



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

**GESTIÓN EMPRESARIAL Y FACTORES LIMITANTES  
EN LA GENERACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE DE  
LOS PRODUCTORES DE UVA DE MESA DE LA CIUDAD  
DE ICA – CAMPAÑA 2021**

**PRESENTADA POR  
WINNIE CAROL DULANTO TRUJILLO**

**ASESOR  
CESAR AUGUSTO BELLIDO PUGA**

**TESIS**

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

**LIMA – PERÚ**

**2022**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



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

**TESIS**

**GESTIÓN EMPRESARIAL Y FACTORES LIMITANTES EN LA  
GENERACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE DE LOS  
PRODUCTORES DE UVA DE MESA DE LA CIUDAD DE ICA – CAMPAÑA 2021**

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

**PRESENTADO POR:  
WINNIE CAROL DULANTO TRUJILLO**

**ASESOR:  
MG. CESAR AUGUSTO BELLIDO PUGA**

**LIMA, PERÚ**

**2022**

## II

### DEDICATORIA

*A mis adorados abuelos: Américo y Yola,  
por ser mi fortaleza, por brindarme su  
amor incondicional en todo momento,  
por su apoyo constante y por creer  
siempre en mí. Son el mejor regalo que  
Dios me pudo brindar.*

## AGRADECIMIENTO

Agradezco inmensamente a mi asesor Cesar Augusto Bellido Puga, quien fue el encargado de guiarme a lo largo del desarrollo de esta investigación. Sin su apoyo y asesoría hubiera sido imposible poder realizarlo.

A Dios, por darme vida y salud, en todo momento complicado que me tocó vivir en el periodo de realización de esta investigación.

A mi mamá Carol, que fue constante con su apoyo en cada desvelo y amanecida. Gracias por la paciencia que tuviste todo este tiempo.

A mi hermano Robbie, que es mi motivación para superarme cada día. Todo lo hago para poder darte lo mejor.

A todos mis tíos, que estuvieron en cada momento bueno y malo en el transcurso de esta investigación. Pero en especial a mi querido tío Tomás, que nunca se cansó de aconsejarme y brindarme palabras de aliento. Gracias por creer en mí.

Para mi amado novio Christiam, gracias por tenerme paciencia, siempre motivarme y recordarme todo el potencial que tengo para dar. Tu compañía y amor en este proceso significa mucho para mí.

Un agradecimiento especial para el Director Regional de la Dirección Agraria de Ica, Elder Daniel Agüero Rospigliosi y al jefe de SENASA Ica, Denys Meza Cornejo, por proporcionarme la información necesaria para la realización de mi trabajo de grado.

A los productores, agricultores y empresas exportadoras de uva de mesa de la ciudad de Ica, gracias por su disposición y buen trato. Su ayuda fue fundamental.

**ÍNDICE**

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....	16
1.1. Antecedentes.....	16
1.1.1. Internacional .....	16
1.1.2. Nacionales .....	18
1.2. Bases teóricas .....	20
1.2.1. Instrumentos de Política Comercial.....	22
1.2.2. Modelos de Integración Económica .....	23
1.2.3. Tratados de Libre Comercio.....	24
1.2.4. Internacionalización de las empresas .....	26
1.2.5. Oferta exportable.....	27
1.3. Definición de términos .....	28
1.3.1. Calidad .....	28
1.3.2. Capacidad de gestión .....	28
1.3.3. Capacidad económica .....	28
1.3.4. Capacidad financiera .....	28
1.3.5. Capacidad física.....	29
1.3.6. Capacitaciones.....	29
1.3.7. Capital propio.....	29

1.3.8.	Certificaciones Voluntarias.....	29
1.3.9.	Comunicación.....	29
1.3.10.	Conocimiento de comercio internacional .....	29
1.3.11.	Desempeño .....	30
1.3.12.	Dirección.....	30
1.3.13.	División de trabajo .....	30
1.3.14.	Envase y Embalaje.....	30
1.3.15.	Estructura organizacional .....	30
1.3.16.	Etiquetado .....	30
1.3.17.	Evaluación.....	31
1.3.18.	Food and Drug Administration (FDA) .....	31
1.3.19.	Gestión empresarial .....	31
1.3.20.	Inspección .....	32
1.3.21.	Integración.....	32
1.3.22.	Liderazgo.....	32
1.3.23.	Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas (LMR).....	32
1.3.24.	Misión.....	32
1.3.25.	Motivación .....	32
1.3.26.	Objetivos.....	32
1.3.27.	Orgánico .....	32

1.3.28.	Organización .....	33
1.3.29.	Planeación.....	33
1.3.30.	Préstamos .....	33
1.3.31.	Requisitos Fitosanitarios.....	33
1.3.32.	Requisitos Sanitarios.....	34
1.3.33.	Tecnología.....	34
1.3.34.	Uva Flame Seedless .....	34
1.3.35.	Uva Red Globe .....	34
1.3.36.	Uva Sugaone .....	35
1.3.37.	Uva Thompson Seedless.....	35
1.3.38.	Visión .....	35
1.3.39.	Volumen.....	35
CAPÍTULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES .....		36
2.1.	Hipótesis.....	36
2.1.1.	General.....	36
2.1.2.	Específicas.....	36
2.2.	Variables y definición operacional .....	37
2.2.1.	Variables .....	37
2.2.2.	Definición operacional .....	37
CAPÍTULO III: METODOLOGIA .....		42



## VII

3.1. Diseño metodológico .....	42
3.2. Diseño muestral.....	42
3.3. Técnicas de recolección de datos .....	44
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información .....	44
3.5. Aspectos éticos .....	44
CAPITULO IV: RESULTADOS .....	46
4.1. Análisis exploratorio .....	46
4.2. Análisis inferencial.....	57
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....	70
CONCLUSIONES.....	73
RECOMENDACIONES.....	75
ANEXOS .....	77
BIBLIOGRAFÍA.....	89

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Países compradores de uva fresca .....	4
<b>Tabla 2</b> Principales países de destino de uva fresca – periodo: Enero – Febrero (2019-2020).....	5
<b>Tabla 3</b> Exportación de uva fresca por región de procedencia periodo: Enero – Febrero 2019/2020(FOB).....	7
<b>Tabla 4</b> N° de productores por región y condición .....	9
<b>Tabla 5</b> N° de productores por distrito .....	10
<b>Tabla 6</b> Distribución de los agricultores según su proyección a 5 años.....	46
<b>Tabla 7</b> Distribución de los agricultores según la identificación al sector al que pertenece la actividad que desarrolla.....	47
<b>Tabla 8</b> Distribución de los agricultores según cuente con objetivos a los que aspira llegar en su empresa.....	47
<b>Tabla 9</b> Distribución de los agricultores según el periodo para establecer objetivos de la empresa.....	47
<b>Tabla 10</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre el cumplimiento de tareas asignadas a sus colaboradores.....	48
<b>Tabla 11</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre lo claro que tiene colaboradores las tareas a realizar.....	48
<b>Tabla 12</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre lo claro que tiene sobre su puesto y quien es su jefe.....	48
<b>Tabla 13</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre la importancia que tienen los colaboradores en el resultado de la cosecha.....	49

<b>Tabla 14</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre la premiación al buen desempeño de los colaboradores. ....	49
<b>Tabla 15</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre la evaluación de la empresa durante los últimos 5 años.....	50
<b>Tabla 16</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre la delegación de nuevas funciones a sus colaboradores. ....	50
<b>Tabla 17</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre la existencia de incentivos para motivar a sus colaboradores. ....	50
<b>Tabla 18</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre la frecuencia con que motiva a sus colaboradores. ....	51
<b>Tabla 19</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre la frecuencia de dialogo con sus colaboradores.....	51
<b>Tabla 20</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre la frecuencia que toma en consideración de la ideas de sus colaboradores.....	52
<b>Tabla 21</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre los criterios para evaluar a sus colaboradores. ....	52
<b>Tabla 22</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre la evaluación periódica de los resultados de la producción.....	52
<b>Tabla 23</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre su opinión sobre las inspecciones continuas durante la producción.....	53
<b>Tabla 24</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre realización de reportes para conocer los avances de sus colaboradores. ....	53

<b>Tabla 25</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre su clasificación de la maquinaria. ....	53
<b>Tabla 26</b> Distribución de los agricultores según su opinión sobre el nivel tecnológico para procesos de producción. ....	54
<b>Tabla 27</b> Distribución de los agricultores para la producción promedio por hectárea ...	54
<b>Tabla 28</b> Distribución de los agricultores según la introducción de mejoras en procesos productivos desde que inició su actividad hasta la fecha. ....	55
<b>Tabla 29</b> Distribución de los agricultores según su disponibilidad de certificación nacional o internacional. ....	55
<b>Tabla 30</b> Distribución de los agricultores según su disponibilidad de recursos económicos propios para operaciones de producción. ....	56
<b>Tabla 31</b> Distribución de los agricultores según sus conocimientos actualizados sobre producción y gestión. ....	56
<b>Tabla 32</b> Distribución de los agricultores según su participación en actividades de capacitación relacionada a la empresa. ....	56
<b>Tabla 33</b> Distribución de los agricultores según su conocimiento actualizados sobre comercio internacional. ....	57
<b>Tabla 34</b> Distribución de los agricultores según su conocimiento sobre requisitos por mercados internacionales para importar uva. ....	57

**ÍNDICE DE FIGURAS**

**Figura 1** *Uva Red Globe y Flame Seedless* ..... 2

**Figura 2** *Uva Thompson Seedless y Sugraone* ..... 3

**Figura 3** *Países comprobadores de uva fresca peruana*..... 4

**Figura 4** *Principales países de destino de uva fresca* ..... 5

**Figura 5** *Ventas* ..... 7

**Figura 6** *Exportaciones de Uva fresca por región de procedencia* ..... 8

**Figura 7** *Superficie con cultivo de Uvas (h)*..... 9

**Figura 8** *Número de productores por distrito de Ica*. ..... 10

**Figura 9** *Mapa mental Gestión Empresarial* ..... 12

**Figura 10** *MM de frutas: ingreso de frutas por variedad, 2016 (%)*..... 36

**ANEXOS**

**Figura 1** *Resultados de las encuestas de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica*..... 82

**Figura 2** *Validación de expertos: Susy Beltrán*..... 83

**Figura 3** *Validación de expertos: Walter Urteaga* ..... 84

**Figura 4** *Validación de expertos: Hugo Alvarez* ..... 85

**RESUMEN**

El propósito de la presente investigación es identificar la relación entre la Gestión Empresarial y los factores limitantes en la generación de oferta exportable de los productores de la ciudad de Ica, región Ica. En este estudio, se planteó como hipótesis, que la gestión empresarial tiene relación directa con los factores limitantes que se les presentan a los productores de uva de la ciudad de Ica, región Ica, permitiendo así que generen o no oferta exportable del producto. Enmarcada metodológicamente dentro de un enfoque cuantitativo del tipo aplicada. Además, tiene un alcance descriptivo-correccional en donde el tipo de diseño metodológico es no experimental. Con una población conformada por todos los productores de uva de la ciudad de Ica con un diseño de muestra probalística. Obteniendo como resultado que, (a) no existe una dependencia significativa entre la Planeación y la Producción Global de uva para exportación, (b) no hay evidencia de que exista una correlación significativa entre la Organización y la Producción Global de uva para exportación, (d) no existe una dependencia significativa entre la Dirección y la Producción Global de uva para exportación y (e) no hay evidencia de que exista una correlación significativa entre el Control y la Producción Global.

Es por ello, que un manejo y control donde se elaboren y gestionen actividades necesarias para lograr los objetivos, se asignen funciones y se creen unidades administrativas que permitan distribuir las tareas y quienes estarán a cargo, pueden dar mejores resultados en correspondencia a la producción de uva de la ciudad de Ica, región Ica.

**Palabras Claves:** Uvas, gestión empresarial, oferta exportable, productores.

### **ABSTRACT**

The purpose of this research is to identify the relationship between Business Management and the limiting factors in the generation of exportable supply of producers in the city of Ica, Ica region. In the study, it was hypothesized that business management is directly related to the limiting factors that are presented to grape producers in the city of Ica, Ica region, thus allowing them to generate or not an exportable supply of the product. Methodologically framed within a quantitative approach of the applied type. In addition, it has a descriptive-correlational scope where a type of non-experimental methodological design. With a population made up of all the grape producers from the city of Ica with a probabilistic sample design. Obtaining as a result that, (a) there is no significant dependence between Planning and the Global Production of grapes for export, (b) there is no evidence of the existence of a significant correlation between the Organization and the Global Production of grapes for export, (d) there is no significant dependency between the Direction and the Global Production of grapes for export and (e) there is no evidence of the existence of a significant correlation between the Control and the Global Production of grapes for export.

For this reason, a management and control where activities necessary to achieve the objectives are developed and managed, functions are assigned and administrative units are created that allow distribute the tasks and who will be in charge, can give better results in correspondence to the grape production of the city of Ica, Ica region.

**Keywords:** Grapes, business management, exportable offer, producers.



## INTRODUCCIÓN

La uva es, sin duda, una de las frutas más consumidas alrededor del mundo y uno de los productos agrícolas más producidos y exportados del Perú, especialmente, en las regiones de Piura e Ica, dadas sus condiciones climáticas adecuadas, las cuales posibilitan el mejor rendimiento, además de alta productividad, reconversión y crecimiento de áreas.

Ica es capital de la Región también llamada Ica y se encuentra ubicada en el centro sur del Perú. La ciudad de Ica fue fundada por Jerónimo de Cabrera, el 17 de junio de 1563.

Cuenta con aproximadamente 850 765 habitantes y está constituida por 14 distritos. Lo que más destaca de Ica es su agricultura y agro exportación que se basa en la producción de la ciudad. Entre sus cultivos más importantes se encuentran las uvas, espárragos, dátiles, pecanas, paltas, algodón, mango entre otros. Sus sitios turísticos más representativos son la Iglesia del Señor de Luren, la laguna de la Huacachina, Cachiche, el Cañón de los Perdidos, las casas haciendas y las tan famosas bodegas y vitivinícolas.

Según Gallegos (2016), los tragos de uva de mayor calidad se exportan desde Ica al resto del país y todo el mundo. “Su fermentación y destilado lo hacen especial porque nacen en una tierra que combina dunas y desiertos con espléndidos valles donde la uva es la reina” (Gallegos, 2016, párr. 1); donde hace 5 siglos cruzó la vid el océano para asentarse en esta tierra. Las variedades de uva, luego de un proceso de fermentación y destilado, nos brindan los más ricos piscos y vinos de exportación de Perú hacia el mundo.

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (2008), el cultivo de uva es una de las actividades frutícolas más importantes para el país, debido a su extensión, el costo de la producción y la materia prima que necesita esta industria. Las zonas productoras en Perú se hallan principalmente en la costa sur y son: Lima, Arequipa, Tacna, Ica y Moquegua; no dejando de lado a Piura, que tiene entre noviembre y febrero su temporada de cosecha. Asimismo, agrega que la uva en el país se cosecha todo el año, lo que posibilita el abastecimiento de la demanda de esta en todo el mundo

durante la baja producción de países consumidores y exportadores de uva, que generalmente es entre diciembre y marzo.

Según datos de ADUANAS (2020), en el año 2019, Perú exportó 350 000 toneladas de uva y los envíos superaron los 900 millones de dólares. Dado estos datos, Fernando Cillóniz (2020) agregó que la principal fruta de exportación del Perú por delante del arándano, palta o espárrago, es la uva de mesa.

En el informe se estableció que Ica se encuentra en el primer lugar de regiones exportadoras, con 165 000 toneladas; seguidamente, con 137 000 está Piura, a pesar de que ésta es la primera región productora del Perú. Entre las principales variedades de uva de mesa, según el MINAGRI (2018) se encuentra la Red Globe, Flame Seedless, Thompson Seedless y Sugraone.



**Figura 1**

*Uva Red Globe y Flame Seedless*

Fuente: Elaboración propia.



## Figura 2

*Uva Thompson Seedless y Sugraone*

Fuente: Elaboración propia

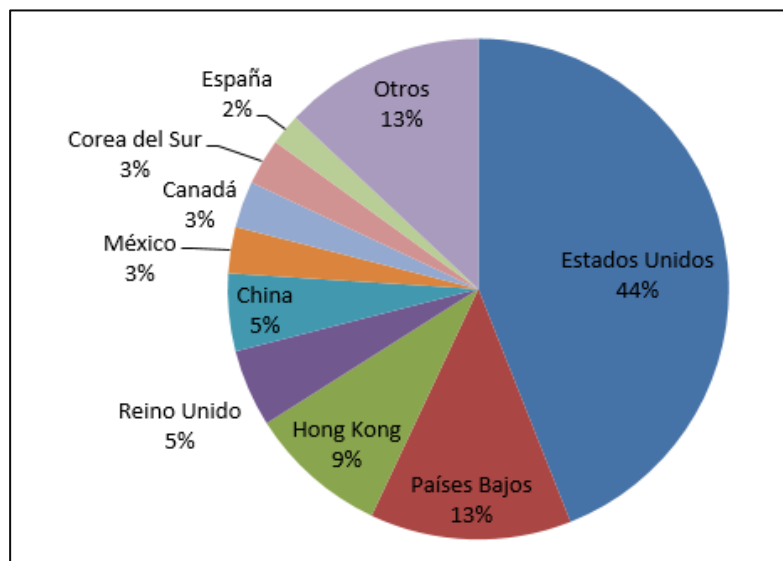
De acuerdo con Cillóniz (2020), las áreas de uvas de mesa más grandes en Perú son Ica con 8 800 ha y Piura con 7 200 ha; estas dos regiones representan el 80 % del total. Seguidamente, se encuentra Lambayeque con 1 700 ha, luego La Libertad con 1 100 ha y, en última instancia, Moquegua, Lima, Ánchash y Arequipa. Además, del total de 20 000 ha que existen en el país, 5 600 pertenecen a la Red Globe, por lo que se convierte en la mayor variedad en el Perú.

Contando con estos datos, el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (2019) indicó que el 81 % de la uva peruana es comprada por 10 países, que son: EE. UU. (44 %), Países Bajos (13 %), Hong Kong (9 %), Reino Unido (5 %) y China (5 %). Seguido de Canadá, México y Corea del Sur (3% cada uno), España (2 %). Otros países cubren el 19 % restante.

