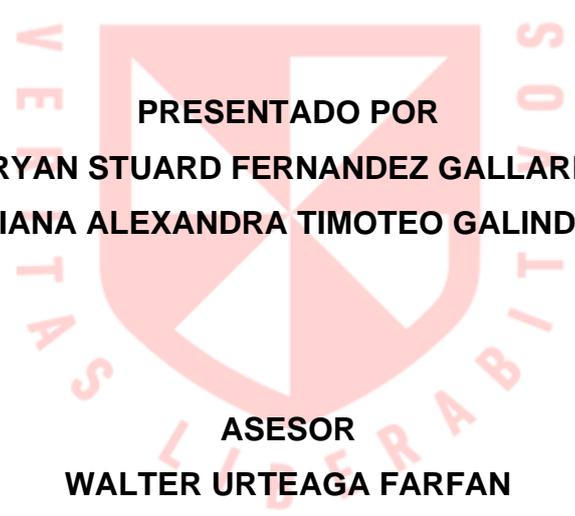


FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**FACTORES DE MEJORA DE LA OFERTA
EXPORTABLE DE ACEITUNA NEGRA DE LA EMPRESA
FUNDO AMIR S.A AL MERCADO BRASILEÑO PARA
ALCANZAR LA COMPETITIVIDAD PLANEADA EN EL
2021-2022**



**PRESENTADO POR
BRYAN STUARD FERNANDEZ GALLARDO
DIANA ALEXANDRA TIMOTEO GALINDO**

**ASESOR
WALTER URTEAGA FARFAN**

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

**LIMA – PERÚ
2023**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



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

TESIS

**FACTORES DE MEJORA DE LA OFERTA EXPORTABLE DE
ACEITUNA NEGRA DE LA EMPRESA FUNDO AMIR S.A AL MERCADO
BRASILEÑO PARA ALCANZAR LA COMPETITIVIDAD PLANEADA
EN EL 2021-2022**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR
BRYAN STUARD FERNANDEZ GALLARDO
DIANA ALEXANDRA TIMOTEO GALINDO**

ASESOR

MG. WALTER URTEAGA FARFAN

**LIMA, PERÚ
2023**

Dedicatoria

A mis padres por su apoyo, comprensión y ayuda en toda mi formación académica, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y empeño. A nuestro asesor Walter Urteaga Farfan por su apoyo desinteresado brindándonos toda su capacidad y conocimiento científico y paciencia para guiarnos en el desarrollo de la tesis.

Agradecimiento

En primer lugar, a Dios, él es quien está en todo momento con nosotros, guiando e iluminando el camino de nuestras vidas para culminar con éxito nuestra carrera.

A nuestros compañeros, quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas, y a todas aquellas personas que estuvieron a nuestro lado durante estos cinco años apoyándonos desinteresadamente, para el logro de nuestros objetivos.

ÍNDICE

RESUMEN.....	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN.....	7
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	11
1.1 Antecedentes de la investigación.....	11
1.1.1 Antecedentes Nacionales	11
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	14
1.2 Bases teóricas.....	17
1.2.1 Oferta Exportable.....	17
1.3 Definición de términos básicos	22
1.3.1 Competitividad Planeada	22
1.3.2 Liquidez	22
1.3.3. Capital social	22
1.3.4 <i>Google Form</i>	22
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	24
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivada.	24
2.1.1 Hipótesis general	24
2.1.2 Hipótesis específicas	24
2.2 Variables y definición operacional.....	24
2.2.1. Variables	24
Variable 1: Oferta Exportable.....	24
Variable 2: Competitividad Planeada	24
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
3.1 Diseño metodológico.....	28
3.3 Técnicas de recolección de datos.....	29
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	30
3.5. Aspectos éticos	30
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	34
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	58
RECOMENDACIONES.....	65
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Operacionalización de las variables.....	30
Tabla 2.Confiabilidad de las V1 y V2 (Oferta Exportable y Competitividad planeada)	39
Tabla 3. Confiabilidad de la Primera variable	39
Tabla 4. Confiabilidad de la Segunda variable	40
Tabla 5. Frecuencias y porcentaje de la variable oferta exportable.....	41
Tabla 6. Tabla descriptiva de la variable oferta exportable	43
Tabla 7. Frecuencias y porcentajes de la V1D1 (Gestión de Producción)	44
Tabla 8.- Tabla descriptiva de la V1D1 Gestión de producción	45
Tabla 9. Frecuencias y porcentajes de la V1D2 (Gestión Empresarial).....	46
Tabla 10. Tabla descriptiva de la V1D2 Gestión empresarial	47
Tabla 11. Frecuencias y porcentajes de la V1D3 (Gestión Logística)	48
Tabla 12. Tabla descriptiva de la V1D3 Gestión logística	49
Tabla 13. Frecuencias y porcentajes de la variable competitividad planeada	50
Tabla 14. Tabla descriptiva de la variable competitividad planeada	51
Tabla 15. Frecuencias y porcentajes de la V2D1	52
Tabla 16.- Tabla descriptiva de la V2D1	54
Tabla 17.- Frecuencias y porcentajes de la V2D2.....	54
Tabla 18.- Tabla descriptiva de la V2D2.....	56
Tabla 19. Frecuencias y porcentajes de la V2D3.....	57
Tabla 20. Tabla descriptiva de la V2D3	58
Tabla 21. Prueba de Normalidad (Independiente y Dependiente	59
Tabla 22. Correlación entre V1D1 Y V2 (Gestión de producción y competitividad planeada) ...	60
Tabla 23. Correlación entre V1D2 Y V2 (Gestión empresarial y Competitividad planeada)	62
Tabla 25.- Correlación entre V1 Y V2 (Oferta exportable y Competitividad planeada)	64
Tabla 27.- Variable 1.....	3
Tabla 28.- Variable 2.....	9
Tabla 29.- Información del validador experto.....	4
Tabla 30.- Variable 2.....	10
Tabla 31.- Información del validador experto	3
Tabla 32.- Variable 2.....	9

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Módulos de Gestión de Producción.....	22
Figura 2: Esquema de la Cadena logística.....	25
Figura 3: Cadena de suministro con gran variedad de KPI logísticos.....	26
Figura 4: Frecuencia y porcentaje de la variable oferta exportable.....	42
Figura 5: Frecuencia y porcentaje de la V1D1	44
Figura 6: Frecuencia y porcentaje de la V1D2	46
Figura 7 Frecuencia y porcentaje de la V1D3	48
Figura 8: Frecuencia y porcentaje de la variable competitividad planeada	50
Figura 9: Frecuencia y porcentaje de la V2D1	53
Figura 10: Frecuencia y porcentaje de la V2D2	55
Figura 11 Frecuencia y porcentaje de la V2D3	57

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar factores de mejora de la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022

La investigación fue basada en un enfoque cuantitativo, caracterizada por ser de tipo aplicada, con un diseño no experimental, de alcance descriptivo correlacional, puesto que se busca encontrar la relación entre ambas variables en una muestra específica. Para ello se requirió la participación por conveniencia compuesta por 40 directivos de la empresa Fundo Amir, a fin de poder medir la variable oferta exportable se utilizó del método de encuesta estructurada mediante el instrumento de *Google Form* compuesta por 18 ítems y seis dimensiones. De igual manera, para medir la variable competitividad planeada se aplicó la encuesta estructurada por 18 ítems.

Además, para la verificación de las hipótesis planteadas se procedió a utilizar el coeficiente de correlación de Pearson, con el cual se observa la relación existente entre las dimensiones de la variable calidad con la variable exportación. Finalmente, se llega a validar la hipótesis general planteada en el cual existe una relación positiva alta entre la oferta exportable y la competitividad planeada, así mismo obtenemos que las dimensiones gestión de producción y competitividad planeada presentan una relación positiva baja, por otra parte las dimensiones gestión empresarial y competitividad planeada presentan una relación moderada por ultimo, las dimensiones gestión logística y competitividad planeada presentan una relación positiva moderada respectivamente.

Palabras claves: calidad, exportación, mejora continua, directivos, mercados

ABSTRACT

The objective of this research is to determine a mechanism for improving the exportable supply of black olives from the company Fundo Amir S.A. to the Brazilian market in order to achieve the planned competitiveness in the 2021-2022.

The research was based on a quantitative approach, characterized by being of an applied type, with a non-experimental design, of a descriptive correlational scope, since it seeks to find the relationship between both variables in a specific sample. For this, the participation was required for convenience made up of 40 managers of the Fundo Amir company, in order to be able to measure the exportable supply variable, the structured survey method was used through the Google Form instrument composed of 18 items and six dimensions. Similarly, to measure the planned competitiveness variable, the structured survey was applied using the Google Form instrument for 18 items.

In addition, for the verification of the proposed hypotheses, the Pearson correlation coefficient was used, with which the relationship between the dimensions of the quality variable with the export variable is observed. Finally, it is possible to validate the general hypothesis in which there is a high positive relationship between the exportable supply and the planned competitiveness, likewise we obtain that the production management and planned competitiveness dimensions present a low positive relationship, on the other hand the dimensions business management and planned competitiveness present a moderate relationship and finally the logistics management and planned competitiveness dimensions present a moderate positive relationship respectively.

Keywords: quality, export, continuous improvement, managers, markets

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS2023_DianaTimoteo_BryanFernandez_12.08.docx

RECuento DE PALABRAS

19784 Words

RECuento DE CARACTERES

108510 Characters

RECuento DE PÁGINAS

121 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.1MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 16, 2023 11:41 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 16, 2023 11:44 AM GMT-5

● 17% de similitud general

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

- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

INTRODUCCIÓN

La empresa Fundo Amir SA, es una empresa familiar que se constituye el 24 de noviembre del 2018 convirtiéndose en una de las mejores empresas agroexportadoras peruanas de la región Tacna, con sucursal en Lima, Cusco y Arequipa.

Esta empresa cuenta con más de 230 hectáreas distribuidas en la costa y sierra de las regiones de Tacna y Moquegua en la cual se dedican a la producción, procesamiento y comercialización de aceituna negra,

La misión de la empresa producir y ofrecer diferentes productos como aceitunas, aceite de oliva, pecanas, orégano, cucurbitáceas y paltos con procesos innovadores, buscando la mejora continua de calidad y servicio tanto para los clientes nacionales e internacionales.

En los últimos 5 años el mercado de aceitunas ha tenido un aumento favorable de exportaciones al mercado internacional, esto se debe a la importancia que brinda este producto para la salud de las personas debido a que cuenta con beneficios como prevenir la diabetes, disminuir el riesgo de enfermedades gastrointestinales, ayuda con el control del colesterol en la sangre entre otros

Según data de Trade Map (2020), en la actualidad los principales proveedores mundiales que abastecen esta demanda son España, Egipto y Argentina en cuanto a los países como Estados Unidos, Francia y Brasil son los principales importadores de aceituna a nivel mundial.

La Cámara (2021) sostiene que la provincia de Tacna fue la región con mayor índice de producción de aceitunas con un total de 105,473TN, llevando una gran ventaja con la región de Arequipa la cual conto con una producción de 22,504. Cabe resaltar que en la región Tacna existe varios microclimas que aportan al optimo desarrollo agrícola de la región lo que conllevaa que esta sea una de los principales ejes en la economía de la región.

Además, según lo mencionado, Brasil es un mercado potencial en las exportaciones de aceitunas de la región Tacna siendo este uno de los mayores demandantes de aceituna en Latinoamérica. Sin embargo, podemos observar que las presencias de este producto poseen factores determinantes están influyendo en la exportación a dicho mercado el cual será estudiado a lo largo del trabajo

Asimismo, esta investigación se plantea como problema general: ¿Cuáles son los factores de mejora de la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.

Por consiguiente, se estableció como objetivo principal: Determinar cuáles son los factores de mejora de la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022. Teniendo como objetivos específicos a los siguientes enunciados: Determinar si la gestión de producción es un factor de mejora en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022, Determinar

si la gestión empresarial es un factor de mejora en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022 y Determinar si la gestión logística es un factor de mejora en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.

Esta investigación se enfocara la importancia en abordar como el sector agrario es vital para la economía del país, además como la empresa Fundo Amir SA. aprovecha la ventaja que tiene los fundos de producción de aceitunas en Tacna que son reconocidas por su alta calidad siendo estas competitivas en cualquier mercado, es por ello que se identificará como mecanismo de mejora de la oferta exportable de aceituna negra de la empresa fundo amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022 y como se encuentra relacionada a la carrera de Administración de Negocios Internacionales y a la línea de investigación de mype y Emprendimiento.

Por otro lado, dentro de la investigación se presentaron las siguientes limitaciones:

Limitaciones sociales

Los colaboradores de la empresa solo nos proporcionarán los datos necesarios para la realización del trabajo. No obstante, esta información recopilada será detallada.

No realizar la encuesta de forma personal debido a que no todos los colaboradores se encuentran en las oficinas de Lima.

No todos los directivos cuentan con disponibilidad de tiempo para poder reunirnos mediante la plataforma virtual Zoom.

Dentro de la viabilidad de la investigación se pudo encontrar:

Las personas que fueron encuestadas en esta investigación contaban con los conocimientos necesarios para responder las preguntas formuladas.

Los 40 directivos de la empresa Fondo Amir S.A. colaboraron desinteresadamente en la recopilación de información requerida, debido a que era un tema de interés para ellos también la herramienta que se utilizó para esta investigación fue correctamente validada por profesores con conocimiento del tema investigado.

La presente investigación se elaboró bajo un enfoque cuantitativo de tipo aplicada, puesto que el estudio se obtuvo bajo un nivel descriptivo correlacional y presenta un diseño no experimental, dentro del cual se cuenta con una población y muestra total de 40 directivos de la empresa Fondo Amir S.A.

Adicionalmente, esta investigación fue estructurada en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Marco teórico, el cual se basa en los antecedentes, bases teóricas y definiciones conceptuales de la investigación.

Capítulo II: Hipótesis y variables, el cual comprende la formulación de hipótesis, se presenta las variables y su operacionalización.

Capítulo III: Metodología de la investigación, el cual presenta el diseño metodológico, el diseño muestral, las técnicas de recolección de datos, las técnicas estadísticas para el procesamiento de la investigación y los aspectos

éticos.

Capítulo IV: Resultados, en donde se presentan los aspectos más relevantes del desenlace de la investigación realizada.

Capítulo V: Discusiones, contiene la discusión de los resultados con estudios previos.

Por último, se presentan las conclusiones, recomendaciones y anexos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Esta recopilación de información se llevó a cabo tanto a nivel nacional como internacional, investigaciones, tesis y artículos que abarcan de manera precisa y concisa sobre los factores de mejora de la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada. A continuación, se presentan los proyectos más resaltantes en el ámbito nacional

1.1.1 Antecedentes Nacionales

De acuerdo con Salazar y Villanueva (2015), en su investigación titulada "Mejora de las exportaciones de aceitunas en el fundo La Noria SAC 2011-2013 mediante el análisis de la cadena de valor y productividad", se llevó a cabo un estudio en una empresa de producción y exportación de aceitunas de mesa en la ciudad de Tacna. En este estudio, una vez identificado los problemas que intervienen en el proceso productivo se opta por utilizar una metodología en la cadena de valor para tener un aumento en la productividad de la empresa

Como resultado de esta investigación, se identificaron factores como falta de capacitación, tiempo de recolección, por último, una infraestructura deficiente el cual influye en el rendimiento de la empresa y limitan su capacidad para lograr una mayor productividad. Mediante el análisis estadístico, se rompe una conexión directa entre la cadena de

valor y la competitividad planeada, lo que lleva a los autores a recomendar la implementación de este modelo en todas las empresas del sector.

En conclusión, se determinó que la baja infraestructura y reducida capacitación al agricultor tradicional son las principales limitantes para el aumento de producción además de no contar con una gran diversificación de sus productos.

En consecuencia, Asquí (2016), en su tesis “Análisis de las limitaciones para la exportación de aceituna de mesa en envases destinados al consumo en la empresa agroindustrias olive pack S.A.C”, sostuvo como objetivo precisar las limitaciones que perjudican la exportación de aceitunas envasadas hacia el mercado de Estados Unidos, donde el investigador uso el método cualitativo y de nivel descriptivo – correlacional de tipo transversal, llegando a la conclusión que en el Perú existe una buena producción de aceitunas con 80 TN anuales, sobre todo en Tacna, departamento que concentra el 60% de exportaciones en distintas preparaciones y presentaciones de envases.

