & Ibrahim, S. (2022). Comparative Advantage and Competitiveness of COVID-19-Related Medical Products Exporters. *Journal of Competitiveness*, 14(1), 61–79. <https://doi.org/10.7441/joc.2022.01.04>
- Lei, W., & Luo, Y. (2022). Institutions Rule in Export Diversity. *Sustainability*, null, null. <https://doi.org/10.3390/su141811594>
- Lemessa, S., Watabaji, M., & Yismaw, M. (2018). The analysis of entry of Ethiopian enterprises into the export-markets and the associated factors. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(2), 241–255. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2018-0003>

Lozano, A. (2017). Las barreras no arancelarias, como dificultad a superar para exportar a Canadá por productores Colombianos. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 8, 221–234. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=517754056020>

Macha, R. (2021). Las exportaciones peruanas y el nivel de concentración de los mercado de destino periodo 2005 - 2019. *Revista Economía y Administración*, 9-31.

Mazzucco, B., & Bittencourt, M. (2022). Does antidumping drive exporters out of the market? Some evidence from Brazil. *The World Economy*. <https://doi.org/10.1111/twec.13302>

Mora, J., & Olabisi, M. (2023). Economic development and export diversification: The role of trade costs. *International Economics*, 173, 102–118. <https://doi.org/10.1016/j.inteco.2022.11.002>

Morales López, R. A., & Vázquez López, R. (2017). Diversificación de las exportaciones y competitividad externa en la industria. Hacia la construcción de una tipología para el caso de países de ingresos medios. *Cuadernos de Economía*, 208-222.

Nguyen, S. T., & Wu, Y. (2018). China's Crowding Out Effect on East Asian Exports: Gross Value and Domestic Value-Added Analysis. *Economic Papers*, 37(3), 248–269. <https://doi.org/10.1111/1759-3441.12214>

Ninaquispe, J. C. M., María, A. L. P. S., Ballesteros, M. A. A., Ijiri, G. L. C., Garcia, F. S. M., Farroñan, E. V. R., & Espinoza, J. R. I. (2023). Diversification of Peruvian Ginger exports 2012-2021 | Diversificación de las exportaciones peruanas de Jengibre 2012-2021. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology*, 2023-July.

Nizovtsev, D., & Skiba, A. (2016). Import Demand Elasticity and Exporter Response to Anti-Dumping Duties. *International Trade Journal*, 30(2), 83–114. <https://doi.org/10.1080/08853908.2015.1116418>

Organizacion Mundial del Comercio. (2019). La ayuda para el comercio en síntesis 2019; apoyar la diversificación y el empoderamiento económicos. OCDE.

Paiva-Huapaya, M., Garcilazo-De-La-Vega, A., & Quiroz-Flores, J. (2022). Lean Manufacturing Production Model to increase the exportable index in an agro-industrial company in northern Peru. 2022 Congreso Internacional de Innovación y Tendencias En Ingeniería (CONIITI), 1–5. <https://doi.org/10.1109/CONIITI57704.2022.9953694>

Pantaleón, A., Azañero, R., Chávarry, Y., Alvares, G., Montes, J., & Pantaleón, A. (2022). Dinamismo Exportador del Perú: Una Década de Ensueño 2012 – 2021. <https://a.co/d/fASHo0T>

Parteka, A., & Tamberi, M. (2013). Product diversification, relative specialisation and economic development: Import–export analysis. *Journal of Macroeconomics*, 38, 121–135. <https://doi.org/10.1016/j.jmacro.2013.09.011>

PROMPERU. (2022). Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ - Gobierno del Perú. Comisión de Promoción Del Perú Para La Exportación y El Turismo. <https://www.gob.pe/promperu>

Quiñónez Caicedo, L. N., Quiñónez Cabeza, B. M., Custode Quiñónez, J. A., & Rodríguez Lara, J. J. (2021). Diversificación geográfica de las exportaciones de

mango ecuatoriano. *Revista de Ciencias Sociales Universidad de Zulia*, 27(Esp.3), 432-442.

Quiñonez, L., Quiñonez, B., Custode, J., & Rodríguez, J. (2021). Diversificación geográfica de las exportaciones de mango ecuatoriano. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 432–442.