**Tabla 1***Países compradores de uva fresca*

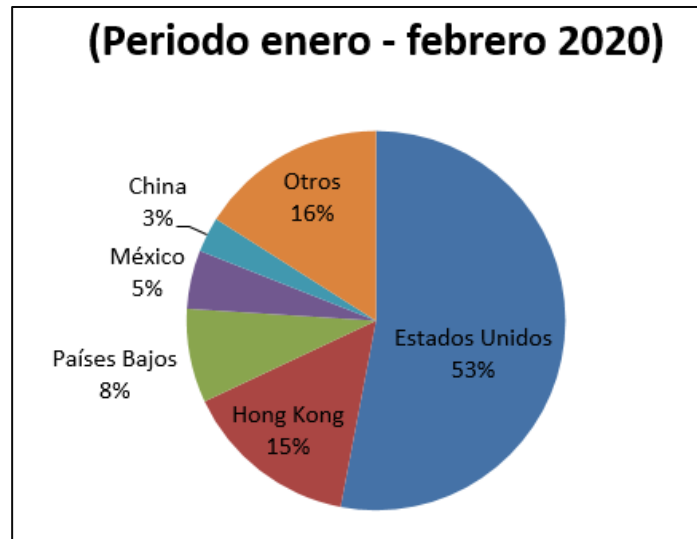
<b>Mercado</b>	<b>% valor 19-18</b>	<b>% Part. 19</b>	<b>FOB – 19 (miles US\$)</b>
Estados Unidos	28 %	44 %	388,726.48
Países Bajos	-17 %	13 %	114,445.05
Hong Kong	-11 %	9 %	14,815.71
Reino Unido	-11 %	5 %	48,089.99
China	6 %	5 %	43,689.53
México	52 %	3 %	29,549.53
Canadá	69 %	3 %	27,038.30
Corea del Sur	1 %	3 %	22,392.11
España	16 %	2 %	18,090.96
Otros países (50)	--	13 %	112,118.81

Fuente: Elaboración propia

**Figura 3***Países comprobadores de uva fresca peruana.*

Fuente: Elaboración propia en base a SICEX (2019)

Sin embargo, de acuerdo al informe empresarial especializado de exportaciones elaborado por Icomex Perú (2020) se obtiene que durante el periodo de enero a febrero del 2020 la participación de Estados Unidos como principal país de destino de uvas frescas fue de 53%.



**Figura 4**

*Principales países de destino de uva fresca*

Fuente: Elaboración propia en base a Icomex Perú

**Tabla 2**

*Principales países de destino de uva fresca – periodo: Enero – Febrero (2019-2020)*

Países de destino	Ene-Feb 2019		Ene-Feb 2020		VAR. % (2020/2019)		PART (%) FOB-2020
	FOB USD	KG	FOB USD	KG	FOB USD	KG	
Estados Unidos	161,649,066	62,324,217	223,164,150	76,475,307	38%	23%	53%
Hong Kong	51,450,075	25,926,508	61,649,628	25,480,700	20%	-2%	15%
Países Bajos	28,346,396	18,117,181	33,222,864	17,845,483	17%	-1%	8%
México	15,915,387	9,349,617	21,074,660	9,281,308	32%	-1%	5%
China	29,549,508	14,759,942	20,583,482	8,198,611	-30%	-44%	5%

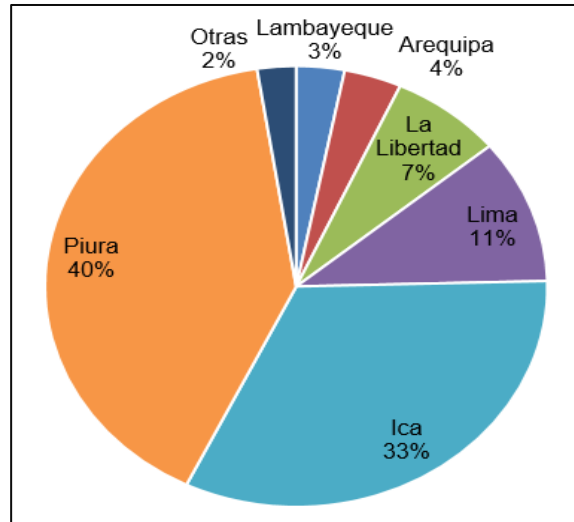
Fuente: Elaboración propia en base a Icomex (2020)

De acuerdo con el MINCETUR (2019), las exportaciones de uva fresca del país crecieron significativamente en 2018, convirtiendo al Perú en el tercer exportador mundial de esta fruta. En 2018, los envíos de esta fruta se incrementaron, especialmente, debido a que las toneladas de producto exportado pasaron de 270 000 en 2017 a 343 000 al año en mención. Esto fue resultado del esfuerzo de los exportadores y productores, además de una fuerte promoción de la canasta frutícola en el mundo, que ha llevado al Perú a una posición sin precedentes.

Según el MINAGRI (2017) la principal zona productora de uva en el año 2016 fue Piura, con 278,6 mil toneladas, que representó el 40,3% de la producción nacional. Le siguieron la región de Ica (32,6%), Lima (10,5%) y La Libertad (7,2%). Estas cuatro regiones del país aportaron el 90,7% de la producción nacional. En las regiones de Arequipa y Lambayeque se produce entre el 3,1 y 3,7% de la producción nacional y en otras como Moquegua, Tacna, Ancash, Cajamarca, San Martín y Tumbes se produce en conjunto el 2,5% restante.

Las principales zonas productoras al interior de la región Piura se localizan en la provincia de Piura (64,5%), Sullana (21,7%) y Morropón (13,8%) y en el caso de la región Ica, en la provincia de Ica (73,4%), Chincha (18,5%) y Pisco (7,6%). En cuanto a la región Lima, en la provincia de Cañete con 90,7%, y en el caso de la región La Libertad, en las provincias de Gran Chimú (68,3%), Ascope (14,2%) y Virú (9,3%).

Como se puede observar en el siguiente gráfico, Ica es la segunda región con mayor participación en el cultivo y producción de la uva hasta el año 2016, porque a partir de la información emitida por el MINCETUR (2019) en el reporte regional de comercio de la región Ica, ésta la ubica como la región número uno como productora de uva.



**Figura 5**

*Ventas*

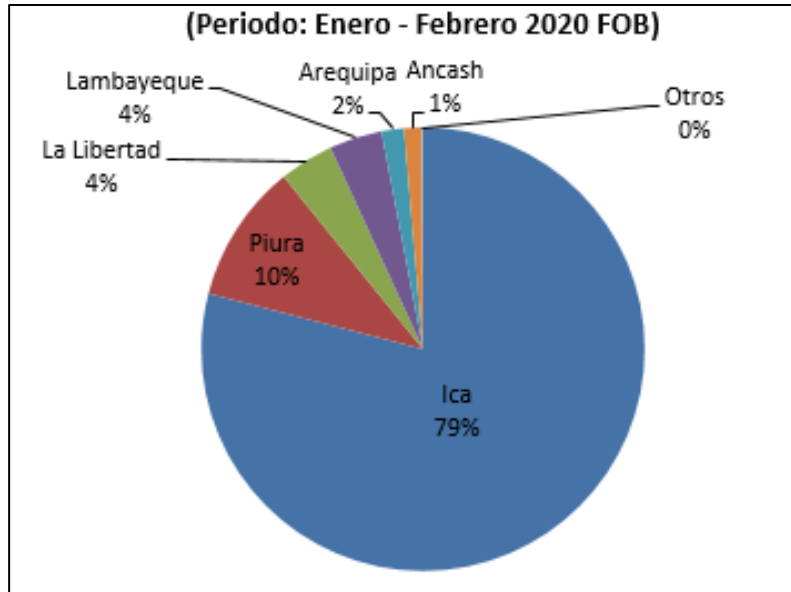
Fuente: Elaboración propia en base al MINAGRI – SISEA (2017)

**Tabla 3**

*Exportación de uva fresca por región de procedencia periodo: Enero – Febrero 2019/2020(FOB)*

Región	2019		2020		% Var. Promedio 2019-2020
	Ene-Feb	% Part.	Ene-Feb	% Part.	
Ica	187,325,193	52%	356,627,646	79.04%	90%
Piura	15,887,149	4%	45,750,299	10.14%	187%
La libertad	19,775,180	6%	17,904,888	3.97%	-9%
Lambayeque	13,584,284	4%	17,311,531	3.84%	27%
Arequipa	5,258,352	1%	7,345,172	1.63%	40%
Ancash	3,830,220	1%	5,827,755	1.29%	52%

Fuente: Elaboración propia en base a Icomex Perú (2020)



**Figura 6**

*Exportaciones de Uva fresca por región de procedencia*

Fuente: Elaboración propia en base a Icomex Perú (2020)

El MINAGRI (2019), sostiene que los índices de crecimiento de la producción de uva en el país poseen un ritmo constante y para no perderlo es preciso aumentar los tratados comerciales y de exportación, acuerdos, convenios de sanidad y otros medios que sostienen el comercio con otros países, de modo que se siga llevando este producto al mercado exterior. De la misma manera, la demanda de Pisco también aumenta anualmente a tasas del 15 %, lo cual insta a que más empresas inviertan y participen en este rubro.

En la siguiente tabla se enlista el número de productores que tiene cada región con sus respectivas condiciones, al igual que los porcentajes repartidos que obtienen del total.

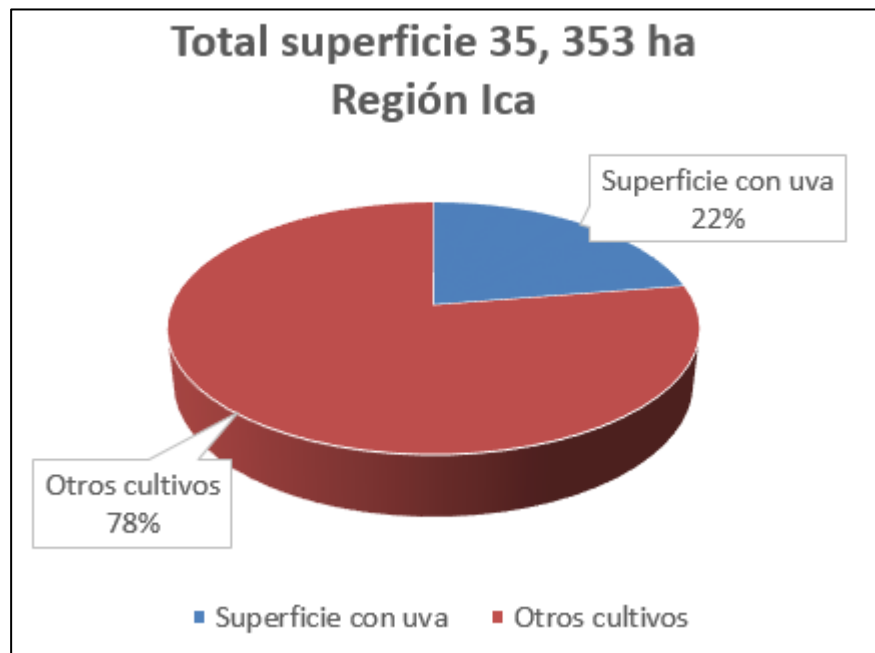


**Tabla 4***N° de productores por región y condición*

Región	N° de productores	Condición		
		Natural	Jurídica	No declaró
Ica	12,308 58 %	11, 382	719	207
Lima provincias	5,690 26 %	4, 772	25	891
Arequipa	2,503 11 %	2, 496	7	-
Tacna	772 4 %	725	47	-
Moquegua	699 3 %	687	12	-
Total	21,972 100 %	20, 062 91 %	810 4 %	1, 098 5%

Fuente: Elaboración propia en base al MINAGRI (2008)

En el gráfico siguiente se muestra en porcentajes las hectáreas utilizadas para cultivar uvas frescas, así como también para otros productos.

**Figura 7***Superficie con cultivo de Uvas (h)*

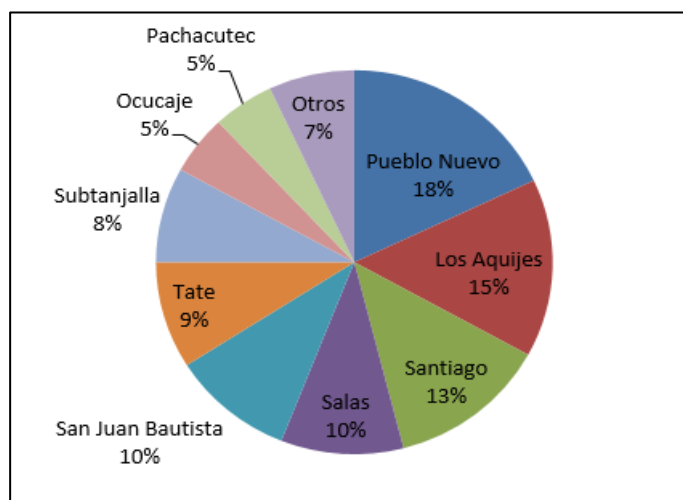
Fuente: Elaboración propia en base el MINAGRI (2008)

En la siguiente tabla, se puede observar la cantidad, ya delimitada de los productores en la ciudad de Ica, segmentadas por distritos hasta el informe del 2008.

**Tabla 5***N° de productores por distrito*

Provincia	N° de orden	Distrito	Número de productores	Porcentaje
Ica	1	Pueblo Nuevo	1652	18 %
	2	Los Aquijes	1390	15 %
	3	Santiago	1263	13 %
	4	Salas	945	10 %
	5	San Juan Bautista	945	10 %
	6	Tate	880	9 %
	7	Subtanjalla	762	8 %
	8	Ocucaje	497	5 %
	9	Pachacutec	472	5 %
	10	Ica	189	2 %
	11	La Tinguiña	165	2 %
	12	Parcona	149	2 %
	13	Los Molinos	47	1 %
	14	Yauca del Rosario	4	0.04 %
Total			9360	100 %

Fuente: Elaboración propia en base a información del MINAGRI (2008)

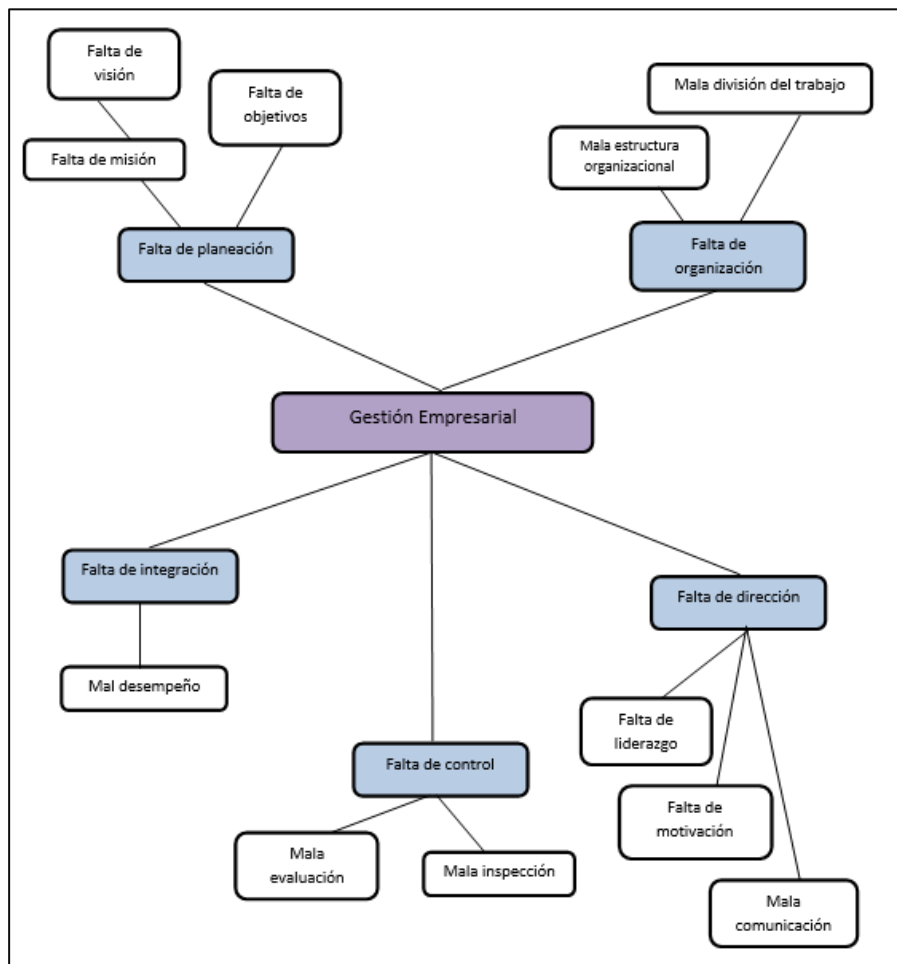
**Figura 8***Número de productores por distrito de Ica.*

Fuente: elaboración propia con base en información del MINAGRI (2008)

El problema de investigación a resolver es la relación de la gestión empresarial de los productores de la ciudad de Ica, región de Ica, y la oportunidad de producir uvas de

mesa exportables para satisfacer la demanda internacional, ya que según De la Cruz (2019), ex director de la Dirección Regional Agraria de Ica, los principales distritos productores de uva de mesa en Ica son Salas, Pueblo Nuevo, Los Aquijes y San Juan Bautista.

En la actualidad, no se sabe que exista suficiente Gestión Empresarial para satisfacer la demanda internacional a través del suministro de exportación de uvas de mesa en la región. Es por eso que la investigación recomienda un estudio en el que se utilicen variables independientes como Gestión Empresarial y se dividan en cinco dimensiones (organización, planificación, integración, control y dirección) para establecer las limitaciones de los productores en la región.



## **Figura 9**

### *Mapa mental Gestión Empresarial*

Fuente: Elaboración propia

- Determinar cómo la falta de planeación limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica.
- Determinar cómo la falta de organización limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica.
- Determinar cómo la falta de integración limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica.
- Determinar cómo la falta de dirección limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica.
- Determinar cómo la falta de control limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica.

### **Hipótesis general**

- La gestión empresarial tiene relación directa con los factores limitantes que se les presentan a los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica, permitiendo así que generen o no oferta exportable del producto.

### **Hipótesis específicas**

- Los productores de uva de mesa no aplican los principios de la planeación (no ordenan y agrupan las actividades necesarias para alcanzar los objetivos, lo que afecta la oferta exportable).
- Los productores de uva de mesa no aplican los principios de la organización (no asignan funciones, crean unidades administrativas, deciden cómo se distribuirán las tareas y quienes estarán a cargo), lo que afecta la oferta exportable.
- Los productores de uva de mesa no realizan eficientemente el proceso de integración, (selección de personal competente, materiales, recursos humanos, y financiamiento para alcanzar los objetivos), lo que afecta la oferta exportable.
- Los productores de uva de mesa no aplican los principios de dirección (abarca la autoridad del administrador en los planes, al tener respuestas positivas por parte de

los empleados, a través del liderazgo, la comunicación y la motivación), lo que afecta la oferta exportable.

- Los productores de uva de mesa no realizan eficientemente el proceso de control, (dar seguimiento y medir los resultados en relación a los planes), lo que afecta la oferta exportable.

El trabajo investigativo es sobre la relación entre la Gestión Empresarial y los factores limitantes en la generación de oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica; la cual es importante porque según la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (2017), en el Perú, la agro exportación no tradicional siguió teniendo a la uva de mesa como su producto principal en el primer semestre de 2017 y tenía la proyección de continuar bajo esa misma línea.

Para el periodista especializado en diversos sectores productivos, Andersson Panta (2022), la campaña de exportación de uva de mesa 2021/2022 presentó un incremento de 33% respecto a la campaña 2019/2020, exportando un total de 531 millones de kilos.

Adicional a ello, Ica sigue ocupando el primer lugar en ser la región más exportadora de uva de mesa del país con el 50% de exportaciones de esta fruta, ello hace que la región y específicamente para esta investigación, la ciudad de Ica sea objeto de estudio. Significando una potencia exportadora, se busca poder acrecentar el porcentaje de exportación de la uva de mesa y es por ello que se busca determinar qué factores limitan que los productores y empresas puedan exportar en mayor cantidad.

En síntesis, la investigación servirá para saber aprovechar este cultivo permanente que tiene una vida productiva de 30 años a más, que adicionalmente atrae capitales nacionales e internacionales para la inversión en éste, además que fomenta la creación de nuevos puestos de trabajo para personas vinculadas a la producción, lo cual sin duda beneficiará a los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica.