Como conclusión es necesario ejecutar nuevas estrategias enfocadas en el producto y su presentación para poder tener presencia en el mercado exterior. debido a que el mercado internacional ha ido creciendo en los últimos tres años según lo mencionan.

Aguilar (2017) en su tesis “Determinación de los indicadores técnicos,

económicos y asociativos de la producción olivícola de la región Tacna”, planteó como objetivo identificar a los productores de la aceituna en base en base a indicadores económicos de producción, rentabilidad y precios, en la cual hizo uso del método no experimental correlacional para concluir diciendo que en Tacna el ingreso por hectárea es el triple del costo de producción, es decir, un aproximado de S/ 38447.50 soles y que a nivel regional es S/566410.89 soles permitiendo que un 57% de los productores de Olivo puedan contar con crédito agrícola.

En conclusión: se puede determinar que, si bien en la región Tacna el 64% de la producción de olivos es dirigido de manera directa a minoristas y el 24% es dirigido a asociaciones de productores legalmente constituidos, por lo cual el gobierno debe capacitar y promover al agricultor para que sus cultivos lleguen directamente a empresas grandes y así genere una estabilidad mayor económica.

Meza (2021) en su tesis “El impacto de las exportaciones de empresas miembros de la asociación Prolivo en las exportaciones totales de la partida arancelaria 2005.70.0000 de la aceituna de Tacna y del Perú 2015- 2019” busca como objetivo determinar el impacto de las exportaciones de las empresas miembros de la asociación Prolivo en las exportaciones de la región Tacna. Se utiliza el método cualitativo y nivel descriptivo en base a lo mencionado se encuentra una relación entre la aceituna verde y la gran aceptación que mantiene en el mercado internacional, por lo cual queda demostrado el buen impacto comercial.

En base a ello se tuvo como conclusión la necesidad que las empresas agroindustriales y entidades del estado promuevan los tres tipos de aceitunas que tiene la región de Tacna negras, verdes y rellenas generando un crecimiento de exportaciones del producto y ayudando a los productores a crecer en sus producciones.

Plata (2019) en su tesis titulada “Los términos de intercambio y su influencia en la exportación de aceituna en Tacna, período 2016-2018” busca como objetivo determinar la influencia de los términos de intercambio en las exportaciones de aceituna en Tacna durante el período 2016 – 2018, por cuanto es muy importante conocer en que magnitud los términos de intercambio afectan el comportamiento de las exportaciones. Se utiliza el método cualitativo y nivel descriptivo, el trabajo demostró que debido a los fenómenos naturales ocasionados en el 2017 logra afectar la producción del olivo debido a que los agricultores no cuentan con una infraestructura óptima que proteja a los cultivos en estas situaciones.

Como conclusión es necesario que los pobladores y gobierno tengan un convenio en el cual les brinden infraestructura, ciencia y tecnología con la finalidad de promover el crecimiento de la comercialización de estos productos al mercado internacional debido a que, actualmente, existe un gran crecimiento por la demanda de la aceituna por el usuario final.

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Choque (2018), en su tesis titulada "Dependencia de la exportación de aceituna peruana al mercado de Brasil", realizada en la Universidad "San Luis Gonzaga-Argentina" para obtener el título de licenciada en Administración, se identifica y analiza la crisis de Brasil frente a los posibles escenarios del subsistema de la aceituna conservada de Perú.

El enfoque metodológico utilizado fue descriptivo y mixto. Se emplearon la metodología de estudios prospectivos y el diamante Porter, a partir del uso de dos herramientas: el primero (MICMAC) y el segundo (SMIC). Además, se llevó a cabo entrevistas a los actores encargados del subsistema como parte de la técnica de investigación.

En conclusión, para el 2025 se identificaron ocho escenarios posibles de subsistema de aceituna para su adaptación. Entre ellos, destacó tres escenarios que fueron claves: Primero escenario pesimista, llamado "Alimentando a los nuestros", con un alto índice de ocurrencias del 3%. En este escenario, las empresas de aceitunas se adaptan al subsistema abasteciendo, únicamente, el mercado interno, lo que implicaría una disminución del precio, la calidad y la rentabilidad de las empresas del sector olivícola.

El escenario tendencial, titulado "Mantenerse igual", tuvo una probabilidad del 13%. Aquí se proyectó que las empresas sostendrán

exportando mayores volúmenes al mercado brasileño a un menor precio y con menor calidad.

Finalmente, el escenario más probable de ocurrencias es el optimista, llamado "Buscando nuevas fronteras", con una probabilidad del 37%. Este último escenario de adaptación se enfoca en la diversificación de mercados y productos, buscando así reducir la dependencia de la exportación hacia Brasil y explorar nuevas oportunidades.

Tapia y Escobar (2017) llevaron a cabo un estudio de pregrado con el título "Análisis de la evolución de las ventas de aceitunas de Chile 10 durante el período de 1993 a 2005", como parte de su investigación en la Universidad de Tarapacá de Chile. Su objetivo principal consistía en recopilar datos sobre el impacto y los montos alcanzados por las exportaciones de aceitunas chilenas en los mercados internacionales. El enfoque metodológico empleado en el estudio fue de tipo descriptivo y con un diseño no experimental.

En conclusión, se evidenció un crecimiento notable y favorable en las exportaciones de aceitunas de mesa de Chile. Los países de América del Sur se destacan como el principal destino de estas exportaciones, abarcando el 72% de las ventas durante el período estudiado (1993-2005). El estudio también arrojó que se perdió un interés en el mercado de los países árabes. De hecho, su participación solo alcanzó 10.2%.

Como resultado, se destaca la alta índice de exportaciones de aceituna

de origen chileno en el mercado brasileño, lo que impulsa la necesidad de analizar detalladamente el comportamiento del consumidor y las estrategias de los otros países que interactúan en este mercado.

Montalvo (2017) en su tesis: "Sector Olivícola de la República Argentina: potenciar la competitividad de las aceitunas de mesa", realizado en la universidad empresarial siglo 21-Argentina, para optar el título en Comercio Internacional, cuyo objetivo general es analizar la competitividad de las aceitunas argentinas y su potencial a través de la exportación de productos de mayor valor agregado. La metodología de la investigación fue descriptiva y con enfoque mixto.

Para resumir, se ha comprobado que la industria de exportación de las aceitunas de mesa de Argentina enfrenta la urgencia de revitalizarse frente al mercado más sólido, representado por Brasil. Uno de los principales desafíos de este sector, al igual que muchos otros sectores agrícolas, están vinculados a la política económica del país argentino.

Ruiz (2018) en su tesis: "Mejoras del proceso de elaboración de la aceituna de mesa con Dop Alorena de Málaga: Análisis de control de peligros y puntos críticos en las Industrias", realizado en la Universidad de Córdoba

para optar el grado de doctor en Biociencias y Ciencias Agroalimentarias, cuyo objetivo general es suministrar una mayor

información de todos los procesos que ocurren durante la transformación de este tipo de elaboración de aceitunas de mesa en la industria, así como del efecto de la introducción de nuevas modificaciones sobre la calidad y seguridad alimentaria del producto.

En resumen, se concluyó que el análisis de los cambios fundamentales en las características físicas, químicas y biológicas que tuvieron lugar durante la fermentación de la aceituna Aloreña de Málaga no obtuvieron información significativa.

Pozo (2021) en su tesis: "Oferta Exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina", realizado en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, para optar el grado de título en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, cuyo objetivo general es analizar la oferta exportable ecuatoriana al mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina. La metodología que se aplicó en la investigación es cuantitativa y cualitativa.

En resumen, el mercado de Ecuador muestra un nivel de competencia bajo en comparación con otros países pertenecientes a la Comunidad Andina. Una desventaja que afecta al país es su enfoque en productos primarios para la exportación, lo que lo vuelve dependiente de la producción petrolera. Por ende, es recomendable que se aproveche el acuerdo para beneficio y preferencia arancelaria con el mercado brasileño aumentando la variedad de aceitunas para exportar a dicho mercado.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Oferta Exportable

Según MIDAGRI (2019), asegurar los requisitos requeridos por un cliente o tener productos que satisfagan las demandas de los mercados de destino no es suficiente para constituir la oferta exportable de una empresa.

La oferta exportable implica que la calidad del producto puede ser exportado, incluyendo la capacidad de exportación en términos de volumen y destino, junto con la garantía de calidad y precio. La oferta exportable incorpora diversos elementos, entre ellos:

1.2.1.1 Gestión de producción

La gestión de producción se refiere a la actividad dedicada a la producción o elaboración de un producto, en la cual es necesario que intervenga la mano de obra, materia prima y capital de trabajo.

Flores y Abanto (2019) define en su investigación que la gestión de producción se define como el conjunto de herramientas administrativas que buscan incrementar la productividad en la empresa, desarrollando una óptima planificación, ejecutando una demostración y obteniendo un control de diversas etapas para obtener un producto de alta calidad

La gestión de producción es esencial para llevar a cabo múltiples relacionados con el cumplimiento específico de una acción para generar un producto o servicio de calidad, y se hace necesario sistematizar los procesos e

implementar la eficiencia y eficacia para recursos y optimizar costos.

Leonor, Mendoza, Vinces y Moreira (2019) señalan en su investigación titulada "La Oferta Exportable de las pyme de la provincia de Manabí" que la gestión de producción es la acción que la empresa debe llevar a cabo para satisfacer las necesidades y demandas que se han propuesto alcanzar como organización.

Para lograr una producción y exportación exitosa, la empresa debe desarrollar una cultura orientada a la exportación, proponer claros y siendo conscientes de sus capacidades y debilidades para enfrentar las diferentes actividades involucradas, ya sean a nivel nacional o internacional.

Una organización tiene la opción proyectar una planificación de su capacidad a largo, mediano o corto plazo, con el objetivo de asegurar un enfoque de producción para mejorar la competitividad en la empresa, lo cual puede implicar adaptaciones en capital humano, equipos e instalaciones.

Es fundamental que este proceso de disponibilidad del producto se realice de forma sostenible y cumpla con los estándares de calidad requeridos por el mercado de destino. Para asegurar las exportaciones al mercado brasileño es esencial mantener una producción constante de aceitunas negras.

Figura 1: Módulos de Gestión de Producción



Fuente: Grupo Garatu (2015). Control y gestión de la producción de toda la cadena de suministro en un solo software.

1.2.1.2 Gestión empresarial

La gestión empresarial, también conocida como administración de empresas, es el proceso como ejecutar las siguientes etapas de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos de la empresa, con la finalidad de obtener el máximo beneficio y alcanzar los procesos establecidos.

Gonzales (2015), en su investigación titulada “Gestión Empresarial y Competitividad en las mype del sector textil en el marco de la Ley 28015 en el distrito de La Victoria, 2013” define que la gestión empresarial como el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social; es la técnica de la coordinación que busca resultados de máxima eficiencia en la coordinación de las cosas y personas que integran una empresa.

La gestión empresarial se refiere a la administración ordenada de recursos de una empresa, brindando herramientas que permiten asegurar un funcionamiento ético y legal, con un enfoque transversal en todas sus áreas.

El objetivo es lograr una eficacia evidente en los resultados al producir un producto o servicio.

1.2.1.3 Gestión logística

La gestión logística es un procedimiento que permite el manejo eficiente de recursos materiales, suministros y otros elementos consumibles. Este proceso implica la integración de diversas actividades, como la producción de envases y embalajes, el transporte, la manipulación de materiales, entre otros.

El principal objetivo de la gestión logística es evitar pérdidas significativas para la empresa. Para lograrlo, es necesario estudiar tanto el mercado local como el internacional, así como tener conocimiento en la negociación de los incoterms y el manejo de herramientas logísticas. Además, trabajar con proveedores certificados es fundamental, ya que brindarán un soporte confiable a las operaciones logísticas.

De la Cruz y Mestanza (2019), en su investigación definen a la gestión logística como la clave de éxito porque prepara a la empresa en el comercio internacional, optimizando recursos y tiempo. Brindando herramientas de manejo y facilitando la comunicación entre el comprador y vendedor.

La cadena logística según López (2015) está compuesta por cinco elementos básicos que son:

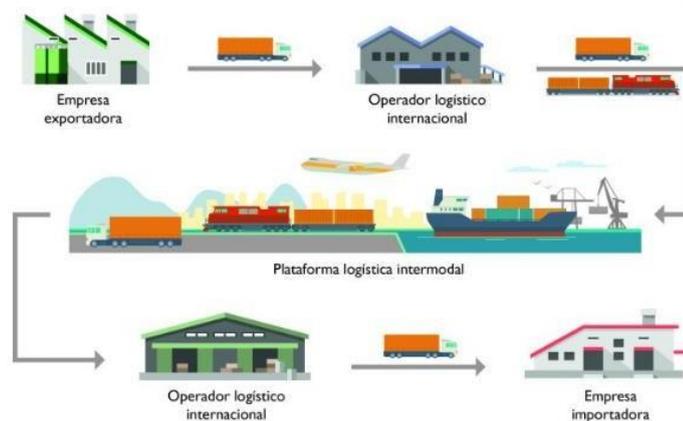
- El servicio al cliente
- Los inventarios
- Los suministros

- El transporte y la distribución
- El almacenamiento

La cadena logística de una empresa, ya sea pública o privada, se considera como una parte integral de un circuito empresarial más amplio, donde diversos actores, no siempre con los mismos intereses, se unen para atender las necesidades del mercado. La logística se encarga de preservar la materia prima de la cadena mediante sistemas de información compartida por todos los involucrados, además de emplear indicadores de rendimiento que permiten supervisar aspectos como los niveles de inventario, los tiempos de procesamiento y la rotación alta de productos, entre

A continuación, se presenta un esquema de un circuito industrial que podría ser aplicado en cualquier mercado de bienes de consumo.

Figura 2: Esquema de la Cadena logística



Fuente: Cargo Flores, (2015)

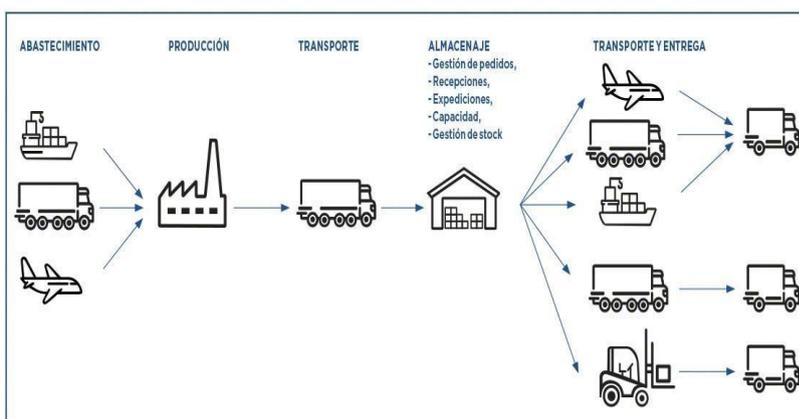
1.2.2 Competitividad Planeada

Botero, L. (2015) menciona que una organización pública o privada, lucrativa o no tiene la capacidad de mantener sistemáticamente ventajas que permiten alcanzar la mejora de una determinada posición en el entorno socioeconómico de una organización.

1.2.2.1 Performance

Mecalux (2020) sostiene que los indicadores de performance se establecen por la relación entre los datos numéricos obtenidos con respecto al rendimiento de un proceso y compararlo con un punto establecido en el histórico de la empresa, la finalidad de establecer un correcto manejo del performance se obtendrá una mejora en la productividad, optimización de costos e incremento en la calidad del servicio.

Figura 3: Cadena de suministro con gran variedad de KPI logísticos.



Fuente: Mecalux (2020). KPI en logística: así se mide el éxito en la 'supplychain'

1.2.2.2. Recursos

Con respecto a ello la Editorial Etecé (2021) menciona lo siguiente se le conoce como recursos de la empresa a los elementos que se encuentran directamente en la cadena de suministros. Es importante siempre contar con recursos debido a que de esto depende la obtención y preparación de un producto final garantizando la perpetuidad del contorno económico de una empresa.

1.2.2.3. Potencial

Marciniak, R. (2019) sostiene que el potencial es la capacidad que tiene una empresa para utilizar los recursos generando ventajas competitivas dentro del mercado. En la actualidad las empresas cuentan con un área de Innovación + Desarrollo el cual permite crear, desarrollar e implementar nuevas tecnologías para aumentar el desarrollo de la empresa.