<https://www.redalyc.org/journal/280/28068276033/html/#:~:text=La%20diversificaci%C3%B3n%20geogr%C3%A1fica%20de%20las%20exportaciones%20de%20mango%20ecuatoriano%2C%20se,exportaciones%20al%20mercado%20chileno%2C%20que>

Rosal, I. del. (2018). Power laws in EU country exports. *Empirica*, 45, 311–337. <https://doi.org/10.1007/S10663-016-9362-2>

Satnarine-Singh, N., Hosein, R., & Saridakis, G. (2023). Structural change and export diversification: A comparison of CARICOM's position. *The Journal of International Trade & Economic Development*, null, null. <https://doi.org/10.1080/09638199.2023.2240910>

Shepherd, B. (2010). Geographical Diversification of Developing Country Exports. *World Development*, 38(9), 1217–1228. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2010.02.005>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2023). Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de Definición de Exportación: <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

Suwannarat, P. (2023). The moderating role of trust in influencing the effectiveness of export incentives of exporters in the ASEAN. *Journal of Asia Business Studies*, 17(2), 279–307. <https://doi.org/10.1108/JABS-04-2021-0169>

Vivoda, V. (2022). LNG export diversification and demand security: A comparative study of major exporters. *Energy Policy*, 170, 113218. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2022.113218>

Yllescas-Rodríguez, P., Espinoza-Casco, R., & Macha-Huamán, R. (2021). Diversificación de la oferta exportable y las exportaciones peruanas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(1), 322–341. <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i1.1510>

ANEXO 1: Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA TESIS:	DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LA EMPRESA PLANTACIONES DEL SOL S.A.C., PERÚ 2015-2022				
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	MYPE Y EMPRENDIMIENTO				
AUTOR:	SANTISTEBAN VERA LUIS ALBERTO				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cómo es el índice de diversificación de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., a nivel de destino, en el período 2015-2022?	Determinar la diversificación de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., a nivel de destino en el período 2015-2022.	La diversificación de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., ha sido alto durante el período 2015-2022.	Diversificación de las exportaciones	Nivel de exportaciones Destinos de las exportaciones Concentración de exportaciones Diversificación de exportaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Enfoque: Cuantitativo ● Tipo: Aplicada ● Diseño: Descriptiva Unidad de análisis: Plantaciones del Sol S.A.C.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Indicadores	Fuente de Información
¿Cuál fue el nivel de exportaciones de la empresa Plantaciones del	Determinar el nivel de exportaciones de la empresa Plantaciones del	El nivel de exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., ha ido tendencia	Nivel de exportaciones	Cantidad exportada	SUNAT

Sol S.A.C., en el período 2015-2022?	Sol S.A.C., en el período 2015 - 2022	creciente en el período 2015-2022.		Valor FOB	SUNAT
¿Cuáles fueron los destinos de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., en el periodo 2015 - 2022?	Identificar los destinos de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., en el período 2015 - 2022	Los principales destinos de exportación de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., son, Holanda y China	Destinos de las exportaciones	Contribución porcentual	SUNAT
				Valor FOB por destino	
¿Cómo fue la evolución del índice de concentración de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., en el período 2015-2022?	Analizar la evolución del índice de concentración de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., en el período 2015-2022.	El grado de concentración de los destinos de exportación de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C, ha ido aumentando en el período 2015-2022.	Concentración de exportaciones	Índice de concentración	SUNAT
¿Cómo fue la evolución del índice de diversificación a nivel de destino de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., en el período 2015 - 2022?	Analizar la evolución del índice de diversificación a nivel de destino de las exportaciones de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., en el período 2015-2022	El índice de diversificación de los destinos de exportación de la empresa Plantaciones del Sol S.A.C., ha ido aumentando en el período 2015-2022	Diversificación de exportaciones	Índice de diversificación	SUNAT

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Operacionalización de la variable

Variable: Diversificación de exportaciones		
Definición conceptual: La diversificación de las exportaciones permite avanzar hacia la producción y exportación de productos más complejos, contribuyendo al desarrollo económico.		
Instrumento: Ficha de análisis documental		Técnica: Análisis documental
Dimensiones (Depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Instrumento
Nivel de exportaciones	Cantidad exportada: Son los bienes que un país exporta al exterior.	Revisión documentaria
	Valor FOB: Es aquel valor de la mercancía que es puesta a bordo del transporte marítimo.	Revisión documentaria
Destinos de exportación	Contribución porcentual: Cuota de mercado de una empresa en relación con las ventas totales de un sector.	Revisión documentaria
	Valor FOB por destino: Valor exportado en términos monetarios por mercado.	

Concentración de exportaciones	Índice de concentración: Se calculara con el Índice de Herfindahl Hirschman	Revisión documentaria
Diversificación de exportaciones	Índice de diversificación: Se calculara con el Índice de Herfindahl Hirschman	Revisión documentaria