En cuanto a las limitaciones que podrían presentarse a lo largo de la investigación posiblemente haya suspicacias al momento de realizar las encuestas y que los productores de la ciudad viven distantes en cuanto a distancias y esto podría

significar un mayor esfuerzo al momento de aplicar las encuestas y adicionalmente que no todos pertenecen a una misma asociación ni a un mismo distrito; puesto que por otro lado sí se cuenta con recursos materiales, humanos y económicos.

Por otra parte, la investigación tiene un enfoque cuantitativo permitiendo que el proceso tenga un orden desde el nacimiento de la idea hasta los resultados, será de tipo aplicada en la cual ayudara a proponer planes de negocio y así hallar la solución de problemas. Asimismo, tendrá un alcance descriptivo- correccional en donde se buscará la relación entre una gestión empresarial y la oferta exportable. Por último, la investigación contiene un tipo de diseño metodológico no experimental.

Se tiene como población a todos los productos de uva de la ciudad de Ica con un diseño de muestra probabilística, el tamaño de la muestra se determinó de manera aleatoria. Los objetivos de este estudio son identificar la relación entre la gestión empresarial y las limitaciones que presentan los productores de uva de la ciudad de Ica en la Región Ica, que les impide contar con una oferta exportable. Para llevar a cabo esta investigación se hicieron encuestas estructuradas dirigidas a los productores de uva de la ciudad de Ica.

Para empezar, se expone la introducción de este trabajo de grado, se evidencian el planteamiento y la formulación de problemas, el objetivo general y específicos, la justificación de la investigación y su importancia. Seguidamente, en el primer capítulo se muestra el marco teórico, los antecedentes nacionales e internacionales, se define la uva, sus variedades, productores, importadores y exportadores principales.

A continuación, en el Capítulo II se encuentran las hipótesis generales y específicas, las matrices de coherencia y de consistencia de variables. En el tercer capítulo se halla la metodología usada en este trabajo de grado, el diseño, la población y el procedimiento muestral llevado a cabo, además de los instrumentos, los procedimientos seguidos y, por último, las técnicas de procesamiento y análisis de datos. Para concluir, en el Capítulo IV se contrastan la hipótesis y los resultados, en el

quinto capítulo se encuentra la discusión de los resultados, y se brindan las recomendaciones y conclusiones producto de la investigación.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 Antecedentes**

##### **1.1.1 Internacional**

Del Rosario, C. (2018), en su investigación titulada “Levantamiento y procesamiento de información de ocho variedades de olivos con potencial económico con mejoramiento de la oferta exportable de la industria olivícola nacional”. El objetivo general fue establecer parámetros de identidad y calidad para el aceite de oliva extravirgen monovarietales que proceden de ocho variedades del Banco de Germoplasma de Olivo ubicado en el Centro Experimental Huasco.

Utilizando un muestreo de ocho variedades estudiadas, la autora llevó a cabo la marcación al azar de tres árboles en los cultivos, en los cuales se cosecharon 10 kg de aceitunas de la zona media y en una madurez de 3-4. En cuanto a los resultados obtenidos. En cuanto a los resultados obtenidos, las variedades Nociara y Picholine de aceite extravirgen son los que tienen mayor cantidad de esteroides, con 2302 y 2121 mg/kg, respectivamente. De acuerdo a los criterios de calidad para la exportación que fueron analizados, todos los aceites extra vírgenes que fueron parte del estudio, están dentro del rango establecido por el Consejo Oleícola Internacional.

Bermúdez, L. (2015) en su artículo científico consultado “Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las pymes” publicado en la Revista de las Sedes Regionales, Vol. XVI de la Universidad de Costa Rica. El autor tuvo como objetivo establecer las deficiencias de las pymes en sus operaciones y, según esto, realizar una propuesta de capacitación para mejorar su actividad empresarial en general.

La investigación fue de tipo descriptivo, en cuanto a los resultados, se encontraron fallas en las áreas administrativa, productiva y financiera de las Pyme. Adicionalmente, no existían técnicas para alcanzar los propósitos, capacitaciones impartidas o instituciones que lo hicieran. Los empresarios también manifestaron que las capacitaciones que se deben dar son sobre el proceso administrativo empresarial y que



estarían dispuestos a pagar por conocer cómo funciona cada proceso del mismo. Por último, el autor se preguntó: ¿cómo administran y controlan sus negocios los microempresarios?

Los empresarios también manifestaron que las capacitaciones que se deben dar son sobre el proceso administrativo empresarial y que estarían dispuestos a pagar por conocer cómo funciona cada proceso del mismo. Se concluyó que la ausencia de conocimiento sobre administración deriva también en la falta de conocimiento sobre la manera de manejar sus negocios.

Márquez, M. (2002) en su artículo científico titulado “La gestión administrativa de las empresas agropecuarias de los municipios San Fernando y Biruaca del estado Apure, en Venezuela” publicado por la revista mexicana de Agro negocios en México. El autor tuvo como objetivo revisar la gestión de los productores en todos los aspectos, pero principalmente en la gestión administrativa. En dicho trabajo, se evaluó y analizó la gestión de la administración que tiene la unidad de producción, por medio de la organización, la planificación, el control y la dirección; además de las características del gerente, que se relacionaron con los resultados económicos de su gestión.

Así, se evidenciaron los resultados que, de las 18 fincas del estudio, solo seis contaban con gerentes con experticia administrativa. El autor concluye afirmando que la importancia que le da el dueño de la finca y el productor a contar con conocimientos administrativos es casi nula, mientras éstos pasan por alto que, con una buena gerencia, los resultados que obtendrían serían superiores a lo que consiguen en la actualidad. Además, añade que es necesario cambiar el pensamiento del productor, para que sea consciente de que su finca sea conducida bajo principios administrativos.

Finalmente, indicó que es necesario brindar charlas y conferencias sobre el proceso administrativo a asociaciones de productores para de esta manera lograr contar con recursos humanos calificados en la producción.

### 1.1.2 Nacionales

Arce, K. y Condor, L. (2019) en su trabajo de investigación titulado “Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú”. Se tuvo como objetivo “determinar en qué medida el desarrollo de los componentes de la oferta exportable les permiten exportar a la asociación de productores de maca en la provincia de Junín – Perú” (Arce y Córdor, 2019, p. 66).

La investigación fue cuantitativa y de alcance correlacional transversal y de orientación no experimental. La población que fue estudiada la constituyeron “los productores de maca en la provincia Junín ubicados en la Meseta del Bombón y pertenecientes a la Asociación de Productores de maca (APROMACA)” (Arce y Córdor, 2019, p. 69). Los resultados arrojaron que el 42 % de los productores mostraron un nivel bajo con respecto a disponibilidad de capacidad física para la producción de maca, un 42 % mostraron un nivel medio y solo un 16% presentaron un nivel alto. En cuanto a la capacidad económica y financiera, el 36% de productores mostraron un nivel bajo, 56% un nivel medio y el 8% un nivel alto.

Las autoras concluyen que 20 % de los productores poseen gran capacidad para producir y, en su mayoría, llevan más de 10 años en el cultivo del producto. Adicionalmente agregaron que sus procesos son deficientes y la tecnología usada es nula. Los productores tienen acceso limitado a capital de trabajo y no tienen conocimiento de cómo exportar. Finalmente dictaminaron que los productores de Junín tenían una capacidad física moderada, un poder económico – financiero limitado y una capacidad de gestión inexistente.

Allende, B. (2019) en su investigación titulado “La asociatividad como estrategia para el desarrollo de una oferta exportable para la producción de lechuga en la cooperativa Boza del distrito de Aucallama en Huaral, periodo 2018. Tuvo como objetivo “identificar los factores que influyeron en un modelo de asociatividad para el desarrollo de una oferta exportable de lechuga en la Cooperativa Boza del distrito de Aucallama en Huaral” (Allende, 2019, p. XV).

La investigación tiene una metodología no experimental con alcance descriptivo, con un enfoque cuantitativo y de tipo aplicada. Los resultados del trabajo arrojaron que los productores de lechuga en la Cooperativa Boza son aproximadamente 50, pero el 60 % actualmente no realiza la producción debido a los problemas para obtener recursos económicos y servicios básicos.

El autor de la investigación concluye que “los factores que influyen en el desarrollo de un modelo de asociatividad de productores de lechuga en la Cooperativa Boza, distrito de Aucallama en Huaral son el nivel de capacidad de producción y el nivel de organización” (Allende, 2019, p. 58), donde los productores necesitan que se sienta la presencia del gobierno. Además, en la Cooperativa Boza no existe ningún modelo de asociatividad, son productores independientes.

López, A. (2017) en su investigación titulada “Lineamientos de Cultura Exportadora presentes en la Cooperativa Ceprovaje que generan Oferta Exportable de espárrago verde fresco, Jequetepeque – Noviembre, 2017, tuvo como objetivo “determinar cuáles eran los lineamientos de Cultura Exportadora presentes en la Cooperativa Ceprovaje que generan Oferta Exportable de espárrago verde fresco en el mes de noviembre del año 2017” (López, 2017, p. 28).

La investigación tuvo un diseño no experimental, transversal y de tipo descriptivo. La muestra estuvo determinada por la Cooperativa Ceprovaje, y fueron 42 agricultores y el gerente. Los resultados arrojaron que el 100% de los encuestados cuentan con intermediarios a la hora de exportar y que cuentan con certificaciones de bajo nivel. Adicionalmente, el idioma inglés tuvo un nulo desarrollo en la cooperativa al momento de hallar otros mercados para exportar y hacer la página web en inglés.

Se estableció que la cooperativa CEPROVAJE presentó 13 elementos de cultura exportadora, con lo cual desarrolló una cultura de exportación. Asimismo, se identificaron 19 elementos que limitan la oferta exportable de la cooperativa. La oferta exportable se situó en un 46%, sin embargo, con el refuerzo de los elementos faltantes podría aumentar. Por último, el único elemento presente en la cooperativa que generó

oferta exportable fue la de mercados internacionales ya que se dieron charlas mediante instituciones que ayudaron en la obtención de certificaciones para el producto.

## **1.2 Bases teóricas**

Las exportaciones de uva fresca según el MINAGRI (2017) se incrementaron en el mundo en 8,8% entre el 2012 y el 2016, pasando de 4 053,9 a 4 411,3 miles de toneladas en dicho periodo. Entre 2012-2016, Chile fue el primero entre los países exportadores, incluso por encima del hecho de que las exportaciones tuvieron una contracción de 12,9 % en ese periodo. Esto sucedió igualmente con Italia y EE. UU., con el segundo y tercer puesto; entre tanto, los lugares del cuarto al sexto, son para Sudáfrica, Perú y China, tuvieron volúmenes de exportaciones que aumentaron 14 %, 91,4 % y 109,2 %, respectivamente.

El comercio internacional responde a la necesidad que tienen los países de intercambiar recursos, lo cual permite analizar y orientar sobre mercados y productos favorables para el comercio exitoso de una empresa, entre las principales teorías del comercio exterior están: la teoría de la ventaja absoluta y ventaja comparativa (Daniels, Rabebaugh y Sullivan, 2018).

La teoría de la ventaja absoluta, es aquella en la cual, según Smith, un país produce un bien de forma más eficiente que otros, por lo que debe especializarse en ello (Hill, 2011). Esta especialización parte de costos de producción internos menores gracias a la ventaja natural o adquirida de un país (Daniels, Rabebaugh y Sullivan, 2018).

Es así que, los países comercializan un intercambio con otros países de un bien en el que se especializa por aquel con el que no cuenta con una ventaja absoluta (Daniels, Rabebaugh y Sullivan, 2018).

En cuanto a la teoría de la ventaja comparativa, según David Ricardo, se produce cuando un país se especializa en la producción de los recursos que produce

de manera más eficiente, y comercializa con otros países aquellos en los que su producción es menos eficiente (Daniels, Rabebaugh y Sullivan, 2018).

Adicional a ello, Ricardo afirma que con la teoría de ventaja comparativa los países obtienen grandes beneficios, ya que promueve el libre comercio entre países lo que provoca una suma positiva de ganancias económicas (Hill, 2011).

Empero, de acuerdo con Heckscher y Ohlin, esta ventaja es producto de diversos elementos que participan la producción. Esto se ve reflejado en la teoría Heckscher-Ohlin que predice que los países exportarán bienes en lo que aprovechan más los factores de producción e importarán los que son elaborados con recursos escasos (Hill, 2011).

La exportación se presenta en el comercio internacional, como actividad de venta al exterior; la importación, mientras tanto, es el proceso de compra a otro país. En este contexto, se da la liberalización del comercio internacional, la cual consiste en la reducción de los diferentes tipos de barreras que puedan impedir el libre intercambio de bienes y servicios (Carpio & Sandoval, 2017).

Existen distintos beneficios del comercio internacional como por ejemplo la apertura de mercados, menores costos de producción, mayor competitividad e intercambio de aprendizaje e innovación, así como una capacidad de producción en constante crecimiento, acceso a mejor tecnología y un incremento de la calidad en la oferta de productos y servicios (OCDE, 2017).

A fin de fomentar relaciones comerciales exitosas, varios países han decidido reducir barreras a las exportaciones e importaciones con la finalidad de contar con mayor acceso a los beneficios inherentes del comercio internacional (Carpio & Sandoval, 2017). Como consecuencia, los gobiernos han creado políticas de apertura al comercio internacional y fomentado la inversión extranjera los cuales son una herramienta clave para el desarrollo sostenido de la economía de un país (Ponce & Quispe, 2010).

### 1.2.1 Instrumentos de Política Comercial

Tomando en cuenta que un factor económico importante para cualquier país es el comercio internacional, una gran cantidad han realizado acciones que promuevan el intercambio de productos, además de poner límites para protegerse. Entre los principales instrumentos de la política comercial se encuentran:

El Arancel, es un impuesto exigido a una importación, es una de las formas más tradicionales como fuente de ingreso para un Estado y protección a sectores nacionales (Zavala, 2005). Un arancel si bien puede proteger a alguna industria nacional, tiende a incrementar el costo de las importaciones lo que encarece los productos importados y promueve que los consumidores nacionales consuman menos del bien extranjero (Daniels, Sullivan, & Rabebaugh, Negocios Internacionales, 2018).

En este contexto, se establecen aranceles específicos, donde se aplica una cantidad fija por bien importado, aranceles ad valorem es una fracción del valor CIF importado y el arancel mixto, compuesto por los dos antes mencionados (MEF, 2017). Subsidios a la exportación, que es un pago realizado por el Estado a una empresa o individuo que vende un determinado bien en el extranjero, puede ser específico o ad valorem (Zavala, 2005).

Vale resaltar que estas subvenciones están reguladas por la Organización Mundial del Comercio.

Cuotas de importaciones, es una cuota de importación es aquella que restringe directamente a una empresa o individuo el monto de importación un bien durante un periodo determinado (Krugman, Obstefeld, & Melitz, 2014).

Es importante señalar que la liberalización del comercio no sólo involucra políticas comerciales sino también diversas estrategias y acuerdos comerciales a seguir por los gobiernos para incrementar el intercambio comercial (Carpio & Sandoval, 2017).

### 1.2.2 Modelos de Integración Económica

La integración económica consiste en realizar acuerdos políticos y económicos entre países, los cuales se otorgan preferencias de mutuo acuerdo (Daniels, Sullivan, & Radebaugh, Negocios Internacionales, 2018). Esto con el fin de reducir barreras al comercio para beneficiarse de las ventajas de la internacionalización, formando alianzas y bloques tanto a nivel regional como intercontinental (Carpio & Sandoval, 2017). A continuación, estudiamos los destacados:

#### Multilateralismo – Integración global: El GATT y La OMC

El Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) fue establecido en 1947, el cual estaba regido por un conjunto de normas de política comercial internacional que ayudó a promover la liberalización del comercio (Zavala, 2005). En el periodo de vigencia, existieron rondas de negociación que beneficiaron a la reducción de aranceles, por ejemplo, el promedio de los aranceles de los 16 países desarrollados disminuyó aproximadamente en 40% (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2014).

No obstante, el acuerdo más fundamental del GATT fue la constitución de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en la Ronda de Uruguay a partir del 1 de enero de 1995 como organismo rector del comercio mundial cuyos principales objetivos son administrar, supervisar y aplicar los acuerdos comerciales que pueden surgir de las negociaciones (Zavala, 2005).

La OMC tiene 164 miembros y contribuye a que el comercio sea libre, con normatividad predecible y transparente. Los acuerdos de este organismo se enfocan en disminuir aranceles aduaneros y otros problemas comerciales, establecer técnicas para la disolución de diferencias. No obstante, dichos acuerdos pueden someterse a negociaciones o pueden agregarse un nuevo grupo de acuerdos aprobados (OMC, 2018).

#### Integración Económica Regional

Consiste en los acuerdos que los países suelen negociar con otros países de su misma región, debido a diferentes factores como la corta distancia, las similitudes culturales e intereses comunes (Daniels, Sullivan, & Radebaugh, 2018).

Existen formas de integración económica regional como las zonas de libre comercio cuyo propósito es eliminar los aranceles entre los países miembros, así como también la unión aduanera que se aplica cuando, además de eliminar aranceles, los países gravan un arancel externo común a las mercancías importadas de otros países no miembros, está también el mercado común, que busca la movilidad de capital y mano de obra; y la unión económica que permite tener un grado de armonización en las políticas económicas nacionales eliminando gradualmente barreras al comercio (Daniels, Sullivan, & Radebaugh, 2018).

Es preciso mencionar los acuerdos económicos regionales más importantes, a saber: Mercado Común del Sur – Mercosur, Comunidad Andina – CAN, Unión Europea – UE, Trata de Libre Comercio de Norteamérica – TLCAN, Asociación Latinoamericana de Integración – Aladi, North American Free Trade – Nafta, etc.

### **1.2.3 Tratados de Libre Comercio**

Los Tratados Comerciales (TLC) son acuerdos bilaterales o multilaterales que son llevados a cabo entre distintos estados, son de carácter internacional y tiene como objetivo la apertura de los mercados y la eliminación de los aranceles, cuenta con gran variedad de aspectos comerciales, de planeamiento, de ayuda y trato comercial preferente de manera mutua (Acuerdos Comerciales del Perú, s.f.).

Los Tratados de Libre Comercio se pueden dar entre dos o más países, o entre un país y un bloque de países, se busca plantear estrategias a largo plazo para la consolidación de productos, el Ministerio de Economía y Finanzas sostiene que en el TLC además de tratar beneficios arancelarios, también se plantean como: inversiones,



tecnología, ambientales, sanitarias, propiedad intelectual, laboral, entre otros (MEF, 2017).

Se hallan diferentes puntos positivos con un Tratado de Libre Comercio; seguidamente, se señalan los más importantes:

- Reduce o elimina barreras arancelarias y no arancelarias al comercio de esta manera contribuyen a mejorar la competitividad de las empresas (Acuerdos Comerciales del Perú, s.f.).
- Facilitan el incremento del flujo de inversión extranjera (Acuerdos Comerciales del Perú, s.f.).
- Fortalece la apertura de mercados de manera que el consumidor acceda a una mayor variedad de productos y servicios de mejor calidad (MEF, 2017).
- Fomentan la creación de empleos originado por las empresas exportadoras (Acuerdos Comerciales del Perú, s.f.).
- Incentiva a elevar los estándares de calidad de las empresas nacionales hasta alcanzar los niveles internacionales (MEF, 2017).