1.3 Definición de términos básicos

1.3.1 Competitividad Planeada

Cruz Lau, L., & Yarihuaman Parian, E. (2019) sostienen que la diversificación de permite estar menos expuestos a las diferencias de las etapas económicas de un solo país y evitar las fluctuaciones de ventas y utilidades en los diferentes mercados.

1.3.2 Liquidez

La liquidez representa en una empresa su activo corriente, cuya característica es el óptimo grado de agilidad y factibilidad para convertirse en efectivo. Evalúa la disponibilidad de pago que cuenta una empresa para afrontar las obligaciones y compromisos financieros a corto plazo en el momento de cancelar a sus acreedores de acuerdo con el contrato. (Nunes,2015)

1.3.3. Capital social

Es la suma de los aportes y bienes que brinda cada socio al formar una sociedad mercantil organizacional. Se forma con el conjunto de bienes y los derechos patrimoniales, valorados económicamente en su constitución o en un momento futuro. Es importante destacar que el dinero procedente de préstamos bancarios a nombre de la sociedad no es susceptible de integrarse en el capital social, ya que la sociedad estaría contrayendo una deuda con la entidad financiera, no con los socios. (Carrasco,2021)

1.3.4 *Google Form*

Es una herramienta la cual permite crear un formulario dependiendo de las necesidades que tengamos, a su vez, facilita el trabajo de tabulación, ya que, al realizar las encuestas de manera online, los datos que se ingresan son almacenados en una hoja de cálculo. Además, permite incluir distintos tipos de preguntas como, respuestas cortas, párrafos, selección múltiple, escala lineal, cuadrícula de varias opciones, entre otras. (Loya, 2021).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivada.

2.1.1 Hipótesis general

Los factores de mejora en la oferta exportable de la aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A en el mercado brasileño son: gestión de producción, gestión empresarial y gestión logística influyen en alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.

2.1.2 Hipótesis específicas

1. La gestión de producción influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.
2. La gestión empresarial influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.
3. La gestión logística influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1. Variables

Variable 1: Oferta Exportable

Variable 2: Competitividad Planeada

2.2.2 Definición operacional

Oferta Exportable

Según MIDAGRI (2019), asegurar los requisitos requeridos por un cliente o tener productos que satisfagan las demandas de los mercados de destino no es suficiente para constituir la oferta exportable de una empresa, esto se puede detallar en lo siguiente: (stock disponible del producto, capacidad de ingreso económico y financieramente óptimo en la empresa y capacidad alta de gestión).

Competitividad Planeada

Se define como la creación e implementación de estrategias competitivas e incremento de la cuota de productos en el mercado de manera sostenible. Relacionándose con diversos factores, controlados o no por las empresas, que van desde la capacitación técnica del personal y los procesos gerenciales-administrativos hasta las políticas públicas, la oferta de infraestructura y las peculiaridades de la demanda y la oferta. (Ferraz, Kupfer y Haguenaer, 2015).

2.2.3 Operacionalización de las variables

Tabla 1.- Operacionalización de las variables

Variables	Dimensiones	Indicadores
------------------	--------------------	--------------------

Oferta exportable	Gestión de producción:	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Cantidad • Cumplimiento de normas técnicas de mercado
	<p>La gestión de producción es la mezcla de diversos recursos, entre estos tenemos los medios materiales (máquinas y activos), los medios humanos (equipo certificado) y las materias de la empresa (materias primas, materias consumibles), en el cual se tiene como objetivo asegurar la calidad del producto. Este concepto puede aplicarse a empresas industriales, a empresas comerciales y de servicios (Nunes,2016)</p>	
	Gestión empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de obligaciones • Finanzas • Capacidad de negociación
	<p>Este proceso se define las etapas de planeación, organización, integración, dirección y control de los recursos de una empresa. El propósito es obtener el máximo beneficio para alcanzar las metas establecidas. (González, Jacobo, Ochoa y Chairez,2015)</p>	

Gestión logística

La gestión logística busca la optimización y la mantención de los recursos utilizados en la cadena de suministro a través de un sistema de información que se encuentra compartido por todos los operarios que intervienen en ello y de esta manera puedan tener un reporte completo, en el cual permitan conocer los niveles de inventarios, los tiempos de procesamiento, la rotación de los productos en los supermercados, entre otros. (López,200)

- Envases y embalajes
- Incoterms
- Medios de pago

Competitividad planeada

Competitividad Planeada

Es la capacidad de crear e implementar dentro de la organización nuevas estrategias competitivas y proyectar el crecimiento en el mercado de manera sostenible. Esto se relaciona con diversos factores, controlados o no por la organización, que van desde la capacitación técnica de los operarios y los procesos gerenciales-administrativos hasta las políticas públicas, la oferta de infraestructura y las peculiaridades de la demanda y la oferta. (Ferraz, Kupfer y Haguenaer,2015)

- Performance
- Recursos
- Potencial

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño metodológico

En esta investigación se realizó bajo el enfoque cuantitativo, asimismo Huamán, Treviños y Medina (2022) sostiene que los estudios de enfoque cuantitativo usan la recolección de datos para probar la hipótesis con base a la medición numérica y al análisis estadístico. Su finalidad es encontrar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con la finalidad de generalizar resultados a poblaciones.

El tipo de investigación es aplicada, ya que se caracteriza en buscar la aplicación de los conocimientos adquiridos en esta investigación, se procede a la implementación y sistematización basado en la investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad. (Grebe,2018)

Esta investigación es de diseño no experimental se caracteriza en la obtención empírica y sistemática en la que no se obtiene el control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya fueron establecidas. Además, es este tipo de investigación los sujetos del estudio no se encuentran con condiciones a las cuales se expongan. Cabe precisar que la razón por la que no se manipula la variable independiente en la investigación no experimentales que resulta imposible hacerlo. (Arias,2021)

3.2 Diseño muestral

Población

(Hernández, Fernández y Baptista,2015) menciona que es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. “el universo o población puede estar constituido por personas, animales de todos los tipos, actas de nacimiento, registros públicos, muestras de hospital, tipos de accidentes entre otros. La población está conformada por 40 directivos de la empresa Fundo Amir, en las cuales se realizó un cuestionario de carácter anónimo para que puedan responder según sus opiniones .

Muestra

Roldán y Fachelli (2015) establece que es un subconjunto representativo y limitado que se extrae de la población accesible, y que se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el universo total investigado. En la presente investigación, la muestra estuvo conformada por 40 directivos de la empresa Fundo Amir.

- Criterios de inclusión:
 - Directivos que pertenecen a la empresa Fundo Amir S.A, en el periodo 2021-2022.
 - Empresa con 5 años de experiencia en el mercado brasileño.
- Criterios de exclusión:
 - Directivos que no pertenezcan a la empresa Fundo Amir S.A

- Productores informales.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Descripción de los instrumentos

Para Hernández, Cantin, López y Rodríguez (2015) la encuesta es un instrumento de la investigación del mercado su finalidad es conseguir información mediante las encuestas dirigidas a la muestra diseñados para obtener la información específica, además, sostienen que una encuesta es estructurada cuando está constituido por una lista de manera formal de preguntas que se le formula a todos por igual, a diferencia de una no estructurada donde el encuestador puede modificar las preguntas en base a lo que responde el encuestado.

Para la recolección de datos en la presente investigación se utilizó la encuesta estructurada, mediante el instrumento del cuestionario, el cual está conformado por 42 preguntas con escala Likert de (cinco puntos) referentes a la variable independiente (Oferta exportable) y dependiente (Competitividad planeada).

Además, este instrumento fue evaluado por 4 validadores, los cuales dieron su aprobación para su aplicación. Por último, este instrumento fue aplicado a la muestra de naturaleza anónima, es decir, no se registró los nombres de los 40 directivos de la empresa solo las respuestas que brindaron.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

En el presente trabajo se aplicará el análisis estadístico en base a los resultados de las encuestas que se realizará a los 40 directivos de la empresa Fondo Amir S.A mencionados. Para ello se iniciará realizando la encuesta a través de la plataforma *Google form* la cual permite la tabulación directa de los datos en una hoja de cálculo y estadísticas descriptivas.

El resultado obtenido de todas las encuestas se procesó mediante el programa estadístico IBM- Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), software que se utiliza para una amplia gama de análisis estadísticos, como las estadísticas descriptivas, el análisis de factores, y la representación gráfica de los datos.

3.5. Aspectos éticos

El presente trabajo se realizará con los principios éticos establecidos por la Universidad de San Martín de Porres se tomará en cuenta la veracidad de los resultados, además en cuanto a la recopilación de información se respetará los derechos de autor de investigaciones anteriores y tener consentimiento de las empresas encuestadas con fines académicos durante toda la investigación. En el desarrollo de toda la investigación se cita a los autores utilizando las normas Apa 6ta edición.

Otro factor ético importante considerado en la presente investigación es el uso de la plataforma *Google form* para la elaboración de la estadística descriptiva la cual permite una data real basada en las respuestas de los encuestados.

3.6 Validez de Instrumentos

3.6.1 Validez

Se decidió utilizar el juicio crítico de 3 profesores que poseen conocimiento en el ámbito de negocios internacionales pertenecientes a la universidad de San Martín de Porres para realizar la validación del instrumento aplicada en la investigación.

Estos expertos realizaron y analizaron cada uno de los ítems para determinar sus características de validez tales como la suficiencia, claridad, coherencia y relevancia. Además, se realizó un análisis estadístico en relación a los resultados de la encuesta realizada a los 40 directivos de la empresa mediante el formato *Google Forms*.

Por último, se dio el uso de la herramienta SPSS (IBM-Statistical package for the Social Sciences), el cual permite tabular respuestas y obtener las estadísticas descriptivas mediante gráficos.

3.7 Confiabilidad

Para el análisis correspondiente de las variables se utilizó Alfa de Cronbach, el cual es usado para la medición de la confiabilidad o fiabilidad. A continuación, se precisa con mejor detalle:

Tabla 2. Confiabilidad de las V1 y V2 (Oferta Exportable y Competitividad planeada)

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach N de elementos

0,935 36

Fuente: SPSS

El valor que se ha obtenido para la confiabilidad es 0.935, lo que representa a un 93.50% de confianza con el procedimiento estadístico Alfa de Cronbach, utilizando el programa estadístico SPSS, V28, demostrando así que los datos recolectados tienen consistencia interna alta, debido a que se mide lo que se debe medir.

Escala: CONFIABILIDAD DE LA PRIMERA VARIABLE (OFERTA EXPORTABLE)

Tabla 3. Confiabilidad de la Primera variable

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach N de elementos

0,871 18

Fuente: SPSS

El valor que se ha obtenido para la confiabilidad es 0.871, lo que representa a un 87.10 % de confianza con el procedimiento estadístico Alfa de Cronbach, utilizando el programa estadístico SPSS, V28, demostrando así que los datos recolectados tienen consistencia interna alta, debido a que se mide lo que se debe medir.

Escala: CONFIABILIDAD DE LA SEGUNDA VARIABLE (COMPETITIVIDAD PLANEADA)

Tabla 4. Confiabilidad de la Segunda variable

Estadísticas de fiabilidad

Alfa	de N	de
Cronbach	elementos	
0,900	18	

Fuente: SPSS

El valor que se ha obtenido para la confiabilidad es 0.900, lo que representa a un 90.00 % de confianza con el procedimiento estadístico Alfa de Cronbach, utilizando el programa estadístico SPSS, V28, demostrando así que los datos recolectados tienen consistencia interna, debido a que se mide lo que se debe medir.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos en la investigación el cual fue aplicado a un total de 40 directivos de la empresa FUNDO AMIR S.A

4.1.1 Descripción de la muestra

4.1.1.1 Descripción de la variable oferta exportable

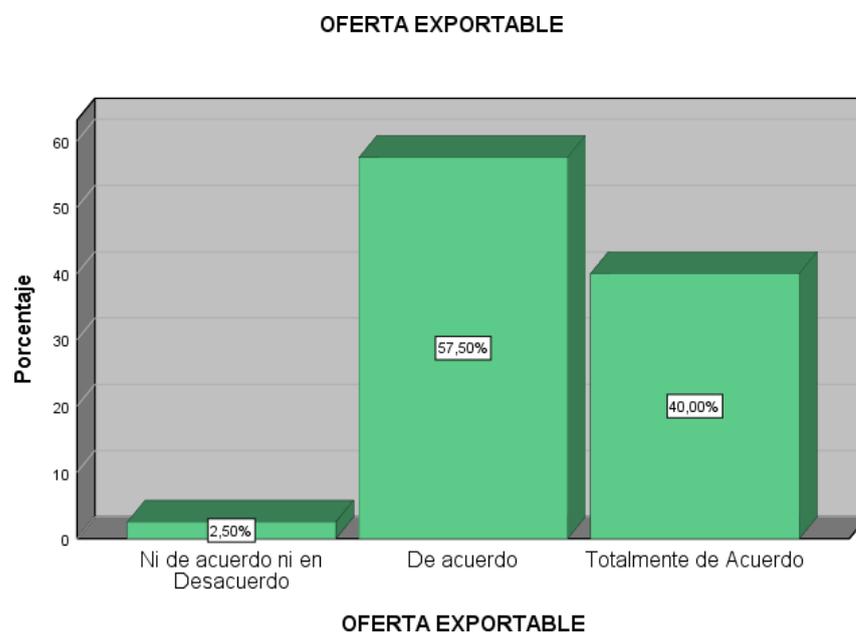
A continuación, la información que se obtuvo a través de las encuestas realizadas a 40 directivos de la empresa Fondo Amir S.A de la provincia de Tacna en el 2021-2022, para poder determinar si existe relación entre la oferta exportable y la competitividad planeada.

Tabla 5. Frecuencias y porcentaje de la variable oferta exportable

OFERTA EXPORTABLE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	1	2,5%	2,5	2,5
	De acuerdo	23	57,5%	57,5	60,0
	Totalmente de Acuerdo	16	40,0%	40,0	100,0
	Total	40	100,0%	100,0	

Fuente: Encuesta de la oferta exportable a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Figura 4: Frecuencia y porcentaje de la variable oferta exportable



Nota. Encuesta de la oferta exportable a los directivos de la empresa FondoAmir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Fuente: Elaboración propia SPSS.

En la tabla 5 y figura 4, se observa que 1 (2,5%) de los directivos consideran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” que la oferta exportable influye con la competitividad planeada para crecer en el rubro. Mientras que un 23 (57,5%) están “De acuerdo” en que la oferta exportable no son obstáculos que repercuten en la competitividad planeada. Por otro lado, se observa que 16 (40,0%) están “Totalmente de acuerdo” en que la oferta exportable no son obstáculos que repercuten en la competitividad planeada para crecer en el rubro. Lo que da a entender que más de la mitad de los directivos están seguros de que la oferta exportable es importante para poder desarrollar y crecer su competitividad en el rubro que se desarrollen.

Tabla 6. Tabla descriptiva de la variable oferta exportable

Descriptivos			Estadístico	Desv. Error
OFERTA EXPORTABLE	Media		4,3750	0,08539
	95% de intervalo de	Límite inferior	4,2023	
	confianza para la media	Límite superior	4,5477	
	Media recortada al 5%		4,3889	
	Mediana		4,0000	
	Varianza		0,292	
	Desv. Desviación		0,54006	
	Mínimo		3,00	
	Máximo		5,00	
	Rango		2,00	
	Rango intercuartil		1,00	
	Asimetría		0,016	0,374
	Curtosis		3,970	0,733

Fuente: Encuesta de la oferta exportable a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

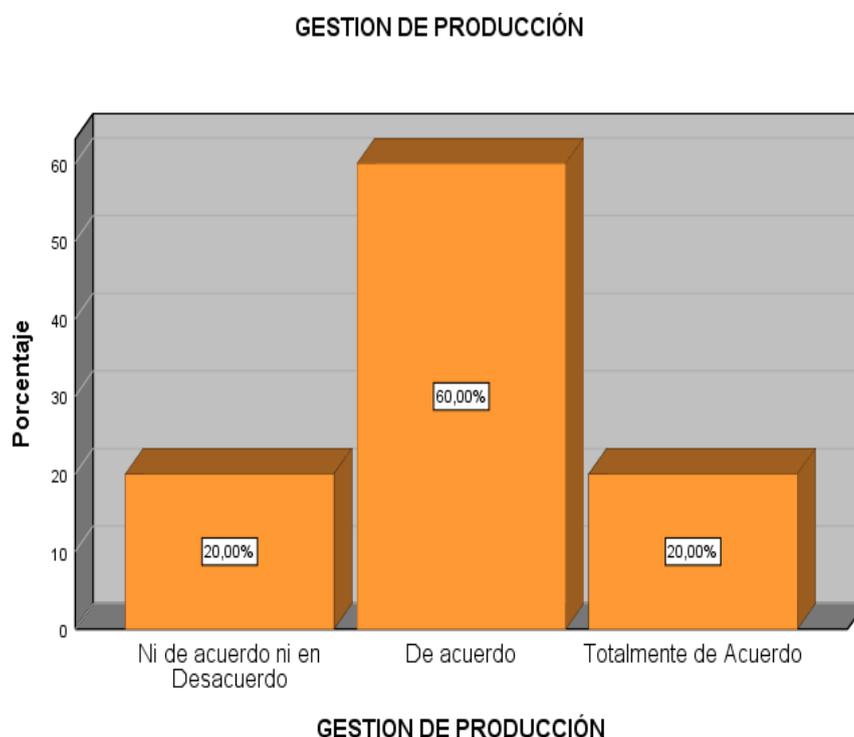
En la Tabla 6, se puede observar que el promedio de las respuestas de acuerdo con la oferta exportable en la empresa Fondo Amir de la región Tacna, con el tamaño de muestra de 40 directivos, resultó 4,3750. De acuerdo con el valor mínimo fue 3 y el valor máximo 5. También, es necesario señalar que la distribución de datos evidencia un sesgo negativo (asimetría=0,016). En tal sentido, la mayoría de los datos muestra un alto grado de concentración en relación a los valores centrales (curtosis=3,970).

Tabla 7. Frecuencias y porcentajes de la V1D1 (Gestión de Producción)

		GESTIÓN DE PRODUCCIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	8	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	24	60,0	60,0	80,0
	Totalmente de Acuerdo	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de la gestión de producción a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Figura 5: Frecuencia y porcentaje de la V1D1



Nota Encuesta de la gestión de producción a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Fuente: Elaboración propia SPSS.

En la tabla 7 y figura 5, se observa que 8 (20,0%) de los directivos consideran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” que la gestión de producción influye con la competitividad planeada para crecer en el rubro. Mientras que un 24 (60,0%) están “De acuerdo” en que la gestión de producción no son obstáculos que

repercuten en la competitividad planeada. Por otro lado, se observa que 8 (20,0%) están “Totalmente de acuerdo” en que la gestión de producción no son obstáculos que repercuten en la competitividad planeada para crecer en el rubro. Lo que da a entender que más de la mitad de los directivos están seguros de que la gestión de producción es importante para poder desarrollar y crecer su competitividad en el rubro que se desarrollen.

Tabla 8.- Tabla descriptiva de la V1D1 Gestión de producción

Descriptivos			Estadístico	Desv. Error
GESTIÓN DE PRODUCCIÓN	Media		4,0000	0,10127
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,7952	
		Límite superior	4,2048	
	Media recortada al 5%		4,0000	
	Mediana		4,0000	
	Varianza		0,410	
	Desv. Desviación		0,64051	
	Mínimo		3,00	
	Máximo		5,00	
	Rango		2,00	
	Rango intercuartil		0,00	
	Asimetría		0,000	0,374
	Curtosis		-0,402	0,733

Fuente: Encuesta de la gestión de producción a los directivos de la empresa Fundo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

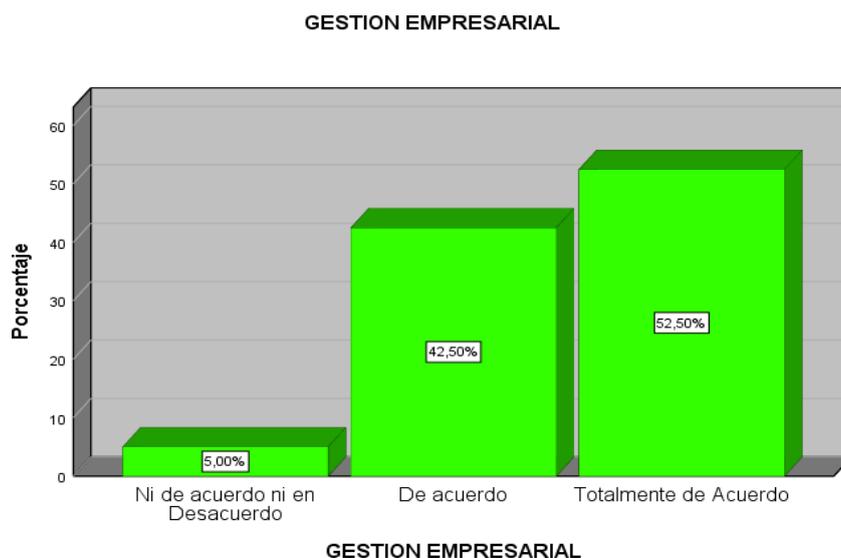
En la Tabla 8, se puede observar que el promedio de las respuestas de acuerdo con la gestión de producción en la empresa Fundo Amir de la región Tacna, con el tamaño de muestra de 40 directivos, resultó 4,0. De acuerdo con el valor mínimo fue 3 y el valor máximo 5. También, es necesario señalar que la distribución de datos evidencia un sesgo negativo (asimetría=0,000). En tal sentido, la mayoría de los datos muestra un alto grado de concentración en relación a los valores centrales (curtosis= -0,402).

Tabla 9. Frecuencias y porcentajes de la V1D2 (Gestión Empresarial)

		GESTIÓN EMPRESARIAL			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
	De acuerdo	17	42,5	42,5	47,5
	Totalmente de Acuerdo	21	52,5	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de la gestión empresarial a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Figura 6: Frecuencia y porcentaje de la V1D2



Nota Encuesta de la gestión empresarial a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Fuente: Elaboración propia SPSS.

En la tabla 9 y figura 6, se observa que 2 (5,0%) de los directivos consideran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” que la gestión empresarial influye con la competitividad planeada para crecer en el rubro. Mientras que un 17 (42,5%)

están “De acuerdo” en que la gestión empresarial no son obstáculos que repercuten en la competitividad planeada. Por otro lado, se observa que 21 (52-5%) están “Totalmente de acuerdo” en que la gestión empresarial no son obstáculos que repercuten en la competitividad planeada para crecer en el rubro. Lo que da a entender que más de la mitad de los directivos están seguros de que la gestión empresarial es importante para poder desarrollar y crecer su competitividad en el rubro que se desarrollen.

Tabla 10. Tabla descriptiva de la V1D2 Gestión empresarial

Descriptivos			Estadístico	Desv. Error
GESTION EMPRESARIAL	Media		4,4750	0,09465
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4,2836	
		Límite superior	4,6664	
	Media recortada al 5%		4,5278	
	Mediana		5,0000	
	Varianza		0,358	
	Desv. Desviación		0,59861	
	Mínimo		3,00	
	Máximo		5,00	
	Rango		2,00	
	Rango intercuartil		1,00	
	Asimetría		-0,654	0,374
	Curtosis		-0,467	0,733

Fuente: Encuesta de la gestión empresarial a los directivos de la empresa Fundo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

En la Tabla 10, se puede observar que el promedio de las respuestas de acuerdo con la gestión empresarial en la empresa Fundo Amir de la región Tacna, con el tamaño de muestra de 40 directivos, resultó 4,4750. De acuerdo con el valor mínimo fue 3 y el valor máximo 5. También, es necesario señalar que la distribución de datos evidencia un sesgo negativo (asimetría=-0,654). En tal

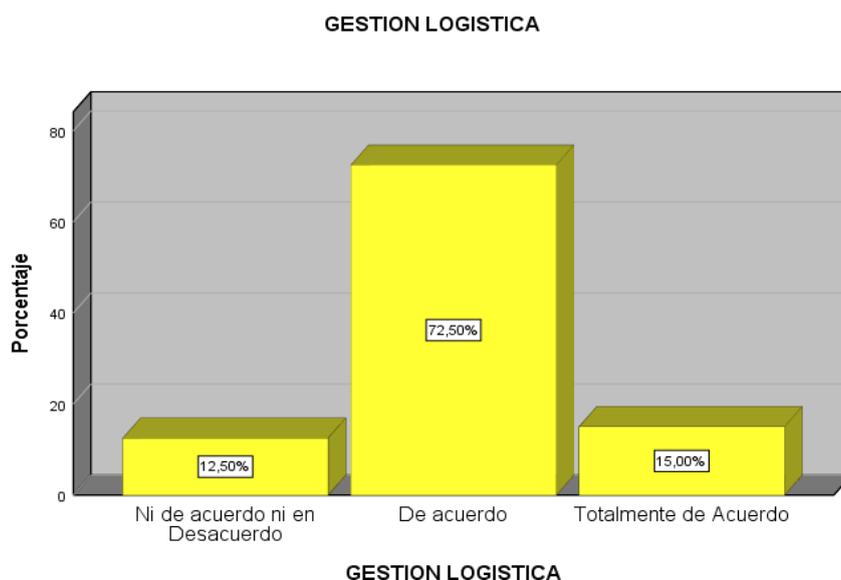
sentido, la mayoría de los datos muestra un alto grado de concentración en relación a los valores centrales (curtosis= -0,467).

Tabla 11. Frecuencias y porcentajes de la V1D3 (Gestión Logística)

		GESTIÓN LOGÍSTICA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	5	12,5	12,5	12,5
	De acuerdo	29	72,5	72,5	85,0
	Totalmente de Acuerdo	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de la gestión logística a los directivos de la empresa Fundo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Figura 7 Frecuencia y porcentaje de la V1D3



Nota Encuesta de la gestión logística a los directivos de la empresa Fundo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Fuente: Elaboración propia SPSS.

En la tabla 11 y figura 7, se observa que 5 (12,5%) de los directivos consideran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” que la gestión logística influye con la competitividad planeada para crecer en el rubro. Mientras que un 29 (72,5%) están “De acuerdo” en que la gestión logística no son obstáculos que repercuten en la competitividad planeada. Por otro lado, se observa que 6 (60%) están “Totalmente de acuerdo” en que la gestión logística no son obstáculos que repercuten en la competitividad planeada para crecer en el rubro. Lo que da a entender que más de la mitad de los directivos están seguros de que la gestión de logística es importante para poder desarrollar y crecer su competitividad en el rubro que se desarrollen.

Tabla 12. Tabla descriptiva de la V1D3 Gestión logística

Descriptivos			Estadístico	Desv. Error
GESTIÓN LOGÍSTICA	Media		4,0250	0,08388
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,8553	
		Límite superior	4,1947	
	Media recortada al 5%		4,0278	
	Mediana		4,0000	
	Varianza		0,281	
	Desv. Desviación		0,53048	
	Mínimo		3,00	
	Máximo		5,00	
	Rango		2,00	
	Rango intercuartil		0,00	
	Asimetría		0,032	0,374
	Curtosis		0,887	0,733

Fuente: Encuesta de la gestión logística a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

En la Tabla 12, se puede observar que el promedio de las respuestas de acuerdo con la gestión logística en la empresa Fondo Amir de la región Tacna, con el tamaño de muestra de 40 directivos, resultó 4,0250. De acuerdo con el valor mínimo fue 3 y el valor máximo 5. También, es necesario señalar que la

distribución de datos evidencia un sesgo positivo (asimetría=0,032).

Asimismo, la mayoría de los datos muestra un alto grado de concentración en relación a los valores centrales (curtosis= 0,887).

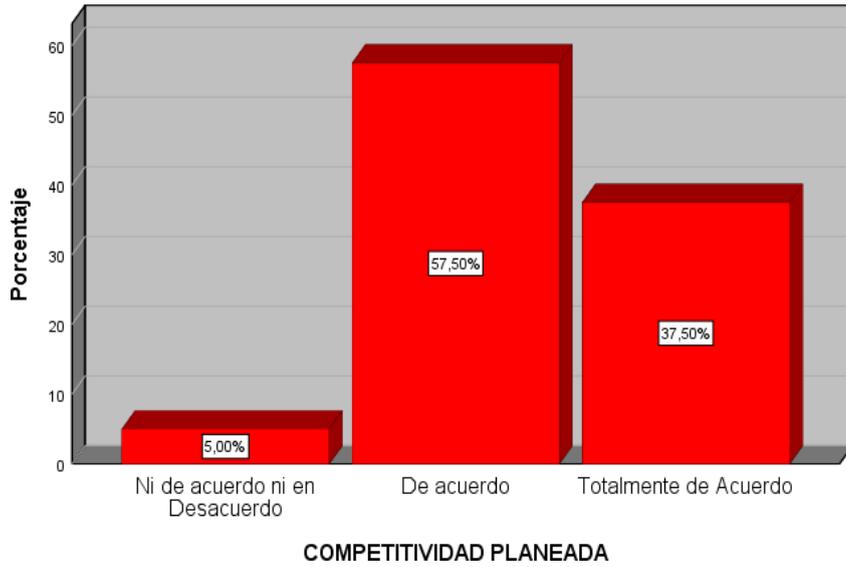
Tabla 13. Frecuencias y porcentajes de la variable competitividad planeada

		COMPETITIVIDAD PLANEADA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
	De acuerdo	23	57,5	57,5	62,5
	Totalmente de Acuerdo	15	37,5	37,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de la competitividad planeada a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Figura 8: Frecuencia y porcentaje de la variable competitividad planeada

COMPETITIVIDAD PLANEADA



Nota Encuesta de la competitividad planeada a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el periodo 2021- 2022.
Fuente: Elaboración propia SPSS.

En la tabla 13 y figura 8, se observa que 2 (5,00 %) de los directivos consideran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” que la competitividad planeada influye con la oferta exportable para crecer en el rubro. Mientras que un 23 (57,5%) están “De acuerdo” en que la no son obstáculos que repercuten en la competitividad planeada. Por otro lado, se observa que 15 (37,5%) están “Totalmente de acuerdo” en que la competitividad planeada no son obstáculos que repercuten en la oferta exportable para crecer en el rubro. Lo que da a entender que más de la mitad de los directivos están seguros de que la oferta exportable es importante para poder desarrollar y crecer su competitividad en el rubro que se desarrollen.

Tabla 14. Tabla descriptiva de la variable competitividad planeada

Descriptivos		Estadístico	Desv. Error
COMPETITIVIDAD	Media	4,3250	0,09049
	Límite inferior	4,1420	

PLANEADA	95% de intervalo de confianza para la media	Límite superior	4,5080	
	Media recortada al 5%		4,3611	
	Mediana		4,0000	
	Varianza		0,328	
	Desv. Desviación		0,57233	
	Mínimo		3,00	
	Máximo		5,00	
	Rango		2,00	
	Rango intercuartil		1,00	
	Asimetría		0,119	0,374
	Curtosis		-0,588	0,733

Fuente: Encuesta de la variable competitividad planeada a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el periodo 2021- 2022.

En la Tabla 14, se puede observar que el promedio de las respuestas de acuerdo con la competitividad planeada en la empresa Fondo Amir de la región Tacna, con el tamaño de muestra de 40 directivos, resultó 4,3250. De acuerdo con el valor mínimo fue 3 y el valor máximo 5. También, es necesario señalar que la distribución de datos evidencia un sesgo positivo (asimetría=0,119). En tal sentido, la mayoría de los datos muestra un alto grado de concentración en relación a los valores centrales (curtosis= -0,588).