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, los TLC son un método comercial del Estado del Perú. El país pretende afianzar y fomentar mercados para productos propios, a través de la unión de bloques económicos y de tratados con potencias comerciales. Cabe aclarar que el TLC de mayor significancia para esta investigación es el realizado con EE. UU.

#### Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos

El Acuerdo de Promoción Comercial (APC) o Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Perú y Estados Unidos fue suscrito en Washington D.C el 12 de abril de 2006 y entró en vigencia el 1 de febrero de 2009 por los presidentes George W. Bush y Alan García Pérez (Acuerdos Comerciales del Perú, s.f.).

Desde 1991 hasta 2011, Perú tenía preferencias arancelarias que le otorgó Estados Unidos con la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA – siglas en inglés), a partir del 2002 y hasta el 2010 estuvieron vigentes nuevamente las

preferencias arancelarias con la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA – siglas en inglés) (Acuerdos Comerciales del Perú, s.f.).

En el año 2004 el Estado peruano decidió empezar con las negociaciones para un TLC a beneficio del sector exportador, sin embargo, no es hasta el 2009, que entra en vigencia el APC entre el Perú y los EE.UU., el cual a lo largo de los últimos años ha permitido potenciar el desarrollo económico del país a través del comercio internacional, contando con un acceso perenne a mercados muy grandes y manteniendo en altos niveles la oferta exportable (Acuerdos Comerciales del Perú, s.f.).

Los productos de mayor importancia que se exportan a Estados Unidos son: petróleo crudo, café, mandarina, cacao, uva, productos pesqueros, alcachofa, textil, metales, mango, minerales y espárragos. El 90% de las exportaciones originarias del Perú entran libre de aranceles a los EEUU. (MINCETUR, s.f.).

En cuanto a tales beneficios, se puede decir que con el TLC entre EE. UU y Perú, gran cantidad de sectores y productos se vieron favorecidos en cuanto a exportación. De tal modo, en este estudio se analiza la repercusión que este tratado ha tenido en la exportación de uvas peruanas a EE. UU.

#### **1.2.4 Internacionalización de las empresas**

Para las empresas que buscan desarrollar estrategias de crecimiento e incrementar su valor económico en este mundo globalizado la mejor alternativa es la internacionalización (Medina, 2005).

Las empresas, en concordancia con Canals (1994), poseen como fin abrir nuevos mercados y reducir costos de producción. Por lo anterior, resulta imprescindible saber sobre los conceptos que tienen que ver con la internacionalización.

En los últimos años, las exportaciones tradicionales han crecido exponencialmente, como la uva de mesa, la que cuenta con mucha aceptación en los mercados internacionales. El primer país importador de nuestra uva de mesa es Estados Unidos, pese a ser país productor. Esto se debe a que no abastece a su

población y además de que su cultivo se concentra solo en algunos meses del año, lo que obliga a este país a buscar proveedores de dicha fruta, donde destaca Perú, pues se produce uva todo el año.

Quispe (2017) sostiene que las variedades de uva de mesa más exportadas a los Estados Unidos son: la Red Globe, Flame Seedless, Thompson Seedless y la Sagraone. De la misma manera sostiene que los últimos estudios realizados en Estados Unidos revelaron que los estadounidenses prefieren llevar un estilo de vida más sano y por ello existe la tendencia de comprar frutas y verduras que obedezcan a los estándares de calidad que se exigen en el país.

Tal como se aprecia en la página de SIICEX (2021), la partida arancelaria de uvas frescas es el 0806100000. Adicionalmente se agregó que para que una pequeña empresa o productores exporten lo hace a través de un bróker o un intermediario que es el que busca a los compradores extranjeros.

### **1.2.5 Oferta exportable**

El Ministerio de Agricultura y Riego (2015) declaró en su portal de información que las cotizaciones exportables de la empresa no solo garantizan la cantidad solicitada por un cliente, sino que tampoco pueden proporcionar productos que cumplan con los requisitos del mercado de destino. Las cotizaciones exportables también están relacionadas con las capacidades económicas, financieras y de gestión de la empresa, a saber:

Disponibilidad del producto: según el producto que se quiera exportar, la empresa debe establecer la cantidad disponible para los mercados externos. Debe proporcionarse de manera estable o continua. Del mismo modo, los productos deben satisfacer las necesidades del mercado objetivo.

Las capacidades económicas y financieras de la empresa: debe contar con los recursos suficientes para resolver el problema de exportación y también debe tener un precio competitivo. Si la empresa no puede resolver el proceso con sus propios recursos, debe tener la capacidad de pedir prestado y obtener financiamiento externo.

Capacidad de gestión: la empresa debe implementar una cultura de exportación, definir sus objetivos y comprender sus capacidades y debilidades.

Por otro lado, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013) asegura que poseer una oferta exportable no implica solo tener el volumen pedido o un productor de acuerdo con lo que se exige sino mucho más. Además de ello, deben tener cuatro capacidades relacionadas entre sí: de gestión, económica, física y financiera.

En un texto educativo de comercio exterior más reciente, elaborado por el MINCETUR (2014), la oferta exportable es el producto competitivo que cumple con los estándares de calidad, con la capacidad de abastecimiento continuo y sostenido en función de los volúmenes exigidos por el comprador, en un determinado mercado, en el momento requerido.

En síntesis, la oferta exportable para la presente investigación será considerada como la capacidad física: tecnología, volúmenes de producción y calidad; capacidad económica: capital de trabajo; capacidad financiera: préstamos; capacidad de gestión: capacitación a los colaboradores y conocimiento del comercio internacional.

### **1.3 Definición de términos**

#### **1.3.1 Calidad**

De acuerdo con la American Society for Quality Control (1974), calidad se refiere a las funciones y características que debe tener un proceso, producto o servicio que para satisfacer a un individuo.

#### **1.3.2 Capacidad de gestión**

El MINCETUR (2013) asegura que es el nivel que debe obtener un producto para posicionarse como competitivo a nivel internacional, con la consecución de objetivos a través del apoyo de profesionales capaces de llevar a cabo una estrategia de internacionalización.

#### **1.3.3 Capacidad económica**

Se refiere según el MINCETUR (2013) a la posibilidad de solventar la actividad de exportación y el costo que implica este proceso, apoyado en la capacidad de utilizar recursos propios, ajustándose a las condiciones de un entorno competitivo.

#### **1.3.4 Capacidad financiera**

El MINCETUR (2013) sostiene que es la posibilidad de satisfacer la necesidad de recursos mediante deudas con terceros.

### **1.3.5 Capacidad física**

De acuerdo con el MINCETUR (2013), se refiere a la capacidad que se tiene, tomando en cuenta tecnología, volumen de producción e insumos, de modo que sea posible cubrir la demanda y reducir retrasos, a fin de satisfacer los deseos del cliente.

### **1.3.6 Capacitaciones**

Chiavenato (2007) afirma que las capacitaciones son el proceso educativo a corto plazo por lo cual las personas adquieren conocimientos y habilidades nuevas.

### **1.3.7 Capital propio**

En el portal Financiero del Gobierno Alemán (S.F) capital propio es definido como la base financiera de la organización.

### **1.3.8 Certificaciones Voluntarias**

Son requerimientos que exigen los compradores y que no tienen que ver con las que determinan las autoridades que regulan esto, como certificados de calidad, responsabilidad social, entre otros.

Certificaciones principales:

- Global G.A.P
- Global Standard for Food Safety – BRC
- Safe Quality Food Program – SQF
- Fair Trade

### **1.3.9 Comunicación**

Según Chiavenato (2000), la comunicación es el intercambio de información entre las personas, en este caso dentro de la organización.

### **1.3.10 Conocimiento de comercio internacional**

La Cámara de Comercio y Aduanas (2019) define al comercio internacional como las actividades comerciales donde interviene la transmisión de recursos, servicios, bienes y tecnología, mediante los diferentes mercados de los países.

### **1.3.11 Control**

Para Fayol (1972) el control consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con los principios establecidos.

Buchele (1976) también afirma que es el proceso de medir los resultados en relación con los planes. Por lo tanto, controlar es entendido como la inspección y la evaluación de que las tareas se cumplan de acuerdo a lo establecido por la dirección.

#### **1.3.12 Desempeño**

Chiavenato (2000) sostiene que el desempeño son las acciones o comportamientos de los colaboradores que son importantes en los logros de la organización.

#### **1.3.13 Dirección**

Según Fayol (1972), esta se encarga de dirigir a la organización y su personal, con el propósito de que cada uno use sus mejores talentos de manera adecuada.

Entonces se puede afirmar que con un buen liderazgo, motivación y comunicación de parte de un jefe hacia su colaborador se consigue una buena dirección.

#### **1.3.14 División de trabajo**

Tal como Fayol (1917) explica en su libro “Administración General e Industrial”, la división de trabajo conduce a una especialización, ésta a la eficacia y la misma a la productividad y rentabilidad de la organización.

#### **1.3.15 Envase y Embalaje**

El envase es el elemento que contiene un producto, lo protege y distingue de otro. Mientras que el embalaje se refiere a todos los métodos, materiales y procedimientos usados para almacenar, presentar, transportar, acomodar y conservar los productos. Cabe aclarar que el material del envase debe ser nuevo, depurado y con calidad para que no se dañe el producto.

#### **1.3.16 Estructura organizacional**

Sobre esto, Robbins y Coulter (2005) aseveraron que es la distribución de los trabajos en una empresa u organización.

#### **1.3.17 Etiquetado**

Son las reglas que normalizan todos los materiales que contiene la etiqueta y que acompaña el producto o se le coloca cerca. Los requisitos generales de las etiquetas para alimentos son estos:

- Denominación del producto

- Declaración del contenido neto
- Nombre y dirección del responsable
- Lugar de origen
- Idioma

### **1.3.18 Evaluación**

Deming (1990) afirma que la evaluación tiene como objetivo determinar el valor de algo o alguna actividad.

### **1.3.19 Food and Drug Administration (FDA)**

Es la organización que se encarga de determinar y comprobar que se cumplan las reglas para avalar la seguridad del producto que se consume en EE. UU.

Para cumplir con algunas disposiciones de la Ley de Bioterrorismo, la FDA estableció regulaciones que requieren que las instalaciones de alimentos se registren en la FDA y dar aviso previo al FDA sobre los envíos de los alimentos exportados.

- Primer paso, el exportador o dueño de la mercancía deberá crear una cuenta ID de forma online a través del FDA Industry Systems.
- Segundo paso, registro de las instalaciones, además de los datos de la instalación. Es necesario consignar los datos de un agente en Estados Unidos.
- Tercer paso, notificaciones previas por cada exportación, 15 días antes de la llegada de la mercancía a los Estados Unidos.

### **1.3.20 Gestión empresarial**

Sobre este punto, Chiavenato (2013) lo definió como el proceso de planear, organizar, reunir, liderar y controlar recursos (intelectuales, humanos, materiales, económicos, etc.) de una empresa, a fin de resultar en el el máximo beneficio o cumplir sus propósitos.

Asimismo, también se puede abarcar el concepto de gestión empresarial establecido por Stoner y Freeman (1996), que aseguraron que es el proceso de planear, organizar, liderar e inspeccionar el quehacer de los trabajadores de la organización y hacer uso de todos los recursos para lograr los objetivos organizacionales determinados.

### **1.3.21 Inspección**

Deming (1990) también sostiene que la inspección consiste en examinar una actividad o producto.

### **1.3.22 Integración**

La integración, entendida por Reyes Ponce (2000) es integrar los elementos materiales y humanos dentro de la organización.

De esta forma, la integración se mide con el desempeño de cada persona y el uso que les da a los recursos.

### **1.3.23 Liderazgo**

Stogdill (2010) afirma que el liderazgo es el proceso de conducir las actividades en un grupo de trabajo e influir sobre sus comportamientos.

### **1.3.24 Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas (LMR)**

Se refiere al número máximo de residuos de cierto plaguicida sobre un producto agrícola permitido por la ley, en este caso de las uvas frescas, dado que la cantidad no puede ser mayor, con el fin de que el producto se comercialice exitosamente.

### **1.3.25 Misión**

Los autores Ramos, Adriensens, Hirt, Ferrell y Flores (2004) definen en su libro “Introducción a los Negocios en un mundo cambiante” a la misión de una organización como su propósito general.

### **1.3.26 Motivación**

Robbins y Coulter (2005) sostienen que es el conjunto de factores materiales y psicológicos que brindan satisfacción a una persona, provocando un mejor comportamiento y obteniendo mejores resultados en la organización.

### **1.3.27 Objetivos**

Para Álvarez (1997), los objetivos de una organización son aspiraciones, propósitos y los resultados que se esperan alcanzar.

### **1.3.28 Orgánico**

Hace referencias al procesamiento y la producción de productos orgánicos en Perú y su mercado destino. Para esto, el NOP – Programa Nacional Orgánico establece la normativa para su producción, manejo, etiqueta y aplicación; este organismo posee un manual para orientar, instruir, brindar notas de política y otros documentos que dan a conocer los estándares de los productos orgánicos.



### **1.3.29 Organización**

La organización para Koontz y Weihrich (1999), es la clasificación de actividades para cumplir propósitos, asignando un conjunto de actividades a un administrador con autoridad y estructura organizacional.

Por su parte Porter, Lawler y Hackman (1975) definen la organización como las funciones diferenciadas y dirigidas. Entonces, la organización se entiende como la división de trabajo con alguien a cargo de acuerdo a la estructura organizacional.

### **1.3.30 Planeación**

Según Chiavenato (1999), es la función administrativa principal y que sirve como fundamento para las demás. Esta inicia con el establecimiento de objetivos y la caracterización de los planes requeridos para alcanzarlos adecuadamente. Para Robbins (1998) la planeación se define con mayor profundidad en términos de si es informal o formal.

Por otro lado, Reyes Ponce (2000) considera que las actividades que involucra la planeación son: determinar los objetivos y establecer logros. Al comparar y analizar las opiniones de los autores, se puede decir que la planeación es el proceso de establecer una visión, misión y objetivos que se van a llevar a cabo para un buen desempeño de la empresa.

### **1.3.31 Préstamos**

El portal “Finanzas Para Todos” (2010) lo definió como una operación financiera en la que una organización o una persona le da otra cierta cantidad de dinero, con la condición de que se devuelva con los debidos intereses en un plazo determinado.

### **1.3.32 Requisitos Fitosanitarios**

Estos se relacionan con las medidas que establece un país importador para el envío de productos con origen vegetal, con el propósito de sostener cierto nivel de protección para que no ingresen plagas al país.

La uva fresca, también conocida como “uva de mesa”, es un producto que pertenece a la “Categoría de Riesgo Fitosanitarios” (CRF), por lo que para ser exportado debe tener el certificado Fitosanitario de la SENASA y ser tramitado en la VUCE.

Por lo tanto, de acuerdo a lo publicado por el MINCETUR (2021) en su portal oficial, para el ingreso a Estados Unidos se requiere:

SENASA: requisitos generales

- Certificado Fitosanitario
- Certificado de lugar de producción
- Certificado de planta de empaque
- Carta de instrucción al capitán
- Certificado de calibración de sensores

### **1.3.33 Requisitos Sanitarios**

Cualquier normativa oficial que tenga como fin la prevención de la adición de contaminantes, toxinas, aditivos o patógenos que puedan perjudicar al consumidor.

El producto debe contar con la “Autorización Sanitaria de Establecimiento dedicado al Procesamiento Primario de Alimentos Agropecuarios y Piensos”, emitido por SENASA, con el propósito de cumplir con las prácticas correctas de producción e higiene, al igual que la aplicación de principios del sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC/HACCP), además de los procedimientos operativos estandarizados de saneamiento (POES).

### **1.3.34 Tecnología**

Sobre esto, Ochoa et al. (2007) manifestaron que es el conjunto de medios físicos, know how, técnicas de producción y gerenciales, saberes teóricos y prácticos, etc.

### **1.3.35 Uva Flame Seedless**

Esta variedad de uva de mesa, se conserva bien en el almacenamiento. Produce grandes racimos, de color rojo, con sabor dulce y de tamaño son grandes. Tampoco poseen pepa.

### **1.3.36 Uva Red Globe**

Es una variedad de uva de mesa de exportación, cultivada en Perú. Tiene pepa y es la de mayor aceptación en el mercado internacional. Lo que más resalta es el tamaño de sus racimos que son largos, con bayas grandes y redondas en su interior, asemejándose a unas ciruelas. Cuenta además con un color rojo oscuro con un ligero brillo, pulpa carnosa, piel fina y consistente. Según el portal Agroindustria (2017), las uvas red globe son, aproximadamente, el 75 % del total de uva que exporta el Perú.

### **1.3.37 Uva Sugraone**

Esta variedad no tiene semilla y es una de las más cultivadas. Es empleada para la elaboración de zumos, pasas, conservas y macedonias.

Tomando como ejemplo el “Mercado Mayorista “N°2- Frutas” se puede apreciar que en el mercado local se venden Red Globe, Italia Nacional, Alfonso Lavalett, Rosada sin pepas, Borgoña, Palestina y Sultanina Nacional. En 2017, entre enero y diciembre, la mayor participación en el mercado mayorista n°. 2 fue para la Red Globe, seguida de la Alfonso Lavalett, Italia Nacional y Palestina.

### **1.3.38 Uva Thompson Seedless**

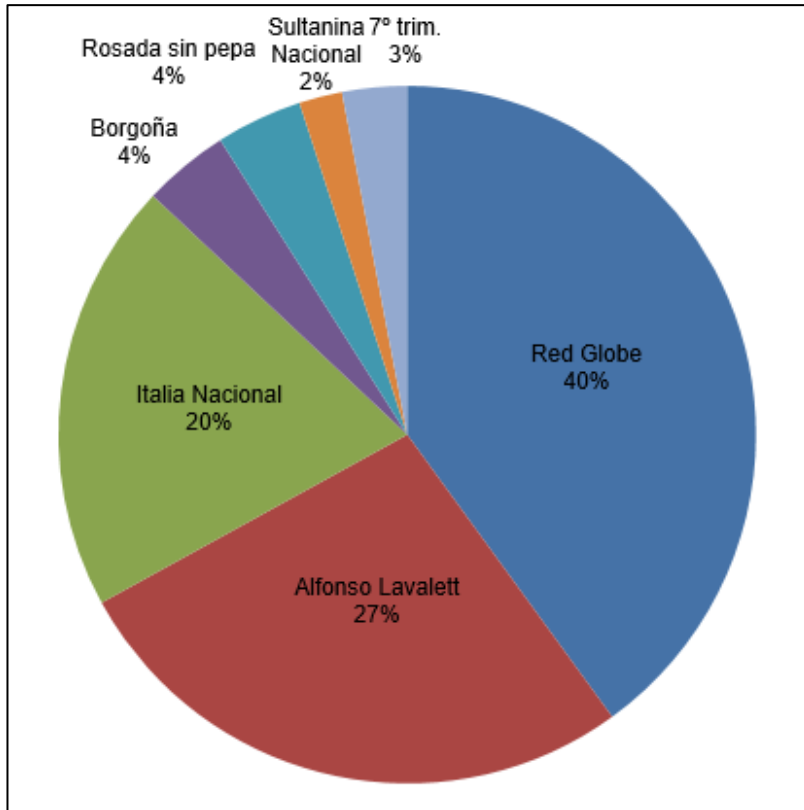
Esta variedad es de color verde amarillenta y no tiene semillas. Tiene un sabor neutro y sus racimos son grandes con granos pequeños y de muy buena calidad.

### **1.3.39 Visión**

De acuerdo a Karlof (2001), es una concepción del futuro distante, para que los comercios se desarrollen adecuadamente y de forma alineada con los deseos de los líderes.