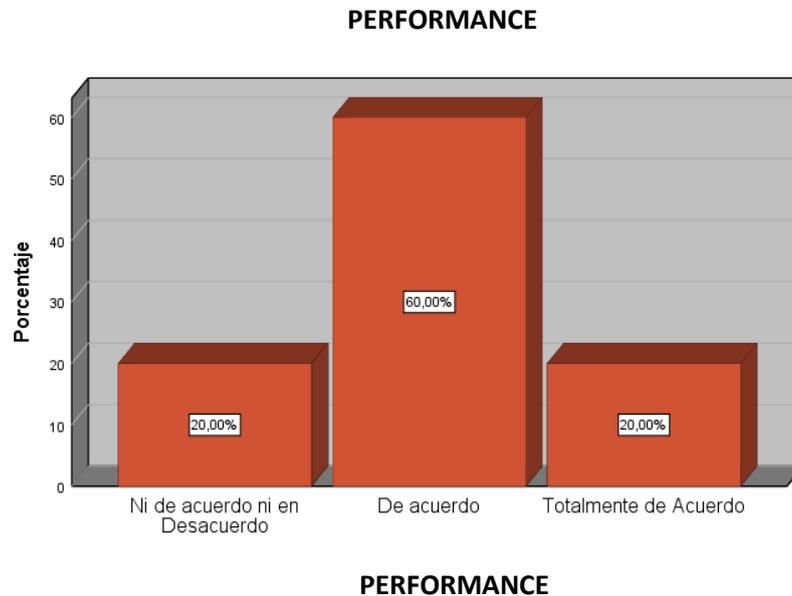
Tabla 15. Frecuencias y porcentajes de la V2D1

		PERFORMANCE			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	8	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	24	60,0	60,0	80,0
	Totalmente de Acuerdo	8	20,0	20,0	100,0

Total	40	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Fuente: Encuesta del performance a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el periodo 2021- 2022.

Figura 9: Frecuencia y porcentaje de la V2D1



Nota Encuesta del performance a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el periodo 2021- 2022.

Fuente: Elaboración propia SPSS.

En la tabla 15 y figura 9, se observa que 8 (20,00 %) de los directivos consideran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” que el performance influye con la oferta exportable para crecer en el rubro. Mientras que un 24 (60,00%) están “De acuerdo” en que la no son obstáculos que repercuten en el performance.

Por otro lado, se observa que 8 (20,00%) están “Totalmente de acuerdo” en que el performance no son obstáculos que repercuten en la competitividad planeada para crecer en el rubro. Lo que da a entender que más de la mitad de los

directivos están seguros de que la calidad es importante para poder desarrollar y crecer su oferta en el rubro.

Tabla 16.- Tabla descriptiva de la V2D1

Descriptivos				
		Estadístico	Desv. Error	
PERFORMARCE	Media		4,0000	0,10127
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,7952	
		Límite superior	4,2048	
	Media recortada al 5%		4,0000	
	Mediana		4,0000	
	Varianza		,410	
	Desv. Desviación		0,64051	
	Mínimo		3,00	
	Máximo		5,00	
	Rango		2,00	
	Rango intercuartil		0,00	
	Asimetría		0,000	0,374
	Curtosis		-0,402	0,733

Fuente: Encuesta del performance a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

En la Tabla 16, se puede observar que el promedio de las respuestas de acuerdo con el performance en la empresa Fondo Amir de la región Tacna, con el tamaño de muestra de 40 directivos, resultó 4,0000. De acuerdo con el valor mínimo fue 3 y el valor máximo 5. También, es necesario señalar que la distribución de datos evidencia un sesgo positivo (asimetría=0,000).

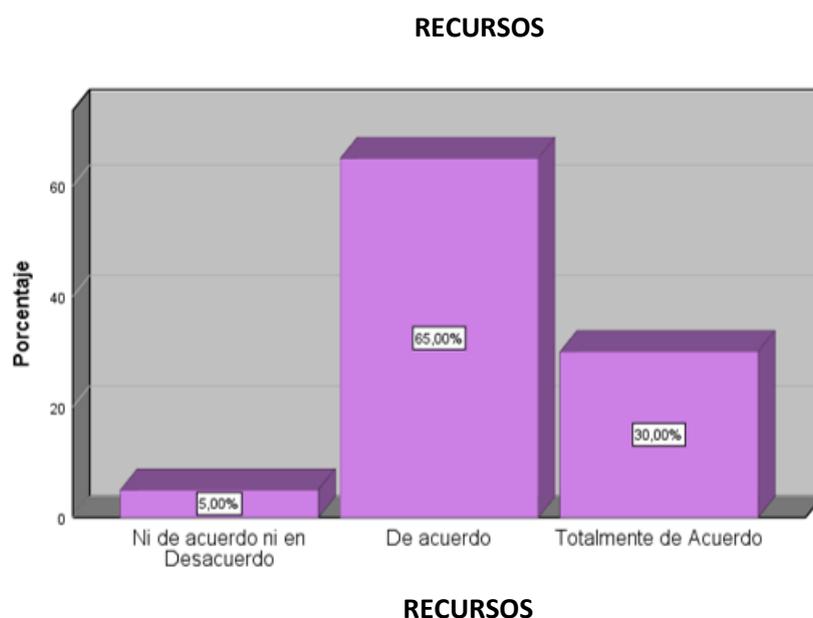
En tal sentido, la mayoría de los datos muestra un alto grado de concentración en relación a los valores centrales (curtosis= -0,402).

Tabla 17.- Frecuencias y porcentajes de la V2D2

		RECURSOS		Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
	De acuerdo	26	65,0	65,0	70,0
	Totalmente de Acuerdo	12	30,0	30,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de los recursos a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Figura 10: Frecuencia y porcentaje de la V2D2



Nota. Encuesta de los recursos a los directivos de la empresa Fondo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Fuente: Elaboración propia SPSS.

En la tabla 17 y figura 10, se observa que 2 (5,00 %) de los directivos consideran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” que los recursos influyen con la oferta exportable para crecer en el rubro. Mientras que un 26 (65,00%) están “De acuerdo” en que la no son obstáculos que repercuten en los recursos. Por otro lado, se observa que 12 (30,00%) están “Totalmente de acuerdo” en que el nivel

de eficiencia no son obstáculos que repercuten en la competitividad planeada para crecer en el rubro. Lo que da a entender que más de la mitad de los directivos están seguros de que los recursos son importantes para poder desarrollar y crecer su oferta en el rubro que se desarrollen.

Tabla 18.- Tabla descriptiva de la V2D2

Descriptivos			Estadístico	Desv. Error
RECURSOS	Media		4,2500	0,08586
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4,0763	
		Límite superior	4,4237	
	Media recortada al 5%		4,2778	
	Mediana		4,0000	
	Varianza		0,295	
	Desv. Desviación		0,54302	
	Mínimo		3,00	
	Máximo		5,00	
	Rango		2,00	
	Rango intercuartil		1,00	
	Asimetría		0,126	0,374
	Curtosis		-0,225	0,733

Fuente: Encuesta de los recursos a los directivos de la empresa Fundo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

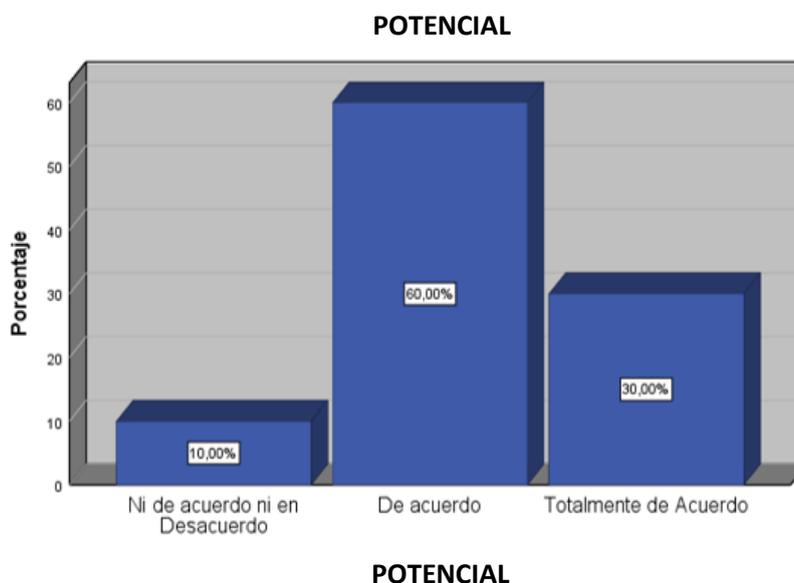
En la Tabla 18, se puede observar que el promedio de las respuestas de acuerdo con los recursos en la empresa Fundo Amir de la región Tacna, con el tamaño de muestra de 40 directivos, resultó 4,2500. De acuerdo con el valor mínimo fue 3 y el valor máximo 5. También, es necesario señalar que la distribución de datos evidencia un sesgo positivo (asimetría=0,126). En tal sentido, la mayoría de los datos muestra un alto grado de concentración en relación a los valores centrales (curtosis= -0,225)

Tabla 19. Frecuencias y porcentajes de la V2D3

		POTENCIAL			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	4	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	24	60,0	60,0	70,0
	Totalmente de Acuerdo	12	30,0	30,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta del potencial a los directivos de la empresa Fundo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Figura 11 Frecuencia y porcentaje de la V2D3



Nota. Encuesta del potencial a los directivos de la empresa Fundo Amir en la región de Tacna en el 2021- 2022.

Fuente: Elaboración propia SPSS.

En la tabla 19 y figura 11, se observa que 4 (10,00 %) de los directivos consideran “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” que el potencial influye con la oferta exportable para crecer en el rubro. Mientras que un 24 (60,00%) están “De acuerdo” en que la no son obstáculos que repercuten en el potencial. Por otro lado, se observa que 12 (30,00%) están “Totalmente de acuerdo” en que el potencial no son

obstáculos que repercuten en la oferta paracreer en el rubro.

Lo que da a entender que más de la mitad de los directivos están seguros de que el potencial es importante para poder desarrollar y crecer su oferta exportable en el rubro que se desarrollen.

Tabla 20. Tabla descriptiva de la V2D3

Descriptivos			Estadístico	Desv. Error
POTENCIAL	Media		4,2000	0,09608
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4,0057	
		Límite superior	4,3943	
	Media recortada al 5%		4,2222	
	Mediana		4,0000	
	Varianza		0,369	
	Desv. Desviación		0,60764	
	Mínimo		3,00	
	Máximo		5,00	
	Rango		2,00	
	Rango intercuartil		1,00	
	Asimetría		-0,115	0,374
	Curtosis		-0,339	0,733

Fuente: Encuesta del potencial a los directivos de la empresa Fundo Amir en la región de Tacna en el periodo 2021- 2022.

En la Tabla 20, se puede observar que el promedio de las respuestas de acuerdo con el potencial en la empresa Fundo Amir de la región Tacna, con el tamaño de muestra de 40 directivos, resultó 4,2500. De acuerdo con el valor mínimo fue 3 y el valor máximo 5. También, es necesario señalar que la distribución de datos evidencia un sesgo positivo (asimetría=0,126). En tal sentido, la mayoría de los datos muestra un alto grado de concentración en relación a los valores centrales (curtosis= -0,225).

4.1.2 Análisis Exploratorio

Se elaboraron tablas de frecuencias, lo cual consideramos las variables principales (Independiente y Dependiente) para la hipótesis que deseamos comprobar. Utilizamos el programa Estadístico SPSS 25 para desarrollar las pruebas. Lo cual antes de ello se realizó la prueba de punto de Normalidad para la muestra.

PRUEBA DE NORMALIDAD

Tabla 21. Prueba de Normalidad (Independiente y Dependiente)

Pruebas de normalidad	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
OFERTA EXPORTABLE	0,701	40	0,000
GESTION DE PRODUCCIÓN	0,786	40	0,000
GESTION EMPRESARIAL	0,723	40	0,000
GESTION LOGÍSTICA	0,705	40	0,000
COMPETITIVIDAD PLANEADA	0,733	40	0,000
PERFORMANCE	0,786	40	0,000
RECURSOS	0,712	40	0,000
POTENCIAL	0,763	40	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia en Spss v.25 a base de encuesta realizada a 40 directivos

Esta tabla 21 presenta los resultados de la prueba de bondad de ajuste, lo cual se observa los resultados de bondad de Shapiro- Wilk(S-W) las variables Oferta exportable e competitividad planeada no se aproxima a una distribución normal ($p > 0.05$) debido a estos hallazgos se deberá emplear estadística no paramétrica.

Prueba de correlación de Spearman para determinar si hay una asociación entre las variables.

VERIFICACIÓN DE LOS OBJETOS O CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

Subtitulo derivado del objetivo o hipótesis específica 1 enunciada de la siguiente manera.

H0: La gestión de producción no influye en la competitividad planeada de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño en el 2021-2022

H1: La gestión de producción influye en la competitividad planeada de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño en el 2021-2022

Para el presente caso, el nivel de significancia para la debida contrastación de la hipótesis en la prueba de correlación de Spearman es de $\alpha = 0.05$ (5%), por lo tanto, $P > 0.05$, para que sea significativo.

Tabla 22. Correlación entre V1D1 Y V2 (Gestión de producción y competitividad planeada)

Correlaciones

			GESTIÓN DE PRODUCCIÓN	COMPETITIVIDAD PLANEADA
Rho de Spearman	GESTION DE PRODUCCIÓN	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 40	0,397* 0,011 40
	COMPETITIVIDAD PLANEADA	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	0,397* 0,011 40	1,000 . 40

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

Fuente: Elaboración propia en Spss v.25 a base de encuesta realizada a 40 directivos

INTERPRETACIÓN:

La hipótesis específica 1 planteada ha sido comprobada con una relación existente de un 0.397 denominándose, así como una correlación positiva baja,

La hipótesis específica 1 planteada ha sido comprobada con una relación existente de un 0,440 denominándose, así como una correlación moderada,así mismo presenta una Sig de 0,011, por lo $P < 0.05$ por lo cual P es menor se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Si existe una influencia entre gestión de producción y la competitividad planeada de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño en el 2021-2022.

Subtitulo derivado del objetivo o hipótesis específica 2 enunciada de la siguiente manera.

H0: La gestión empresarial no influye en la competitividad planeada de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño en el 2021- 2022

H1: La gestión empresarial influye en la competitividad planeada de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño en el 2021- 2022

Tabla 23. Correlación entre V1D2 Y V2 (Gestión empresarial y Competitividad planeada)

Correlaciones			GESTION EMPRESARIAL	COMPETITIVI DAD PLANEADA
Rho de Spearman	GESTIÓN EMPRESARIAL	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 40	0,440** 0,005 40
	COMPETITIVIDAD PLANEADA	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	0,440** 0,005 40	1,000 . 40

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

Fuente: Elaboración propia en Spss v.25 a base de encuesta realizada a 40 directivos

INTERPRETACIÓN:

La hipótesis específica 2 planteada ha sido comprobada con una relación existente de un ,440 denominándose, así como una correlación moderada, Asimismo, presenta una Sig de 0,005, por lo $P < 0.05$ por lo cual P es menor se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Si existe una influencia entre gestión empresarial y la competitividad planeada de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño en el 2021-2022.

Subtitulo derivado del objetivo o hipótesis específica 3 enunciada de la siguiente manera.

H0: La gestión logística no influye en la competitividad planeada de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño en el 2021-2022.

H1: La gestión logística influye en la competitividad planeada de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño en el 2021-2022.

Tabla 24.- Correlación entre V1D3 Y V2 (Gestión logística y Competitividad planeada)

Correlaciones

		GESTIÓN LOGÍSTICA	COMPETITIVIDAD PLANEADA
Rho de Spearman	GESTIÓN LOGÍSTICA	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,450**
		N	40
	COMPETITIVIDAD PLANEADA	Coeficiente de correlación	0,450**
		Sig. (bilateral)	0,004
		N	40

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

Fuente: Elaboración propia en Spss v.25 a base de encuesta realizada a 40 directivos

INTERPRETACIÓN:

La hipótesis específica 3 planteada ha sido comprobada con una relación existente de un 0,450 denominándose, así como una correlación positiva moderada,asimismo, presenta una Sig de 0,04, por lo $P < 0.05$ por lo cual P es menor se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Si existe una influencia entre gestión logística y la competitividad planeada de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño en el 2021-2022.

Título derivado del objetivo o hipótesis general

Para la presente evaluación se tuvo que hallar la media a cada una de ellas a fin de realizar la correlación entre ambas variables.

Tabla 25.- Correlación entre V1 Y V2 (Oferta exportable y Competitividad planeada)

Correlaciones

			OFERTA EXPORTABLE	COMPETITIVI DAD PLANEADA
Rho de Spearman	OFERTA EXPORTABLE	Coeficiente de correlación	1,000	0,383*
		Sig. (bilateral)	.	0,015
		N	40	40
	COMPETITIVIDAD PLANEADA	Coeficiente de correlación	0,383*	1,000
Sig. (bilateral)		0,015	.	
		N	40	40

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

Fuente: Elaboración propia en Spss v.25 a base de encuesta realizada a 40 directivos

INTERPRETACIÓN:

Por otro lado, para validar el cumplimiento del objetivo general se planteó una hipótesis general:

H0: Los mecanismos de mejora no influyen en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.

H1: Los mecanismos de mejora influyen en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.

La hipótesis general planteada ha sido comprobada ya que la relación existente es de un 0.383, denominándose correlación positiva muy alta.

La hipótesis general planteada ha sido comprobada con una relación existente de un 0,015 denominándose, así como una correlación moderada, asimismo, presenta una Sig de 0,005, por lo $P < 0.05$ por lo cual P es menor se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En el presente trabajo de investigación se obtuvieron resultados a través de los datos recogidos del cuestionario dirigido a los 40 directivos de la empresa Fundo Amir S.A de la región Tacna en el 2020-2022.

Hipótesis General: Los factores de mejora en la oferta exportable de la aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A en el mercado brasileño son: gestión de producción, gestión empresarial y gestión logística influyen en alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.

En función a la hipótesis general desarrollada en la investigación se muestra que obtuvimos un resultado del 97% está de acuerdo en que los factores de mejora en la oferta exportable de aceituna negra al mercado brasileño son: gestión de producción, gestión empresarial y gestión logística.

Asimismo, Rozo (2020), sostiene en su investigación que los factores claves para la oferta exportable son la gestión de producción, gestión empresarial y gestión de exportación con el propósito de consolidar e impulsar el comercio internacional de las pyme de la provincia de Manabí para fortalecer la competitividad y productividad mediante el acceso a créditos, programas, políticas y estrategias con el fin de promover el incremento y diversificación de la oferta exportable.

En ese sentido, se confirma la importancia que presentan estos factores y su influencia de mejora en el proceso de exportación de aceituna negras para alcanzar la competitividad en el mercado brasileño, en el trabajo se menciona lo importante que es la gestión de producción para la oferta exportable debido a que es necesario contar con un promedio de toneladas mensuales producidas para poder negociar en el mercado internacional.

En conclusión, la discusión de los resultados es favorable, debido a que el autor mencionado anteriormente, respalda la hipótesis comprobada dentro de la investigación.

Hipótesis Específica 1:

La gestión de producción influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.

La investigación demuestra que la gestión de producción influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fondo Amir S.A al mercado brasileño influye para alcanzar la competitividad planeada en el 2021- 2022.El 80 % de los directivos están de acuerdo con la hipótesis planteada. Sin embargo, el 20% se mantienen en una posición neutra debido a que las técnicas utilizadas en la gestión de producción siguen siendo tradicionales, esto se debe a que los colaboradores en la zona de packing del producto actualmente hacen el proceso de deshuesar las aceitunas de manera manual condicionando el tiempo de tener la mercadería lista para proceder a su empaque, teniendo así un tiempo de productividad limitada.

Es así como, Alejos & Ríos (2020), en su trabajo de investigación afirman que un factor clave para mejorar la competitividad es la gestión de producción, ya que aún se muestra falta de infraestructura y conectividad para integrar la cadena productiva, en especial al agricultor con las empresas procesadoras de cacao y las fábricas. Los cultivos, además, se ubican en localidades pobres, con técnicas poco eficientes, lo que reduce su competitividad, por lo que urge promover la mayor participación de los productores con el apoyo del Estado.

Ambos trabajos de investigación mencionan lo importante que es la gestión producción en la cadena de suministro, estas mencionan la importancia de ser una infraestructura adecuada y moderna debido a que ello puede condicionar a que no se utilice toda la cosecha en un periodo.

La discusión de los resultados es favorable, debido a que el autor mencionado anteriormente, respalda la hipótesis específica 1 comprobada dentro de la investigación.

Hipótesis Específica 2:

La gestión empresarial influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.

La investigación demuestra que la gestión empresarial influye en la oferta

exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño influye para alcanzar la competitividad planeada en el 2021- 2022. Se obtuvo un resultado de 95 % se encuentra de acuerdo con este factor.

Esto se debe en que la gestión empresarial dentro de la empresa haya tenido un óptimo manejo de los recursos financieros para incrementar el volumen de producción de las aceitunas negras y poder tener mayor presencia en el mercado brasileño.

En base a ello Gonzales (2015), en su investigación afirma que la gestión empresarial permite que los microempresarios puedan darle un valor agregado a su negocio mediante una correcta planificación, brindándole también herramientas de crecimiento y fomento del negocio a través del financiamiento, cumplimiento de obligaciones y asociatividad empresarial que permite ser más competitivo en el mercado; así también fomentar la formalización de los microempresarios mediante los beneficios que otorga el Estado, que muchas veces no son captadas en su totalidad por los dueños del negocio y perdiendo la oportunidad de expandirse y crecer formalmente.

En base a lo mencionado ambos trabajos de investigación sostienen lo importante que es la gestión empresarial en el desarrollo de la empresa, estas mencionan la importancia de contar con una planificación a mediano y largo plazo, el correcto uso de recursos y financiamientos con la finalidad de obtener un crecimiento anual en ventas, producción, personal, recursos, sin afectar la estabilidad financiera de la empresa.

La discusión de los resultados es favorable, debido a que el autor mencionado anteriormente, respalda la hipótesis específica 2 comprobada dentro de la investigación.

Hipótesis Específica 3:

La gestión logística influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el 2021-2022.

La investigación demuestra que la gestión logística influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño, obteniendo como resultado que un 87,5% de los directivos de la empresa se encuentra de acuerdo en cómo la empresa maneja una cadena de suministro optima. para ello la empresa tiene estándares establecidos para el proceso de *packaging* en el cual se define en cómo se está empaquetando el producto en sobres de 1kg para el mercado nacional y en bidones para el mercado extranjero con el fin de conservar en optimo estado el producto, para luego tener un proceso de envío mediante el sistema marítimo para ello la empresa se encarga de definir con el cliente que Incoterm se optara para realizar el envío, según lo establecido por la empresa se suele recurrir al FOB salvo algunas ocasiones que se utiliza el CFR, por último, se toma en cuenta los medios de pago utilizados dentro del proceso logístico el cual permite que el cliente pueda gestionar compras grandes y con seguridad en el proceso de pago brindando una estabilidad tanto al usuario

como la empresa.

Según De La Hoz y Martínez (2017), en su investigación indican que la gestión logística se ha convertido en un factor clave de competitividad en las pyme en el departamento del Atlántico, cuyo fin ha sido el acceso a adecuados canales de distribución, fomentando mejor y mayor flujo de materiales y productos terminados. Facilitando el acceso de las personas a dichos productos, además generando transacciones entre las empresas para el desarrollo de la región.

En ambos trabajos se sostiene lo importante que es la gestión logística dentro del desempeño de operaciones dentro de la cadena de suministro de la empresa, mediante diversos indicadores permitiendo evaluar hasta qué punto o en qué medida se están logrando los objetivos planteados para alcanzar la competitividad en el mercado brasileño.

La discusión de los resultados es favorable, debido a que el autor mencionado anteriormente, respalda la hipótesis específica 3 comprobada dentro de la investigación.

CONCLUSIONES

1. Los factores de mejora en la oferta exportable de la aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A en el mercado brasileño son: la gestión de producción, gestión empresarial y gestión logística; de forma significativa y directa en el proceso de exportación de la aceituna negra. Durante el desarrollo de la investigación, se encontró un nuevo factor que determina el proceso de exportación, la tecnología es muy importante para la región al no desarrollar la parte innovadora, ya que los productores realizan de manera manual el trabajo de pelado de aceitunas negras y esto puede originar que la producción se encuentre limitada para su exportación al mercado brasileño.
2. Ciertamente, la gestión de producción desempeña un papel crucial en la mejora de la oferta exportable de aceituna negra al mercado brasileño, especialmente en la notable capacidad de producción y cultivo de olivos en la región Tacna. A pesar de este potencial, las empresas olivícolas de esta zona se encuentran limitadas debido a la falta de asistencia y capacitación del gobierno peruano en temas de exportación. Esta falta de apoyo dificulta el desarrollo completo de la industria y su capacidad para aprovechar las oportunidades de exportación al mercado brasileño.
3. La gestión empresarial juega un papel crucial en la mejora de la oferta exportable de aceituna negra al mercado brasileño. Una organización sólida y bien estructurada tiene una mayor competitividad en este mercado. Un enfoque organizado no solo incrementa las finanzas y asegura el cumplimiento de obligaciones, sino que también mejora la capacidad de negociación. Al seguir una línea de procedimientos

eficientes, la empresa puede optimizar sus diferentes departamentos, logrando una ejecución eficaz que se refleja en los resultados al exportar la aceituna negra al mercado brasileño.

4. La gestión logística desempeña un papel crucial en la mejora de la oferta exportable de aceituna negra al mercado brasileño. Los beneficios para la empresa son significativos, pero la falta de una logística adecuada antes de la operación podría resultar en pérdidas considerables. Es imperativo estudiar tanto el mercado local como el internacional detenidamente antes de embarcarse en la exportación. Además, tener un conocimiento profundo de los incoterms y saber negociarlos adecuadamente son pasos esenciales para asegurar el éxito en esta empresa.

RECOMENDACIONES

- Es fundamental llevar a cabo investigaciones exhaustivas sobre la producción de aceitunas negras en Perú. Está claro que este producto es rentable para el sector agroindustrial y representa un cultivo en expansión, con presencia ya establecida en países de Latinoamérica y Europa. Estas investigaciones no solo fortalecerán nuestras exportaciones, sino que también contribuirán al aumento del volumen de exportación de la empresa Fundo Amir. Al profundizar nuestro conocimiento sobre este cultivo y sus oportunidades en el mercado internacional, estaremos mejor preparados para aprovechar al máximo su potencial, beneficiando así tanto a la empresa como al sector agroindustrial peruano en su conjunto.
- Se sugiere la implementación de una máquina deshuesadora en la empresa. Esta tecnología no solo aumentará la capacidad de producción y el proceso de lavado de aceitunas, sino que también garantizará la calidad del producto final. Esta mejora en la eficiencia permitirá aumentar la capacidad de exportación y, en consecuencia, mejorar la competitividad en el mercado brasileño. La adopción de esta maquinaria no solo optimizará los procesos internos, sino que también puede llevar a un aumento significativo en la productividad y la satisfacción del cliente.
- Se recomienda implementar un área de Investigación y Desarrollo (I+D) en la empresa. Esta iniciativa facilitaría la creación de nuevos productos derivados de la aceituna negra, como cremas para la piel o consumibles innovadores. Esta diversificación no solo permitirá ingresar a mercados ya establecidos,

sino también captar la atención de nuevos mercados con productos novedosos y diferenciados. La inversión en I+D no solo impulsa la creatividad y la innovación, sino que también puede abrir oportunidades significativas para el crecimiento y el éxito a largo plazo de la empresa.

- Se sugiere realizar el embalaje completo destinado al consumidor final. En este caso, la empresa Fundo Amir proporciona bidones del producto, pero no ofrece la presentación final deseada por el cliente. Establecer una alianza comercial para llevar a cabo el proceso de embalaje y empaquetado final en las instalaciones de la empresa puede ser una solución eficaz. Esto no solo aumentará las ganancias, sino que también permitirá al usuario final optimizar sus procesos al recibir el producto de manera lista para ser comercializado, mejorando así la experiencia del cliente y la competitividad en el mercado.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, R. (2017). Determinar los indicadores técnicos, económicos y asociativos de la producción olivícola de la Región Tacna (tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú. Repositorio UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/4580>
- Arias, J. (2021). Diseño y metodología de la investigación. Arequipa, Perú: Editorial Enfoques Consulting Eirl.
- Asquí, G. (2016). Análisis de las limitaciones para la exportación de aceituna de mesa en envases destinados al consumo en la empresa agroindustrias Olivepack S.A.C (tesis de pregrado). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú. Repositorio Universidad Privada de Tacna. <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/74/1/asqui-gamica-erika.pdf>
- Aumenta la demanda por aceitunas en el mercado internacional. (2021, 11 de octubre). La Cámara. Recuperado <https://lacamara.pe/aumenta-la-demanda-por-aceitunas-en-el-mercado-internacional/>
- Botero, L. (2015). Internacionalización y competitividad. Revista Ciencias Estratégicas, 22 (32), 187-196. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151339264001.pdf>
- Cargo Flores. (2015). Logística internacional. Recuperado de <https://www.cargoflores.com/service/logistica-y-distribucion-internacional/>
- Carrasco, E. (17 febrero de 2021). ¿Qué es el capital social? Capital social de una empresa. STEL Order. Recuperado de <https://www.stelorder.com/blog/capital-social/#:~:text=La%20mejor%20definici%C3%B3n%20de%20capital,en%20alg%C3%BAn%20momento%20del%20futuro.&text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20capital%20social%20de%20una%20empresa%3F>
- Choque, C. (2018). Dependencia de la exportación de aceituna peruana al mercado de Brasil (tesis de pregrado). Universidad San Luis Gonzaga, Buenos Aires, Argentina. Repositorio Universidad San Luis Gonzaga. <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/maestria/2016choqueyarascachristellucero2.pdf>
- Cruz Lau, L., & Yarihuaman Parian, E. (2019). Factores que limitan las exportaciones de aceitunas correspondientes a la partida arancelaria 2005.70. 0000 de la región Tacna hacia el mercado mexicano del 2015 al 2019. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626491/CruzL_L.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- De La Cruz, C. y Mestanza, C. (2019). Gestión de exportación de una barra

energética a base de quinua y arándano para su comercialización al mercado de San Francisco - Estados Unidos - 2019. (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11537/14806>

De la Hoz, J. y Ventura, M. (2017). Gestión logística y competitividad en pymes del sector de operadores logísticos del departamento del Atlántico. (Tesis de maestría). Repositorio de la Universidad de la Costa. Recuperado de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/382/55250248%2073166217.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Editorial etecé (2021). Recursos de una empresa. Recuperado de: <https://concepto.de/recursos-de-una-empresa/>

Ferraz, J., D. Kupfer y L. Haguener. (2015). Desafíos competitivos para a indústria, Río de Janeiro, Brasil: Revista de la cepal 51.

Flores, H. y Abanto, V. (2019). La gestión de producción y su influencia en las exportaciones de vajillas de plásticos de la empresa Manufacturas y Moldeos Plásticos S.A.C. - San Juan de Lurigancho. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte, Lima, Perú. Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23649>

Gonzales, J. (2015), Gestión Empresarial y Competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la Ley N°28015 en el distrito de la Victoria, año 2013. (Tesis de Licenciatura). Universidad San Martín de Porres. Lima. Recuperado de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/1117>

González, N., Jacobo, C., Ochoa, B. y Chairez, E. (2015). Gestión empresarial: oportunidades de mejora en los negocios. Sonora, México: ITSON.

Grebe, G. (2018). Investigación científica e investigación aplicada en el instituto de salud pública de Chile. Revista del Instituto de salud pública de Chile, 2(1). Recuperado de <https://revista.ispch.gob.cl/index.php/RISP/article/view/54>

Grupo Garatu. (2015). Software MES de gestión de la producción. Recuperado de <https://development.grupogaratu.com/>

Hernández, M., Cantin, S., Lopez, N., y Rodríguez, M. (2015). Estudio de encuestas. Estudio de Encuestas, 100. Recuperado de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36952451/ENCUESTA_Trabajo.pdf?1426177899=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEstudio_De_Encuestas.pdf&Expires=1614484081&Signature=IN~DREe6apnXIYuqQagr6zAqFWusebgcFgqWIUL9-bLsgrNk~63qBRPeHQYQTL0TQ4TjN05B9lpjou5QBgVJ2q6AScfE75GMZs2ZWwi5g2M5I6GLUtDjUn4Y76~iSGIk2w9HGGWSCUQ5mQJtWmvfNzsoKftz7I2ft7Pa4dNbfwpAFOxhywPGp1Y27fNYtjQQzp4VF4Giw5uLpwe

ExollpQ2Ep13ce~KNdIGIL7SwJ2kp~XE0kpICV50ggxRAIRd7EJ2GNzE
~Kqyx4f3pTLzFmcP0q0K73bMIZASkUEXAq1eefLPQQU2Y7SOPO8tLR
fwLvy7G~EJDZBmCNfbsX65~fA_____&K ey-Pair-
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2015). Selección de la muestra. En Metodología de la Investigación (6ª ed). México: McGraw-Hill.
- Huamán, J., Treviños, L., y Medina, W. (2022). Epistemología de las investigaciones cuantitativas y cualitativas. Horizonte de la ciencia, 12(23), 27-47. doi: <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2022.23.1462>
- Koontz, H. y Ciry, D. (2015). Curso de Administración Moderna- Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas. México. Litográfica Ingramex S.A.
- Leonor, G., Mendoza, A., Vences, D. y Moreira, L. (2019). La oferta exportable de las Pymes de la provincia de Manabí. (Tesis de Maestría). Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador. Recuperado de https://www.academia.edu/72776787/La_oferta_exportable_de_las_PYMES_de_la_provincia_de_Manab%C3%AD
- Loya, J. (2021). Google Forms una herramienta que nos ayudara con las encuestas. Recuperado de Google Forms: Una Herramienta que nos ayudará con las Encuestas | Modalidad A Distancia (continental.edu.pe)
- Marciniak, R. (2019) Elementos que conforman el Micro y Macro ENTORNO empresarial y Potencial de la empresa. Recuperado de: <https://renatamarciniak.wordpress.com/tag/potencial-de-la-empresa/>
- Mecalux. (2020). KPI en logística: así se mide el éxito en la 'supply chain'. Recuperado de: <https://www.mecalux.com.mx/blog/kpi-logistica>
- Meza, S. (2021). El impacto de las exportaciones de empresas miembros de la asociación proolivo en las exportaciones totales de la partida arancelaria 2005.70.0000 de la aceituna de Tacna y del Perú 2015-2019 (tesis de pregrado). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú. Repositorio Universidad Privada de Tacna. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1878>
- MIDAGRI. (2019). Oferta Exportable. Recuperado de <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Ministerio de Agricultura. (2018). Resumen ejecutivo de Olivo. Recuperado de <http://repositorio.minagri.gob.pe/handle/MINAGRI/41>

- Montalvo, M. (2017). Sector Olivícola de la República Argentina: potenciar la competitividad de las aceitunas de mesa (tesis de licenciatura). Universidad empresarial del siglo 21, Córdoba, Argentina. Repositorio Universidad Empresarial Siglo 21. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/13135/MONTALVO%20MARINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nunes, P. (15 de marzo de 2015). Economía.Knoow.Recuperado de <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/liquidez.htm>
- Nunes, P. (17 julio de 2016). Gestión de la Producción. Knoow. Recuperado de <https://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-la-produccion/>
- Pérez, A. (2018). Recursos financieros: 4 razones para automatizar su gestión. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.obsbusiness.school/blog/recursos-financieros-4-razones-para-automatizar-su-gestion>
- Plata, R. (2019). Los Términos de Intercambio y su Influencia en la Exportación de Aceituna en Tacna, Período 2016-2018 (tesis de pregrado). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú. Repositorio Universidad Privada de Tacna.
- Pozo, H. (2021). Oferta Exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina (tesis de licenciatura). Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán, Ecuador. Repositorio Universidad Politécnica Estatal del Carchi. <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1154/1/481-%20POZO%20CORDOVA%20HENRY%20ALEXANDER.pdf>
- Roldán, P. y Fachelli,S.(2015).Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona, España: Creative Commons.
- Rozo, O. (2020). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. Recuperado de <http://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es>
- Ruiz, M. (2018). Mejoras del proceso de elaboración de la aceituna de mesa con Dop Aloreña de Málaga: análisis de control de peligros y puntos críticos en las industrias (tesis doctoral).Universidad de Córdoba

,Argentina <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/17216?locale-attribute=en>

- Salazar, F., & Villanueva, K. (2015). La cadena de valor y productividad para mejorar las exportaciones de aceitunas en el fundo La Noria S.A.C. 2011 – 2013 (tesis de pregrado). Universidad Femenina del Sagrado Corazón, Lima, Perú. Repositorio Institucional UNIFE. <https://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/handle/20.500.11955/59/browse?type=author&value=Salazar+Zurita%2C+Fiorella>
- Tapia, I., y Escobar, A. (2017). Evolución de las exportaciones de aceitunas de Chile entre los años 1993-2005 (tesis de pregrado). Universidad de Tarapacá, Chile. Repositorio Universidad de Tarapacá. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/idesia/v25n2/art03.pdf>
- Trade Map. (2020). Lista de los mercados importadores para un producto importado en Latinoamérica. Producto 2005700: Aceitunas preparadas y conservadas; sin congelar [Base de Datos] Recuperado de <https://www.trademap.org/>

ANEXOS

Anexo I: Matriz de Consistencia

Anexo II: Validación del instrumento por expertos

Anexo III: Instrumentación de Recolección de Datos

Anexo IV: Evidencia

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS:

FACTORES DE MEJORA DE LA OFERTA EXPORTABLE DE ACEITUNA NEGRA DE LA EMPRESA FUNDO AMIR S.A AL MERCADO BRASILEÑO PARA ALCANZAR LA COMPETITIVIDAD PLANEADA EN EL 2021-2022

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PYMES Y EMPRENDIMIENTO

AUTOR(ES):

DIANA ALEXANDRA TIMOTEO GALINDO, BRYAN STUARD FERNANDEZ GALLARDO

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuáles son los factores de mejora de la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022?	Determinar cuáles son los factores de mejora de la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022.	Los factores de mejora en la oferta exportable de la aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A en el mercado brasileño son: gestión de producción, gestión empresarial y gestión logística influyen en alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022.	Variable 1 (VI): Oferta Exportable Variable 2 (VD): Competitividad planeada	D1: - Gestión de Producción D2: Gestión Empresarial D3: Gestión logística	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo • Alcance: Descriptivo correlacional • Tipo: aplicada • Diseño: No Experimental • Unidad de análisis: Colaboradores de la empresa Fundo Amir S.A- Tacna
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable / Dimensión	Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)
¿Es la gestión de producción un factor de mejora en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022 ?.	Determinar si la gestión de producción es un factor de mejora en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022.	La gestión de producción influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022.	Variable 1/ D1: Oferta exportable/Gestión de producción	Cantidad Cumplimiento de normas de técnicas de mercado Calidad	

			Performance	Encuestas
			Recursos Potencial	Fuentes de información
		Variable 2: Competitividad planeada		https://repositorio.usil.edu.pe/serve/r/api/core/bitstreams/60a7908d-0233-4092-a0e6-f325c808030f/content
		Variable 1/ D2:		
¿Es la gestión empresarial un factor de mejora en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022?.	Determinar si la gestión empresarial es un factor de mejora en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022.	La gestión empresarial influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022.	Oferta exportable/ gestión empresarial	Cumplimiento de obligaciones Finanzas Capacidad de negociación
		Variable 2: Competitividad planeada	Performance Recursos Potencial	
		Variable 1/ D3:		
¿Es la gestión logística un factor de mejora en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022?.	Determinar si la gestión logística es un factor de mejora en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022.	La gestión logística influye en la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022.	Oferta exportable/ gestión logística	Envases y embalajes INCOTERMS Medios de pago
		Variable 2: Competitividad planeada	Performance Recursos Potencial	

ANEXO 2:
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS POR EXPERTOS
FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Tabla 27.- Variable 1

Nombre del Instrumento	Encuesta
motivo de evaluación:	
Autor del Instrumento	Elaboración propia.
Variable 1: Variable Independiente	Oferta Exportable
Definición Conceptual:	La oferta exportable es asegurar que los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de mercado destino. Según (MIDAGRI,2019)
Población:	40 colaboradores de la empresa Fundo Amir S. A

Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: GESTIÓN DE PRODUCCIÓN						
Indicador:	¿Considera usted que la	4	3	3	3	
Cantidad	producción de aceitunas negras para el periodo 2021 creció o fue decreciente?					
	¿Considera que la empresa	4	3	3	3	
	cuenta con cantidad requerida de hectáreas de olivo para poder competir en el mercado internacional?					

	¿Considera usted que la empresa cuenta con la cantidad de trabajadores óptima para la producción de aceitunas negras?	4	4	4
Indicador:	¿Considera usted que es importante el certificado fitosanitario en la producción de cada periodo?	3	3	3
Cumplimiento de normas técnicas de mercado	¿Considera usted beneficiario contar con un nivel arancelario 0 para ingresar al mercado brasileño?	4	4	3 3
	¿Considera importante la regulación e inspección de SENASA en la empresa Fundo Amir ?	3	3	3
Indicador:	¿Para poder ingresar al mercado brasileño piden certificado de calidad de la aceituna negra?	3	3	3
Calidad	¿Es necesario que la producción de aceituna negra cumpla con un tamaño regulado por el mercado brasileño?	3	3	3
	¿Considera que la empresa cumple con todos los estándares de calidad para gestionar el cultivo, producción y envió de aceitunas negras?	4	4	4

**D2: GESTIÓN
EMPRESARIAL**

Indicador: Cumplimiento de obligaciones	¿La empresa ofrece un producto de calidad en el cual no arriesgue la salud y seguridad del consumidor brasileño?	3	3	3
	¿La empresa cumple con garantizar la seguridad y salud de los colaboradores en el desempeño de todos sus funciones dentro de su área de labor?	3	3	3
	¿La empresa cumple con sus obligaciones tributarias para poder operar dentro del marco legal?	4	4	4
Indicador: Finanzas	¿La empresa solicita crédito financiero para poder impulsar su productividad?	3	3	3
	¿Considera usted que la empresa presenta una correcta gestión administrativa en las finanzas, lo cual a permitido contar con liquidez en cada periodo?	4	4	3
	¿Considera usted que el manejo de las finanzas en la empresa permite una correcta toma de decisiones y una correcta asignación de los recursos?	4	3	3
	¿Considera usted que la	4	4	4

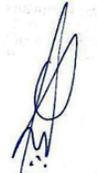
Indicador: Capacidad de negociación	capacidad de negociación permite a la empresa construir mejores relaciones con los responsables y con los compañeros del trabajo?			
	¿Considera que la empresa3	3	3	3
	capacita a su personal en las negociaciones con la finalidad alcanzar los objetivos propuestos y así garantizar un mejor resultado?			
	¿Considera usted que la4	3	3	3
	empresa cuenta con una óptima negociación comercial con el cliente brasileño?			

GESTIÓN LOGÍSTICA

Indicador: Envases y embalajes	¿Considera que el envase4	3	3	3
	utilizado para la exportación cumple con los requerimientos establecidos por el mercado brasileño?			
	¿Considera que es3	3	3	3
	importante que se coloque la etiqueta en el cual se detalla el valor nutricional en el empaque del producto final?			
	¿Considera importante4	4	4	4
	embalar los bidones de			

	aceituna con la finalidad de que el envase no se vea afectado al momento de su exportación?			
Indicador:	¿Considera usted que es3	3	3	3
Incoterms	óptimo que la empresa siga trabajando con el incoterm FOB para la exportación de sus productos?			
	¿Considera usted que la3	3	3	3
	empresa por un tema de seguridad de mercancía opte por utilizar CFR para la exportación de sus productos?			
	¿Considera usted que la4	3	3	3
	empresa cuenta con una óptima gestión en los pagos de los tramites de exportación del puerto?			
Indicador:	¿Considera que el sistema4	3	3	3
Medios de Pago	más seguro para efectuar el embarque es el pago anticipado?			
	¿Considera que la empresa3	3	3	3
	brinda facilidades de crédito al importador brasileño con la finalidad de cerrar las negociaciones de ventas al mercado extranjero?			
	¿Considera usted4	4	4	4
	importante que la carta de			

crédito considera nivel de
compromiso por ambas
partes?

Apellidos y Nombres	Firma
Laos López, José Enrique	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo con la rúbrica.

Tabla 28.- Variable 2

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta					
Autor del Instrumento	Elaboración propia.					
Variable 2: Variable Dependiente	Competitividad planeada					
Definición Conceptual:	La competitividad es la capacidad que tiene la empresa para obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. Según (Kootz y O'donnell, 2015)					
Población:	40 colaboradores de la empresa Fondo Amir S. A					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Performance	¿La empresa tiene definidas las metas de ingreso hacia nuevos mercados objetivos para la exportación de aceitunas negras en un corto plazo?	4	4	4	4	

	¿La empresa considera mermas de productos de aceituna negra para la exportación?	4	4	3	3	
	¿La exportación de productos de aceitunas negras es un proceso rentable que genera valor para la empresa?	3	3	3	3	
D2: Recursos	¿La empresa cuenta con equipamiento maquinarias para la producción y exportación de productos de aceituna negras ?	4	4	4	4	
	¿La empresa cuenta con una logística de packing adecuada para el proceso de envío del producto?	3	3	3	3	
	¿La empresa cuenta con recursos financieros tangibles e intangibles para la exportación de productos de aceitunas negras?	4	3	3	3	
D3: Potencial	¿La empresa cuenta con un área de investigación y desarrollo para sacar nuevos productos de aceitunas negras?	4	4	4	4	
	¿La empresa gestiona presupuestos para la adquisición de nuevas tecnologías para la mejora	4	4	3	3	

	de sus procesos en la cadena de suministros ?					
	¿La empresa cuenta con un área de investigación de mercados la cual permite identificar nuevos mercados internacionales potenciales?	4	4	4	4	

Apellidos y Nombres	Firma
Laos López, José Enrique	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	LAOS LÓPEZ JOSÉ ENRIQUE
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Profesión:	CPC - ADMINISTRADOR
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 type="checkbox"/>) De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input type="checkbox"/>)



Firma Validador Experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Tabla 29.- Información del validador experto

Variable 1

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta					
Autor del Instrumento	Elaboración propia.					
Variable 1: Variable Independiente	Oferta Exportable					
Definición Conceptual:	La oferta exportable es asegurar que los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de mercado destino. Según (MIDAGRI,2019)					
Población:	40 colaboradores de la empresa Fundo Amir S. A					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: GESTIÓN DE PRODUCCIÓN						
Indicador: Cantidad	¿Considera usted que la producción de aceitunas negras para el periodo 2021 creció o fue decreciente?	4	4	4	4	
	¿Considera que la empresa cuenta con cantidad requerida de hectáreas de olivo para poder competir en el mercado internacional?	4	4	4	4	

	¿Considera usted que la empresa cuenta con la cantidad de trabajadores óptima para la producción de aceitunas negras?	4	4	4	4	
Indicador: Cumplimiento de normas técnicas de mercado	¿Considera usted que es importante el certificado fitosanitario en la producción de cada periodo?	4	4	4	4	
	¿Considera usted beneficiario contar con un nivel arancelario 0 para ingresar al mercado brasileño?	4	4	4	4	
	¿Considera importante la regulación e inspección de SENASA en la empresa Fundo Amir ?	4	4	4	4	
Indicador: Calidad	¿Para poder ingresar al mercado brasileño piden certificado de calidad de la aceituna negra?	4	4	4	4	
	¿Es necesario que la producción de aceituna negra cumpla con un tamaño regulado por el mercado brasileño?	4	4	4	4	
	¿Considera que la empresa cumple con todos los estándares de calidad para gestionar el cultivo, producción y envió de aceitunas negras?	4	4	4	4	
D2: GESTIÓN EMPRESARIAL						

Indicador: Cumplimiento de obligaciones	¿La empresa ofrece un producto de calidad en el cual no arriesgue la salud y seguridad del consumidor brasileño?	4	4	4	4	
	¿La empresa cumple con garantizar la seguridad y salud de los colaboradores en el desempeño de todos sus funciones dentro de su área de labor?	4	4	4	4	
	¿La empresa cumple con sus obligaciones tributarias para poder operar dentro del marco legal?	4	4	4	4	
Indicador: Finanzas	¿La empresa solicita crédito financiero para poder impulsar su productividad?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que la empresa presenta una correcta gestión administrativa en las finanzas, lo cual a permitido contar con liquidez en cada periodo?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que el manejo de las finanzas en la empresa permite una correcta toma de decisiones y una correcta asignación de los recursos?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que la	4	4	4	4	

<p>Indicador: Capacidad de negociación</p>	<p>capacidad de negociación permite a la empresa construir mejores relaciones con los responsables y con los compañeros del trabajo?</p>					
	<p>¿Considera que la empresa capacita a su personal en las negociaciones con la finalidad alcanzar los objetivos propuestos y así garantizar un mejor resultado?</p>	3	3	3	3	
	<p>¿Considera usted que la empresa cuenta con una óptima negociación comercial con el cliente brasileño?</p>	4	3	3	3	
GESTIÓN LOGÍSTICA						
<p>Indicador: Envases y embalajes</p>	<p>¿Considera que el envase utilizado para la exportación cumple con los requerimientos establecidos por el mercado brasileño?</p>	4	3	3	3	
	<p>¿Considera que es importante que se coloque la etiqueta en el cual se detalla el valor nutricional en el empaque del producto final?</p>	3	3	3	3	
	<p>¿Considera importante embalar los bidones de</p>	4	4	4	4	

	aceituna con la finalidad de que el envase no se vea afectado al momento de su exportación?					
Indicador: Incoterms	¿Considera usted que es óptimo que la empresa siga trabajando con el incoterm FOB para la exportación de sus productos?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que la empresa por un tema de seguridad de mercancía opte por utilizar CFR para la exportación de sus productos?	4	3	3	3	
	¿Considera usted que la empresa cuenta con una óptima gestión en los pagos de los tramites de exportación del puerto?	4	4	4	4	
Indicador: Medios de Pago	¿Considera que el sistema más seguro para efectuar el embarque es el pago anticipado?	4	4	4	4	
	¿Considera que la empresa brinda facilidades de crédito al importador brasileño con la finalidad de cerrar las negociaciones de ventas al mercado extranjero?	4	4	4	4	
	¿Considera usted importante que la carta de	4	4	4	4	

	crédito considera nivel de compromiso por ambas partes?					
--	---	--	--	--	--	--

Apellidos y Nombres	Firma
Baca Neglia, América Silvia	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo con la rúbrica.

Tabla 30.- Variable 2

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta					
Autor del Instrumento	Elaboración propia.					
Variable 2: Variable Dependiente	Competitividad planeada					
Definición Conceptual:	La competitividad es la capacidad que tiene la empresa para obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. Según (Kootz y O'donnell, 2015)					
Población:	40 colaboradores de la empresa Fondo Amir S. A					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Performance	¿La empresa tiene definidas las metas de ingreso hacia nuevos mercados objetivos para la exportación de aceitunas negras en un corto plazo?	4	4	4	4	

	¿La empresa considera mermas de productos de aceituna negra para la exportación?	4	4	4	4	
	¿La exportación de productos de aceitunas negras es un proceso rentable que genera valor para la empresa?	4	4	4	4	
D2: Recursos	¿La empresa cuenta con equipamiento maquinarias para la producción y exportación de productos de aceituna negras ?	4	4	4	4	
	¿La empresa cuenta con una logística de packing adecuada para el proceso de envío del producto?	4	4	4	4	
	¿La empresa cuenta con recursos financieros tangibles e intangibles para la exportación de productos de aceitunas negras?	4	4	4	4	
D3: Potencial	¿La empresa cuenta con un área de investigación y desarrollo para sacar nuevos productos de aceitunas negras?	4	4	4	4	
	¿La empresa gestiona presupuestos para la adquisición de nuevas tecnologías para la mejora	4	4	4	4	

	de sus procesos en la cadena de suministros ?					
	¿La empresa cuenta con un área de investigación de mercados la cual permite identificar nuevos mercados internacionales potenciales?	4	4	4	4	

Apellidos y Nombres	Firma
Baca Neglia, América Silvia	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	BACA NEGLIA AMÉRICA SILVIA
Sexo:	Hombre (<input type="checkbox"/>) Mujer (<input checked="" type="checkbox"/>)
Profesión:	RELACIONADORA INDUSTRIAL
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 type="checkbox"/>) De 21 a más (<input type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input type="checkbox"/>)



Firma Validador Experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Tabla 31.- Información del validador experto

Variable 1

Nombre del Instrumento motivode evaluación:	Encuesta					
Autor del Instrumento	Elaboración propia.					
Variable 1: Variable Independiente	Oferta Exportable					
Definición Conceptual:	La oferta exportable es asegurar que los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacer los requerimientos de mercado destino. Según (MIDAGRI,2019)					
Población:	40 colaboradores de la empresa Fundo Amir S. A					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: GESTIÓN DE PRODUCCIÓN						
Indicador: Cantidad	¿Considera usted que la producción de aceitunas negras para el periodo 2021 creció o fue decreciente?	4	4	4	4	
	¿Considera que la empresa cuenta con cantidad requerida de	4	4	4	4	

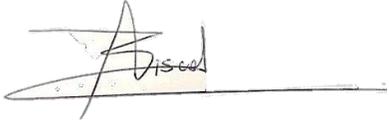
	hectáreas de olivo para poder competir en el mercado internacional?					
	¿Considera usted que la empresa cuenta con la cantidad de trabajadores óptima para la producción de aceitunas negras?	4	4	4	4	
Indicador: Cumplimiento de normas técnicas de mercado	¿Considera usted que es importante el certificado fitosanitario en la producción de cada periodo?	4	4	4	4	
	¿Considera usted beneficiario contar con un nivel arancelario 0 para ingresar al mercado brasileño?	4	4	4	4	
	¿Considera importante la regulación e inspección de SENASA en la empresa Fundo Amir ?	4	4	4	4	
Indicador: Calidad	¿Para poder ingresar al mercado brasileño piden certificado de calidad de la aceituna negra?	4	4	4	4	
	¿Es necesario que la producción de aceituna negra cumpla con un tamaño regulado por el mercado brasileño?	4	4	4	4	
	¿Considera que la empresa cumple con todos los estándares de calidad para gestionar el cultivo, producción	4	4	4	4	

	y envió de aceitunas negras?					
D2: GESTIÓN EMPRESARIAL						
Indicador: Cumplimiento de obligaciones	¿La empresa ofrece un producto de calidad en el cual no arriesgue la salud y seguridad del consumidor brasileño?	4	4	4	4	
	¿La empresa cumple con garantizar la seguridad y salud de los colaboradores en el desempeño de todos sus funciones dentro de su área de labor?	4	4	4	4	
	¿La empresa cumple con sus obligaciones tributarias para poder operar dentro del marco legal?	4	4	4	4	
Indicador: Finanzas	¿La empresa solicita crédito financiero para poder impulsar su productividad?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que la empresa presenta una correcta gestión administrativa en las finanzas, lo cual a permitido contar con liquidez en cada periodo?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que el manejo de las finanzas en la empresa permite una correcta toma de decisiones y una correcta	4	4	4	4	

	asignación de los recursos?					
Indicador: Capacidad de negociación	¿Considera usted que la capacidad de negociación permite a la empresa construir mejores relaciones con los responsables y con los compañeros del trabajo?	4	4	4	4	
	¿Considera que la empresa capacita a su personal en las negociaciones con la finalidad alcanzar los objetivos propuestos y así garantizar un mejor resultado?	3	3	3	3	
	¿Considera usted que la empresa cuenta con una óptima negociación comercial con el cliente brasileño?	4	3	3	3	
GESTIÓN LOGÍSTICA						
Indicador: Envases y embalajes	¿Considera que el envase utilizado para la exportación cumple con los requerimientos establecidos por el mercado brasileño?	4	3	3	3	
	¿Considera que es importante que se coloque la etiqueta en el cual se detalla el valor nutricional en el empaque del producto	3	3	3	3	

	final?					
	¿Considera importante embalar los bidones de aceituna con la finalidad de que el envase no se vea afectado al momento de su exportación?	4	4	4	4	
Indicador: Incoterms	¿Considera usted que es óptimo que la empresa siga trabajando con el incoterm FOB para la exportación de sus productos?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que la empresa por un tema de seguridad de mercancía opte por utilizar CFR para la exportación de sus productos?	4	3	3	3	
	¿Considera usted que la empresa cuenta con una óptima gestión en los pagos de los tramites de exportación del puerto?	4	4	4	4	
Indicador: Medios de Pago	¿Considera que el sistema más seguro para efectuar el embarque es el pago anticipado?	4	4	4	4	
	¿Considera que la empresa brinda facilidades de crédito al importador brasileño con la finalidad de cerrar las negociaciones de ventas al mercado	4	4	4	4	

	extranjero?					
	¿Considera usted importante que la carta de crédito considere nivel de compromiso por ambas partes?	4	4	4	4	

Apellidos y Nombres	Firma
Risco Carrero, Dina Aurorita	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo con la rúbrica.

Tabla 32.- Variable 2

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Encuesta					
Autor del Instrumento	Elaboración propia.					
Variable 2: Variable Dependiente	Competitividad planeada					
Definición Conceptual:	La competitividad es la capacidad que tiene la empresa para obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. Según (Kootz y O'donnell, 2015)					
Población:	40 colaboradores de la empresa Fondo Amir S. A					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Performance	¿La empresa tiene definidas las metas de ingreso hacia nuevos mercados objetivos para la exportación de aceitunas negras en un corto plazo?	4	4	4	4	

	¿La empresa considera mermas de productos de aceituna negra para la exportación ?	4	4	4	4	
	¿La exportación de productos de aceitunas negras es un proceso rentable que genera valor para la empresa?	4	4	4	4	
D2: Recursos	¿La empresa cuenta con equipamiento maquinarias para la producción y exportación de productos de aceituna negras ?	4	4	4	4	
	¿La empresa cuenta con una logística de packing adecuada para el proceso de envío del producto?	4	4	4	4	
	¿La empresa cuenta con recursos financieros tangibles e intangibles para la exportación de productos de aceitunas negras?	4	4	4	4	
D3: Potencial	¿La empresa cuenta con un área de investigación y desarrollo para sacar nuevos productos de aceitunas negras?	4	4	4	4	

	¿La empresa gestiona presupuestos para la adquisición de nuevas tecnologías para la mejora de sus procesos en la cadena de suministros ?	4	4	4	4	
	¿La empresa cuenta con un área de investigación de mercados la cual permite identificar nuevos mercados internacionales potenciales ?	4	4	4	4	

Apellidos y Nombres	Firma
Risco Carrero, Dina Aurorita	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno () Externo (X) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Risco Carrero, Dina Aurorita
Sexo:	Hombre () Mujer (X)
Profesión:	Administración de Negocios Internacionales
Grado académico	Licenciado (X) Maestro () Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (X) De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Cargo actual:	Profesional de comercio exterior
Área de especialización	Inteligencia de mercados
N° telefónico de contacto	941302214
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: dinarisco@gmail.com
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico (X)


Firma Validador Experto

ANEXO 3: INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO

Muy Buenas tardes, Estimados directivos somos estudiantes de la carrera de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad San Martín de Porres.

Nos encontramos realizando la investigación de la tesis titulada “Factores de mejora de la oferta exportable de aceituna negra de la empresa Fundo Amir S.A al mercado brasileño para alcanzar la competitividad planeada en el período 2021-2022, para ello estamos evaluando la situación de los directivos.

Quisiéramos contar con su apoyo y tiempo para completar esta pequeña encuesta. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán tratadas para ningún propósito distinto al de la presente investigación. De antemano se le agradece su participación y apoyo en sus respuestas.

VARIABLE(VI): OFERTA EXPORTABLE

DIMENSION 1: GESTIÓN DE PRODUCCIÓN

Indicador 1: Cantidad

1. ¿Considera usted que la producción de aceitunas negras para el periodo 2021 creció o fue decreciente?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

2. ¿Considera que la empresa cuenta con cantidad requerida de hectáreas de olivo para poder competir en el mercado internacional?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

3. ¿Considera usted que la empresa cuenta con la cantidad de trabajadores óptima para la producción de aceitunas negras?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Indicador 2: Cumplimiento de normas técnicas de mercado

4. ¿Considera usted que la empresa cuenta con la cantidad de trabajadores óptima para la producción de aceitunas negras?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

5. ¿Considera usted beneficiario contar con un nivel arancelario 0 para ingresar al mercado brasileño?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

6. ¿Considera importante la regulación e inspección de SENASA en la empresa Fundo Amir ?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Indicador 3: Calidad

7. ¿Para poder ingresar al mercado brasileño piden certificado de calidad de la aceituna negra?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

8. ¿Es necesario que la producción de aceituna negra cumpla con un tamaño regulado por el mercado brasileño?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

9. ¿Considera que la empresa cumple con todos los estándares de calidad para gestionar el cultivo, producción y envío de aceitunas negras?

- a) Totalmente de acuerdo

- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

DIMENSION 2: GESTIÓN EMPRESARIAL

Indicador 1: Cumplimiento de obligaciones

10. ¿La empresa ofrece un producto de calidad en el cual no arriesgue la salud y seguridad del consumidor brasileño?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

11. ¿La empresa cumple con garantizar la seguridad y salud de los colaboradores en el desempeño de todas sus funciones dentro de su área de labor?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

12. ¿La empresa cumple con sus obligaciones tributarias para poder operar dentro del marco legal?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Indicador 2: Finanzas

13. ¿La empresa solicita crédito financiero para poder impulsar su productividad?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

14. ¿Considera usted que la empresa presenta una correcta gestión administrativa en las finanzas, lo cual a permitido contar con liquidez en cada periodo?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

15. ¿Considera usted que el manejo de las finanzas en la empresa permite una correcta toma de decisiones y una correcta asignación de los recursos?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Indicador 3: Capacidad de negociación

16. ¿Considera usted que la capacidad de negociación permite a la empresa construir mejores relaciones con los responsables y con los compañeros del trabajo?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

17. ¿Considera que la empresa capacita a su personal en las negociaciones con la finalidad alcanzar los objetivos propuestos y así garantizar un mejor resultado?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

18. ¿Considera usted que la empresa cuenta con una óptima negociación comercial con el cliente brasileño?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

DIMENSION 3: GESTIÓN LOGÍSTICA

Indicador 1: Envases y Embalajes

19. ¿Considera que el envase utilizado para la exportación cumple con los requerimientos establecidos por el mercado brasileño?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

20. ¿Considera que es importante que se coloque la etiqueta en el cual se detalla el valor nutricional en el empaque del producto final?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

21. ¿Considera importante embalar los bidones de aceituna con la finalidad de que el envase no se vea afectado al momento de su exportación?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

Indicador 2: Incoterms

22. ¿Considera usted que es óptimo que la empresa siga trabajando con el incoterm FOB para la exportación de sus productos?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

23. ¿Considera usted que la empresa por un tema de seguridad de mercancía opte por utilizar CFR para la exportación de sus productos?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

24. ¿Considera usted que la empresa cuenta con una óptima gestión en los pagos de los tramites de exportación del puerto?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

Indicador 3: Medios de Pago

25. ¿Considera que el sistema más seguro para efectuar el embarque es el pago anticipado?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

26. ¿Considera que la empresa brinda facilidades de crédito al importador brasileño con la finalidad de cerrar las negociaciones de ventas al mercado extranjero?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

27. ¿Considera usted importante que la carta de crédito considere nivel de compromiso por ambas partes?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

VARIABLE(VD): COMPETITIVIDAD PLANEADA

DIMENSION 1: **PERFORMANCE**

28. ¿La empresa tiene definidas las metas de ingreso hacia nuevos mercados objetivos para la exportación de aceitunas negras en un corto plazo?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

29. ¿La empresa considera mermas de productos de aceituna negra para la exportación?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

30. ¿La exportación de productos de aceitunas negras es un proceso rentable que genera valor para la empresa?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

DIMENSION 2: RECURSOS

31. ¿La empresa cuenta con equipamiento maquinarias para la producción y exportación de productos de aceituna negras?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

32. ¿La empresa cuenta con una logística de packing adecuada para el proceso de envió del producto?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

33. ¿La empresa cuenta con recursos financieros tangibles e intangibles para la exportación de productos de aceitunas negras?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

DIMENSION 2: POTENCIAL

34. ¿La empresa cuenta con un área de investigación y desarrollo para sacar nuevos productos de aceitunas negras?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

35. ¿La empresa gestiona presupuestos para la adquisición de nuevas tecnologías para la mejora de sus procesos en la cadena de suministros?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

36. ¿La empresa cuenta con un área de investigación de mercados la cual permite identificar nuevos mercados internacionales potenciales?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

ANEXO 4: FOTOGRAFÍAS DEL FUNDO Y PACKING DE LA EMPRESA FUNDO AMIR.