### **1.3.40 Volumen**

Según el portal de Wolters Kluwer (s.f.), es la cantidad real de un producto de la empresa en cierto periodo.



**Figura 10**

*MM de frutas: ingreso de frutas por variedad, 2016 (%)*

Fuente: Elaboración propia en base a MINAGRI (2017)

## CAPÍTULO II

### HIPOTESIS Y VARIABLES

#### 2.1 Hipótesis

##### 2.1.1 General

La gestión empresarial tiene relación directa con los factores limitantes que se les presentan a los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica, permitiendo así que generen o no oferta exportable del producto.

##### 2.1.2 Específicas

- Los productores de uva de mesa no cuentan con una adecuada planeación, no tienen visión, misión ni objetivos y trabajan como ellos saben hacerlo y por lo tanto la oferta exportable que generan es baja.

- La organización juega un rol importante para la optimización de procesos, ya que se ordenan y agrupan las actividades necesarias para alcanzar los objetivos, asignando funciones, creando unidades administrativas, saber cómo se repartirán las tareas y quienes estarán a cargo. Principio que muchos de los productores de uva de mesa de esta ciudad desconocen.
- El proceso de integración es importante ya que se debe seleccionar los trabajadores idóneos para los cargos dentro de la empresa, materiales, recursos humanos, y financiamiento para alcanzar los objetivos. Proceso que no se cumple eficientemente entre los productores de uva de mesa.
- La dirección abarca la autoridad del administrados para llevar a cabo planes y obtener respuestas positivas de los empleados, a través del liderazgo, la comunicación y la motivación.
- El control es primordial pues, una empresa puede contar con excelentes planes, una buena estructura organizacional y una dirección eficaz, pero no será posible verificar la situación real de la empresa si no hay un mecanismo para corroborar e informar si los hechos están en consonancia con los objetivos. Este proceso no es ejercido correctamente por los productores de uva de mesa.

## **2.2 Variables y definición operacional**

### **2.2.1 Variables**

Variable independiente: Gestión empresarial

*Variable dependiente: Oferta exportable*

### **2.2.2 Definición operacional**

#### **Variable 1:**

*Variable independiente: Gestión empresarial*

“Instituto de Investigación El Pacífico (2004) define a la gestión empresarial como: Administrar y proporcionar servicios para el cumplimiento de las metas y objetivos, proveer información para la toma de decisiones, realizar el seguimiento y control de la recaudación de los ingresos, del manejo de las cuentas por cobrar, de las existencias, entre otros. Dentro de la gestión se incluye la planeación, organización, dirección y control”. (p. 62)

#### **Dimensión:**

- Planeación  
Gestión de la planificación (visión, misión y objetivos)
- Organización  
Tecnología y volumen de producción.
- Integración  
División del trabajo y estructura organizacional.
- Dirección  
Capital propio.
- Control  
Evaluación e inspección.

**Variable 2:**

*Variable dependiente: Oferta exportable*

Posee como fin realizar acciones enfocadas en conseguir una oferta diversa de manera estratégica, de calidad, con volumen y un valor que posibilite tener competitividad en los mercados del mundo. Los resultados que se esperan con ello es tener mayor oferta de exportación, de modo estratégico.

**Dimensión:**

- Capacidad física  
Desempeño
- Capacidad económica  
Prestamos
- Capacidad financiera  
Conocimiento del mercado internacional.
- Capacidad de gestión  
Capacitación a empleados

## Instrumentos

Preguntas	Escala				
	1	2	3	4	5
1) ¿Suele pensar en cómo se verá de aquí a 5 años?	Nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Siempre
2) ¿Puede identificar a que sector pertenece la actividad que desarrolla?	Nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Siempre
3) ¿Cuenta con objetivos trazados a los que aspira llegar?	Nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Siempre
4) ¿Cuál es el periodo que se utiliza para establecer los objetivos de la empresa?	Mensual	Bimestral	Trimestral	Semestral	Anual
5) ¿Los colaboradores cumplen con los requisitos para realizar las tareas que se les asignan?	Nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Siempre
6) ¿Cada colaborador tiene claro las tareas que debe desarrollar?	Nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Siempre
7) ¿Cada colaborador conoce el puesto que desempeña y quien es su jefe inmediato?	Nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Siempre

Preguntas	Escala				
	1	2	3	4	5
8) ¿Qué grado de importancia tienen los trabajadores en el resultado de la cosecha?	Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante
9) ¿Premia usted el buen desempeño de sus colaboradores?	Nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Siempre
10) ¿Cómo calificaría la evolución de la empresa en los últimos años?	Sin crecimiento	Poco crecimiento	Regular crecimiento	Bastante crecimiento	Gran crecimiento
11) ¿Con qué frecuencia delega nuevas funciones entre sus colaboradores para que crezcan profesionalmente?	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
12) ¿Existen incentivos para motivar a al personal?	Nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Siempre
13) ¿Con qué frecuencia se motiva al personal en el lugar en el que labora?	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
14) ¿Con qué frecuencia dialoga con sus colaboradores?	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente

Preguntas	Escala				
	1	2	3	4	5

15) ¿Con qué frecuencia toma en consideración las buenas ideas de sus colaboradores?	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
16) ¿Cuenta con criterios que le permitan evaluar el desempeño de sus colaboradores?	Nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Siempre
17) ¿Evalúa periódicamente los resultados de las operaciones de producción?	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
18) ¿Realiza inspecciones continuas durante el proceso de producción?	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
19) ¿Se realizan reportes continuos que le permitan conocer los avances de los colaboradores?	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
20) ¿Cómo calificaría las maquinarias que utiliza en el proceso de producción de uvas, teniendo en cuenta los siguientes rangos de antigüedad?	Más de 15 años	Entre 10 y 15 años	Entre 5 y 10 años	Entre 3 y 5 años	Menos de 3 años
21) ¿Cómo calificaría el nivel tecnológico utilizado para los procesos de la producción?	Antiguo	Casi antiguo	Semi moderno	Moderno	Última generación
22) ¿Cuál es el volumen de producción promedio anual por hectárea?	Menos de 50 toneladas	60 toneladas	70 toneladas	80 toneladas	Más de 90 toneladas
	Escalas				
Preguntas	1	2	3	4	5
23) ¿Ha introducido mejoras en el proceso de producción desde que inició su actividad hasta la fecha?	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
24) ¿Cuenta con alguna certificación nacional o internacional?	Ninguna certificación	En proceso de obtención de una certificación nacional	En proceso de obtención de una certificación internacional	Cuenta con una certificación nacional	Cuenta con una certificación internacional
25) ¿Cuenta con los recursos económicos propios suficientes para realizar las operaciones de producción?	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
26) ¿Reúne los requisitos exigidos por las entidades financieras para solicitar un préstamo?	Nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Siempre
27) ¿Cuenta usted con conocimientos actualizados en materia de producción y gestión de su empresa?	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
28) ¿En el último año, ha participado en alguna actividad de capacitación relacionada al giro de la empresa?	Ninguno	Una capacitación	Dos capacitaciones	Tres capacitaciones	Capacitación permanente



---

29) ¿Cuenta usted con conocimientos actualizados sobre el comercio internacional?	Ninguno	Elemental	Regular	Superior	Avanzado
30) ¿Tiene conocimiento sobre los requisitos establecidos por los mercados internacionales para la importación de uvas?	Ninguno	Elemental	Regular	Superior	Avanzado

---

## CAPÍTULO III

### METODOLOGIA

#### 3.1 Diseño metodológico

Este trabajo de grado se desarrolló con un enfoque cuantitativo, el cual, según Hernández et al. (2014), hace uso de la recolección de información que permita probar hipótesis, de acuerdo con la medición numérica y el análisis estadístico, para determinar ciertas pautas de comportamiento y comprobar teorías. Este enfoque permitió que la investigación tenga un proceso ordenado y riguroso desde el nacimiento de la idea hasta la elaboración de los resultados.

La investigación fue de tipo aplicada porque Vara (2012) afirma que propone programas de gestión, innovación, nuevos modelos, investiga sobre la gestión administrativa para mejorarla. Propone innovaciones de tecnología o de gestión. También nuevas herramientas de análisis empresarial, planes de negocio o empresariales. Con este tipo de investigación se buscó la solución de problemas.

El alcance de la investigación será Descriptiva – Correlacional porque Vara (2012) sustenta que determina el grado de asociación entre varias variables empresariales. Las asociaciones entre variables brindan pistas para suponer influencias y relaciones causa-efecto. En este punto se buscó la relación entre gestión empresarial y oferta exportable de nuestro estudio.

Finalmente, el diseño de la investigación fue no experimental, porque según Hernández (2014) es importante por su dimensión temporal o el número de momentos puntos en el tiempo en los cuales se recolectan datos. Mejor dicho, en este punto, se describió y relacionó las variables.

#### 3.2 Diseño muestral

En la investigación se utilizó una muestra probabilística, donde se necesitaron dos elementos: establecer el tamaño muestral y seleccionar los elementos

aleatoriamente. Este tipo de muestras son simples, por estratos, sistemáticas y por racimos.

Según Hernández et al. (2014), la estratificación incrementa la precisión de la muestra y hace que se requiera usar submuestras por categoría relevante en la población. Asimismo, cabe señalar que muestrear por racimos involucra diferencias entre la unidad de análisis y la muestral.

En esta investigación la población fue conformada por los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, por lo cual se analizó la gestión empresarial y su relación con los factores limitantes en la generación de oferta exportable en el producto.

- **Base de la población:** productores agropecuarios de uva de mesa de la ciudad de Ica, en la región Ica.
- **Población inicial:** De acuerdo a la información brindada por SENASA (2021), la cantidad de empresas productoras de uva de mesa en la región Ica.
- **Criterio de inclusión:** Productores de las empresas productoras de uva de mesa que no exportan ubicadas en la ciudad de Ica.
- **Población base:** 140
- **Tipo de muestreo:** muestreo aleatorio estratificado.
- **Estratos:** de acuerdo a la cantidad de empresas productoras de uva de mesa de la ciudad de Ica que no exportaron en la última campaña.
- **Fórmula:**

- **Data:**

N: tamaño de la

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{\epsilon^2 \times (N-1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

población = 140

Z: nivel de confianza = 0,90

P: probabilidad de éxito: 0,50

e: error = 0,10

- **Tamaño de la muestra:** 32 (aplicando la fórmula)

$$n = \frac{1,64485363 \times 0,05 \times 0,5 \times 140}{0,10^2 \times (140 - 1) + 1,64485363 \times 0,5 \times 0,5} = 31,9617 \cong 32$$

Se encuesta a 32 empresas

### 3.3 Técnicas de recolección de datos

En esta investigación se usó un cuestionario con la Escala de Likert que fue aplicado a toda la muestra. Para Páez (2011) los cuestionarios de entrevistas son instrumentos destinados a recolectar la información requerida para alcanzar los objetivos de la investigación, mediante el tratamiento dado a las respuestas proporcionadas por la población estudiada o la muestra definida en el estudio.

El instrumento contó con los requisitos de coherencia y pertinencia, ya que fue dependiente de los objetivos de la investigación, tanto la validez como la confiabilidad que estará evidenciado en el desarrollo del trabajo.

### 3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Según Pineda y Alvarado (2010) el procesamiento de la información involucra varios momentos:

- Búsqueda de la información.
- Ordenamiento de la información.
- Revisión y depuración de la información.
- Captura de la información.
- Verificación de la calidad de la información.
- Análisis e interpretación de datos.

### 3.5 Aspectos éticos

Esta investigación se rige bajo los aspectos éticos como:

- El respeto por las personas.

- Beneficencia.
- Justicia.
- Al tener contacto con personas, se solicitó un consentimiento informado que especificara que los datos pedidos tenían solo fines académicos.
- Se respetó la propiedad intelectual de toda la información tomada, siendo citada de forma APA.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 Análisis exploratorio

El análisis exploratorio posee como fin establecer cuál es el modelo teórico más apto para representar los datos de la muestra. Tal análisis está basado en gráficos y estadísticas que posibilitan la exploración de la distribución, para así identificar características como concentración de valores, valores atípicos, discontinuidades, entre otros.

Por otro lado, se puede realizar análisis a todos los casos de forma conjunta o aislada. En este último caso, los gráficos y estadísticos posibilitan determinar si la información procede de una o más poblaciones, teniendo en cuenta la variable que establece los grupos como factor diferencial de la población. Asimismo, ayuda a verificar, a través de técnicas gráficas y contrastes no paramétricos, si los datos se han extraído de una población con distribución normal.

**Tabla 6**

*Distribución de los agricultores según su proyección a 5 años*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	3,1	3,1	3,1
Usualmente no	4	12,5	12,5	15,6
Válido Ocasionalmente	15	46,9	46,9	62,5
Usualmente	7	21,9	21,9	84,4
Siempre	5	15,6	15,6	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Dos de cada tres agricultores que participaron en el estudio no realizan o lo realizan ocasionalmente una proyección de su actividad a los 5 años hacia adelante, esto impide lograr la visión que tiene la empresa.

**Tabla 7**

*Distribución de los agricultores según la identificación al sector al que pertenece la actividad que desarrolla.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocasionalmente	3	9,4	9,4	9,4
	Usualmente	16	50,0	50,0	59,4
	Siempre	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Los agricultores que participaron en el estudio manifestaron que tienen identificado el sector al cual pertenecen.

**Tabla 8**

*Distribución de los agricultores según cuenta con objetivos a los que aspira llegar en su empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Usualmente	8	25,0	25,0	25,0
	Siempre	24	75,0	75,0	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Todos los agricultores manifestaron que cuentan con los objetivos que tienen planeado llegar.

**Tabla 9**

*Distribución de los agricultores según el periodo para establecer objetivos de la empresa.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mensual	4	12,5	12,5	12,5
	Bimestral	2	6,3	6,3	18,8
	Trimestral	3	9,4	9,4	28,1
	Semestral	12	37,5	37,5	65,6
	Anual	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** La mayoría de los agricultores que participaron en el estudio (72%) manifestaron que establecen sus objetivos de manera semestral o anual. Solo 12.5% manifestó que lo realizaban mensualmente.

**Tabla 10**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre el cumplimiento de tareas asignadas a sus colaboradores.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Usualmente	11	34,4	34,4	34,4
	Siempre	21	65,6	65,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Dos de cada tres agricultores que participaron en el estudio, manifestaron que sus colaboradores cumplen con las tareas asignadas.

**Tabla 11**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre lo claro que tienen sus colaboradores de las tareas a realizar.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Usualmente	12	37,5	37,5	37,5
	Siempre	20	62,5	62,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Dos de cada tres agricultores que participaron en el estudio, manifestaron que sus colaboradores siempre tienen claro las tareas que deben realizar.

**Tabla 12**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre lo claro que tiene sobre su puesto y quien es su jefe.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Usualmente	14	43,8	43,8	43,8
	Siempre	18	56,3	56,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA



**Comentario:** La totalidad de agricultores que participaron en el estudio, manifestaron que tienen claro su puesto y sus responsabilidades que implica, así como quién es su jefe inmediato superior a quien le reporta.

**Tabla 13**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre la importancia que tienen los colaboradores en el resultado de la cosecha*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderadamente importante	4	12,5	12,5	12,5
	Importante	18	56,3	56,3	68,8
	Muy importante	10	31,3	31,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Casi 9 de cada 10 agricultores que participaron en el estudio manifiestan que los colaboradores tienen un rol importante o inclusive muy importante en el resultado de la cosecha.

**Tabla 14**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocasionalmente	11	34,4	34,4	34,4
	Usualmente	10	31,3	31,3	65,6
	Siempre	11	34,4	34,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre la premiación al buen desempeño de los colaboradores.*

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Solo la tercera parte de los agricultores que participaron en el estudio manifiesta que siempre premia a sus colaboradores por su buen desempeño. Un reconocimiento al desempeño destacado produce una motivación y lealtad en el colaborador.

**Tabla 15**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre la evaluación de la empresa durante los últimos 5 años.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular crecimiento	7	21,9	21,9	21,9
	Bastante crecimiento	19	59,4	59,4	81,3
	Gran crecimiento	6	18,8	18,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Todos los agricultores que participaron en el estudio sostienen que su empresa ha crecido en los últimos 5 años, y de éstos casi 20% afirman que han tenido un gran crecimiento.

**Tabla 16**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre la delegación de nuevas funciones a sus colaboradores.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocasionalmente	8	25,0	25,0	25,0
	Usualmente	20	62,5	62,5	87,5
	Siempre	4	12,5	12,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Dos terceras partes de los agricultores que participaron en el estudio, sostienen que usualmente delegan nuevas funciones a sus colaboradores.

**Tabla 17**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre la existencia de incentivos para motivar a sus colaboradores.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocasionalmente	7	21,9	21,9	21,9
	Usualmente	16	50,0	50,0	71,9
	Siempre	9	28,1	28,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Casi 8 de cada 10 agricultores que participaron en el estudio, manifiestan que siempre o usualmente otorgan incentivos para motivar a sus colaboradores.

**Tabla 18**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre la frecuencia con que motiva a sus colaboradores.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocasionalmente	8	25,0	25,0	25,0
	Usualmente	17	53,1	53,1	78,1
	Siempre	7	21,9	21,9	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Se observó que entre los agricultores que participaron en el estudio, 25% solo motiva a sus colaboradores ocasionalmente.

**Tabla 19**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre la frecuencia de dialogo con sus colaboradores.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocasionalmente	4	12,5	12,5	12,5
	Usualmente	19	59,4	59,4	71,9
	Siempre	9	28,1	28,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** La mayoría de los agricultores que participaron en el estudio manifiesta que dialoga con sus colaboradores, en forma permanente o usualmente (87,5%). Esto es muy importante para escuchar propuestas de mejoras y malestares de los colaboradores.

**Tabla 20**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre la frecuencia que toma en consideración de las ideas de sus colaboradores.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocasionalmente	7	21,9	21,9	21,9
	Usualmente	12	37,5	37,5	59,4
	Siempre	13	40,6	40,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuestas a agricultores de ICA.

**Comentario:** El 78% de los agricultores que participaron en el estudio, manifiestan que siempre o usualmente consideran las ideas de sus colaboradores.

**Tabla 21**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre los criterios para evaluar a sus colaboradores.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Usualmente	13	40,6	40,6	40,6
	Siempre	19	59,4	59,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuestas a agricultores de ICA

**Comentario:** Todos los agricultores que participaron en el estudio manifiestan el uso de criterios para evaluar el desempeño de sus colaboradores.

**Tabla 22**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre la evaluación periódica de los resultados de la producción.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Usualmente	7	21,9	21,9	21,9
	Siempre	25	78,1	78,1	100,0

Total	32	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Nota: Encuestas a agricultores de ICA

**Comentario:** Tres de cada cuatro agricultores que participaron en el estudio, manifiestan que siempre realiza la evaluación periódica de los resultados obtenidos de la producción.

### **Tabla 23**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre su opinión sobre las inspecciones continuas durante la producción.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Usualmente	214	43,8	43,8	43,8
Válido Siempre	18	56,3	56,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Todos los agricultores que participaron en el estudio manifiestan que realizan inspecciones de manera continua durante la producción, de manera permanente o usualmente.

### **Tabla 24**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre realización de reportes para conocer los avances de sus colaboradores.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ocasionalmente	7	21,9	21,9	21,9
Válido Usualmente	13	40,6	40,6	62,5
Siempre	12	37,5	37,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota. Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Más del 78% de los agricultores que participaron en el estudio, manifestaron que realizan reportes para conocer los avances de sus colaboradores.

### **Tabla 25**

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre su clasificación de la maquinaria.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Más de 15 años	4	12,5	12,5
	Entre 10-15 años	5	15,6	28,1
	Entre 5-10 años	10	31,3	59,4
	Entre 3-5 años	7	21,9	81,3
	Menos de 3 años	6	18,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** La tercera (31,3%) parte de los agricultores que participaron en el estudio manifestaron que la maquinaria de su empresa tiene entre 5 y 10 años.

### Tabla 26

*Distribución de los agricultores según su opinión sobre el nivel tecnológico para procesos de producción.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Antiguo	4	12,5	12,5
	Casi antiguo	5	15,6	28,1
	Semi moderno	10	31,3	59,4
	Moderno	7	21,9	81,3
	Última generación	6	18,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0

**Nota: Encuesta a agricultores de ICA**

**Comentario:** Poco más de 40% de los agricultores que participaron en el estudio, manifiestan que el nivel tecnológico de los procesos de producción son modernos e inclusive de última generación.

### Tabla 27

*Distribución de los agricultores para la producción promedio por hectárea*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 50 toneladas	1	3,1	3,1
	60 toneladas	1	3,1	6,3
	70 toneladas	10	31,3	37,5
	80 toneladas	13	40,6	78,1
	más de 90 toneladas	7	21,9	100,0
	Total	32	100,0	100,0

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** El 62,5% de los agricultores que participaron en el estudio sostienen que su producción promedio por hectárea es de 80 toneladas a más.

**Tabla 28**

*Distribución de los agricultores según la introducción de mejoras en procesos productivos desde que inició su actividad hasta la fecha.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,1	3,1	3,1
	De acuerdo	17	53,1	53,1	56,3
	Totalmente de acuerdo	14	43,8	43,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Casi todos (96,9%) los agricultores que participaron en el estudio manifiestan haber introducido mejoras desde que inició su actividad.

**Tabla 29**

*Distribución de los agricultores según su disponibilidad de certificación nacional o internacional.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	• En proceso de obtención de una certificación nacional	9	28,1	28,1	28,1
	• En proceso de obtención de una certificación internacional	8	25,0	25,0	53,1
	• Cuenta con una certificación nacional	9	28,1	28,1	81,3
	• Cuenta con una certificación internacional	6	18,8	18,8	100,0
Total		32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA.

**Comentario:** Menos de la mitad (46,9%) de los agricultores que participaron en el estudio, manifestaron que cuentan con una certificación ya sea nacional o internacional. El resto de la muestra sostiene que está en proceso.

**Tabla 30**

*Distribución de los agricultores según su disponibilidad de recursos económicos propios para operaciones de producción.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	3	9,4	9,4	9,4
	11	34,4	34,4	43,8
Válido	11	34,4	34,4	78,1
	7	21,9	21,9	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Más de la mitad (56,3%) de los agricultores que participaron en el estudio, manifiestan que disponen de recursos económicos propios suficientes para las operaciones de producción.

**Tabla 31**

*Distribución de los agricultores según sus conocimientos actualizados sobre producción y gestión.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	10	31,3	31,3	31,3
Válido	22	68,8	68,8	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Todos los agricultores que participaron en el estudio, manifiestan que tienen conocimientos actualizados sobre producción y gestión.

**Tabla 32**

*Distribución de los agricultores según su participación en actividades de capacitación relacionada a la empresa.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	8	25,0	25,0	25,0
	7	21,9	21,9	46,9
Válido	9	28,1	28,1	75,0
	8	25,0	25,0	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota: Encuesta a agricultores de ICA



**Comentario:** Casi la mitad (46,9%) de los agricultores que participaron en el estudio, manifiestan que tuvieron al menos 2 capacitaciones. La cuarta parte sostiene que tiene capacitación permanente.

**Tabla 33**

*Distribución de los agricultores según su conocimiento actualizados sobre comercio internacional.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Elemental	9	28,1	28,1
	Regular	7	21,9	50,0
	Superior	9	28,1	78,1
	Avanzado	7	21,9	100,0
	Total	32	100,0	100,0

Nota: Encuesta a agricultores de ICA.

**Comentario:** Poco más de la cuarta parte (28,1%) de los agricultores que participaron en el estudio manifestaron que su conocimiento sobre comercio internacional es elemental.

**Tabla 34**

*Distribución de los agricultores según su conocimiento sobre requisitos por mercados internacionales para importar uva.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Elemental	7	21,9	21,9
	Regular	8	25,0	46,9
	Superior	9	28,1	75,0
	Avanzado	8	25,0	100,0
	Total	32	100,0	100,0

Nota: Encuesta a agricultores de ICA

**Comentario:** Casi la mitad (46,9%) de los agricultores que participaron en el estudio, manifestaron que su conocimiento sobre requisitos establecidos por mercados internacionales para importar uva es elemental o regular.

## 4.2 Análisis inferencial

### HIPÓTESIS GENERAL

La gestión empresarial tiene relación directa con los factores limitantes que se les presentan a los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica, permitiendo así que generen o no oferta exportable del producto.

### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

Los productores de uva de mesa no aplican los principios de la planeación (no ordenan y agrupan las actividades necesarias para alcanzar los objetivos), lo que afecta la oferta exportable.

#### 1. Formulación de hipótesis

Ho: No existe una relación directa entre la realización de actividades de planeación (X1) y la oferta exportable (Y) de los productores de uva de mesa.

Ha: Existe una relación directa entre la realización de actividades de planeación (X1) y la oferta exportable (Y) de los productores de uva de mesa.

Modelo:  $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \varepsilon$

$$H_p: \beta_1 \leq 0$$

$$H_a: \beta_1 > 0$$

#### 2. Nivel de significación $\alpha = 0,05$

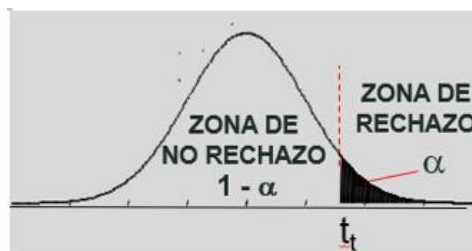
$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}} \sim t_{(n-1)}$$

#### 3. Estadístico de prueba

#### 4. Criterios de decisión

El valor de t tabular es 1,8608

Si el estadístico t calculado es mayor a 1,8608 se rechaza la hipótesis



planteada

## 5. Cálculos

Primero se determina si existe correlación entre variables, utilizando el coeficiente de correlación de Pearson.

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,055 <sup>a</sup>	,003	-,030	3,37559

a. Predictores: (Constante), Dimensión Planeación

Se observa que no existe correlación significativa entre las variables, pues el  $R=0,055$  y el coeficiente de determinación es 0,3%

Para seguir el procedimiento, se realiza el análisis de varianza, a fin de comprobar si existe la relación directa significativa entre planeación y oferta exportable. Estamos realizando esto para comprobar efectivamente que no existe relación, pues ya se evidencia la no existencia de correlación.

ANOVA					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	1,036	1	1,036	,091	,765 <sup>b</sup>
Residuo	341,839	30	11,395		
Total	342,875	31			

a. Variable dependiente: Oferta Expor

b. Predictores: (Constante), Dimensión Planeación

Con un p-valor de 0,765 mayor al nivel de significación de 0,05 se concluye que se rechaza la hipótesis alternativa, es decir, no existe una relación directa entre las variables “planeación” y “oferta exportable de uva de mesa”

COEFICIENTES					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	42,152	4,891		8,618	,000
1 Dimensión Planeación	-,091	,300	-,055	-,302	,765

a. Variable dependiente: OfertaExpor

El modelo quedará:  $= 42,152 - 0,091X1 + \varepsilon$

## 6. Interpretación

- A. No hay evidencia de la existencia de una correlación significativa entre la Planeación y la Producción Global de uva de mesa para exportación, ( $r=0,055$ ).
- B. El análisis de varianza permite aceptar la hipótesis planteada, es decir, no existe una dependencia significativa entre la Planeación y la Producción Global de uva de mesa para exportación ( $p\text{-valor} = 0,765$ ).
- C. En la Matriz de Coeficientes se observa que el valor estimado de  $\beta_1$  es -0,091 con lo que se evidencia que no existe una relación positiva entre la Planeación y la Producción Global de uva de mesa para exportación. También se observa que el valor de  $t=-0,302$  no se rechaza la hipótesis planteada debido a que el  $t$  tabular es 1,8608 ( $H_p: \beta_1 \leq 0$ )

## HIPOTESIS ESPECÍFICA 2

Los productores de uva de mesa no aplican los principios de la organización (no ordenan y agrupan las actividades necesarias para alcanzar los objetivos, asignan funciones, crean unidades administrativas, deciden cómo se distribuirán las tareas y quienes estarán a cargo), lo que afecta la oferta exportable

### 1. Formulación de hipótesis

Ho: No existe una relación directa entre la realización de actividades de organización ( $X_1$ ) y la oferta exportable ( $Y$ ) de los productores de uva de mesa.

Ha: Existe una relación directa entre la realización de actividades de organización ( $X_1$ ) y la oferta exportable ( $Y$ ) de los productores de uva de mesa.

Modelo:  $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \varepsilon$

$$H_p: \beta_1 \leq 0$$

$$H_a: \beta_1 > 0$$

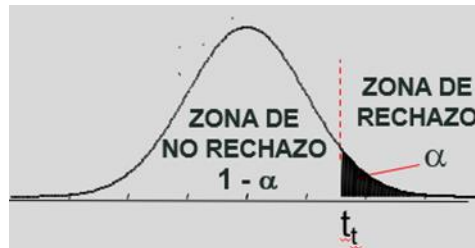
### 2. Nivel de significación $\alpha = 0,05$

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}} \sim t_{(n-1)}$$

### 3. Estadístico de prueba

### 4. Criterios de decisión

El valor de t tabular es 1,8608



Si el estadístico t calculado es mayor a 1,8608 se rechaza la hipótesis planteada

### 5. Cálculos

Primero se determina si existe correlación entre variables, utilizando el Coeficiente de Correlación de Pearson.

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,026 <sup>a</sup>	,001	-,033	3,37959

a. Predictores: (Constante), Dimensión Organización

Se observa que no existe correlación significativa entre las variables, pues el  $R = 0,026$  y el coeficiente de determinación es 0,1%

Para seguir el procedimiento, se realiza el análisis de varianza, a fin de comprobar si existe la relación directa significativa entre organización y oferta exportable. Estamos realizando esto para comprobar efectivamente que no existe relación, pues ya se evidencia la no existencia de correlación.

ANOVA					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	,227	1	,227	,020	,889 <sup>b</sup>

Residuo	342,648	30	11,422
Total	342,875	31	

a. Variable dependiente: OfertaExpor

b. Predictores: (Constante), Dimensión Organización

Con un p-valor de 0,889 mayor al nivel de significación de 0,05 se concluye que se rechaza la hipótesis alternativa, es decir, no existe una relación directa entre las variables “organización” y “oferta exportable de uva de mesa”.

		COEFICIENTES				
E	Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
	(Constante)	39,400	9,157		4,303	,000
	Dimensión Organización	-093	,660	,026	,141	,889

Ma. Variable dependiente: Oferta Exportable

El modelo quedará:  $= 39,400 - 0,093X_1 + \varepsilon$

## 6. Interpretación

- No hay evidencia de la existencia de una correlación significativa entre la Organización y la Producción Global de uva de mesa para exportación, ( $r=0,026$ ).
- El análisis de varianza permite aceptar la hipótesis planteada, es decir, no existe una dependencia significativa entre la Organización y la Producción Global de uva de mesa para exportación ( $p\text{-valor} = 0,889$ )
- En la Matriz de Coeficientes se observa que el valor estimado de es  $-0,091$  con lo que se evidencia que no existe una relación positiva entre la Organización y la Producción Global de uva de mesa para exportación. También se observa que el valor de  $t= 0,141$  no se rechaza la hipótesis planteada debido a que el  $t$  tabular es  $1,8608$  ( $H_p: \beta_1 \leq 0$ ).

## HIPOTESIS ESPECÍFICA 3

Los productores de uva de mesa no realizan eficientemente el proceso de integración, (selección de personal competente, materiales, recursos humanos, y financiamiento para alcanzar los objetivos), lo que afecta la oferta exportable.

## 1. Formulación de hipótesis

Ho: No existe una relación directa entre la realización de actividades del proceso de integración (X1) y la oferta exportable (Y) de los productores de uva de mesa.

Ha: Existe una relación directa entre la realización de actividades del proceso de integración (X1) y la oferta exportable (Y) de los productores de uva de mesa.

Modelo:  $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \varepsilon$

$$H_p: \beta_1 \leq 0$$

$$H_a: \beta_1 > 0$$

## 2. Nivel de significación

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}} \sim t_{(n-1)}$$

## 3. estadístico de prueba

## 4. criterios de decisión

El valor de t tabular es 1,8608

Si el estadístico t calculado es mayor a 1,8608 se rechaza la hipótesis planteada.



## 5. Cálculos

Primero se determina si existe correlación entre variables, utilizando el Coeficiente de Correlación de Pearson.

**Resumen del modelo**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,004 <sup>a</sup>	,000	-,033	1,319

Se

a. Predictores: (Constante), Oferta exportable  
evidencia que no hay correlación significativa entre las variables, pues el  $R = 0,004$  y el coeficiente de determinación es 0,000%

Para seguir el procedimiento, se realiza el análisis de varianza, a fin de comprobar si existe la relación directa significativa entre integración y oferta exportable. Estamos realizando esto para comprobar efectivamente que no existe relación, pues ya se evidencia la no existencia de correlación.

**ANOVA<sup>a</sup>**

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	,001	1	,001	,001	,982 <sup>b</sup>
	Residuo	52,218	30	1,741		
	Total	52,219	31			

a. Variable dependiente: Realiza actividades de Integración

b. Predictores: (Constante), Oferta exportable

Con un p-valor de 0,982 mayor el nivel de significación de 0,05 rechaza la hipótesis alternativa, es decir, que no existe una relación directa entre las variables “integración” y “oferta exportable de uva de mesa”

**Coeficientes<sup>a</sup>**

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	12,090	2,908		4,157	,000
1 Oferta exportable	-,002	,071	,004	,023	,982

a. Variable dependiente: Realiza actividades de Integración

El modelo quedará:  $= 12,090 - 0,002X1 + \epsilon$

**6. Interpretación**

A. No hay evidencia de que exista una correlación significativa entre la integración y la Producción Global de uva de mesa para exportación, ( $r=0,004$ ).



- B. El análisis de varianza no permite rechazar la hipótesis planteada, es decir, no existe una dependencia significativa entre la integración y la Producción Global de uva de mesa para exportación (p-valor = 0,982)
- C. En la Matriz de Coeficientes se observa que el valor estimado de es -0,002 y se evidencia que no existe una relación positiva entre la Integración y la Producción Global de uva de mesa para exportación. También se observa que el valor de  $t = 0,023$  no se rechaza la hipótesis planteada debido a que el  $t$  tabular es 1,8608 ( $H_p: \leq 0$ ).

#### HIPOTESIS ESPECÍFICA 4

Los productores de uva de mesa no aplican los principios de dirección (abarca la autoridad del administrador en los planes, al tener respuestas positivas por parte de los empleados, a través del liderazgo, la comunicación y la motivación), lo que afecta la oferta exportable.

##### 1. Formulación de hipótesis

$H_0$ : No existe una relación directa entre la realización de actividades de dirección ( $X_1$ ) y la oferta exportable ( $Y$ ) de los productores de uva de mesa.

$H_a$ : Existe una relación directa entre la realización de actividades de dirección ( $X_1$ ) y la oferta exportable ( $Y$ ) de los productores de uva de mesa.

Modelo:  $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \varepsilon$

$$H_p: \beta_1 \leq 0$$

$$H_a: \beta_1 > 0$$

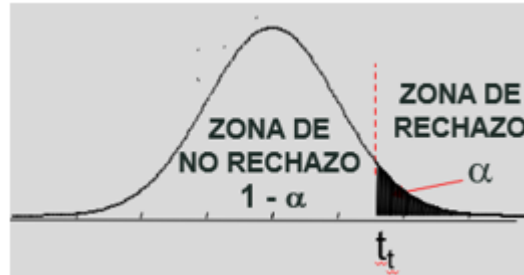
##### 2. Nivel de significación $\alpha = 0,05$

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}} \sim t_{(n-1)}$$

##### 3. Estadístico de prueba

#### 4. Criterios de decisión

El valor de t tabular es 1,8608



Si el estadístico t calculado es mayor a 1,8608 se rechaza la hipótesis planteada

#### 5. Cálculos

Primero se determina si existe correlación entre variables, utilizando el Coeficiente de Correlación de Pearson.

##### Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,079 <sup>a</sup>	,006	-,027	1,433

a. Predictores: (Constante), Oferta exportable

Se observa que no existe correlación significativa entre las variables, pues el  $R = 0,079$  y el coeficiente de determinación es 0,06%

Para seguir el procedimiento, se realiza el análisis de varianza, a fin de comprobar si existe la relación directa significativa entre dirección y oferta exportable. Estamos realizando esto para comprobar efectivamente que no existe relación, pues ya se evidencia la no existencia de correlación.

##### ANOVA<sup>a</sup>

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1					
Regresión	,386	1	,386	,188	,668 <sup>b</sup>
Residuo	61,614	30	2,054		
Total	62,000	31			

a. Variable dependiente: Realiza actividades de Dirección

b. Predictores: (Constante), Oferta exportable

Con un p-valor de 0,668 mayor al nivel de significación de 0,05 se concluye que se rechaza la hipótesis alternativa, es decir, no existe una relación directa entre las variables “dirección” y “oferta exportable de uva de mesa”

Modelo		Coeficientes <sup>a</sup>				
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	18,885	3,159		5,978	,000
	Oferta exportable	-034	,077	,079	,433	,668

a. Variable dependiente: Realiza actividades de Dirección

El modelo quedará: = 18,885 + 0,034X1 +  $\epsilon$

## 6. Interpretación

- A. No hay evidencia de que exista una correlación significativa entre la dirección y la producción global de uva de mesa para exportación, ( $r=0,079$ ).
- B. El análisis de varianza no permite rechazar la hipótesis planteada, es decir, no existe una dependencia significativa entre la dirección y la Producción Global de uva de mesa para exportación ( $p\text{-valor} = 0,889$ )
- C. En la Matriz de Coeficiente se observa que el valor estimado de  $\beta_1$  es -0,034 con lo que se evidencia que no existe una relación positiva entre la Organización y la Producción Global de uva de mesa para exportación. También se observa que el valor de  $t= 0,433$  no se rechaza la hipótesis planteada debido a que el  $t$  tabular es 1,8608 ( $H_p: \beta_1 \leq 0$ )

## HIPOTESIS ESPECÍFICA 5

Los productores de uva de mesa no realizan eficientemente el proceso de **control**, (dar seguimiento y medir los resultados en relación a los planes), lo que afecta la oferta exportable.

### 1. Formulación de hipótesis

Ho: No existe una relación directa entre la realización de actividades de control ( $X_1$ ) y la oferta exportable ( $Y$ ) de los productores de uva de mesa.

Ha: Existe una relación directa entre la realización de actividades de control ( $X_1$ ) y la oferta exportable (Y) de los productores de uva de mesa.

Modelo:  $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \varepsilon$

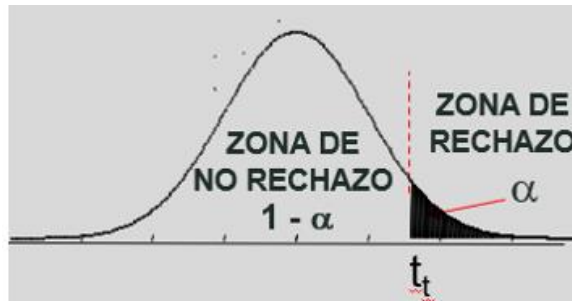
$$H_p: \beta_1 \leq 0$$

$$H_a: \beta_1 > 0$$

2. Nivel de significación  $\alpha = 0,05$

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}} \sim t_{(n-1)}$$

3. Estadístico de prueba



4. Criterios de decisión

El valor de t tabular es 1,8608

Si el estadístico t calculado es mayor a 1,8608 se rechaza la hipótesis planteada.

5. Cálculos

Primero se determina si existe correlación entre variables, utilizando el Coeficiente de Correlación de Pearson.

#### Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,017 <sup>a</sup>	,000	-,033	1,221

a. Predictores: (Constante), Oferta exportable

Se observa que no existe correlación significativa entre las variables, pues el  $R = 0,017$  y el coeficiente de determinación es 0,00%

Para seguir el procedimiento, se realiza el análisis de varianza, a fin de comprobar si existe la relación directa significativa entre planeación y oferta exportable. Estamos realizando esto para comprobar efectivamente que no existe relación, pues ya se evidencia la no existencia de correlación.

ANOVA <sup>a</sup>						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	,012	1	,012	,008	,928 <sup>b</sup>
	Residuo	44,706	30	1,490		
	Total	44,719	31			

a. Variable dependiente: Realiza actividades de Control

b. Predictores: (Constante), Oferta exportable

Como el p-valor de 0,928 mayor al nivel de significación de 0,05 se rechaza la hipótesis alternativa, es decir, no existe una relación directa entre las variables “control” y “oferta exportable de uva de mesa”

Coeficientes <sup>a</sup>					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	18,338	2,691	6,815	,000
	Oferta exportable	-,006	,066	-,091	,928

a. Variable dependiente: Realiza actividades de Control

## 6. Interpretación

- A. No hay evidencia de la existencia de una correlación significativa entre el control y la producción global de uva de mesa para exportación, ( $r = 0,017$ ).
- B. El análisis de varianza permite aceptar la hipótesis planteada, es decir, no existe una dependencia significativa entre el control y la producción global de uva de mesa para exportación ( $p\text{-valor} = 0,992$ )
- C. En la Matriz de Coeficientes se observa que el valor estimado de  $\beta_1$  es -0,006 con lo que se evidencia que no existe una relación positiva entre el control y la producción global de uva de mesa para exportación. También

se observa que el valor de  $t = -0,091$  no se rechaza la hipótesis planteada debido a que el  $t$  tabular es  $1,8608$  ( $H_p: \beta_1 \leq 0$ )

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Este trabajo de grado tuvo como propósito identificar la relación entre la Gestión Empresarial y los factores limitantes en la generación de oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica, para la campaña 2021, en las cuales se evidenció lo siguiente:

### ***Planeación y Oferta Exportable***

- Que no hay evidencia de que exista una correlación significativa entre la Planeación y la Oferta Exportable de uva de mesa, ( $r=0,055$ ). Así como el análisis de la varianza no permite aceptar la hipótesis alternativa, es decir, no existe una dependencia significativa entre la Planeación y la Oferta Exportable de uva de mesa ( $p$ -valor =  $0,765$ ).

Los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica no aplican el principio de realizar una óptima planeación (no ordenan y agrupan las actividades necesarias para alcanzar los objetivos, no tienen visión a corto, mediano y largo plazo, etc), lo que probablemente tenga relación con que muchos de ellos, no tienen educación universitaria ni técnica, sino que aprendieron del negocio a medida de que iban avanzando.

### ***Organización y Oferta Exportable***

- Se demostró que no hay evidencia de la existencia de una correlación significativa entre la Organización y la Oferta Exportable de uva de mesa, ( $r=0,026$ ). De esta manera el análisis de varianza permite rechazar la hipótesis alternativa, es decir, no existe una dependencia significativa entre la Organización y la Oferta Exportable de uva de mesa ( $p\text{-valor} = 0,889$ ).

Con respecto a la organización dentro de las empresas incluidas en la muestra de este estudio, los productores líderes al no tener mayor formación académica, no trazan un plan de acción y mucho menos tienen en claro los objetivos a conseguir, el trabajo usualmente es solo para que vivan su día a día.

### ***Integración y Oferta Exportable***

- Se comprobó que hay evidencia de la existencia de una correlación significativa entre la integración y la Oferta Exportable de uva de mesa para exportación, ( $r=0,004$ ). Donde el análisis de varianza permite aceptar la hipótesis alternativa, es decir, existe una dependencia significativa entre la integración y la Oferta Exportable de uva de mesa ( $p\text{-valor} = 0,982$ ).

De esta manera, la correcta aplicación de la integración dentro de las empresas productoras de uva de mesa, genera la selección de personal competente, materiales, recursos humanos, y financiamiento para alcanzar los objetivos. De acuerdo a lo que me comentaron los productores cuando me tocó visitarlos, conocer su realidad y aplicar las encuestas, es que la gran mayoría elige a los colaboradores o líderes por contactos, influencias y no necesariamente porque sean personal calificado.

### ***Dirección y Oferta Exportable***

- No existe una correlación significativa entre la dirección y la Oferta Exportable de uva de mesa, ( $r=0,079$ ) y el análisis de varianza permite rechazar la hipótesis alternativa ( $p\text{-valor} = 0,889$ ).

El principio de dirección dentro de las empresas productoras de uva de mesa de la ciudad de Ica, no está siendo cumplido de manera eficiente, ya que tal como me comentaron los productores, la influencia de un buen administrador a la cabeza de la empresa, haría que tengan una respuesta positiva a la realización de todos los planes, mediante una comunicación efectiva, liderazgo y motivación.

### ***Control y Oferta Exportable***

- En cuanto al proceso control, no hay evidencia de la existencia de una correlación significativa entre el control y la Oferta Exportable de uva de mesa, ( $r = 0,017$ ). El análisis de varianza permite rechazar la hipótesis alternativa, es decir, no existe una dependencia significativa entre el control y la producción global de uva de mesa para exportación ( $p\text{-valor} = 0,992$ ).

Según lo consultado a los productores, con respecto a la fase de control, comentaron que consideran que el proceso podría implementar mejoras, especialmente al momento de llevar un orden para la separación del producto por tipos, llevar un registro y realizar las inspecciones pertinentes.



## CONCLUSIONES

El problema de investigación a resolver en el presente estudio es la relación de gestión empresarial de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región de Ica, y la oportunidad de producir uvas de mesa exportables para satisfacer la demanda internacional.

- 1) Donde mediante un análisis inferencial se logra evidenciar y comprobar que no existe relación directa entre las dimensiones de la Gestión Empresarial y la Oferta Exportable de la uva de mesa.
- 2) El resultado obtenido en el caso de Ica, ha demostrado que se encuentra dentro del margen de error de 5% donde no se tiene relación entre las variables estudiadas.
- 3) En relación a si la falta de planeación limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa, se logra evidenciar que, los productores de uva de mesa no aplican los principios de la planeación (no ordenan y agrupan las actividades necesarias para alcanzar los objetivos, asignan funciones, crean unidades administrativas, deciden cómo se distribuirán las tareas y quienes estarán a cargo), esto se debe a que los productores no están debidamente capacitados ni preparados en el tema y el proceso se realiza de manera básica, lo que impacta directamente con la generación de oferta exportable del producto.
- 4) En lo referente a la falta de organización, limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, ya que los resultados obtenidos en la encuesta permitió evidenciar que, no se estaría desarrollando de manera eficiente el plan de acción para lograr los objetivos planteados.

- 5) En cuanto a la integración, se logra inferir que también limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, ya que la selección de personal competente, materiales, recursos humanos, y financiamiento para alcanzar los objetivos, juega un aspecto clave al momento de la generación de oferta exportable del producto.
- 6) La falta de dirección sí limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad, puesto que se comprueba que la influencia del administrador en los planes es de suma importancia, al obtener respuesta positiva por parte de los empleados, a través de la comunicación, el liderazgo y la motivación.
- 7) Los productores de uva de mesa no realizan eficientemente el proceso de control, (selección de personal competente, materiales, recursos humanos, y financiamiento para alcanzar los objetivos), lo que afecta la oferta exportable.
- 8) Los resultados de este estudio afirman que la ciudad de Ica, se presenta como un caso excepcional ya que, las hipótesis planteadas y validadas en investigaciones similares en otras ciudades, no han sido aplicables aquí.

## RECOMENDACIONES

Dentro de las recomendaciones se sugiere que:

- Implementar un plan de gestión estratégica para estudiar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica, con miras de poder brindar alternativas de mejora continua en cada uno de los casos.
- Establecer indicadores de gestión asociados a las variables estudiadas, como lo son: planeación, integración, organización, dirección y control.
- Desarrollar estrategias afines a los resultados obtenidos en la presente investigación, con el fin de optimizar los procesos de producción de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica.
- Implementar un plan de adiestramiento y capacitación para el personal que labora en la región, brindar cursos de gestión, para que de esta manera los productores tengan conocimiento teórico de las actividades que realizan y esto ayude a mejorar la eficiencia con la que se cumplen los procesos de la Gestión Empresarial en cada una de las empresas estudiadas.
- Elaborar un plan de acción en conjunto con las autoridades pertinentes, como el gobierno regional y con los gobiernos locales que se adapte a las necesidades de la región y que promueva mejores resultados para la exportación de uvas de mesa, producto bandera de Ica.
- Realizar investigaciones futuras considerando distintos factores que podrían ser validados en el rubro.
- Se debe invertir de manera sostenida en la investigación y desarrollo para que el país obtenga las condiciones necesarias para dejar de exportar tan solo materia

prima, sino que también tenga la capacidad de industrializarse para crear productos con valor agregado y de esta manera no se tendrían que importar cuando en el Perú se produce.

## ANEXOS

Lista de empresas productoras de uva de mesa en la ciudad de Ica que no exportaron para la campaña 2021:

REGIÓN	NOMBRE/RAZÓN SOCIAL DEL PRODUCTOR	NOMBRE DEL LUGAR DE PRODUCCIÓN	PROVINCIA	DISTRITO	EXPORTA
ICA	AGRICOLA HUARMEY S.A.C.	FUNDO LA TUNGA	ICA	SALAS	NO
ICA	CORPORACION AGRICOLA MILAGRITOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO MILAGRITOS	ICA	SALAS	NO
ICA	CORPORACION AGRICOLA MILAGRITOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO MILAGRITOS	ICA	SALAS	NO
ICA	LA PORTADA S.A.C.	LA PORTADA	ICA	PUEBLO NUEVO	NO
ICA	AGROINDUSTRIAS AIB S.A	FUNDO EL MAYORAL	ICA	SALAS	NO
ICA	NEGOCIOS GENERALES AGROSER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO VILLACURI	ICA	SALAS	NO
ICA	AGRICOLA PORTILLO S.A.C.	FUNDO SAN FRANCISCO	ICA	SALAS	NO
ICA	CORPORACION AGRICOLA MILAGRITOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO MILAGRITOS	ICA	SALAS	NO
ICA	CARDENAS CUZCANO ALONSO	FUNDO VIRGEN DE LA CANDELARIA	ICA	ICA	NO
ICA	NEGOCIOS GENERALES AGROSER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO VILLACURI	ICA	SALAS	NO
ICA	LA PORTADA S.A.C.	LA PORTADA	ICA	PUEBLO NUEVO	NO
ICA	EMPRESA AGROPECUARIA EL PARRAL ASB SERVICIOS GENERALES E.I.R.L	EL PARRAL ASG - 1	ICA	SANTIAGO	NO

ICA	LA PORTADA S.A.C.	LA PORTADA	ICA	PUEBLO NUEVO	NO
ICA	AGROFAM S.A.C.	FUNDO SAN PEDRO	ICA	SALAS	NO
ICA	CORPORACION AGRICOLA MILAGRITOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO MILAGRITOS	ICA	SALAS	NO
ICA	CORPORACION AGRICOLA MILAGRITOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO MILAGRITOS	ICA	SALAS	NO
ICA	AGRICOLA DON IRRA S.A.C.	PARCELA 121 LOS CERRILLOS	ICA	LOS MOLINOS	NO
ICA	CORPORACION AGRICOLA MILAGRITOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO MILAGRITOS	ICA	SALAS	NO
ICA	AGRILOR S.A.C.	FUNDO LA CHORRERA	ICA	OCUCAJE	NO
ICA	CORPORACION AGRICOLA MILAGRITOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO MILAGRITOS	ICA	SALAS	NO
ICA	LA PORTADA S.A.C.	LA PORTADA	ICA	PUEBLO NUEVO	NO
ICA	AGRICOLA DON IRRA S.A.C.	PARCELA N° 55 - SECTOR CORRALES	ICA	LOS MOLINOS	NO
ICA	VALENTINAS S.A.C	FUNDO VALENTINAS	ICA	SALAS	NO
ICA	RATTO RISSO GINO ERNESTO CESAR	FUNDO CARAPONGUILLO	ICA	ICA	NO
ICA	MONTVEG S.A.C	LA MARTINA	ICA	PARCONA	NO
ICA	AGRICOLA BUENOS MUCHACHOS DE PISCO SAC	FUNDO NUEVA CALIFORNIA	ICA	SUBTANJALLA	NO
ICA	LA PORTADA S.A.C.	LA PORTADA	ICA	PUEBLO NUEVO	NO
ICA	AGRICOLA PORTILLO S.A.C.	FUNDO DANA	ICA	SALAS	NO

ICA	INVERSIONES SEIS HECTAREAS S.A.C.	INVERSIONES SEIS HECTAREAS S.A.C	ICA	LA ANGOSTURA	NO
ICA	CORPORACION AGRICOLA MILAGRITOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO MILAGRITOS	ICA	SALAS	NO
ICA	NEGOCIOS GENERALES AGROSER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FUNDO VILLACURI	ICA	SALAS	NO
ICA	AGROINDUSTRIAS AIB S.A	FUNDO EL MAYORAL	ICA	SALAS	NO

Fuente: Elaboración propia en base a SENASA ICA (2021)

En un diálogo con el Ingeniero Agrónomo de la Agrícola “Don Ricardo”, Gustavo Salcedo (2022), experto en el tema de exportaciones de uva de mesa, nos comentó lo siguiente:

“La exportación de uvas de mesa está avanzando a un ritmo increíble, con un crecimiento en volumen del 13% esta campaña en comparación a la campaña anterior, la demanda de uvas de mesa al ritmo que crece cada vez también se vuelve más exigente, es por ello que los productores de la mano con las casas genéticas tratan de desarrollar y crear variedades nuevas de uvas de mesa que logren satisfacer a los clientes. Un tema que es importante es el boom del recambio varietal, antes teníamos solo Red Globe, Flame Seedless, Sugraone, Thompson, que si bien tienen buena recepción, el cliente busca nuevas variedades, con mejor sabor, mejor vida anaquel, fácil manejo y mejor aceptación del mercado, es por ello que poco a poco las agroexportadoras tendrán que eliminar sus variedades tradicionales e incorporar las nuevas si es que quiere seguir en el juego. Ica produce fruta desde aproximadamente octubre hasta marzo, aunque ya nos estamos abriendo hasta abril gracias al manejo de variedades tardías, para cubrir más ventanas comerciales. Detallar también que tenemos variedades muy tempranas, tempranas, tardía, muy tardías. Con esto queremos decir que la temprana se demora menos tiempo para poder cosecharla, caso inverso con la tardía y sus intermedios, este dato es importante porque con ello jugamos cuando sacamos fruta en los meses de producción para lograr colocarnos en el mercado. Los países donde se exportaron esta campaña 2021/22 fueron EEUU, Países Bajos y China. Hay que estar siempre muy pendiente del mercado, por lo antes dicho son más exigentes, si se pide la fruta en bolsa, se manda en bolsa, si es en caja,



se manda en caja y se debe cumplir porque la competencia para colocar nuestra fruta afuera es muy fuerte y de fracasar nuestros precios se van de picada. Siguiendo la premisa de la exigencia del mercado, estos piden cada vez uva que no sabe a uva, existes las variedades de sabor especial como Candy Snaps, Cotton Candy, Candy Dreams que tienes sabores afrutados, exóticos, perfecto para colocarse a la demanda de las mismas madres que pueden reemplazarían una golosina por aquellas variedades, existen clientes que piden fruta de calibre grande, tenemos Autumn Crisp. Sweet Celebration, variedad blanca y roja respectivamente que satisface al cliente, etc. Lo que bien es cierto es que a mi punto de vista la uva de mesa nunca va a morir ( como el algodón y quizás el espárrago ). Con la idea de tener un snack saludable y agradable la uva de mesa se corona, el cliente pedirá más y más y la producción tiene que estar a la par con su stock de variedades, presentaciones, vida postcosecha, calidad de fruta, precios accesibles y competentes, etc porque si no estará fuera del juego”. (G. Salcedo, comunicación personal, 10 de mayo de 2022).

Productor	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20	Pregunta 21	Pregunta 22	Pregunta 23	Pregunta 24	Pregunta 25	Pregunta 26	Pregunta 27	Pregunta 28	Pregunta 29	Pregunta 30	
productor 1	5	5	5	1	5	4	5	3	3	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	1	1	3	4	2	3	5	5	4	4	2	
productor 2	4	3	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	2	3	4	3	4	3	5	5	5	2	
productor 3	3	3	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	2	3	4	5	5	3	3	
productor 4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	4	4	2	4	
productor 5	3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	3	5	5	5	5	4	3	3	3	5	4	5	5	4	5	2	4
productor 6	2	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	3	2	2	3	5	4	5	5	4	3	2	5	
productor 7	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	2	4	4	5	3	3	4	2	2	5	
productor 8	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	5	5	5	5	4	4	1	1	4	5	5	4	4	5	2	3	3	
productor 9	1	4	5	4	5	5	4	5	3	4	3	4	3	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	3	5	2	4	2
productor 10	2	4	5	2	5	4	4	5	3	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	3	5	3	5	2	4	3	
productor 11	3	4	5	2	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	1	1	5	4	4	5	3	5	3	5	4	
productor 12	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	1	1	5	5	4	4	3	5	4	5	4	
productor 13	3	5	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	2	3	3	5	4	3	5	
productor 14	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	3	2	2	5	3	3	3	4	5	5	2	5	
productor 15	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	3	5	5	3	2	
productor 16	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	4	3	2	4	5	3	4	2	
productor 17	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	3	5	2	4	3
productor 18	3	4	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	2	4	4	4	3	5	4	
productor 19	3	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	3	3	5	4	3	4	5	5	4	5	4	
productor 20	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	4
productor 21	3	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	2	5
productor 22	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	5	5	2	4	4	5	3	5	
productor 23	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	3	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	
productor 24	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	3	4	2	
productor 25	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	3	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	3	
productor 26	2	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	2	2	4	5	4	5	4	
productor 27	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	3	4	5	5	5	3	3	4	4	2	3	4	5	2	2	4	
productor 28	2	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	2	4	5	5	3	3	5	
productor 29	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	3	5	4	4	5	5	5	3	3	3	2	5	2	3	5	5	4	4	5	
productor 30	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	1	4	3	5	3	5	3	4	2	
productor 31	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	2	3	
productor 32	3	4	5	1	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	5	2	3	3	

Figura 1

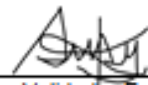
*Resultados de las encuestas de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica*

Fuente: Elaboración propia

## INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Externo ( <input type="checkbox"/> ) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	SUSY BELTRÁN
Sexo:	Hombre ( <input type="checkbox"/> )      Mujer ( <input checked="" type="checkbox"/> )
Profesión:	
Grado académico	Licenciado <sup>1</sup> ( <input type="checkbox"/> )      Maestro ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Doctor ( <input type="checkbox"/> )
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 ( <input checked="" type="checkbox"/> )      De 11 a 15 ( <input type="checkbox"/> )      De 16 a 20 ( <input type="checkbox"/> )      De 21 a más ( <input type="checkbox"/> )
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	Universidad San Martín de Porres
Cargo actual:	Docente
Área de especialización	Negocios Internacionales
Nº telefónico de contacto	016088505
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: sbeltranc@usmp.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono ( <input type="checkbox"/> )      Por correo electrónico ( <input checked="" type="checkbox"/> )




---

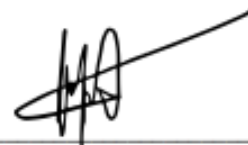
 Firma Validador Experto
**Figura 2***Validación de expertos: Susy Beltrán*

Fuente: Elaboración propia

### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

<b>Tipo de validador:</b>	Interno ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Externo ( <input type="checkbox"/> ) [Docente USMP]
<b>Apellidos y nombres:</b>	URTEAGA FARFAN WALTER
<b>Sexo:</b>	Hombre ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Mujer ( <input type="checkbox"/> )
<b>Profesión:</b>	LIC. ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES & MASTER EN ECONOMIA INTERNACIONAL
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> ( <input type="checkbox"/> )      Maestro ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Doctor ( <input type="checkbox"/> )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( <input type="checkbox"/> )      De 11 a 15 ( <input type="checkbox"/> )      De 16 a 20 ( <input checked="" type="checkbox"/> )      De 21 a más ( <input type="checkbox"/> )
Solamente para validadores externos	
<b>Organización donde labora:</b>	_____
<b>Cargo actual:</b>	_____
<b>Área de especialización</b>	_____
<b>N° telefónico de contacto</b>	_____
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo institucional: _____
<b>Medio de preferencia para contactarlo</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono ( <input type="checkbox"/> )      Por correo electrónico ( <input type="checkbox"/> )



Firma Validador Experto

**Figura 3**

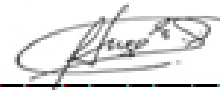
*Validación de expertos: Walter Urteaga*

Fuente: Elaboración propia

## INFORMACION DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Externo ( <input type="checkbox"/> ) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Alvarez Aranzamendi Hugo Alberto
Sexo:	Hombre ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Mujer ( <input type="checkbox"/> )
Profesión:	Ingeniero
Grado académico	Licenciado ( <input type="checkbox"/> )      Maestro ( <input type="checkbox"/> )      Doctor ( <input checked="" type="checkbox"/> )
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 ( <input type="checkbox"/> )      De 11 a 15 ( <input type="checkbox"/> )      De 16 a 20 ( <input checked="" type="checkbox"/> )      De 21 a más ( <input type="checkbox"/> )
<i>Solamente para validadores externos</i>	
Organización donde labora:	Universidad de San Martín de Porres
Cargo actual:	Coordinador
Área de especialización	Innovación
Nº telefónico de contacto	996575577
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: halvareza@usmp.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono ( <input type="checkbox"/> )      Por correo electrónico ( <input checked="" type="checkbox"/> )



Firma Validador Experto

Figura 4

*Validación de expertos:*

Fuente: Elaboración propia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuál es la relación entre la Gestión Empresarial y los factores limitantes que presentan los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica para generar oferta exportable?	Identificar la relación entre la Gestión Empresarial y los factores limitantes en la generación de oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica.	La gestión empresarial tiene relación directa con los factores limitantes que se les presentan a los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, región Ica, permitiendo así que generen o no oferta exportable del producto.	Independiente: Gestión empresarial.	X1. Planeación. X2. Organización. X3. Integración. X4. Dirección. X5. Control.	<u>Enfoque:</u> Cuantitativo.  <u>Tipo:</u> Aplicada.  <u>Alcance:</u> Descriptiva.  <u>Diseño:</u> No experimental.  <u>Unidad de investigación:</u> MYPES y emprendimiento.
			Dependiente: Oferta exportable.	Y1. Capacidad física. Y2. Capacidad económica. Y3. Capacidad financiera. Y4. Capacidad de gestión.	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos		Indicadores	Fuente de Información
¿Por qué la falta de planeación limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica en la región Ica?	Determinar cómo la falta de planeación limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, en la región Ica.	Los productores de uva de mesa no aplican los principios de la planeación (no ordenan y agrupan las actividades necesarias para alcanzar los objetivos), lo que afecta la oferta exportable.	X1. Planeación.	Gestión de la planificación. (Visión, misión y objetivos).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas</li> <li>• Entrevistas</li> <li>• Tesis</li> <li>• Datos de exportaciones</li> <li>• Portal del MINAGRI</li> <li>• PROMPERU</li> </ul>
¿Por qué la falta de organización limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, en la región Ica?	Determinar cómo la falta de organización limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad Ica, en la región Ica.		Y1. Capacidad física.	-Tecnología.  -Volúmenes de producción.	

		Los productores de uva de mesa no aplican los principios de la organización (no asignan funciones, crean unidades administrativas, deciden cómo se distribuirán las tareas y quienes estarán a cargo), lo que afecta la oferta exportable.	X2. Organización.	-División del trabajo. -Estructura organizacional.	
			Y2. Capacidad económica.	Capital propio.	
¿Por qué la falta de integración limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, en la región Ica?	Determinar cómo la falta de integración limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, en la región Ica.	Los productores de uva no realizan eficientemente el proceso de integración, (selección de personal competente, materiales, recursos humanos, y financiamiento para alcanzar los objetivos), lo que afecta la oferta exportable.	X3. Integración.	Desempeño.	
			Y3. Capacidad financiera.	Préstamos.	
¿Por qué la falta de dirección limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, en la región Ica?	Determinar cómo la falta de dirección limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, en la región Ica.	Los productores de uva de mesa no aplican los principios de dirección (comprende la influencia del administrador en la realización de planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, el liderazgo y la motivación) lo que afecta la oferta exportable.	X4. Dirección.	-Liderazgo. -Motivación. -Comunicación.	
			Y4. Capacidad de gestión.	-Capacitación a empleados. -Conocimiento del mercado internacional.	

<p>¿Por qué la falta de control limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, en la región Ica?</p>	<p>Determinar cómo la falta de control limita la oferta exportable de los productores de uva de mesa de la ciudad de Ica, en la región Ica.</p>	<p>Los productores de uva de mesa no realizan eficientemente el proceso de control, (dar seguimiento y medir los resultados en relación a los planes), lo que afecta la oferta exportable.</p>	<p>X5. Control.</p>	<p>-Evaluación. -Inspección.</p>	



**BIBLIOGRAFÍA**

Agencia Agraria de Noticias (2019). Ica tiene más de 6mil hectáreas de uvas viníferas y pisqueras. Recuperado de: <https://agraria.pe/noticias/ica-tiene-6-mil-has-de-uvas-viniferas-y-pisqueras-6030>

Agencia Agraria de Noticias (2020). Superficie de uva de mesa en Perú alcanza las 20 mil hectáreas. Recuperado de: <https://agraria.pe/noticias/superficie-de-uva-de-mesa-en-peru-alcanza-las-20-mil-hectare-21229>

Agrobanco. (2008). Cultivo de la uva. Recuperado de: [https://www.agrobanco.com.pe/pdfs/publicacionagroinforma/4\\_cultivo\\_de\\_la\\_uva.pdf](https://www.agrobanco.com.pe/pdfs/publicacionagroinforma/4_cultivo_de_la_uva.pdf)

Agroindustria. (2017). Uva Red Globe. Recuperado de: [https://www.itp.gob.pe/archivos/vtic/AGROINDUSTRIA\\_001-2017/files/assets/downloads/page0004.pdf](https://www.itp.gob.pe/archivos/vtic/AGROINDUSTRIA_001-2017/files/assets/downloads/page0004.pdf)

Allende, B. A. (2019). *La Asociatividad como Estrategia para el Desarrollo de una Oferta Exportable para la Producción de Lechuga en la Cooperativa Boza del Distrito de Aucallama en Huaral, Periodo 2018. [Tesis de licenciatura].* Universidad de San Martín de Porres.

Arce, K. F, & Córdor, T. L. (2019). *Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú. [Tesis de grado].* Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú. (2017). Uva, producto que lidera la agroexportación no tradicional. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/uva-producto-lidera-agroexportacion-tradicional-422896>

- Bérmudez, L. (2015). Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las pymes  
Training: a tool for strengthening to smes. SCIELO. Recuperado de:  
[https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S221524582015000100001&script=sci\\_a  
rttext](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S221524582015000100001&script=sci_a<br/>rttext)
- Buchele, R. (1976). The Management of Business and Public Organizations. New York,  
EE.UU: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2007). Introducción a la Teoría General de la Administración. Ciudad de  
México, México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Ciencia y Técnica Administrativa. (S.F). Concepto de Calidad Total y su evolución.  
Recuperado de:  
[http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/tqm/1\\_conceptos/1\\_conceptos.  
htm](http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/tqm/1_conceptos/1_conceptos.<br/>htm)
- Del Rosario, C. (2018). Levantamiento y procesamiento de información de ocho  
variedades de olivos con potencial económico para el mejoramiento de la oferta  
exportable de la industria olivícola nacional. Recuperado de:  
<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/114267>
- Deming, W. (1989). Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis.  
Recuperado de:  
[https://gestionempresarialuts.files.wordpress.com/2014/08/calidad\\_productividad  
\\_y\\_competitividad\\_la\\_salida\\_de\\_la\\_crisis\\_17\\_to\\_131.pdf](https://gestionempresarialuts.files.wordpress.com/2014/08/calidad_productividad<br/>_y_competitividad_la_salida_de_la_crisis_17_to_131.pdf)
- Dirven , B. B., Pérez, R., Cáceres, R. J., Tito, A. T., Gómez , R. K., & Ticona, A. (2018).  
*El desarrollo rural establecido en las áreas Vulnerables*. Lima: Colección Racso.
- El Comercio. (2017). Uva, producto que lidera la agroexportación no tradicional.  
Recuperado de: [https://elcomercio.pe/economia/uva-producto-lidera-  
agroexportacion-tradicional-422896](https://elcomercio.pe/economia/uva-producto-lidera-<br/>agroexportacion-tradicional-422896)

Espinoza y Pastor. (2017). “Análisis de la producción de uva en las exportaciones de la empresa agrícola San Juan S.A. 2012-2015”. Recuperado de: <http://repositorio.umb.edu.pe/handle/UMB/81>

Fayol, H. (1987). Administración Industrial y General (14.<sup>a</sup> ed.). New York: El Ateneo. New York: El Ateneo. Recuperado de: [https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2011/11/admc3b3n\\_ind\\_y\\_general001.pdf](https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2011/11/admc3b3n_ind_y_general001.pdf)

Fayol, H. (1916). Teoría Clásica de la Administración. Paris: Générale.

Finanzas Para Todos. (2010). Diferencias entre Préstamos y Créditos. Recuperado de: <https://www.finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosbancariosfinanciacion/diferenciaprestamoycredito.html>

Frutas & Hortalizas. (s.f.). Uva, vitis vinifera / vitaceae. Recuperado de: <https://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Tipos-variedades-Uva.html>

Gallegos, E. (2016). *La uva, el espíritu de Ica*. <https://ojo.pe/ciudad/la-uva-el-espíritu-de-ica-217822-noticia/>

George y Mallery. (2003). Alfa de Cronbach y consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. Recuperado de: <https://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>

Gestión (2016). Diez países adquieren el 87% de uvas frescas que exporta el Perú. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/diez-paises-adquieren-87-uvas-frescas-exporta-peru-119318-noticia/>

INEI. (2012). Censo nacional agropecuario. Recuperado de: <http://siea.minagri.gob.pe/siea/?q=iv-censo-nacional-agropecuario-2012/inei-estadistica-de-censos>

Instituto Peruano de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad de la Educación Básica. (2014). Normas de competencia del operario en el manejo de uva de mesa. Lima, Perú: Gianlud.

Karlöf, B. (2001). Práctica de la Estrategia (1.ª ed.). Recuperado de: <http://planuba.orientaronline.com.ar/wp-content/uploads/2009/09/05avision.pdf>

Koontz & Weihrich. (1998). Administración. Una perspectiva global. Ciudad de México, México: Mc Graw-Hill.

La Cámara de Comercio y Aduanas. (2019). ¿Qué es el Comercio Internacional? Recuperado de: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-internacional/>

López, L. (2014). "Evolución y Análisis de la Producción y Exportación de Uvas de Mesa: 2000-2012". Recuperado de: [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/3595/Lopez\\_ll.pdf?sequence=1](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/3595/Lopez_ll.pdf?sequence=1)

López, A. A. (2017). *Lineamientos de Cultura Exportadora presentes en la cooperativa Ceprovaje que generan Oferta Exportable de espárrago verde fresco, Jequetepeque – Noviembre, 2017. [Tesis de licenciatura]*. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/11611>

- MINCETUR (2019). Perú se convierte en el tercer exportador mundial de uva fresca. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/peru-convierte-tercer-exportador-mundial-uva-fresca-262022-noticia/?ref=gesr>
- MINCETUR (2019). Ica: Reporte de Comercio, primer semestre 2019. Recuperado de: [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/410246/Reporte de Comercio - Reporte Comercio Regional - RCR - Ica 2019 - I Sem20191030-24204-10f4o5v.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/410246/Reporte_de_Comercio_-_Reporte_Comercio_Regional_-_RCR_-_Ica_2019_-_I_Sem20191030-24204-10f4o5v.pdf)
- MINCETUR. (2017). ¿Qué significa contar con una oferta exportable? Recuperado de: <https://pymex.com/exportaciones-peruanas/aprenda-a-exportar/ique-signifi-ca-contar-con-una-oferta-exportable>
- MINAGRI. (2017). Análisis económico de la producción nacional de uva fresca. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/384308240/Uva>
- MINAGRI. (2008). Informe de registro de productores de uva en las regiones de Ica, Arequipa, Moquegua, Tacna y Lima provincias. Recuperado de: <http://minagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/boletines/DocumentoFinalVid.pdf>
- MINAGRI (2018). Uva: Perú, un campo fuerte para sus inversiones. Recuperado de: <http://minagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/organizaciones/dgca/uva.pdf>
- Murcia, H. (1978). Administración de empresas asociativas de producción agropecuaria. San José, Costa Rica: IICA.
- Ochoa, M., Valdés, M., & Quevedo, Y. (2007). Innovación, tecnología y gestión tecnológica. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v16n4/aci081007.pdf>

Panta, A. (2022). Ica y Piura son las regiones que más envían uva al extranjero. Recuperado de: <https://infomercado.pe/campana-de-uva-2021-2022-cierra-con-65-millones-de-cajas-exportadas-170522-ap/>

Peñañiel, J. (2013). "Plan de negocios para una exportadora de uva de mesa al mercado chino". Recuperado de: <http://www.repositorio.uchile.cl/handle/2250/113098>. Santiago: Universidad de Chile.

Perú Retail. (2020). La uva es la principal fruta de exportación del Perú. Recuperado de: <https://www.peru-retail.com/uva-principal-fruta-de-exportacion-peru/#:~:text=%E2%80%9CLa%20uva%20de%20mesa%20es,de%20la%20consultora%20Inform%40cci%C3%B3n>.

Portal Financiero del Gobierno Alemán. (S.F). Capital Propio. Recuperado de: <https://www.make-it-in-germany.com/es/empleos/montar-negocio/financiacion-y-promocion/capital-propio>

Portal Vivero. (2015). Uva Flame Seedless. Recuperado de: [https://www.viveroslorente.com/planta-de-vid/uva-flame-seedless/?cli\\_action=1609729184.251](https://www.viveroslorente.com/planta-de-vid/uva-flame-seedless/?cli_action=1609729184.251)

Porter, M., Lawler, Ed., & Hackman, J. (1975). Psicología del Trabajo y las Organizaciones. S.N: S.N.

PlantVid. (S.F). Uva Thompson Seedless. Recuperado de: <https://www.plantvid.com/es/uva-de-mesa/uva-blanca/sin-pepita/thompson-seedless>

PROMPERÚ. (2021). Requisitos de accesos a mercados (RAM). Recuperado de: <http://ram.promperu.gob.pe>

PROVID PERÚ. (S.F). Variedades de uva de mesa que exporta el Perú. Recuperado de: <http://www.providperu.org/website/index.php/area-tecnica/variedades>

Quispe, J. (2017). Exportación de uva Red Globe peruana a Estados Unidos 2006-2015. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23732/Quispe\\_HJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23732/Quispe_HJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ramos, L., Adriaenssens, M., Hirt, G., Flores, M., & Ferrell, O. (2004). Introducción a los negocios en un mundo cambiante (1.ª ed.). Recuperado de: <https://concepto.de/mision/>

Red Agrícola. (2020). Uva peruana, cuatro años de records. Recuperado de: <https://www.redagricola.com/pe/uva-peruana-cuatro-anos-de-records/>

Red Agrícola. (2020). El potencial exportador de Ica. Recuperado de: <https://www.redagricola.com/pe/el-potencial-exportador-de-ica/>

Reyes, A. (1992). Administración Moderna. Ciudad de México, México: Limusa.

Robbins, S. (1998). Comportamiento Organizacional. Teoría y Práctica. San Diego, EE.UU: Pearson.

Robbins, S., & Coulter, M. (2010). Administración (10.ª ed.). Ciudad de México: Pearson. Ciudad de México: Pearson. Recuperado de: <http://www.ru.edu.uy/wp-content/uploads/2018/05/Administraci%C3%B3n-Robbins.pdf>

Salvador, J. (2016). "Mercado internacional del vino. Intentos de modelización y estrategias territoriales de comercialización en España". Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/23031>

SENASA. (2021). Lista actualizada de lugares de producción de uva registrados en la SENASA. Recuperado de: <https://servicios.senasa.gob.pe/siimf/produccionuva.html>

SIICEX. (2021). Ficha comercial uvas frescas. Recuperado de: [https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=202&pnomproducto=Uva](https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=202&pnomproducto=Uva)

Stogdill, R. (2010). Teorías e Investigación del Liderazgo.

Trademap. (2020). Growth of countries' exports 2015-2019. Grapes fresh or dried.

Trademap. (2020). List of exporters for the selected product in 2019. Grapes, fresh or dried. Recuperado de: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_Graph.aspx?nvpm](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm)

Universidad de Valencia. (S.F). Alfa de Cronbach y consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. Recuperado de: <https://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>

Viveros. (2015). Uva Superior Seedless Sugraone. Recuperado de: <https://www.viveroslorente.com/planta-de-vid/uva-superior-seedless-sugraone/>

Wolters Kluwer. (S.F). Volumen de Producción. Recuperado de: [guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx)