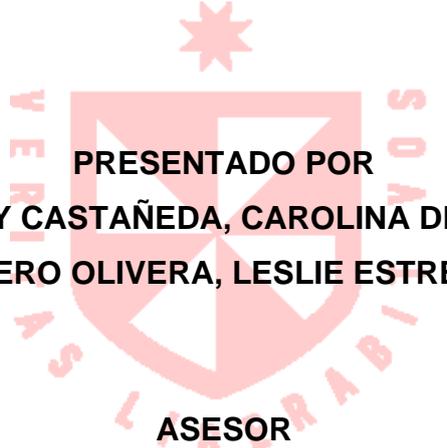


FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

**ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B  
PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA  
EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE  
S.A.C. EN CHICLAYO – 2022**



PRESENTADO POR  
CHINCHAY CASTAÑEDA, CAROLINA DE CARMEN  
CAVERO OLIVERA, LESLIE ESTRELLA

ASESOR  
MG. ALBERTO LUIS PANTALEON SANTA MARIA

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

CHICLAYO, PERÚ  
2024



**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/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

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

**ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA  
MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA  
EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO –  
2022**

**TESIS**

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

**PRESENTADA POR:**

**BACH. CHINCHAY CASTAÑEDA, CAROLINA DE CARMEN  
BACH. CAVERO OLIVERA, LESLIE ESTRELLA**

**ASESOR**

**MG. ALBERTO LUIS PANTALEON SANTA MARIA**

**CHICLAYO, PERÚ**

**2024**

## DEDICATORIA

*A Dios por otorgarme la oportunidad de estar con vida y estar conmigo siempre; en segundo lugar, a mis padres por darme valores y principios y apoyarme en la carrera que más me gusta y, en tercer lugar, a mis hermanos por sus sabios consejos acerca de la universidad.*

*Carolina*

*A Dios, a mi familia, en especial a mis padres, que siempre estuvieron conmigo ofreciéndome su apoyo incondicional, alentándome a ser una persona de valor, honesta y perseverante para lograr culminar mi carrera.*

*Estrella*

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi alma máter, la Universidad de San Martín de Porres, institución que me formó personal y profesionalmente; a la empresa privada que acogió nuestro proyecto de investigación; y a nuestro asesor, por su imprescindible apoyo.

Estrella

A la Universidad San Martín de Porres, que me formó en conocimientos y experiencias acerca de mi carrera con la mejor calidad de docentes que hay en esta ciudad y a la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. por darnos acceso a su planta y a las entrevistas con los gerentes y sobre todo a nuestro profesor y a la vez asesor Mg. Alberto Pantaleón Santamaría.

Carolina

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS .....	iii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT .....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xiv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.1. Descripción de la situación problemática .....	19
1.2. Formulación del problema.....	21
1.2.1. <i>Problema General</i> .....	21
1.2.2. <i>Problemas Específicos</i> .....	22
1.3. Objetivos de la investigación .....	22
1.3.1. <i>Objetivo general</i> .....	22
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	22
1.4. Justificación del tema de investigación .....	23
1.4.1. <i>Importancia de la Investigación</i> .....	23
1.4.2. <i>Viabilidad de la Investigación</i> .....	24
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	25
2.1. Antecedentes de investigación.....	25
2.1.1. Antecedentes nacionales .....	25
2.1.2. Antecedentes internacionales .....	28
2.2. Bases teóricas.....	32
2.2.1. <i>Gestión del Sistema B</i> .....	32
2.2.1.1. Definiciones del sistema de gestión del Sistema B.....	32
2.2.1.2. Certificación del Sistema B y Sistema B .....	33
2.2.1.3. Dimensiones .....	38
2.2.1.4. Importancia del Sistema B: .....	39
2.2.2. <i>Competitividad</i> .....	40

2.2.2.1. Definiciones .....	40
2.2.2.2. Dimensiones .....	41
2.2.2.3. Importancia de la competitividad .....	42
2.3. Definición de Términos Básicos .....	44
CAPITULO III: METODOLOGÍA .....	45
3.1. Diseño Metodológico .....	45
3.2. Diseño muestral .....	46
3.3. Técnica de recolección de datos .....	47
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de información. ....	49
3.5. Aspectos éticos .....	50
CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....	51
4.1. Resultados de la Investigación.....	51
4.1.1 Estrategias del Sistema B para la mejora la competitividad de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en Chiclayo – 2022.....	51
4.1.2 Situación actual de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. para acceder a la certificación del Sistema B.....	51
4.1.3. Indicadores que faltarían para acceder la certificación empresa B para Food Export Norte S.A.C. ....	54
4.1.4 Simulación de certificación del Sistema B en la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C.....	66
CAPITULO V: DISCUSIÓN .....	85
CONCLUSIONES.....	91
RECOMENDACIONES .....	93
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	95
ANEXOS.....	100
Anexo 01. Matriz de Consistencia .....	100
Anexo 02: Matriz de Operacionalización de Variables .....	103
Anexo 03: Validación de Juicio de Expertos .....	112
Anexo 04: Guía de Entrevista .....	147

Anexo 05: Consentimiento informado de Food Export Norte S.A.C. ....	190
Anexo 06: Reporte de Similitud .....	191
Anexo 07: Constancia de Evaluación de Sistema Antiplagio Turnitin .....	192
Anexo 08: Fotografías tomadas en la Entrevista.....	193

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sistema B .....	34
Figura 2 Proceso de Certificación del Sistema B.....	35
Figura 3 Situación Actual de Food Export Norte S.A.C. ....	52
Figura 4 Stakeholders Accionistas .....	54
Figura 5 Stakeholders cliente .....	55
Figura 6 Stakeholders Proveedor .....	56
Figura 7 Stakeholders Trabajador General.....	57
Figura 8 Stakeholders Sociedad de los alrededores de Food Export Norte S.A.C...58	
Figura 9 Stakeholders Especialista 1 en Comercio Exterior - GERCETUR - LAMBAYEQUE.....	59
Figura 10 Stakeholders Especialista 2 en Comercio Exterior - GERCETUR - LAMBAYEQUE.....	60
Figura 11 Stakeholders Asistente en Comercio Exterior - GERCETUR - LAMBAYEQUE.....	61
Figura 12 Stakeholders Gerente General de Food Export Norte S.A. ....	62
Figura 13 Stakeholders Trabajador de Producción y Calidad de Food Export Norte S.A.C. ....	63
Figura 14 Stakeholders Trabajador de Comercio Exterior y Comercial en Food Export Norte S.A.C. ....	64
Figura 15 Stakeholders Trabajador de Finanzas de Food Export Norte S.A.C .....	65
Figura 16 Estructura de EIB (Evaluación de Impacto B) .....	66
Figura 17 Portal Web de Sistema B .....	67
Figura 18 Registro de Datos.....	68
Figura 19 Registro de la Empresa exportadora Food Export Norte S.A.C .....	69
Figura 20 Registro de la Industria de la Empresa Food Export Norte S.A.C. ....	69

Figura 21 Información de los trabajadores de la empresa Food Export Norte S.A.C.  
.....70

Figura 22 Resultados de la Evaluación del Impacto B de la empresa Food Export .71

Figura 23 Evaluación del Impacto B - Stakeholders Gobernabilidad.....72

Figura 24 Evaluación del Impacto B - Stakeholders Trabajadores .....73

Figura 25 Evaluación del Impacto B - Stakeholders Comunidad.....73

Figura 26 Evaluación de Impacto B - Stakeholders Medio Ambiente .....74

Figura 27 Evaluación del Impacto B - Stakeholders Clientes .....75

Figura 28 Evaluación del Impacto B - Cuestionario de Divulgación .....76

Figura 29 Puntaje de Revisión Total de EIB .....77

Figura 30 Logo de Certificación B .....82

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tarifa de Aplicación .....	36
Tabla 2 Unificación de Tabla de Precios del Fee de Certificación .....	37
Tabla 3 Tabla de Precios - Tarifas de Aplicación (Food Export Norte S.A.C.).....	78
Tabla 4 Reporte 1 de Embarques 2022.....	79
Tabla 5 Reporte 2 de Embarques 2022.....	80
Tabla 6 Reporte 3 de Embarques 2022 – Total.....	81
Tabla 7 Fee de Certificación Anual - Food Export Norte S.A.C. ....	82

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general desarrollar estrategias del Sistema B para mejorar la competitividad de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en Chiclayo, en el año 2022. Se utilizó una metodología de enfoque cualitativo, de tipo exploratorio, nivel básico, con diseño no experimental. La unidad de análisis se aplicó a la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. y a sus stakeholders, a quienes se les entrevistó. La muestra estuvo conformada por 16 personas, a quienes se les aplicó el instrumento de recolección de datos.

Los resultados de la investigación indican que la empresa Food Export Norte S.A.C. no está interesada, por el momento, en obtener la certificación del Sistema B, ya que la mayoría de los stakeholders considera que esta acreditación no contribuiría al crecimiento de las exportaciones ni aportaría un valor significativo a la empresa. Además, afirman que, al ser una empresa pequeña, los costos anuales asociados a la certificación ascienden a millones de dólares, monto que no están dispuestos a pagar. También se destaca que los stakeholders desconocen la magnitud de ser una empresa socialmente responsable.

**Palabras claves:** Sistema B, certificación, Stakeholders, sostenibilidad, competitividad, responsabilidad social corporativa y acreditación.

## ABSTRACT

The general objective of this research is to develop System B strategies to improve the competitiveness of the exporting company Food Export Norte S.A.C. in Chiclayo, in 2022. A qualitative, exploratory, basic-level approach methodology was used, with a non-experimental design. The analysis unit was applied to the exporting company Food Export Norte S.A.C. and its stakeholders, who were interviewed. The sample consisted of 16 people, to whom the data collection instrument was applied.

The results of the research indicate that the company Food Export Norte S.A.C. is not interested, at the moment, in obtaining System B certification, since most stakeholders consider that this accreditation would not contribute to the growth of exports or add significant value to the company. In addition, they claim that, being a small company, the annual costs associated with certification amount to millions of dollars, an amount that they are not willing to pay. It is also highlighted that stakeholders are unaware of the magnitude of being a socially responsible company..

**Keywords:** System B, certification, Stakeholders, sustainability, competitiveness, corporate social responsibility, and accreditation.

# CHINCHAY CASTAÑEDA, CAROLINA D CAVERO OLI...

## ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADO

 My Files

 My Files

 Universidad de San Martin de Porres

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::29427:412216803

Fecha de entrega

3 dic 2024, 12:22 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

3 dic 2024, 2:44 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

TESIS FINAL - NEGOCIOS - USMP 2024.docx

Tamaño de archivo

30.4 MB

197 Páginas

36,936 Palabras

199,782 Caracteres

## 13% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

### Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

### Fuentes principales

- 11%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



MG. CARLOS MONTES NINAQUISPE



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de  
Ciencias Administrativas  
y Recursos Humanos

**OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS**

**CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN**

FECHA	NOMBRE DEL DOCENTE	CORREO DEL DOCENTE
03/12/2024	MG. ALBERTO LUIS PANTALEÓN SANTA MARÍA	apantaleons@usmp.pe

TÍTULO DE LATESIS
ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022

NOMBRE DEL ASESORADO(A)	TÉLEFONO Y CORREO	ESCUELA PROFESIONAL
LESLIE ESTRELLA CAVERO OLIVERA	993707588 leslie_cavero@usmp.pe	ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
CAROLINA DEL CARMEN CHINCHAY CASTAÑEDA	914574752 carolina_chinchay@usmp.pe	ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**RESULTADO:**

13 % (Excluyendo citas y Bibliografía)
--

**CONCLUSIÓN:**

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

MG. ALBERTO LUIS PANTALEÓN SANTA MARÍA  
DNI: 17523944

LESLIE ESTRELLA CAVERO OLIVERA  
DNI: 74049424

CAROLINA DEI CARMEN CHINCHAY CASTAÑEDA  
DNI: 75133601

**REVISADO POR :**

## INTRODUCCIÓN

Como bien se sabe, hoy en día se busca construir una nueva economía exitosa que se refleje en los ámbitos social, político y ambiental. Este objetivo podrá alcanzarse en el futuro mediante las empresas, pero no cualquier tipo de empresa, sino aquellas respaldadas y certificadas como “Sistema B”. Aunque esta certificación es poco conocida a nivel nacional, a nivel internacional es un reconocimiento que muchas empresas de todos los sectores poseen, pues representa una propuesta orientada a la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Para quienes no están familiarizados con el término, el Sistema B busca promover una economía inclusiva, equitativa y regenerativa para las personas y el planeta (La Republica, 2024).

Muchos empresarios creen que obtener esta certificación no les traerá beneficios en términos de exportaciones, viéndola solo como un gasto adicional debido a los altos costos asociados, los cuales varían según el tamaño de la empresa. Sin embargo, lo que desconocen es que, en Perú, las empresas que se certifican tienen un futuro más prometedor. El Sistema B actúa como un faro que guía a las empresas hacia el éxito, permitiéndoles ganar visibilidad dentro de sus industrias y lograr un triple impacto, resolviendo así los problemas que afectan a los stakeholders. Es alarmante que solo siete empresas exportadoras estén certificadas en el país, a pesar de que estas empresas superan las ganancias de US\$ 848,000,000. Esto demuestra que estas empresas asumieron el riesgo de invertir en este movimiento, lo cual les ha permitido obtener ventajas significativas. De continuar por este camino, los problemas actuales podrían reducirse en un 50%, y las empresas certificadas tienen como propósito generar un impacto social y ambiental positivo en el Perú, contribuyendo al Sistema B del

país. Este proceso puede ser analizado mediante una matriz FODA, que permite evaluar cómo las empresas pueden gestionar sus fortalezas y debilidades para convertirse en agentes de cambio en un país en desarrollo como el nuestro, que aún carece de estrategias y sufre de ignorancia al no arriesgarse a obtener una validación de este calibre (Stakeholders, 2023)

El interés de algunas empresas peruanas por la certificación del Sistema B es tan grande que este mismo Sistema B Perú está promoviendo las Góndolas de Productos B, una iniciativa que promociona productos ecológicamente responsables para personas de todo el planeta. El objetivo de estas góndolas es concientizar a los consumidores para que elijan productos eco-amigables. Esta campaña se lleva a cabo cada marzo y cuenta con la participación de seis empresas peruanas, entre las que se encuentran Dyfferent, América Orgánica, The Superfood Company, Wasi Organics, Ecologics y Bergman Rivera. Estas empresas se adhieren al lema “Las Empresas B utilizan el negocio como una fuerza para el bien”, alentando a los clientes a conocer y optar por los servicios de empresas certificadas. Además, colaboran con ONG’s para analizar y proponer soluciones a los problemas sociales en Perú, con el objetivo de mitigar la pobreza en las comunidades cercanas a las empresas, contribuyendo así al bienestar del país y sus habitantes (Sistema B, 2023)

Este estudio de investigación surgió desde nuestra perspectiva como exestudiantes de la Universidad de San Martín de Porres – Filial Norte. Durante el 10mo ciclo, cursamos el curso de Responsabilidad Social Empresarial, y uno de los temas presentados por nuestro catedrático resultó ser muy polémico y atractivo: el Sistema B. Tras investigar sobre el tema, descubrimos que solo siete empresas exportadoras en Perú cuentan con esta certificación y decidimos

arriesgarnos a abordar este tema para nuestra tesis de titulación. Queríamos ser una de las primeras universidades en tratar este tema tan relevante, ya que solo la PUCP (Pontificia Universidad Católica del Perú) lo había abordado previamente, en el caso de la empresa exportadora Inversiones Agrícolas Valle y Pampa. Incluso tuvieron la oportunidad de entrevistar a los responsables del Sistema B en Perú. Nosotras, decididas a no quedarnos atrás, decidimos aplicar este estudio en una de las empresas exportadoras de la región lambayecana.

En nuestra tesis de investigación, el objetivo general es desarrollar estrategias del Sistema B para mejorar la competitividad de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en Chiclayo, en el año 2022. Para ello, se han establecido los siguientes objetivos específicos: determinar la coyuntura actual de la empresa en relación con el cumplimiento de los requisitos necesarios para acceder a la certificación del Sistema B; identificar los indicadores que le faltarían a Food Export Norte S.A.C. para obtener dicha certificación y mejorar su competitividad; y, finalmente, elaborar una propuesta para la implementación de la certificación del Sistema B en la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C.

Los capítulos que conforman esta tesis son los siguientes: En el Capítulo I, presentamos el planteamiento del problema, que se subdivide en la descripción de la situación problemática, la formulación del problema (con el Problema General y los Problemas Específicos), los Objetivos de la Investigación (Objetivo General y Objetivos Específicos), la Justificación del tema de investigación, la Viabilidad del tema (Viabilidad Económica, Viabilidad Social y Viabilidad Operativa), las Limitaciones del estudio, y las Delimitaciones de la Investigación (Delimitación Espacial, Delimitación Temporal y Delimitación Poblacional). En el Capítulo II, se desarrolla el Marco Teórico, que incluye los Antecedentes de Investigación, las Bases Teóricas y la información sobre la empresa a la cual estamos proponiendo nuestro tema. En el Capítulo III, se presenta la metodología, seguida del Diseño Metodológico y el Diseño de Muestra, las técnicas de recolección de datos, que en este caso consistieron en entrevistas, y los aspectos éticos. Finalmente, en el Capítulo IV se exponen los resultados, y en el Capítulo V, se realiza la discusión, que se basa en lo investigado por las autoras de esta tesis.

El trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que la información obtenida será analizada desde la perspectiva de las realidades estudiadas, con el objetivo de comprender un sondeo de opinión en torno al tema que se aborda.

Nuestra población estuvo compuesta por los stakeholders internos y externos de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., aproximadamente 16 personas.

Las limitaciones que enfrentamos como tesisistas fueron que muchos de los stakeholders de la empresa no estaban dispuestos a brindarnos información

ni a participar en entrevistas, ya que consideraban que se trataba de datos sumamente confidenciales.

Para concluir, como tesisistas esperamos que el tema elegido sea de gran interés para las futuras generaciones, quienes, en algún momento, podrían tener sus propias empresas exportadoras. Deseamos que adopten la iniciativa de optar por la certificación del Sistema B, ya que esto contribuirá al aumento de la competitividad empresarial y al cumplimiento de los estándares de Responsabilidad Social Corporativa.

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

### **1.1. Descripción de la situación problemática**

Como es bien sabido, son muchas las empresas en todo el mundo que desean estar acreditadas y comprometidas con un cuidado único del sector social y ambiental, ya que esto les permite medir su impacto y actuar como agentes de cambio de manera transversal dentro de sus operaciones y modelos de negocio. Este proceso cuenta con la colaboración directa de los stakeholders, teniendo como base fundamental la ética empresarial, especialmente en los países latinoamericanos en vías de desarrollo. De hecho, se están implementando propuestas sistémicas sobre la sensibilidad ambiental, un tema esencial para aquellas organizaciones privadas (CONFIEP, 2021).

En este contexto, se está poniendo en práctica la educación global Laureate, que es la entidad educativa en Perú reconocida como una Empresa B. El objetivo principal de esta certificación es redefinir el concepto de éxito, promoviendo formas de ser más rentables y medibles desde el bienestar de las personas, la sociedad y el planeta. Es importante destacar que este concepto puede ser adoptado por aquellos que tengan la oportunidad de estudiar en las mejores universidades, y por qué no, en un futuro, formar parte de esta red educativa de la USMP (Universidad de San Martín de Porres), para que cada egresado tenga la oportunidad de aplicar esta certificación en sus PYMES y emprendimientos. Es fundamental abordar con seriedad el impacto de nuestra realidad social y ambiental en el Perú, para ofrecer soluciones óptimas y de calidad con un valor agregado. La responsabilidad empieza hoy, con el objetivo de obtener un sello de reconocimiento internacional, que tal vez sea el más importante de todos (Stakeholders, 2018)

Aunque en Perú son pocos los que conocen esta certificación, debido a que se requieren más de cinco pasos para obtenerla y a la necesidad de un compromiso real con el medio ambiente y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), más de 60 países ya cuentan con esta acreditación, y son más de 2,400 las empresas validadas a nivel global. Sin embargo, hay un aspecto positivo: más de 70 emprendedores sociales han tomado la iniciativa de obtener esta certificación, buscando alternativas sustentables y de gran impacto para afrontar los obstáculos relacionados con la inequidad, el desarrollo sostenible y la pobreza. Esto se refleja, en gran parte, en las 17 PYMES vinculadas al Sistema B, que consideran aspectos como el consumo responsable, los recursos renovables, la salud y el bienestar, la agricultura, el transporte y la logística, el turismo, el reciclaje, la conservación, la alimentación y el saneamiento, rubros clave en el país. Estos emprendedores han aplicado sus habilidades y destrezas, cumpliendo con los requisitos necesarios para obtener el sello de Empresa B. Algunos incluso han adoptado los conocimientos de las normas ISO 9001, ISO 20121 e ISO 14001 para mejorar la eficiencia y rentabilidad económica de los productos y servicios que ofrecen, tales como Ecoplanes Perú, Global Beauty Corporation, Inka Moss, Killa Vive Verde, Mail on Bike, Nass of Travel, Sinba y X-Runner, entre otros proyectos que son reconocidos en todo el país por su apuesta por redistribuir la energía social y contribuir al desarrollo limpio de Perú (PUCP, 2017).

Sin embargo, la certificación como Empresa B está limitada principalmente a pequeños emprendimientos y no a empresas de mayor tamaño. Esto plantea la pregunta: ¿por qué estas grandes empresas no apuestan por este sello internacional, si su propósito es evaluar las áreas clave de la empresa (Stakeholders) para realizar un análisis exhaustivo de cada una, identificar posibles áreas de mejora y ofrecer alternativas

que permitan ser agentes de cambio en el sector económico, al tiempo que salvaguardan su misión y promueven el triple impacto? (Sistema B, 2022).

Por lo tanto, se pretende desarrollar estrategias para la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. con el objetivo de mejorar su competitividad empresarial, teniendo en cuenta los estándares necesarios para formar parte de esta importante certificación, la cual, hasta la fecha, ninguna empresa en Lambayeque posee. Aunque existen pequeños emprendimientos certificados, las empresas más grandes aún no han dado este paso. Con este propósito, nos arriesgaremos a ser más eficientes y eficaces en los procesos de la empresa, evaluando sus áreas clave y los stakeholders más relevantes, con el fin de resolver problemas sociales alrededor de su planta y minimizar los problemas ambientales que afectan a la organización. Esto se realizará con el apoyo de los gerentes y operarias, principalmente mujeres, en un contexto tan desafiante como el de la pandemia del COVID-19, que ha traído consigo la necesidad de generar grandes cambios en la forma en que vivimos y operamos día a día.

Esperamos que la empresa logre aceptar la propuesta de esta certificación, diferenciándose de otras en su sector, siguiendo el procedimiento adecuado para obtener dicha acreditación y, eventualmente, ser reconocida como Empresa B, con el visto bueno de B Lab. De este modo, se destacará como una de las mejores empresas socialmente responsables y, posiblemente, una de las primeras en obtener esta certificación en la región.

## **1.2. Formulación del problema**

### ***1.2.1. Problema General***

¿De qué manera las estrategias del Sistema B mejora la competitividad de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en Chiclayo – 2022?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

¿Cuál es la coyuntura actual de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en torno al cumplimiento de la disposición para acceder a la certificación del Sistema B?

¿Cuáles son los indicadores que le faltaría para acceder la certificación empresa B para Food Export Norte S.A.C. y ser más competitiva?

¿Cuál es la iniciativa para la certificación del Sistema B en la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C.?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Desarrollar estrategias del Sistema B mejora la competitividad de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en Chiclayo – 2022.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

Determinar la situación actual de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. para acceder a la certificación del Sistema B.

Desarrollar los indicadores que le faltaría para acceder la certificación empresa B para Food Export Norte S.A.C. y ser más competitiva.

Elaborar una simulación de certificación del Sistema B en la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C.

## **1.4. Justificación del tema de investigación**

### **1.4.1. Importancia de la Investigación**

El estudio se sustenta en razones prácticas, teóricas y metodológicas. En términos prácticos, los principales beneficiarios de los resultados y conclusiones serán los stakeholders internos, externos y la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. Esto les permitirá implementar mejoras relacionadas con los temas abordados, lo cual contribuirá a un mejor desempeño y mayor productividad. Desde una perspectiva teórica, la investigación propuesta contribuirá al campo de los Negocios Internacionales, profundizando en el conocimiento de las variables clave relacionadas con los trabajadores y la empresa, así como en las interacciones existentes entre las variables analizadas en esta tesis. En cuanto a la justificación metodológica, se propone utilizar una metodología de investigación cuantitativa, lo que permitirá abordar de manera efectiva el problema de investigación planteado y buscar soluciones que mejoren el bienestar y el rendimiento de la empresa. Esta elección metodológica se basa en la necesidad de contar con datos cualitativos que respalden las conclusiones y sugerencias.

Es importante destacar que, cada vez más, los consumidores y mercados demandan productos y servicios responsables y sostenibles. Al implementar el Sistema B, la empresa podrá acceder a mercados que valoran y premian a las organizaciones comprometidas con un impacto social y ambiental positivo. Esto podría generar oportunidades adicionales de exportación y una mayor penetración en los mercados existentes. Además, la adopción de prácticas sostenibles y responsables permitirá mejorar los procesos internos y la gestión empresarial. Al optimizar el uso de recursos, reducir costos innecesarios y aumentar la eficiencia

operativa, la empresa podría lograr una gestión más eficiente. Asimismo, al tener un propósito social y ambiental claro, se alinearán y motivarán a los empleados hacia objetivos comunes, lo que incrementará la productividad y la satisfacción laboral.

#### **1.4.2. Viabilidad de la Investigación**

En este estudio se aplicará como instrumento para recabar datos fiables la entrevista, la cual será procesada utilizando herramientas como Microsoft Word. Esto facilitará la obtención de información detallada de manera más didáctica y eficiente, evitando la recopilación manual y garantizando que los datos se guarden automáticamente en un USB para prevenir la pérdida de información crucial para el desarrollo de la tesis. Además, se analizarán datos de fuentes confiables para concluir satisfactoriamente el estudio.

En cuanto a los recursos económicos, no habrá inconvenientes, ya que tanto mi compañera como yo asumiremos los costos, que incluirán pasajes, llamadas, impresiones, entre otros. Contamos con el apoyo y orientación de una de las gerentes de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., Rosa Quiroz Gómez, así como con la asesoría de nuestro profesor Alberto Luis Pantaleón Santa María, quienes contribuirán al correcto desarrollo de la tesis. Por todo lo mencionado, esta investigación es viable, ya que también tengo acceso a repositorios virtuales, artículos científicos y otras fuentes de información relevantes.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de investigación**

#### **2.1.1. Antecedentes nacionales**

Bazán (2022), en su tesis titulada "Factores Determinantes en la Competitividad de las MYPE Textiles del Emporio Gamarra 2021", cuyo objetivo fue identificar los factores que afectan la competitividad de las MYPE en el sector textil, trabajó con una población de 104 MYPE textiles y una muestra de 76 MYPE. El estudio fue de tipo cuantitativo, no experimental, con un alcance correlacional y aplicado. Para el análisis estadístico de los datos, se utilizó el software SPSS, evaluando la confiabilidad de cada instrumento mediante el alfa de Cronbach ( $\alpha$ ). El instrumento empleado fue un cuestionario compuesto por 36 ítems, distribuidos en 9 ítems por cada variable. Los resultados obtenidos indicaron una correlación moderada positiva entre las variables de financiamiento y estrategias de mercadotecnia, mientras que la gestión empresarial mostró una asociación negativa y baja en relación con la competitividad.

Pizarro (2019), en su tesis de licenciatura titulada "Gestión de la Competitividad de las Exportaciones de los Socios Miembros de una Asociación Productora de Palta Hass en 2019", se propuso analizar la gestión de la competitividad de los socios productores de palta Hass de una asociación durante el período 2016-2018, coincidiendo con la implementación del Plan Integral Estratégico 2016-2021 y el Proyecto de Innovación Interna. El estudio se centró en analizar y gestionar las ventajas competitivas de los miembros de la asociación, proponiendo cambios para mejorar áreas y procesos clave, y fortalecer aquellos aspectos beneficiosos para la organización. El marco teórico abarcó temas como la globalización y su impacto en el comercio internacional, los estudios de competitividad y los modelos para medirla.

También se exploraron las Buenas Prácticas Internacionales en la gestión de la competitividad, particularmente en el contexto de asociaciones. El análisis incluyó un diagnóstico interno y externo de la organización, seguido del estudio de su competitividad. Se identificaron los procesos críticos con el apoyo de expertos y se analizaron el Plan y el Proyecto enfocados en la mejora de la competitividad de la organización. Utilizando el modelo de la Universidad Manuela Beltrán para medir el grado de competitividad, se encontró que los socios de la Asociación presentaban un grado aceptable de competitividad, con una puntuación de 80.34 sobre 100.

Collazos (2018), en su estudio titulado "Factores de Competitividad que Influyen en la Profesionalización de las Pymes Familiares de Lima Metropolitana", investigó si los factores de la profesionalización en las Pymes familiares tienen un impacto en su competitividad. Este estudio correlacional explicativo utilizó un diseño no experimental y transversal, con una muestra de 100 Pymes familiares. Se empleó un cuestionario validado por expertos como instrumento de medición, utilizando la escala de Likert. Los datos obtenidos fueron procesados con el software SPSS 25. Tras revisar la teoría pertinente y analizar los hallazgos, se concluyó que la profesionalización tiene un impacto positivo en las actividades de gestión empresarial, el cual es explicado por la cultura empresarial y el proceso de formalización. Además, se halló que el grado de profesionalización de los sucesores está influenciado por la capacitación y el liderazgo. En conclusión, se demostró que la profesionalización desempeña un papel significativo en la competitividad, especialmente en lo que respecta a las actividades de gestión empresarial y al desarrollo de los sucesores.

Navarro (2019), en su estudio titulado "Los beneficios de certificarse como Empresa B en la competitividad de la empresa. Estudios de casos: Agroinversiones

Valle y Pampa", enfatizó el objetivo de establecer los beneficios de contar con esta acreditación para las organizaciones en Perú. Para esta investigación, se eligió como caso de estudio la empresa agroinversiones Valle y Pampa, ya que lleva aproximadamente 2 años contando con esta certificación. Desde 2008, la empresa se dedica a la exportación de granadas, espárragos y arándanos, y tiene sedes en Lima, Pisco e Ica, donde produce y comercializa sus frutas y hortalizas. La investigación tiene un diseño metodológico de carácter exploratorio y descriptivo, dado que es un tema recién estudiado e investigado. Por tanto, su enfoque es de tipo cualitativo, empleando entrevistas y encuestas divididas en dos etapas, ya que son las herramientas más adecuadas para este tipo de estudio.

En la primera etapa, se enfoca en la información obtenida de fuentes secundarias para contextualizar a las empresas con certificación B. La segunda etapa consiste en recopilar información sobre la importancia de contar con la certificación como empresa B para alcanzar los más altos estándares de desarrollo social, ambiental y económico. Los investigadores buscaban generar un movimiento que integre a las empresas B para crear un ecosistema que promueva el bienestar de las personas, la sociedad y la naturaleza en conjunto. La investigación concluyó que obtener una acreditación de esta magnitud es difícil, ya que en Perú no se considera una prioridad implementarla como estrategia. Solo una empresa apostó por obtenerla: Valle y Pampa, que se enfocó en utilizarla como un aliado para abordar los problemas ambientales y sociales que afectan a la sociedad en general, demostrando responsabilidad social y generando rentas enfocadas en el impacto triple.

Salazar (2020), en su investigación titulada "La necesidad de regular las empresas B en el Perú", tuvo como objetivo analizar la necesidad de regular las

Empresas B, considerando su esencia y características como una nueva forma de fomentar el crecimiento empresarial en el país. La hipótesis planteada fue que las empresas B en Perú son necesarias para la creación y promoción de negocios que contribuyan no solo a la sociedad, sino también al medio ambiente y al impacto triple. La tesis utilizó un diseño aplicado, ya que busca perfeccionar los recursos de aplicación de las variables propuestas a la realidad, con un resultado contundente y práctico. Se emplearon técnicas mixtas: para los datos cualitativos se utilizaron fichas y guías de observación, mientras que para los datos cuantitativos se emplearon cuestionarios que fueron presentados en gráficos y tablas. La población de estudio incluyó a un sector representativo de empresas peruanas que buscan obtener la certificación B, y el trabajo de campo se centró en su constitución y objetivos. La muestra incluyó empresas como Productos Solidarios H.A.F., Help a Friend, Valle y Pampa, y Nature Services Perú. La tesis concluyó que las empresas B buscan mejorar la perspectiva de hacer negocios a nivel mundial, con un patrón de desarrollo empresarial orientado al triple impacto social, económico y ambiental. Como resultado, las empresas en Perú buscan diversificar sus actividades en diferentes áreas y sectores de la economía, lo que incluye desde servicios de consultoría hasta la oferta de productos sostenibles. Cada una de estas empresas aborda problemáticas sociales y medioambientales, contribuyendo a reducir los efectos negativos del modelo económico en el ámbito ambiental.

### **2.1.2. Antecedentes internacionales**

Tolentino (2020), en su tesis doctoral titulada “Competitividad Empresarial del Sector Cafetalero Exportador en México”, buscó analizar la influencia de diversas variables en la competitividad de las empresas del sector cafetalero exportador de

México. Para ello, se llevó a cabo una revisión teórica sobre el comercio y la competitividad, seguida de un análisis diagnóstico de las tendencias que presenta la industria del café. Se utilizó estadística descriptiva y análisis factorial. Tras analizar e interpretar los hallazgos, se llegaron a conclusiones y sugerencias relevantes. Los resultados confirmaron la hipótesis planteada, es decir, que variables como la planeación estratégica, comercialización, producción y operaciones, calidad, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y tecnologías de la información (TI) influyen de manera positiva en la competitividad de las empresas de este sector. Se concluyó que la competitividad empresarial está basada en factores como la producción, las operaciones, la calidad y los recursos humanos.

Santacruz (2018), en su estudio de maestría titulado “Análisis de la Competitividad del Sector de la Producción y Exportación de Plantas y Flores de Orquídeas”, realizó un análisis de la competitividad en el sector de producción y exportación de plantas y flores de orquídeas en Ecuador. Para ello, se llevó a cabo un estudio teórico de las 5 fuerzas de Porter y se exploraron las barreras de entrada y salida de la industria, lo que permitió evaluar su rentabilidad y riesgo. La información utilizada se obtuvo a través de cuestionarios, artículos, visitas de campo, entrevistas e interacción con los actores del sector. Además, se realizó una revisión bibliográfica que respalda teóricamente este trabajo.

Por su parte Trujillos (2018), en su tesis de maestría titulada “Análisis de la Competitividad en las Exportaciones a Partir del Funcionamiento de los Sistemas Agroalimentarios del Café”, analizó en qué medida el actual funcionamiento del Sistema Agroalimentario (SAA) del café afecta el nivel de competitividad de sus exportaciones hacia mercados dinámicos. La hipótesis planteada fue que las

condiciones actuales del SAA del café permiten una exportación competitiva hacia dichos mercados. El estudio se centró en entender cómo el café en grano verde puede considerarse competitivo en el mercado internacional. Este trabajo busca ser útil para diversos actores en la producción de café de la zona de Yungas de La Paz, donde los productores representan aproximadamente el 95% de la producción nacional. Esta región se caracteriza por la presencia simultánea de cultivos de coca, lo que hace a los caficultores vulnerables a cambiar de cultivo. Además, se identificó la existencia de cerca de 10 mil colaboradores que realizan actividades adicionales, como comercialización, otorgamiento de beneficios, transporte, torrefacción y distribución hacia el puerto.

La autora Ibarbia (2018), en su investigación titulada “¿Por qué las Empresas B Pueden Cambiar el Mundo? Campaña de Comunicación Masiva para Impulsar las Empresas B en Mendoza”, tiene como objetivo sensibilizar a consumidores, empresas, gobiernos e inversores que no conocen las empresas B en Mendoza, sobre la importancia de cómo reconocer y valorar estas organizaciones por su valor intrínseco. La hipótesis planteada es que las empresas registradas en Mendoza (Argentina) deben asumir un rol activo en contrarrestar situaciones problemáticas sociales y ambientales, actuando como agentes positivos del triple impacto, el cual abarca desde sus bienes y servicios hasta los productos que comercializan tanto a nivel local como internacional. Esta investigación es de tipo exploratorio, y la metodología aplicada se centró en el contexto geográfico de la población de Mendoza. Se realizaron entrevistas voluntarias para conocer la realidad problemática y el contexto actual de los participantes. Se concluyó que en la provincia de Mendoza existen numerosas empresas que contribuyen a través de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). No obstante, en

algunos casos, estas iniciativas no son suficientes para abordar la compleja situación social, ya que los beneficios se limitan a grupos específicos, como los empleados de la empresa, sus familias o las organizaciones aliadas. Para lograr un impacto verdaderamente positivo en los ámbitos social, ambiental y económico, es esencial transformar completamente la forma en que se llevan a cabo los negocios, actuando conforme a la filosofía y los objetivos fundamentales de la organización. De esta manera, se podrá avanzar de manera más adecuada, apropiada y adaptable para la sociedad y el medio ambiente, teniendo la certificación de responsabilidad social como un sello distintivo.

Aldecosea et al., (2019), en su estudio titulado “Empresas B: Identificación de Factores Clave de Éxito en Uruguay”, planteó como objetivo principal identificar las ventajas de obtener la certificación B en el contexto uruguayo. En cuanto a la metodología, se llevó a cabo un estudio de casos que involucró diversas formas de recolección de datos. El proceso comenzó con el análisis de información disponible en sitios web confiables, y se complementó con el envío de cuestionarios por correo electrónico y entrevistas personales con los responsables de cada empresa. La hipótesis planteada sostiene que las empresas deben adoptar modelos de negocios sostenibles que definan el éxito en función del impacto social y/o ambiental. Además, obtener la certificación de empresa B garantiza, a través de procesos de medición, seguimiento y mejora continua, la generación de impactos positivos y, por lo tanto, el éxito. En esta investigación, la muestra inicial consistía en 10 empresas B de Uruguay, de las cuales 8 completaron el cuestionario, y se entrevistó a 4 de ellas, proporcionando los datos necesarios para el estudio.

Se concluyó que la escasez de recursos y las desigualdades sociales son problemas globales. En los últimos años, se han establecido diferentes acuerdos internacionales para que los países se comprometan a encontrar soluciones a esta situación. En este contexto, tanto los consumidores como las empresas tienen un papel crucial en la implementación de políticas de desarrollo sostenible. Como resultado, han surgido modelos de negocio que van más allá de los enfoques tradicionales e incorporan objetivos relacionados con el medio ambiente y la sociedad, como el modelo de las empresas B.

## **2.2. Bases teóricas**

### ***2.2.1. Gestión del Sistema B***

#### ***2.2.1.1. Definiciones del sistema de gestión del Sistema B***

Según Correa (2019), el Sistema B es una institución internacional creada en América Latina en 2012 con el objetivo de promover el éxito conjunto de la sociedad y la naturaleza, contribuyendo al ecosistema circundante. Además, fortalece a las Empresas B o B-Corporations y otros agentes económicos que emplean diversos instrumentos de mercado para abordar problemas sociales y ambientales, promoviendo la dignidad y valoración de los recursos del país, fomentando el cuidado del entorno y la prosperidad a través de la innovación empresarial regenerativa, con el fin de lograr una economía más sustentable y sostenible (Correa, 2019).

Para comprender la relación directa entre las empresas híbridas o sociales y el Sistema B, es necesario entender ciertos conceptos relacionados con lo que significa una organización híbrida, basándose en los siguientes autores:

Wecker y Froehlich (2022) señalan en su estudio reciente que las empresas híbridas operan en la interfaz de los sectores público y privado, expandiendo los límites debido a la variedad de modelos. Estas empresas combinan y trascienden las lógicas que influyen en las decisiones estratégicas, evaluando el valor tanto monetario como organizacional, intercambiando esta ayuda por recursos financieros y no financieros. Los modelos híbridos generan discrepancias entre los stakeholders, cada uno con sus misiones divergentes. Por lo tanto, se requiere el desarrollo de una estrategia que incluya tiempo, recursos y negociaciones con los stakeholders para prevenir desviaciones.

#### **2.2.1.2. Certificación del Sistema B y Sistema B**

Por otro lado, B Corporation (2022) afirma que la certificación B Corp. representa los más altos estándares de desarrollo sostenible, abarcando compromisos transparentes en áreas como el bienestar de los empleados y la responsabilidad en las cadenas de suministro. Esta certificación global no se limita a problemas sociales o ambientales específicos, sino que abarca ambos y más, haciendo énfasis en que la recertificación confirma el cumplimiento continuo de estos estándares.

Siguiendo la misma línea de pensamiento, Soria et al. (2021) sostienen que la certificación B es un distintivo para empresas con triple impacto, promovido por B Lab. Busca abordar problemas sociales, ambientales y de diversidad laboral sin sacrificar la rentabilidad. Para obtenerla, las empresas deben cumplir criterios en áreas como gobernanza, comunidad, medio ambiente y clientes (stakeholders), y someterse a auditorías internas y externas periódicas para su renovación cada tres años. A su vez, la certificación B,

creada por B Lab, ofrece orientación y asesoramiento a empresas de diversos sectores en todo el mundo, con el objetivo de promover recursos políticos, sociales y medioambientales tanto internos como externos. Es un distintivo que garantiza la sostenibilidad hacia el bien común (Vargas, 2022).

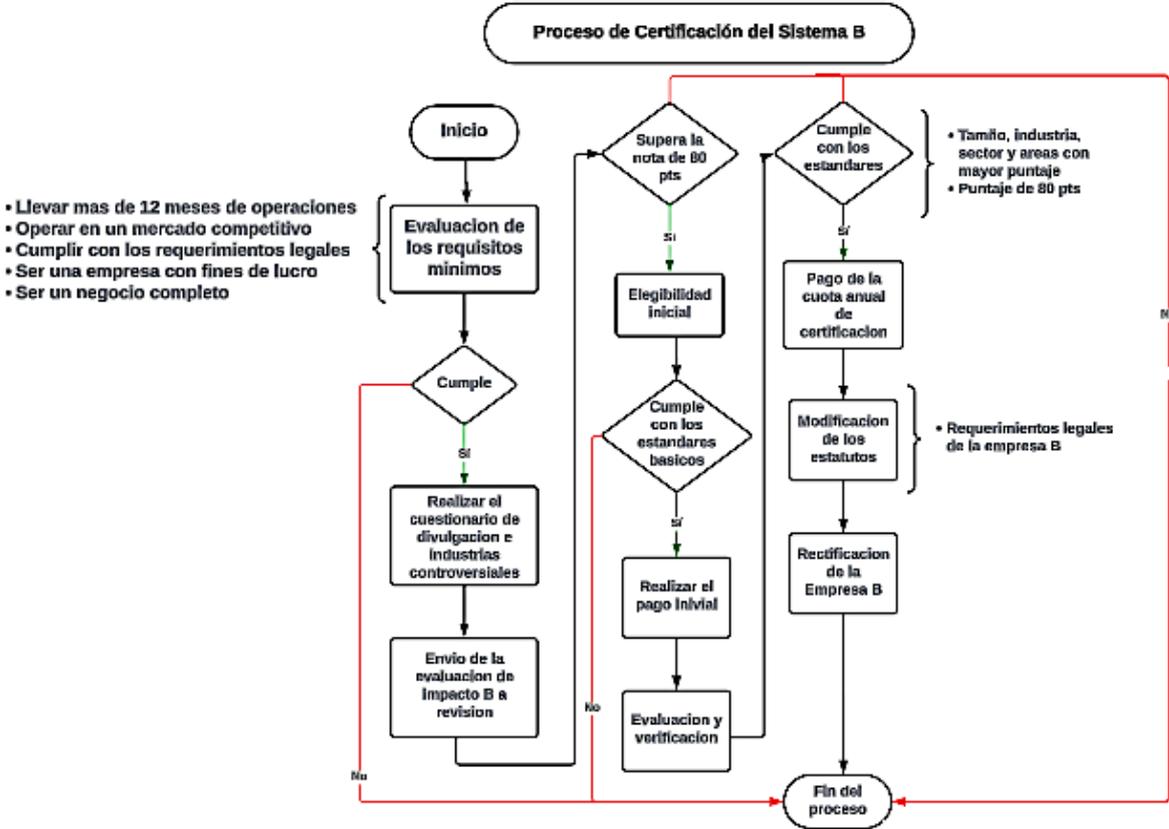
**Figura 1** Sistema B



**Nota.** Sistema B (2024)

Cuando una Empresa B obtiene la certificación, la interacción con los Stakeholders es crucial, tanto interna como externamente. Se busca su participación para garantizar una aprobación adecuada, lo que implica considerar las diversas perspectivas y ofrecer soluciones a los problemas sociales, políticos y medioambientales. Este enfoque promueve una colaboración sostenible que cumple con los estándares de la Responsabilidad Social Corporativa.

**Figura 2** Proceso de Certificación del Sistema B



**Nota.** Elaboración propia basado en Ibarbia (2018)

El proceso para obtener la certificación del "Sistema B" implica seguir cada paso de manera secuencial. Esto incluye completar la evaluación B con la participación de los Stakeholders, realizar las adecuaciones necesarias en el contrato constitutivo de la empresa, y finalmente, firmar un documento que establezca los objetivos comunes y las obligaciones para formar parte de la comunidad global de empresas B certificadas., Además, cada empresa paga una tarifa anual de acuerdo con sus ingresos.

**Tabla 1**

## Tarifa de Aplicación

<b>RANGO DE FACTURACIÓN (US\$)</b>	<b>TARIFA DE APLICACIÓN (US\$)</b>
0 – \$ 499.999	\$ 400
\$ 500.000 - \$ 999.999	\$ 400
\$ 1 MM – \$ 2.499.999	\$ 600
\$ 2.5 MM - \$ 4.999.999	\$ 600
\$ 5 MM - \$ 7.499.999	\$ 1,000
\$ 7.5 MM - \$ 9.999.999	\$ 1,200
\$ 10 MM - \$ 14.999.999	\$ 2,000
\$ 15 MM - \$ 19.999.999	\$ 2,500
\$ 20 MM - \$ 29.999.999	\$ 2,500
\$ 30 MM - \$ 49.999.999	\$ 2,500
\$ 50 MM - \$ 74.999.999	\$ 3,000
\$ 75 MM – \$ 99.999.999	\$ 3,000
\$ 100 MM - \$ 174.999.999	\$ 4,000
\$ 175 MM - \$ 249.999.999	\$ 4,000
\$ 250 MM - \$ 499.999.999	\$ 4,000
\$ 500 MM - \$ 749.999.999	\$ 5000
\$ 750 MM - \$ 999.999.999	\$ 5,000

**Nota.** Sistema B (2024)

Cada empresa, independientemente de su sector, que desee iniciar el proceso de certificación o recertificación como Sistema B, deberá abonar una tarifa según el tamaño de la empresa y sus ingresos, esta tarifa no se descuenta una vez obtenida la certificación. El Sistema B ha implementado esta política para garantizar un estándar de calidad y precisión en el proceso de certificación, los precios varían según el país y tienen una vigencia de hasta 10 años.

**Tabla 2**

Unificación de Tabla de Precios del Fee de Certificación

<b>FACTURACIÓN ANUAL (US\$)</b>	<b>TARIFA DE CERTIFICACIÓN ANUAL (US\$) A PARTIR DEL 15-04-2023</b>
0 - \$ 149.999	\$ 1.000
\$ 150.0000 – \$ 499.999	\$ 1.000
\$ 500.000 - \$ 999.999	\$ 1.250
\$ 1 MM – \$ 1. 999.999	\$ 1.350
\$ 2 MM - \$ 2.499.999	\$ 1.350
\$ 2.5 MM - \$ 4.999.999	\$ 2.000
\$ 5 MM - \$ 7.499.999	\$ 3.000
\$ 7.5 MM - \$ 9.999.999	\$ 3.500
\$ 10 MM – \$ 14.999.999	\$ 5.000
\$ 15 MM - \$ 19.999.999	\$ 7.500
\$ 20 MM - \$ 29.999.999	\$ 10.000
\$ 30 MM - \$ 49.999.999	\$ 12.500
\$ 50 MM - \$ 74.999.999	\$ 17.500
\$ 75 MM - \$ 999.999.999	\$ 25.000
\$ 100 MM – \$ 174.999.999	\$ 30.000
\$ 175 MM - \$ 249.999.999	\$ 35.000
\$ 250 MM – \$ 499.999.999	\$ 40.000
\$ 500 MM – \$ 749.999.999	\$ 45.000
\$ 750 MM - \$ 999.999.999	\$ 50.000

**Nota.** Sistema B (2024)

Las Empresas Certificadas B pagan una tarifa anual que varía según sus ingresos, comenzando en \$1,000 y aumentando proporcionalmente con los ingresos generados, ajustados por las políticas del Sistema B implementadas desde abril del año pasado. El proceso de certificación generalmente dura alrededor de 2 años, con un requisito mínimo de 80 puntos según los parámetros de B Lab, durante este tiempo, las empresas pueden seguir operando y expandiéndose, manteniendo su impacto positivo en las partes interesadas.

### **2.2.1.3. Dimensiones**

Según Sistema B (2024), la competitividad empresarial puede medirse a través de una serie de componentes.

Los accionistas son los propietarios de una empresa, y poseen una parte de la misma mediante la compra de acciones. Esta dimensión puede ser medida a través de varios indicadores, entre los cuales se incluyen: (i) la tasa de crecimiento de los ingresos; (ii) el margen de utilidad neta; (iii) el margen de utilidad bruta; (iv) el retorno de inversión; y, por último, (v) la ganancia neta.

Clientes: Estos son individuos, organizaciones o entidades que adquieren productos o servicios de una empresa a cambio de un pago o compensación, asimismo se mide por medio de (i) kpi de ventas; (ii) fidelización del cliente; (iii) monitoreo de reclamaciones; (iv) encuestas de satisfacción del cliente y por último (v) índice de rotación de clientes.

Proveedores: Son personas, empresas o entidades que suministran bienes o servicios a una empresa, los cuales se miden por medio de (i) niveles de precios, (ii) volúmenes de abastecimiento responsable; (iii) antigüedad en el mercado; (iv) flexibilidad en plazos de entrega de insumos y por último (v) cumplimiento de garantías.

Empleados: Son subordinados que trabajan para una empresa o empleador a cambio de un salario, compensación u otras formas de remuneración; asimismo se pueden medir por medio de (i) tasa de rotación de personal; (ii) satisfacción o compromiso de los empleados; (iii) capacitación de

personal; (iv) satisfacción de los beneficios a empleados y (v) tiempo promedio en alcanzar las metas.

Sociedad: Hace alusión a la interacción y relaciones entre individuos en cualquier ámbito social, ya sea a nivel local, nacional o global, esta se mide por medio de (i) concienciación con el medio ambiente; (ii) compromiso con formación y capacitación a las personas; (iii) campañas médica; (iv) impacto del trabajo que rodea a las comunidades (v) acciones de sensibilización con los problemas sociales/políticos.

Gobierno regional: Se considera como una forma de gobierno descentralizado que opera a nivel de una región geográfica específica dentro de un país, este se evalúa por medio de cinco indicadores (i) transparencia; (ii) buena entidad gubernamental; (iii) economía adecuadamente administrada; (iv) eficiencia y (v) calidad.

#### **2.2.1.4. Importancia del Sistema B:**

Ibarbia (2018) destaca la importancia de alcanzar un desarrollo sustentable y equitativo en Sudamérica, donde tanto el Estado como la comunidad civil desempeñan un papel fundamental. Sin embargo, sus esfuerzos no son suficientes debido a la magnitud de la desigualdad. En este contexto, las Empresas B ofrecen opciones de empleo y garantizan la calidad de vida de las personas, movilizándolo el capital e influyendo en los negocios internacionales para crear valor tanto para los accionistas como para la sociedad en general.

Estas empresas son el resultado de un estudio exhaustivo, enfocadas en los conflictos ambientales y comprometidas con altos estándares de responsabilidad, transparencia y gobernabilidad. Buscan intereses a largo plazo y consideran a todos los stakeholders, no solo a los accionistas. De esta manera, las Empresas B redefinen el éxito empresarial y buscan equilibrar y potenciar el valor del emprendedor para el bien común (Correa, 2019).

## **2.2.2. Competitividad**

### **2.2.2.1. Definiciones**

Para Roldán (2018), la competitividad no es más que la capacidad de una empresa y/o de un individuo para desarrollar una ventaja competitiva que le permita alcanzar una posición destacada en su entorno, es decir diferencias con respecto a los competidores.

De acuerdo con Koontz y O'Donnell (2018), es la capacidad de una empresa para lograr rentabilidad en relación con los competidores en el mercado. Esta depende de la relación entre el valor y la cantidad de los productos ofrecidos y las materias primas (productividad) requeridas para su producción, así como de la productividad de otros proveedores en el mercado.

Según Hill (2019), cómo se citó en Valderrama (2020), se entiende por competitividad a la ventaja que tiene una empresa sobre sus rivales cuando su rentabilidad y el crecimiento de sus beneficios son superiores a la media de otras organizaciones que compiten por el mismo grupo de clientes. Cuanto mayor sea su rentabilidad y crecimiento de las utilidades, mejor.

Para Díaz (2020), es una de las condiciones más valoradas y buscadas por los líderes organizacionales, los gerentes organizacionales son conscientes de las demandas y expectativas cada vez mayores de clientes, cada vez más exigentes y complejos y tratan de utilizar sus mejores armas para tomar una posición ventajosa en el mercado y asegurar su sostenibilidad en el mediano y largo plazo. Desde hace décadas, el tema de la competitividad ha despertado el interés de los líderes y directivos empresariales debido a que la capacidad de gestionar eficazmente los recursos disponibles en la organización redundan en un aumento de la productividad.

#### **2.2.2.2. Dimensiones**

Asimismo, podemos ver que la competitividad está compuesta por siete elementos los cuales sirven para medir y evaluar a la misma entre los que tenemos

Responsabilidad social: Esta se refiere al compromiso que tienen las empresas, organizaciones y personas de contribuir al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad en general, más allá de sus intereses económicos y legales inmediatos, a su vez se mide por cinco indicadores entre los que tenemos (i) políticas de cuidado del medio ambiente; (ii) imagen corporativa; (iii) participación en campañas de generación del medio ambiente; (iv) inclusión en su fuerza laboral y (v) proyectos sociales.

Sector: se refiere a una categoría de actividades económicas relacionadas que comparten características similares, este puede ser medido por medio de (i) cumplimiento de condiciones laborales; (ii) apoyo a las políticas

públicas locales; (iii) contribución al fisco del gobierno; (iv) financiamiento del gobierno y por último (v) ética en rendición de cuentas.

Calidad se refiere a la excelencia o el grado de cumplimiento de las expectativas y requisitos establecidos en un producto, servicio o proceso, este se evalúa por medio de (i) requisitos del producto; (ii) valor agregado; (iii) certificaciones de proveedores; (iv) homologación de proveedores y por último (v) insumos de calidad.

Productividad: se refiere a la relación entre la cantidad de producción obtenida y los recursos utilizados para obtenerla esta se mide por medio de (i) tecnología; (ii) sistemas de información; (iii) rendimiento laboral; (iv) uso eficiente de los recursos y (v) eficacia.

Rentabilidad/ Finanzas: Se concibe como la medida de la eficiencia con la que una empresa utiliza sus recursos para generar beneficios, se mide por medio de (i) utilidad; (ii) precios; (iii) volúmenes; (iv) rentabilidad operativa y (v) rentabilidad neta.

Estrategias competitivas: Son planes o acciones diseñadas por una empresa para lograr una ventaja sobre sus competidores y destacarse en el mercado, este cuenta con cinco indicadores para ser medido (i) capacidad de respuesta; (ii) fiabilidad del servicio; (iii) inversión en equipos y máquinas; (iv) infraestructura moderna y (v) relaciones estratégicas.

### ***2.2.2.3. Importancia de la competitividad***

Según Benzaquen (2018), la gestión eficiente de los recursos, el incremento de la productividad y la comprensión de las demandas del mercado

son elementos clave para la competitividad de una empresa. Estos aspectos permiten que la empresa se posicione de manera sólida y alcance sus objetivos establecidos. La competitividad empresarial es, en realidad, fundamental para la viabilidad y el crecimiento de la organización. Una sólida competitividad es el factor principal que impulsa la implementación de estrategias y actividades efectivas, así como el logro de metas de crecimiento. Además de sentar las bases para un desarrollo sólido a largo plazo, la competitividad de la empresa también sirve como indicador de su salud y rentabilidad.

Es importante porque permite a las empresas introducir nuevas formas de producción y procesos organizativos relacionados con el costo y la calidad de los productos o servicios. Por tanto, la importancia se verá reflejada tanto en el precio como en la percepción de los consumidores o usuarios sobre la calidad del producto o servicio, y la participación de los competidores conduce a mejores resultados de comparación. El precio y la calidad son aspectos que se deben considerar en un mercado competitivo, independientemente de que la participación de mercado del proveedor afecte el precio, la elección del proveedor es crucial, porque si el precio del proveedor es mayor que el precio en la competencia seleccionada, habrá una tasa de ganancia más baja. Del mismo modo, un enfoque en la calidad obliga a las empresas a utilizar materias primas o recursos de mejor calidad con los que cuentan, y la producción, distribución y otros procesos suelen estar relacionados con la calidad del producto o servicio recibido. cliente. Por lo tanto, la competitividad es importante para una empresa porque finalmente le permitirá ofrecer un producto de calidad a un precio menor que su competencia en un mercado

determinado, de modo que pueda explotar mejor su potencial exportador (Giron, 2019).

### **2.3. Definición de Términos Básicos**

**Certificación:** Consiste en un proceso mediante el cual un organismo independiente y autorizado verifica y certifica la calidad de un sistema implementado por una organización. Este proceso se basa en la evaluación de conformidad con un estándar o modelo de calidad reconocido y oficial.

**Gestión de Calidad:** Se trata de un total de medidas y recursos implementados con el fin de prevenir posibles fallos o desviaciones en el proceso de producción como en los productos o servicios que resultan de dicho proceso.

**Gestión Ambiental:** Conjunto de acciones encaminadas a gestionar de manera integral el sistema ambiental. En otras palabras, incluyendo el concepto de desarrollo sostenible, se trata de la estrategia que organiza las actividades humanas que impactan el medio ambiente, con el objetivo de lograr una buena calidad de vida, previniendo o reduciendo los problemas ambientales presentes o futuros.

**Competitividad Empresarial:** Se refiere a la habilidad de una organización o empresa para ofrecer un servicio o producto superior al de sus competidores.

**Productividad:** Hace referencia a la conexión entre la producción obtenida por un sistema y los recursos empleados para alcanzar dicha producción. Además, se puede describir como la correlación entre los resultados logrados y el tiempo invertido en obtenerlos. Cuanto menos tiempo se requiera para alcanzar el resultado deseado, mayor será la productividad del sistema se produce.

## **CAPITULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1. Diseño Metodológico**

El enfoque del estudio fue cualitativo pues se considera que, son más herméticos y rigurosos, dan pie a datos confiables y replicables, y se adapta con mayor facilidad y rigurosidad a la aplicación de las variables propuestas, además la obtención de datos se emplea para refinar las preguntas o descubrir nuevas interrogantes durante el proceso investigativo siendo ejecutado a través de diferentes tipos de datos como lo es la entrevista (Hernández et al., 2014)

El tipo de la investigación es básico puesto que nosotros como investigadoras hemos recogido la información de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C . Hernández et al., (2014).

El nivel de alcance de esta investigación fue exploratorio y descriptivo, lo que significa que el desarrollo exploratorio se enfoca en proporcionar una descripción detallada del tema y fenómeno de estudio. En contraste el nivel descriptivo busca la medición o recopilación de información sobre conceptos o variables, ya sea de manera independiente o en conjunto, sin buscar establecer relaciones entre ellos (Hernández et al., 2014)

Por otro lado, el diseño fue no experimental, puesto que la información de las variables expuestas en una investigación no se manipulará y además poseyó un corte transversal pues la recolección de datos se ejecutará en un momento único o determinado período (Hernández et al., 2018).

**3.2. Diseño muestral**

En cuanto a la población, esta hace referencia a aquel universo que demuestra el conjunto de unidades de análisis que comprenden una serie de características y particularidades que se adaptan a los requerimientos del estudio, siendo importantes para la realización de una evaluación fiable (Arias, 2020). Para esta indagación la conforman los Stakeholders de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. que está ubicada en Chiclayo, que a su vez están registradas en las actas oficiales con las que cuenta, los cuales en su totalidad son aproximadamente 25 personas; según el registro nacional de micro y pequeña empresa (2024) esta se acredita como pequeña empresa

<b>N° DE RUC</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>ESTADO/CONDICION</b>	<b>SITUACION ACTUAL</b>
20480274157	FOOD EXPORT NORTE SAC	ACREDITADO COMO PEQUEÑA EMPRESA	ACREDITADO

Por otro lado, la muestra se considera una fracción representativa de la población, de la cual se adquiere la información o evidencia. Además, la población está vinculada con la realidad problemática del estudio (Arias, 2020). Dado que la población es pequeña, se decidió incluir a todos sus miembros para que representaran la muestra en su totalidad, conformándose así por los dueños, jefes de áreas y operarios de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. Se logró interactuar con las 25 personas, lo que constituye una muestra censal.

Se optó por emplear la población como muestra para evaluar las variables. Esta decisión se fundamenta en el hecho de que la muestra seleccionada es un grupo reducido de individuos, fácilmente manejable y con acceso a la información necesaria. La obtención de dicha información fue por medio de visitas realizadas a la empresa con cada uno de ellos de 45 – 1 hora de duración aproximadamente con dueños y jefes y 15 – 25 minutos con operarias.

### **3.3. Técnica de recolección de datos**

En cuanto a las técnicas de recolección de datos, se contempla la revisión de documentos, la cual tiene como propósito identificar documentos pertinentes a un tema específico ya conocido, determinando su relevancia en relación con los aspectos buscados (Robles, 2020). Posteriormente, se seleccionará la información más adecuada para conceptualizar las variables.

Otro método es la encuesta, la cual implica un estudio de investigación realizado con una muestra representativa de un grupo más grande, utilizando métodos de interrogación estandarizados para obtener mediciones cuantitativas de diversas características objetivas y subjetivas de la población (García, 2020). En este caso, la encuesta se realizará entre los socios de la Pyme exportadora Food Export Norte S.A.C., con el objetivo de evaluar su situación actual.

Por último, se emplea la observación, que implica una atención detallada al fenómeno, evento o caso en cuestión, recopilando información y registrándola para su análisis posterior (Sanjuan, 2022).

En cuanto a los instrumentos de recolección de datos, se utilizarán cuestionarios, los cuales consisten en un conjunto de ítems relacionados con uno o

más constructos a medir (Hernández, 2020). En este contexto, se centrarán en la gestión del Sistema B y la influencia de la competitividad.

Para que se garantice la fiabilidad de los resultados obtenidos, las personas a las cuales se les realizó la entrevista (entrevistados) fueron previamente avisados de que las sesiones serían grabadas (grabadoras y videocámaras) para que quede como constancia la evidencia de este método explícitamente con fines académicos y no de uso personal.

El instrumento fue validado por tres expertos de la Universidad de San Martín de Porres – Filial Norte, especialistas en temáticas y metodologías de la especialidad de negocios internacionales. Los expertos fueron: Jean Michell Carrión Mesones, magíster en Comercio y Negocios Internacionales; José Carlos Montes Minaquispe, doctor en Comercio y Negocios Internacionales; y Danna Johana Jiménez Boggio, doctora en la misma área. Cabe recalcar que el sustento de los instrumentos se basó en relación directa con las variables expuestas, las cuales permiten el desarrollo de estas.

En cuanto a las fuentes de información, se han deducido y optado por aquellas de páginas verificadas, artículos académicos y repositorios de universidades licenciadas que tienen el nivel de tesis y respaldo de estas investigaciones o tesis ya mencionadas.

Por último, en el tema de confiabilidad de las respuestas de los encuestados y de los resultados hechos por ellos, estas personas consideraron la importancia de tener un respaldo de sus respuestas con instrumentos y fines académicos por medio de medios electrónicos.

### **3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de información.**

El estudio se llevará a cabo ejecutando una serie de pasos para cada entrevistado, dado que cada uno tiene un proceder diverso.

En primera instancia, se llevará a cabo una presentación formal con el gerente general de la empresa "Food Export Norte S.A.C." para solicitar una entrevista personal con los responsables de las áreas pertinentes, tales como exportaciones, producción, aseguramiento de calidad, contabilidad, recursos humanos, ventas y logística. Posteriormente, tras recibir la autorización, se acordará una fecha para visitar las instalaciones de la empresa y realizar la entrevista, durante la cual se proporcionarán las instrucciones pertinentes y se administrará el instrumento de la entrevista estructurada, que será grabada para su revisión posterior. Además, se elaborará un documento en Microsoft Word con el contenido de la entrevista para su análisis.

En segunda instancia, respecto a la población, se solicitará autorización para entregar cuestionarios a las operarias y trabajadoras administrativas, obteniendo el permiso necesario para su llenado con la guía de las investigadoras. La información obtenida será tabulada para un análisis más detallado. Una vez completados estos procedimientos, se procederá con el objetivo general, estableciendo contacto telefónico con expertos en importación de enseres domésticos para obtener autorización para realizar entrevistas estructuradas. Se acordarán fechas, se realizarán viajes a las ciudades pertinentes, se explicará el instrumento de la entrevista, se administrará, se grabarán las entrevistas para su posterior transcripción en Microsoft Word y finalmente se analizará su contenido.

### **3.5. Aspectos éticos**

Según el Código de Ética de la Universidad San Martín de Porres, se establecen las siguientes pautas: no se permitirá la apropiación de estudios de otros investigadores o autores; se emplearán citas confiables para referenciar las fuentes utilizadas en el estudio; se reconocerán debidamente los aportes de cada autor citado; se abordarán de manera apropiada los posibles conflictos de interés que puedan surgir en las diversas etapas como investigador, asesor o evaluador; la información obtenida se tratará con la debida confidencialidad y no se empleará con otra finalidad distinta a los objetivos del estudio; y se mantendrá la ética académica y el profesionalismo que corresponden al prestigio de la USMP (USMP, 2022).

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

### **4.1. Resultados de la Investigación**

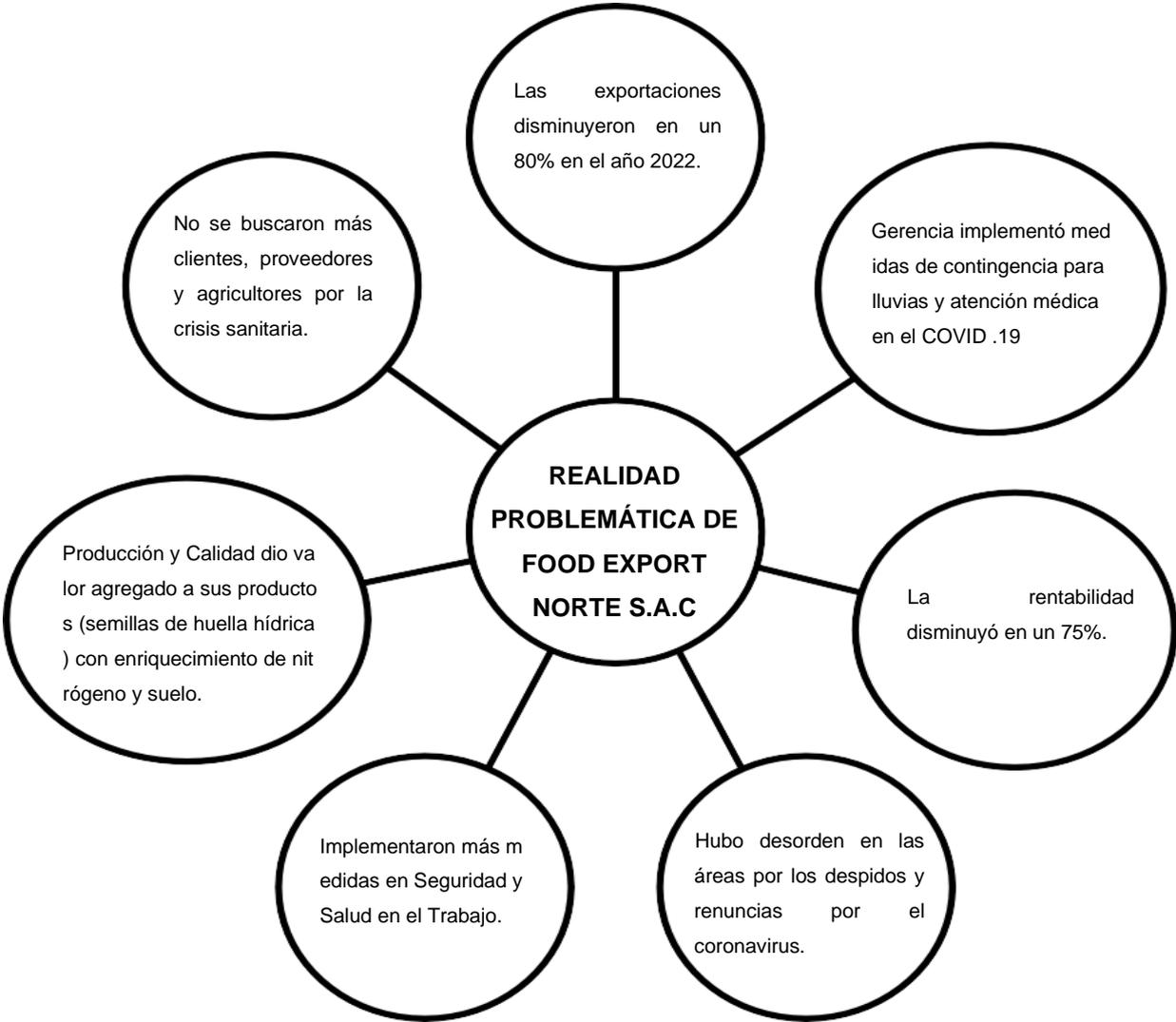
#### **4.1.1 Estrategias del Sistema B para la mejora la competitividad de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en Chiclayo – 2022**

Este es el objetivo general de nuestra tesis de investigación que examinará y dará un plan de como certificarse con el Sistema B y cuan competitivo hará a la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C en el año 2022. Esta acreditación requiere de un sin fin de pasos para poder certificarse y se necesita de los permisos de todos los Stakeholders internos y externos de cualquier empresa y más de esta ya que aún no está acreditada y no es 100% sostenible, pero la estamos proponiendo para que sus áreas sean más eficientes y eficaces y también cumplen con las expectativas del mercado internacional sostenible.

#### **4.1.2 Situación actual de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. para acceder a la certificación del Sistema B**

Debido a la situación que se evidenció en el año 2022 en plena pandemia del COVID-19, la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. concretamente no tuvo problemas con sus exportaciones que es lo más importante en el mercado internacional; pero ellos consideran que no es necesario acreditarse como Sistema B a pesar de que esta certificación cuenta con todos los parámetros de la RSC. Ellos tienen y cumplen ciertos parámetros para ser considerados Sistema B pero depende de ellos si es que en algún futuro lo quieren ser y se va demostrar de la siguiente manera.

**Figura 3** Situación Actual de Food Export Norte S.A.C.



**Nota.** La información dada por Food Export Norte S.A.C. (2024)

Según se puede observar, en el año 2022 la empresa Food Export Norte S.A.C. experimentó varias bajas en todas sus áreas, lo que resultó en un panorama poco favorable para aplicar a una certificación del Sistema B. Esto, a su vez, afectaría negativamente a la mayoría de los stakeholders, con excepción de la sociedad, GERCETUR – LAMABYEQUE, proveedores y clientes. Sin embargo, la empresa

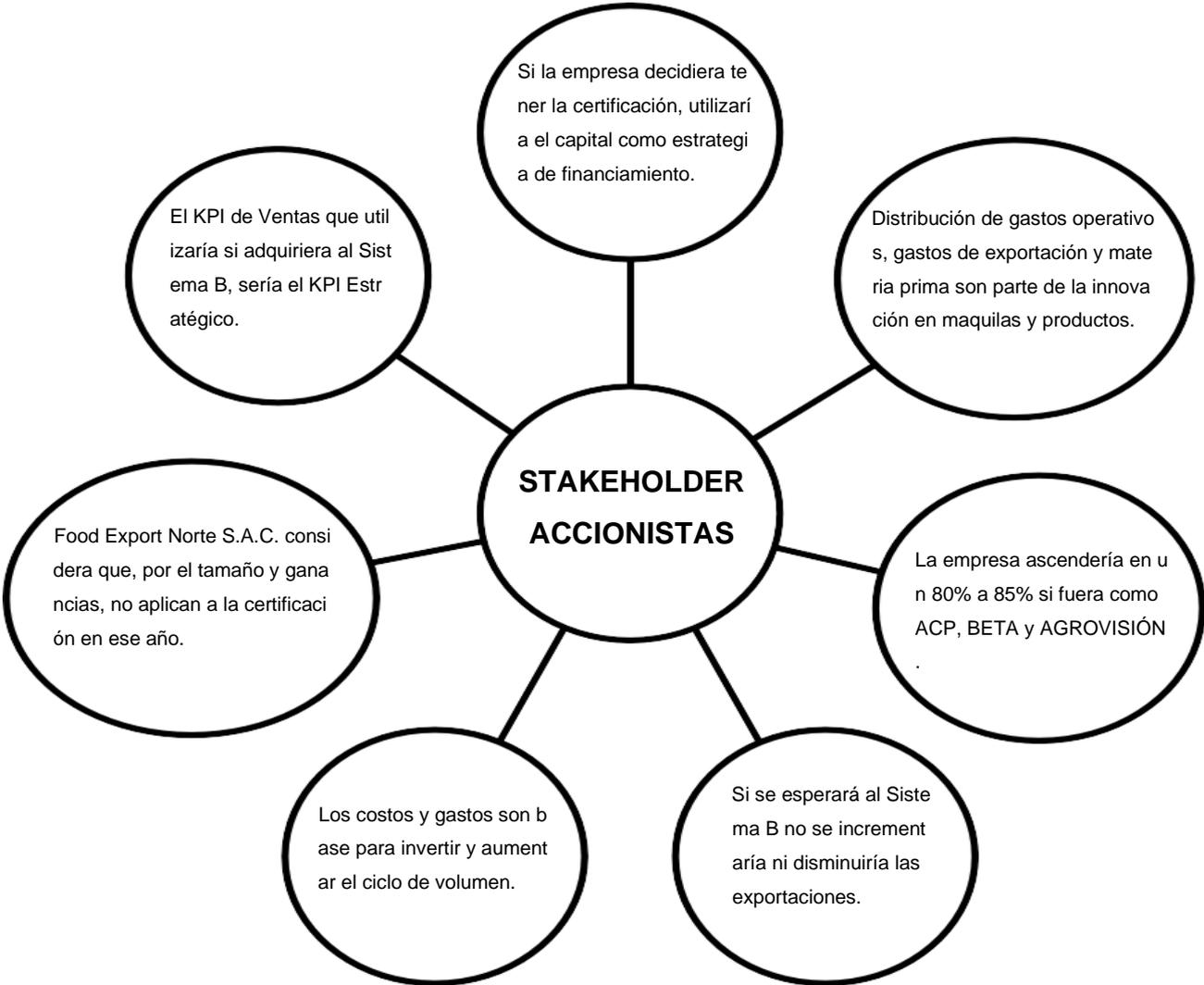
sabía que, al obtener esta acreditación, el propio Sistema B se encargaría de ayudar a resolver los problemas que los aquejaban.

En cuanto a la situación de la empresa en 2022, según el análisis realizado, no se encontraba en las mejores condiciones, especialmente en las áreas clave que constituyen el pilar de la organización y generan sus ganancias. Se especificó claramente que no optarían por el Sistema B debido a factores como los efectos del coronavirus y su falta de confianza en su capacidad para asumir el reto de obtener una acreditación que implicara un impacto económico, ambiental, social y político. Además, desconocían completamente el tema y consideraban que acceder a esta certificación significaría, para ellos, simplemente pérdidas netas.

**4.1.3. Indicadores que faltarían para acceder la certificación empresa B para Food Export Norte S.A.C.**

**Figura 4**

Stakeholders Accionistas



**Nota.** Entrevista dada por Rosa Quiroz Gómez (2023)

Por lo que se puede observar el Stakeholders – Accionista nos indica cuales serían las ventajas de tener el Sistema B basándonos en el estudio financiero de la empresa, a través de ellos si en un futuro desean acceder a este tipo de certificación.

**Figura 5**

**Stakeholders cliente**



**Nota.** Información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023)

Se puede evidenciar que uno de los clientes potenciales de Food Export Norte es uno de los más fidedignos y que cuenta con la certificación del Sistema B, puesto que valoran todos los problemas que pueden suceder tanto dentro como fuera de la

empresa y ellos están seguros de que si tuvieran el Sistema B no solo tuvieran prestigio sino subirían sus exportaciones por millones.

**Figura 6**

Stakeholders Proveedor



**Nota.** La Información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023).

Se puede observar que los proveedores que cuenta Food Export Norte S.A.C. logran entender cuáles son las condiciones del mercado y las necesidades insatisfechas de los clientes de esta forma favorecen a la empresa a tener mejores

relaciones comerciales y además de permitirles gestionar negocios globales con menos esfuerzo y recursos.

**Figura 7** Stakeholders Trabajador General



**Nota.** La información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023).

Se puede analizar que Food Export Norte S.A.C. se preocupa por el buen desempeño laboral por lo que buscan implementar actividades, capacitaciones e incentivos a sus trabajadores administrativos, operarios, jefes y técnicos para que en

conjunto se logre el porcentaje promedio de logro de metas y objetivos que les demanda la empresa.

**Figura 8**

*Stakeholders Sociedad de los alrededores de Food Export Norte S.A.C*



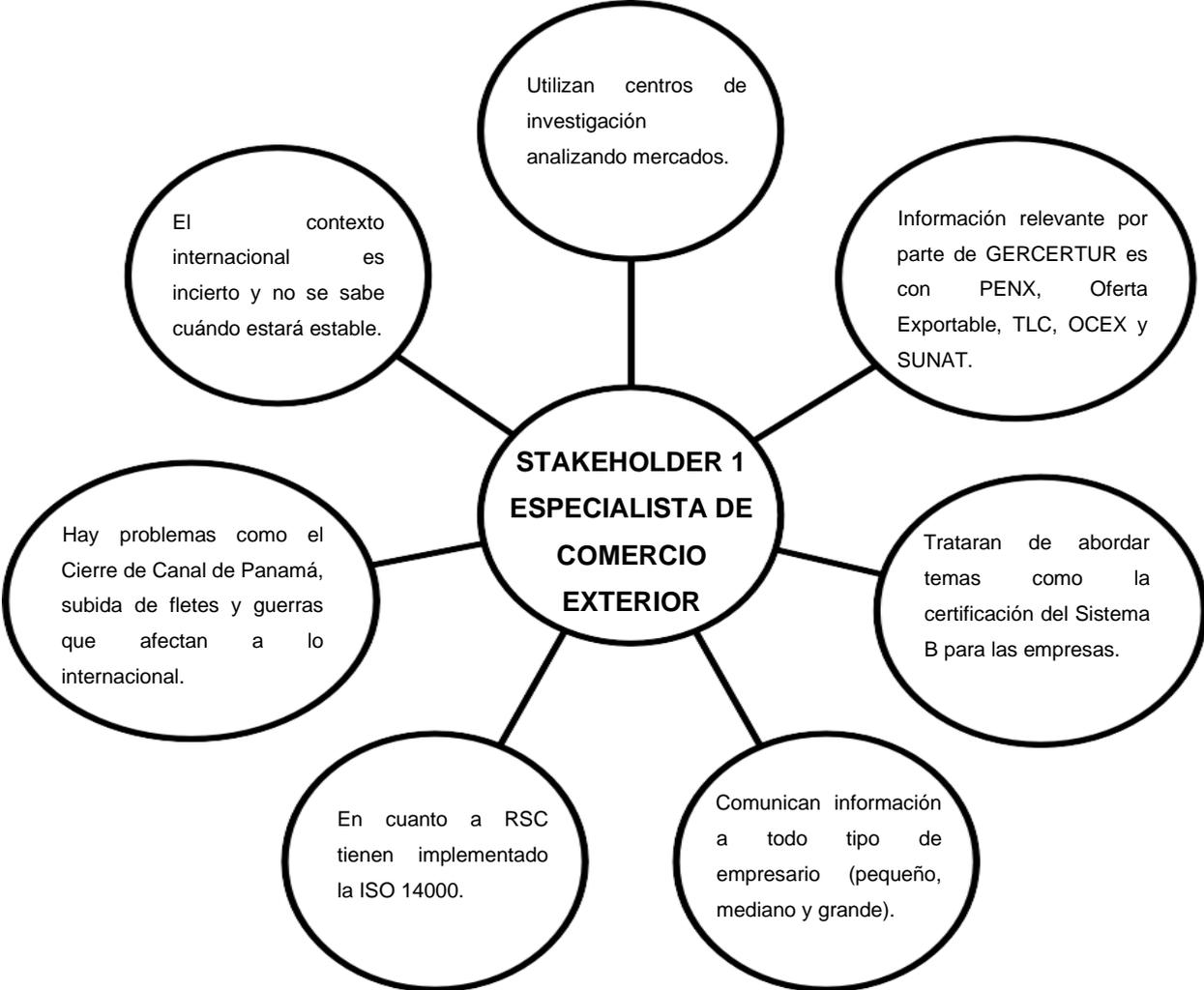
**Nota.** La información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023)

Se puede evidenciar que Food Export Norte S.A.C es una empresa que si valora el impacto a la comunidad y el medio ambiente ya que son parte fundamental

para generar buenas y malas reacciones entre sí. También se mostró interés por apoyar a la comunidad entre ONGs y personas vulnerables, además de realizar campañas médicas y entregas de insumos médicos todo esto con el fin de trazarse la meta de reducir los problemas medioambientales y la falta de empleo que son la base de una empresa y si los trabajadores que laboran dentro de la empresa y viven por la empresa darles seguros pagados, gratificaciones y aumentos de sueldo.

**Figura 9**

*Stakeholders Especialista 1 en Comercio Exterior - GERCETUR - LAMBAYEQUE*

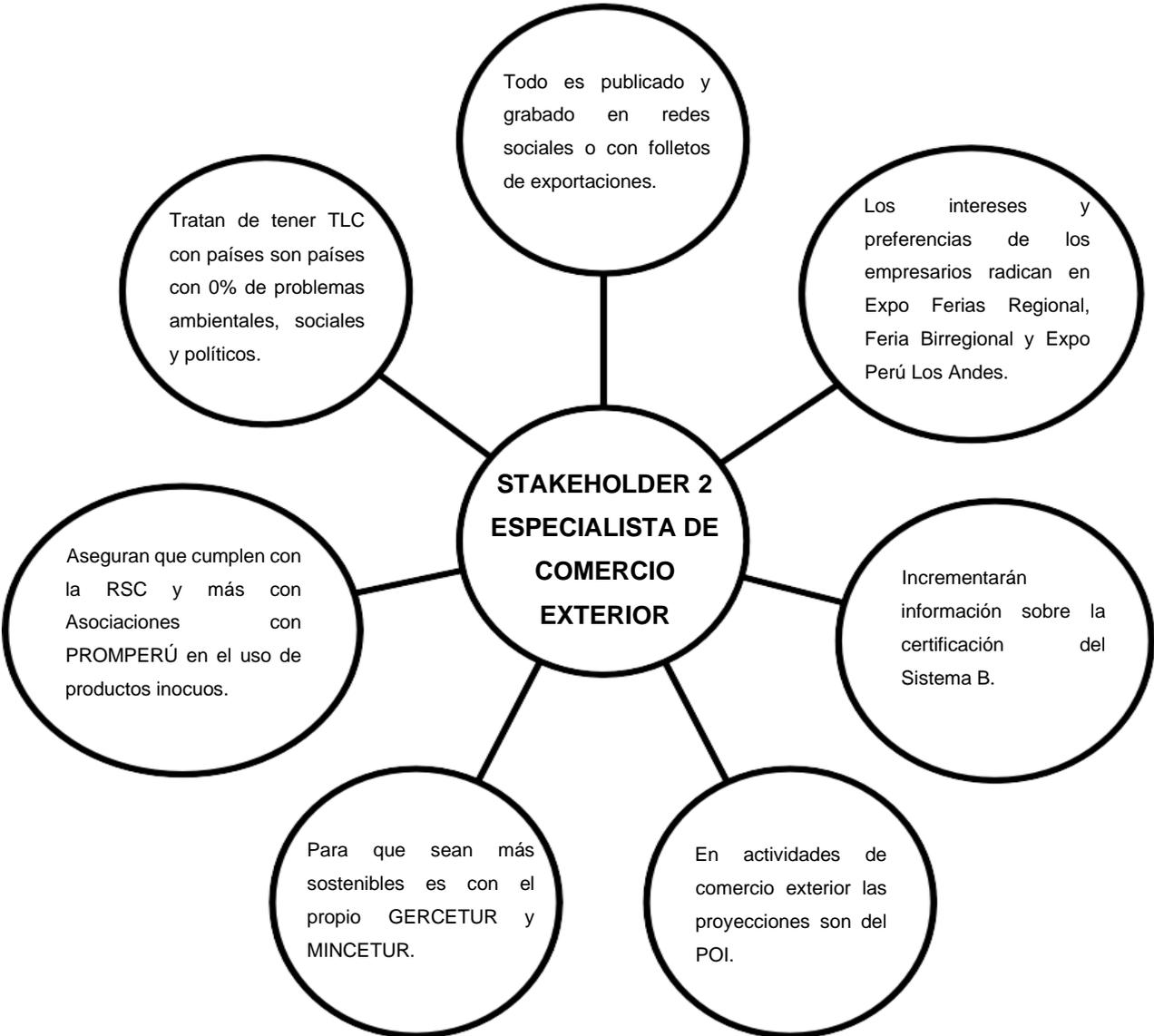


**Nota.** La Información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023)

GERCETUR - LAMABAYEQUE, en el ámbito del comercio exterior, impulsa sectores clave como la agricultura, la avicultura, la acuicultura y la industria textil. Facilita la formalización y asociación de empresas, además de promover la participación en eventos que mejoren la adquisición de insumos y aseguren precios competitivos. Anticipándose a los retos del contexto internacional, GERCETUR aborda crisis sanitarias, conflictos geopolíticos, fenómenos climáticos y desafíos económicos, brindando soluciones y mitigando los impactos sobre el empleo.

**Figura 10**

Stakeholders Especialista 2 en Comercio Exterior - GERCETUR - LAMBAYEQUE



**Nota.** La Información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023).

GERCETUR - LAMBAYEQUE impulsa la organización y formalización del Comercio Exterior, promoviendo la eficiencia y sostenibilidad en el desarrollo de nuevos productos en la región. Además, administra y coordina planes de Comercio Exterior de manera sostenible con el apoyo de universidades, instituciones como MINCETUR y asociaciones como la Mesa del Algodón Nativo y PROM PERÚ, que exigen prácticas responsables en la producción y exportación.

### Figura 11

Stakeholders Asistente en Comercio Exterior - GERCETUR - LAMBAYEQUE

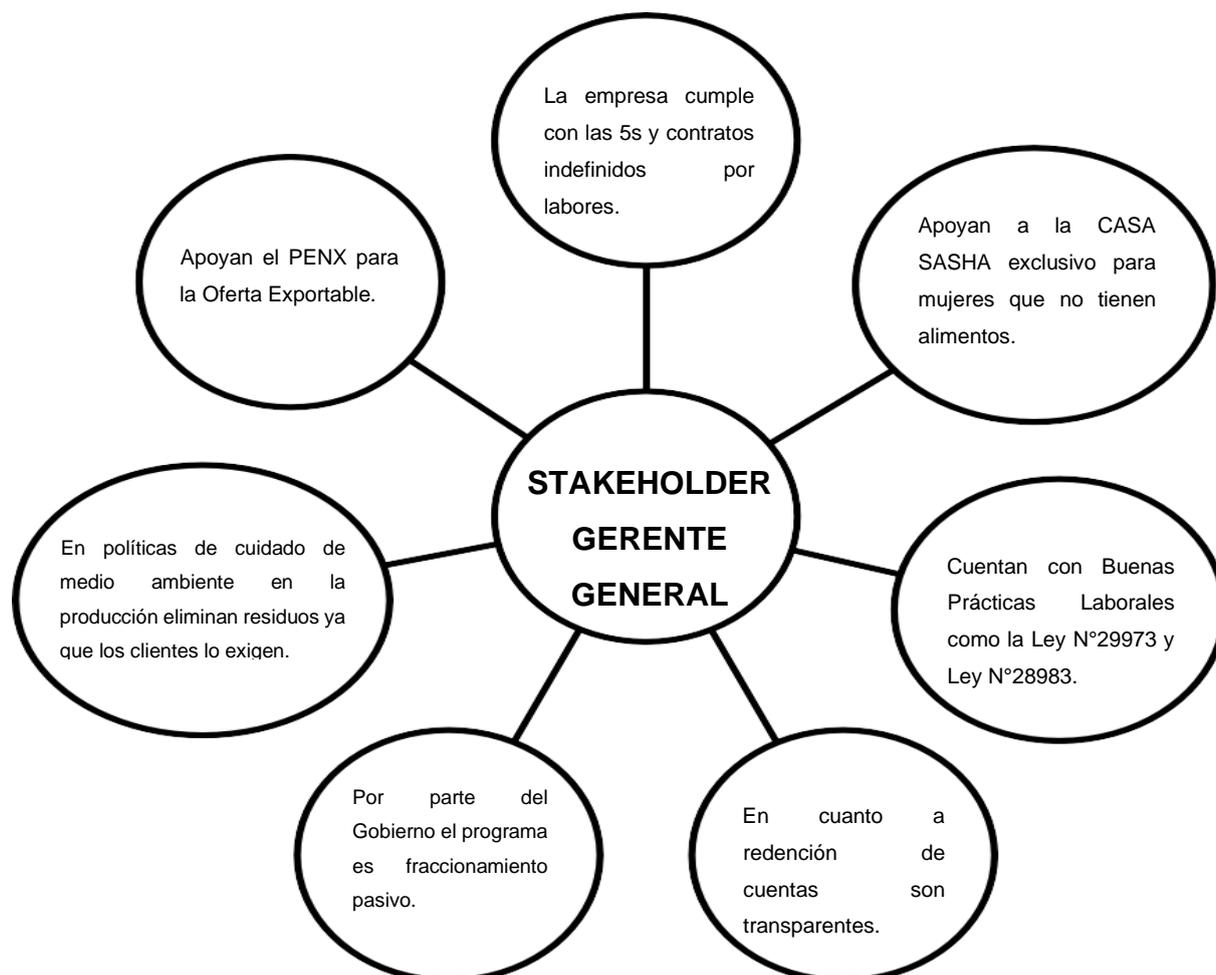


**Nota.** La información dada por GERCETUR – LAMBAYEQUE (2023)

GERCETUR - LAMBAYEQUE, como entidad promotora, se encarga de formalizar instituciones o asociaciones interesadas en la exportación, colaborando con entidades como PRODUCE, el Ministerio de Agricultura y diversas asociaciones de pescadores, apicultores, entre otros. Además, trabaja para mejorar la gobernanza y gestión interna de las empresas del sector de comercio exterior mediante la implementación de propuestas innovadoras. Asimismo, GERCETUR establece estándares de calidad para bienes y servicios, promoviendo la responsabilidad social empresarial.

### Figura 12

Stakeholders Gerente General de Food Export Norte S.A.

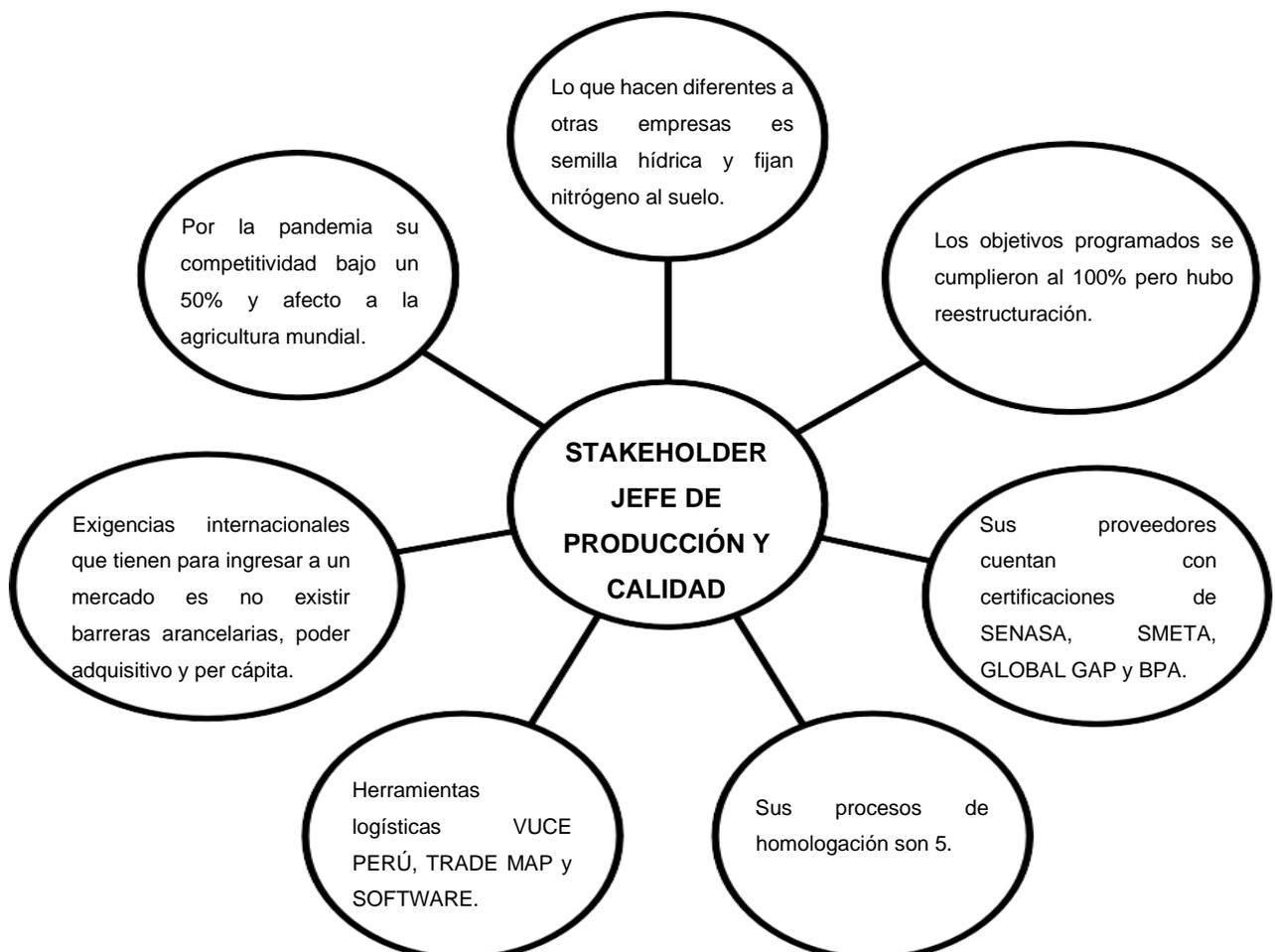


**Nota.** La información dada por el Gerente General de Food Export Norte S.A.C. (2023)

El Gerente General, Wilder Américo Quiroz Gómez, destaca que Food Export Norte S.A.C. cumple con las normativas laborales y respalda las políticas empresariales públicas, contribuyendo así al Plan Estratégico Nacional Exportador. Además, la empresa se compromete con la reducción del impacto de los residuos sólidos en el medio ambiente y promueve la colaboración y la no discriminación entre los trabajadores. Finalmente, ha llevado a cabo proyectos sociales en colaboración con su equipo laboral.

### Figura 13

Stakeholders Trabajador de Producción y Calidad de Food Export Norte S.A.C.

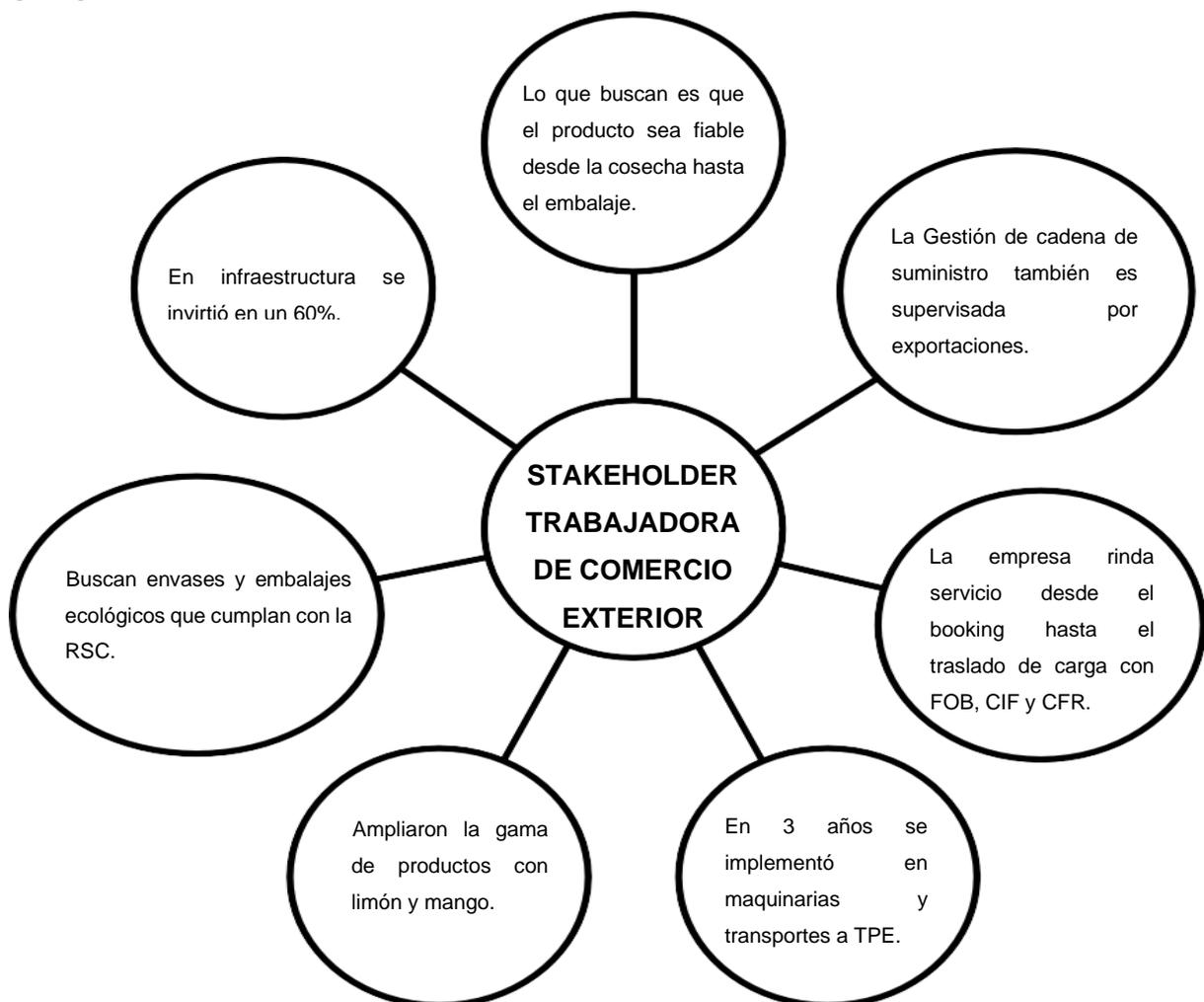


**Nota.** La Información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023).

En Food Export Norte S.A.C., se priorizan las barreras arancelarias y no arancelarias, el poder adquisitivo per cápita y los requisitos fitosanitarios al ingresar productos a nuevos mercados. Además, sus productos, como legumbres, cereales y especias, se destacan por su valor agregado, con semillas que cuentan con huella hídrica y certificaciones de proveedores emitidas por SENASA, SMETA, GLOBAL GAP y BPA.

### Figura 14

Stakeholders Trabajador de Comercio Exterior y Comercial en Food Export Norte S.A.C.

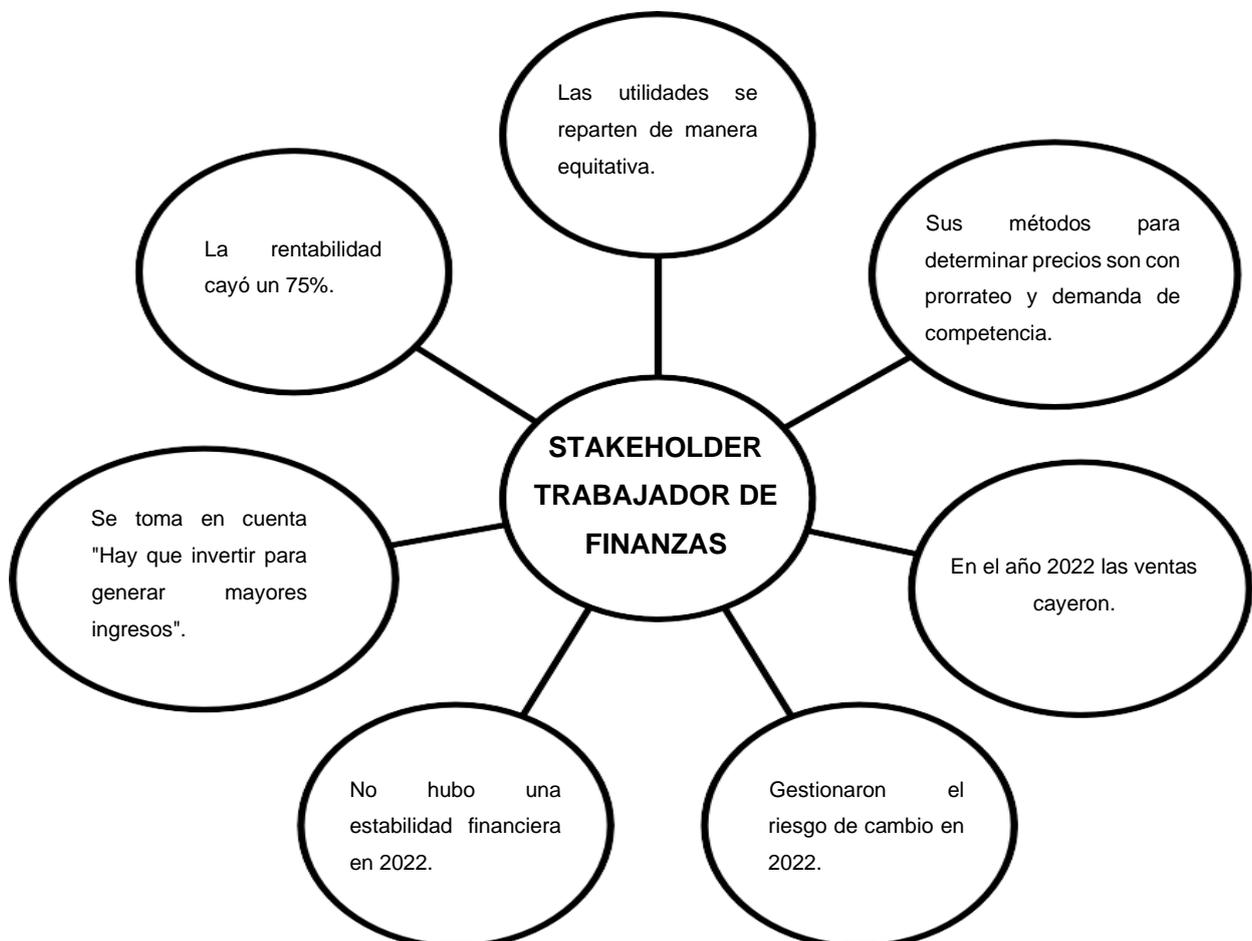


**Nota.** La información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023)

La Empresa Food Export Norte S.A.C. busca que sus productos sean fiables en calidad, desde la cosecha hasta el área de producción y empaquetado. También se preocupa por brindar a sus clientes un servicio completo en lo que se refiere a exportaciones desde la búsqueda del BOOKING hasta el traslado de carga dependiendo del precio. Por otro lado, la empresa en los últimos 3 años ha desarrollado nuevas infraestructuras porque creen que es necesario unos cambios y adherencias que los haga ser más competitivos en su rubro que otras empresas exportadoras competidoras.

### Figura 15

Stakeholders Trabajador de Finanzas de Food Export Norte S.A.C



**Nota.** Información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023)

La empresa Food Export Norte S.A.C. considera que la distribución de sus utilidades debe ser de manera anual y en partes iguales con sus trabajadores, dependiendo de la participación de estos y como se desarrollaron. También la empresa utiliza métodos para determinar los precios adecuados para lanzarlos al mercado internacional. En cuanto al porcentaje de las exportaciones variaron en pandemia y su rentabilidad cayó a un 75% y en el año 2022 las ventas cayeron.

#### 4.1.4 Simulación de certificación del Sistema B en la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C.

Nosotras como tesistas propusimos un plan para la certificación del Sistema B en la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. para ello se realizó como parte de la investigación una simulación de la certificación y que está estructurado de la siguiente manera:

**Figura 16**

Estructura de EIB (Evaluación de Impacto B)



**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Como se puede observar esta es la EIB del Sistema B y son los indicadores a medir para realizar y analizar como empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. los estándares que se verán en el examen desglosándolas en los Stakeholders más principales para ellos.

Completar la Evaluación de Impacto B

1° Ingresar a la página web de Sistema B ¿Cómo ser Empresa B Certificada?

El Gerente General o Asistente de Gerencia debe ingresar al portal de Sistema B para certificarse como Empresa B a Food Export Export Norte S.A.C. evaluando cuales son los requisitos y perímetros a seguir para acreditarse como tal, teniendo en cuenta que deben manejar todas las áreas de la empresa y los Stakeholders porque básicamente el examen será en base a eso.

## Figura 17

Portal Web de Sistema B



**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Se puede observar que este es la página web de Sistema B específicamente para registrarse y evaluar los diversos ítems que se requiere para acreditarse como B - Lab.

## 2° Comenzar a registrarse

Para que la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. obtenga la certificación como empresa B, debe completar la Evaluación de Impacto B (EIB), una herramienta en línea y gratuita dirigida a todos los stakeholders.

### Figura 18

#### Registro de Datos

**Evaluación de Impacto B**

### Mida y gestione el impacto social y ambiental de su empresa

- Responda preguntas sobre estándares de impacto integrales
- Aprenda aplicando mejores prácticas confiables
- Compare su desempeño con otros pares de la industria
- Establezca objetivos para mejorar su impacto de forma continua

### Comenzar

Esta herramienta de gestión del impacto es gratuita y confidencial

Nombre  Apellido

Correo electrónico

Contraseña  Confirmar contraseña

Las contraseñas deben tener más de 8 caracteres.

Idioma

Acepto la [Política de Privacidad](#) y los [Términos de Uso](#) [Get Help](#)

**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Aquí se puede observar que para tener la Evaluación de Impacto B se necesita registrar a la persona que desarrollará este examen y deberá tenerlo para verificar y rectificar los datos correspondientes.

Figura 19

Registro de la Empresa exportadora Food Export Norte S.A.C



**Evaluación de Impacto <sup>B</sup>**

### Mida y gestione el impacto social y ambiental de su empresa

- Responda preguntas sobre estándares de impacto integrales
- Aprenda aplicando mejores prácticas confiables
- Compare su desempeño con otros pares de la industria
- Establezca objetivos para mejorar su impacto de forma continua

**Sede principal de la empresa**

¡Vamos a comenzar con algunos datos!

Nombre de la empresa  
FOOD EXPORT NORTE SAC

País / Región / Territorio  
Perú

Seleccione esto en función de la ubicación de la mayoría de sus empleados.  
Estado / Provincia / Región  
Lambayeque

Fecha de cierre del último año fiscal  
2022-10-15

La fecha de cierre del año fiscal de su empresa se utiliza para delimitar el

Get Help

**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Se registrará a la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. como entidad para ser evaluada, especificando sus datos.

Figura 20

Registro de la Industria de la Empresa Food Export Norte S.A.C.



**Evaluación de Impacto <sup>B</sup>**

### Mida y gestione el impacto social y ambiental de su empresa

- Responda preguntas sobre estándares de impacto integrales
- Aprenda aplicando mejores prácticas confiables
- Compare su desempeño con otros pares de la industria
- Establezca objetivos para mejorar su impacto de forma continua

**Industria de la empresa**

Si su empresa opera en más de una industria, seleccione las opciones que representen la actividad operativa más importante de la empresa en términos de ingresos totales.

Sector  
Agricultura/Cultivadores

Si su empresa opera en más de una industria, seleccione la industria que represente la actividad operativa más importante de la empresa en términos de ingresos totales.

Categoría de la industria  
Agricultura, silvicultura y pesca

Industria  
Procesamiento agrícola

VOLVER CONTINUAR Get Help

**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Se detallará el tipo de Industria al que pertenece la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C.

## Figura 21

Información de los trabajadores de la empresa Food Export Norte S.A.C.



**Evaluación de Impacto B**

### Mida y gestione el impacto social y ambiental de su empresa

- Responda preguntas sobre estándares de impacto integrales
- Aprenda aplicando mejores prácticas confiables
- Compare su desempeño con otros pares de la industria
- Establezca objetivos para mejorar su impacto de forma continua

### Plantilla de trabajadores de la empresa

Calcule la cantidad total de empleados en la nómina de la empresa en función del criterio de equivalente de empleados de tiempo completo (FTE). Para hacer el cálculo, puede basarse en un parámetro de 40 horas semanales, excepto que el estándar de la industria sea diferente en el mercado de la empresa.

Asegúrese de tomar en cuenta a los empleados de tiempo parcial y los temporarios o de temporada.

Excluya del cálculo a los pasantes, los trabajadores temporarios contratados a través de una agencia y los socios que también son trabajadores (personas que trabajan para la empresa y posean más del 10 % de la empresa).

Si la empresa tiene contratistas independientes que trabajan más de 20 horas semanales por un período indefinido o superior a 6 meses, también debe tenerlos en cuenta para calcular la cantidad de trabajadores.

Cantidad de empleados  [Get Help](#)

**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Será detallado el número de trabajadores generales, operarios y administrativos de Food Export Norte S.A.C. todos en uno, en el registro de Sistema B.

**Figura 22**

*Resultados de la Evaluación del Impacto B de la empresa Food Export*



**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Después de pasar todos los filtros de registro correspondientes del Sistema B, la empresa Food Export Norte S.A.C. fue evaluada con un puntaje de 173.8, superando las expectativas de los ítems de cada nivel de stakeholders. Con un puntaje superior a 80, logró pasar con éxito la Evaluación de Impacto B, quedando así claro que el primer paso para certificarse como empresa B ya ha sido completado.

Figura 23

Evaluación del Impacto B - Stakeholders Gobernabilidad



**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Se observa que en el Stakeholders de Gobernabilidad se alcanzó un puntaje general de 17.4 que el progreso para Food Export Norte S.A.C. es adecuado sobre todo por empresa en cuanto a nivel de empresa en retrospectiva con la RSE.

**Figura 24**

*Evaluación del Impacto B - Stakeholders Trabajadores*

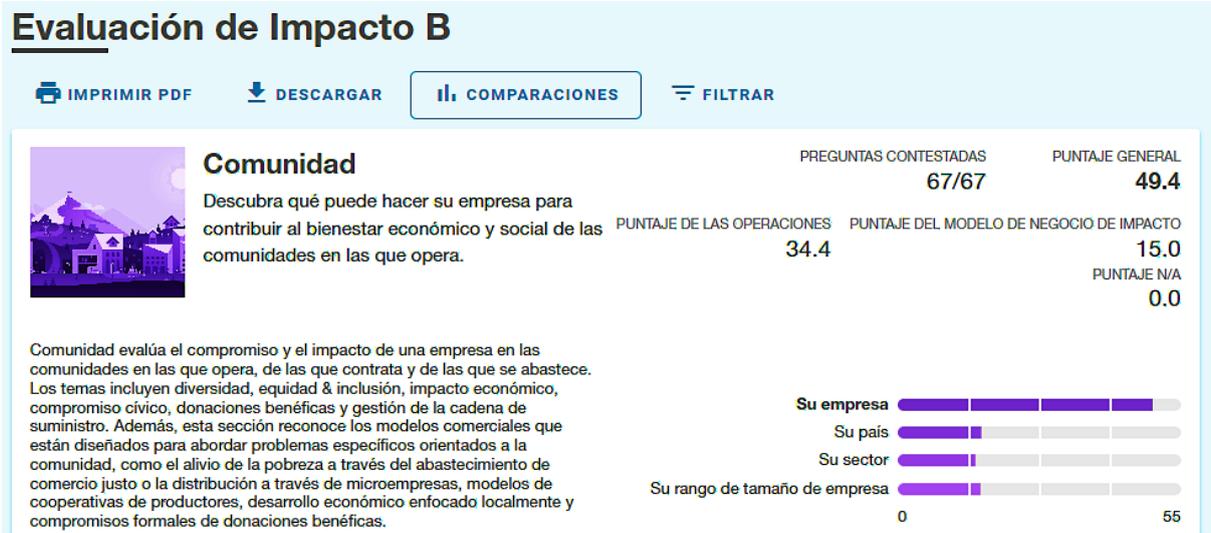


**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

A nivel de Stakeholders - Trabajadores un puntaje general de 29.1 con respecto a 72 preguntas contestadas para su bienestar profesional y físico de los empleados.

**Figura 25**

*Evaluación del Impacto B - Stakeholders Comunidad*

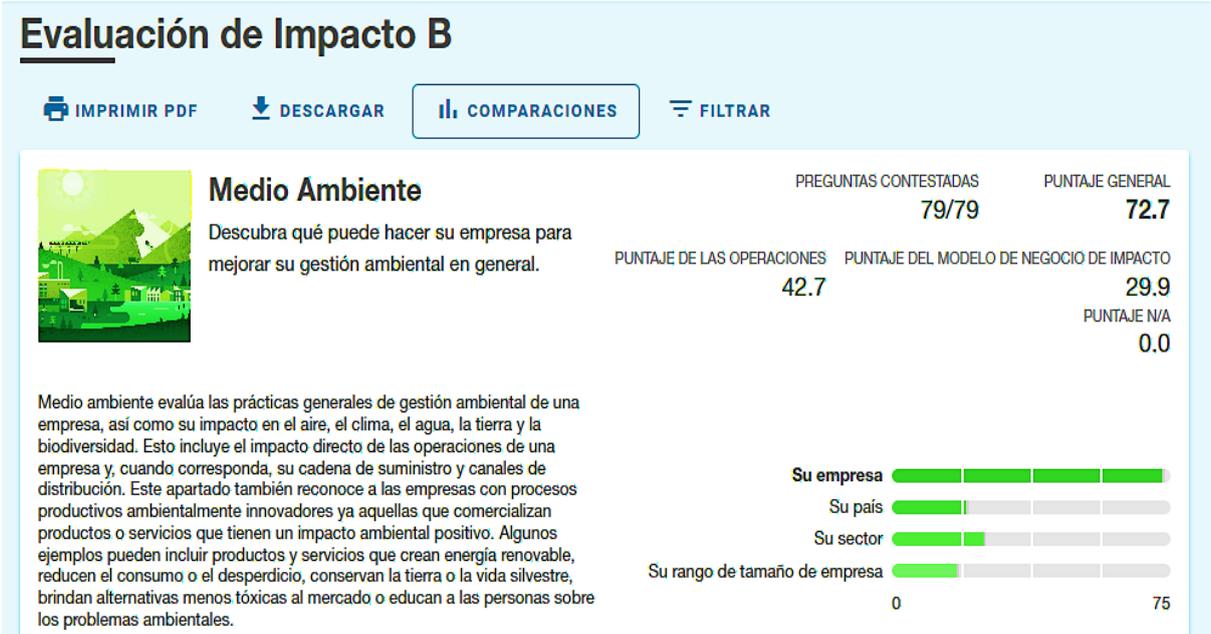


**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

En Stakeholders – Comunidad en este test se tuvo un puntaje general de 49.4 con respecto a las 67 preguntas contestadas y bien se sabe que contribuir al bienestar de la sociedad uno disminuirá los problemas que aquejan al exterior.

**Figura 26**

*Evaluación de Impacto B - Stakeholders Medio Ambiente*



**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

En Stakeholders – Medio Ambiente se tuvo un puntaje general de 72.7 con respecto a 79 preguntas contestadas ya que se evalúa el lugar en donde vivimos y se conecta con las actividades de la empresa y su impacto generado.

Figura 27

Evaluación del Impacto B - Stakeholders Clientes



**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

En Stakeholders – Clientes se logró un puntaje general de 5 puntos con respecto a 6 preguntas contestadas ya que ellos serán el reflejo de que tan bien esta la empresa para promover y comercializar sus productos.

Cuestionario de Divulgación e Industrias Controversiales

Después de completar la Evaluación de Impacto B, la empresa Food Export Norte S.A.C. debe de declarar si tiene practicas temas de controversias o negativas en la industria. Para eso la prueba anterior se encarga de medir el aspecto positivo de una empresa y también mide el aspecto negativo dejándolo mediante el Cuestionario de Divulgación por un canal de reclamos y quejas.

**Figura 28**

*Evaluación del Impacto B - Cuestionario de Divulgación*

**Evaluación de Impacto B**

IMPRIMIR PDF    DESCARGAR    COMPARACIONES    FILTRAR

	<b>Cuestionario de Divulgación</b>	PREGUNTAS CONTESTADAS	PUNTAJE GENERAL
	Identifique posibles industrias, prácticas o resultados indirectos sensibles o multas y sanciones que recibió la empresa que no se informaron de forma explícita en el resto de la Evaluación.	58/58	0.0
		PUNTAJE DE LAS OPERACIONES	PUNTAJE DEL MODELO DE NEGOCIO DE IMPACTO
		0.0	0.0
			PUNTAJE N/A
			0.0

El Cuestionario de Divulgación identifica posibles industrias, prácticas o resultados indirectos sensibles o multas y sanciones que recibió la empresa. No se toma en cuenta para calcular el puntaje de la empresa en la Evaluación de Impacto B, pero sí se revisa para determinar si la empresa es elegible para la Certificación de Empresa B.

[SABER MÁS](#)

**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Adicionalmente, se desarrolló un Cuestionario de Divulgación, en el cual se obtuvo un puntaje general de 0.0 sobre 58 preguntas contestadas. El propósito de este cuestionario es evaluar posibles actividades inadecuadas por parte de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. El puntaje obtenido refleja que no se excedieron ni sobrepasaron los parámetros establecidos, ya que no se encontraron irregularidades significativas.

Es importante destacar que las respuestas del Cuestionario de Divulgación no afectan el puntaje total de la Evaluación de Impacto B, sino que su objetivo es verificar antecedentes y quejas públicas relacionadas con aspectos negativos e inmateriales. Las preguntas de respuesta SÍ/NO permiten identificar prácticas, industrias o resultados sensibles, y se enfocan en asegurar que los stakeholders (clientes, proveedores, gobierno, trabajadores, medio ambiente y sociedad) no hayan involucrado o cometido actos que atenten contra la integridad del Sistema B. Si se

detectaran tales actos, la empresa sería descartada. Sin embargo, basándonos en los puntajes obtenidos, podemos afirmar que nuestra sección está limpia de estos actos delictivos. B Impact Assessment Assessment (2024).

Envío de Evaluación de Impacto B a revisión y verificación

La empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. realizada su Evaluación del Impacto B es sometida a revisión exhaustiva con el que mínimo debe tener 80 puntos para pasar a revisión y dar un inicio formal de Proceso de Certificación al Sistema B Perú.

**Figura 29**

*Puntaje de Revisión Total de EIB*



**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Después de haber realizado la EIB (Evaluación de Impacto B) y enviarlo respectivamente al Sistema B, se obtuvo un puntaje total de 83 y como se puede observar sobrepasa el puntaje normal para el Proceso de Certificación a Food Export Norte S.A.C.

## Fee de Aplicación

Como aún este Proceso de Certificación se tenía previsto solicitar en el año 2022 aún no aumentaba las tarifas a aplicar en esta certificación y se tomará en consiguiente lo mostrado dependiendo lo facturado con la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en el año 2022:

### Tabla 3

*Tabla de Precios - Tarifas de Aplicación (Food Export Norte S.A.C.)*

<b>RANGO DE FACTURACIÓN (US\$)</b>	<b>FEE DE APLICACIÓN (US\$)</b>
<b>0 - \$499.999</b>	\$400
<b>\$500.000 - \$999.999</b>	\$400
<b>\$1MM - \$2.499.999</b>	\$600

**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

La Tabla de Precios para la Certificación del Sistema B depende de los ingresos facturados en el año. En este caso, los ingresos de Food Export Norte S.A.C. durante el año 2022 se estiman entre \$500,000 y \$999,999, y el Fee de Aplicación oscilaría entre \$400 y \$600. En los casos donde los ingresos superen el millón de dólares, el Fee de Aplicación podría llegar a ser más alto, ajustándose a los parámetros de facturación correspondientes.

Se elaborará una tabla con los embarques de los productos más pedidos durante el año 2022, y se calcularán los totales correspondientes. Esta tabla reflejará los valores promedio de los Fee de Aplicación aplicados a cada uno de los productos, demostrando que, con base en los resultados obtenidos, Food Export Norte S.A.C. estaría en condiciones de iniciar el proceso de Certificación del Sistema B.

**Tabla 4***Reporte 1 de Embarques 2022*

REPORTE DE EMBARQUES 2022							
N°	PAIS	PRODUCTO	FECHA DE SALIDA DE PLANTA	LÍNEA	FECHA DE ZARPE	N° CTN	MONTO FACTURADO USD
1	PORTUGAL	Frijol de Palo	1/3/2022	Hapag LLoyd	1/5/2022	2	63,840.00
2	PORTUGAL	Frijol de Palo Pallar 50/55	1/14/2022	Hapag LLoyd	1/19/2022	1	34,980.00
3	JAPON	Pallar Bebe	1/17/2022	Evergreen Line	1/23/2022	1	25,262.50
4	JAPON	Pallar Bebe	1/17/2022	Evergreen Line	1/23/2022	1	24,940.00
5	JAPON	Pallar Bebe	1/17/2022	Evergreen Line	1/23/2022	1	24,940.00
6	JAPON	Pallar Bebe	2/22/2022	Hapag LLoyd	3/1/2022	2	50,310.00
7	JAPON	Pallar Bebe	3/12/2022	Hapag LLoyd	3/19/2022	1	26,660.00
8	PANAMA	Frijol de Palo Frijol Castilla	3/16/2022	Sealand	3/19/2022	1	38,414.78
9	JAPON	Pallar Bebe	3/22/2022	Maersk	3/29/2022	1	24,885.00
10	JAPON	Pallar Bebe	3/22/2022	Maersk	3/29/2022	1	24,885.00
11	PORTUGAL	Frijol de Palo	4/9/2022	Hapag LLoyd	4/13/2022	1	33,360.00
TOTAL de 01/01/2022 al 31/03/2022						<b>13</b>	<b>\$372,477.28</b>

**Nota.** Información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023)

En la Tabla 4 de Embarques del año 2022 se muestra los principales productos pedidos desde enero hasta fines de marzo desde menestras hasta los montos facturados y la suma total.

**Tabla 5***Reporte 2 de Embarques 2022*

REPORTE DE EMBARQUES 2022							
N°	PAIS	PRODUCTO	FECHA DE SALIDA DE PLANTA	LÍNEA	FECHA DE ZARPE	N° CTN	MONTO FACTURADO USD
12	REINO UNIDO	Frijol Castilla	5/10/2022	Hapag Lloyd	5/18/2022	1	29,640.00
13	PANAMA	Frijol de Palo	10/4/2022	Sealand	10/8/2022	1	32,890.84
14	JAPON	Pallar Bebe	11/12/2022	Hapag Lloyd	11/18/2022	1	29,885.00
15	JAPON	Pallar Bebe	11/19/2022	Hapag Lloyd	29/11//2022	2	58,380.00
16	JAPON	Pallar Bebe	12/3/2022	Hapag Lloyd	12/6/2022	3	102,690.00
17	JAPON	Pallar Bebe	12/3/2022	Hapag Lloyd	12/6/2022	2	68,460.00
TOTAL DE 01/04/2022 al 30/11/2022						<b>10</b>	<b>321,945.84</b>

**Nota.** Información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023)

En la Tabla 5 de Embarques 2022 se muestra igualmente que los productos más comprados en el exterior fueron menestras y con un total exportado de \$321,945.84 entre abril y noviembre de ese mismo año.

**Tabla 6***Reporte 3 de Embarques 2022 – Total*

REPORTE DE EMBARQUES 2022							
N°	PAIS	PRODUCTO	FECHA DE SALIDA DE PLANTA	LÍNEA	FECHA DE ZARPE	N° CT N	MONTO FACTURADO USD
18	JAPON	Pallar Bebe	12/15/2022	HAPAG LLOYD	12/22/2022	1	38,220.00
19	JAPON	Pallar Bebe	12/15/2022	HAPAG LLOYD	12/22/2022	1	38,220.00
20	PORTUGAL	Frijol de Palo	12/16/2022	HAPAG LLOYD	12/22/2022	1	38,750.00
21	AL	Frijol de Palo Frijol Canario	12/16/2022	HAPAG LLOYD	12/30/2022	2	81,125.00
22	JAPON	Pallar Bebe	12/17/2022	HAPAG LLOYD	1/3/2023	2	76,440.00
23	JAPON	Pallar Bebe	12/17/2022	HAPAG LLOYD	12/22/2022	2	76,440.00
24	JAPON	Pallar Bebe	12/22/2022	HAPAG LLOYD	1/3/2023	2	76,440.00
TOTAL 01/01/2022 AL 31/12/2022						<b>34</b>	<b>1,120,058.12</b>

**Nota.** Información dada por Food Export Norte S.A.C. (2023)

En la Tabla 6 de Embarques 2022 se muestra el total exportado de los frijoles desde Enero hasta Diciembre con \$1,120,058.12 que califica para el Fee de Aplicación entre \$400 a \$600.

#### Fee Anual de Verificación

Una vez pasados todos los anteriores requisitos se revisará a detalle puntos elementales y claves de la Evaluación de Impacto B (EIB) de manera completa por Stakeholders, área, tamaño, industria y si la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. se mantiene sobre los 83 puntos sacados en el examen, la empresa seguirá en el proceso de certificación B y se llega al Fee Anual de Certificación como último paso.

**Tabla 7**

*Fee de Certificación Anual - Food Export Norte S.A.C.*

<b>FACTURACIÓN ANUAL (US\$)</b>	<b>FEE DE CERTIFICACIÓN ANUAL (US\$)</b>
<b>\$0 - \$149.999</b>	\$1.000
<b>\$150.000 - \$499.999</b>	\$1.000
<b>\$500.000 - \$999.999</b>	\$1.250
<b>\$1MM - \$1.999.999</b>	\$1.350

**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Aquí es el Fee de Certificación Anual de Food Export Norte S.A.C. dependiendo de lo sus ganancias anuales que varían desde \$999.999 a \$1.000.000 con un pago de tarifa anual por certificación de \$1,250 a \$1,350. Después de haber pagado el Fee Anual de Certificación estas con el sello de Empresa B para Food Export Norte S.A.C.sin la necesidad de tener tanto papeleo y todo de manera virtual y estableciendo muestras y evidencias de tu industria, áreas y Stakeholders que requieren. Esto dará distinción en todo el ámbito empresarial al ser una de las 5 empresas con esta credencial de RSE (Responsabilidad Social Empresarial).

**Figura 30**

*Logo de Certificación B*



**Nota.** Información dada por Sistema B (2024)

Se da el sello a la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. por cumplir los estándares requeridos en el proceso y es certificada como Empresa B.

La importancia de que empresas como Food Export Norte S.A.C. se certifiquen bajo el Sistema B radica en los múltiples beneficios y ventajas competitivas que ofrece frente a otras certificaciones; pues el Sistema B no solo se enfoca en la rentabilidad económica, sino que también promueve la sostenibilidad social y ambiental, integrando de manera equilibrada estos tres pilares del desarrollo sostenible. Esta certificación tiene como objetivo transformar el modelo de negocio tradicional en uno que, además de generar ganancias, impacte de manera positiva en la sociedad y el entorno (Fierro, 2023)

Un claro ejemplo de ello recae en que las empresas B suelen ser vistas de manera favorable por los inversionistas que buscan un balance entre rentabilidad financiera y responsabilidad social; Acevedo et al., (2023), más del 70% de los inversionistas institucionales prefieren empresas que demuestren responsabilidad ambiental y social, y muchas de ellas solo invierten en aquellas con algún tipo de certificación que asegure un impacto positivo en estos aspectos.

Además esta proporciona una sólida reputación en términos de responsabilidad y transparencia, lo que incrementa la confianza de los clientes y otros grupos de interés; este aumento en la confianza y reputación puede traducirse en una mayor fidelidad de los consumidores y una mejora en las relaciones con proveedores y colaboradores. Empresas certificadas B, como se ha visto en estudios realizados en México, logran mantener relaciones más estables y con menor rotación de proveedores y empleados (Dominguez et al., 2023) .

Cabe mencionar solo la simulacion del proceso la capacidad de la investigación para proporcionar un enfoque claro y estructurado en torno a las estrategias

necesarias para superar los desafíos identificados, es por ello que se han sugerido las siguientes estrategias: (Zamora & Serna, 2023)

Establecer alianzas con otras empresas B o con organizaciones que promuevan la sostenibilidad puede ser una excelente estrategia para aprender de las mejores prácticas y fortalecer el impacto positivo de la empresa; este tipo de colaboración no solo refuerza la credibilidad de la empresa, sino que también abre oportunidades para participar en proyectos conjuntos que generen un mayor impacto social y ambiental .

Por otro lado, Acevedo et al., (2023) sostienen que es vital que la empresa se comprometa con un proceso de mejora continua, no solo en términos de los productos o servicios que ofrece, sino también en la calidad de vida de sus empleados y el impacto positivo en la comunidad. Esto puede incluir la implementación de prácticas como:

- Programas de bienestar laboral: Ofrecer mejores condiciones laborales, salarios justos y oportunidades de capacitación y desarrollo profesional para los trabajadores.
- Iniciativas de impacto comunitario: Involucrarse en proyectos de responsabilidad social en la comunidad local, como programas de educación, salud o protección ambiental

Haciendo un análisis comparativo con otras certificaciones se puede observar que la ISO 14001 la cual se enfoca exclusivamente en la gestión ambiental, asegurando que la empresa minimiza su impacto negativo en el medio ambiente (Orviz et al., 2021). Sin embargo, no incluye el componente social ni obliga a la empresa a comprometerse con la mejora del bienestar de la comunidad o sus empleados; en

contraste, el Sistema B asegura que las empresas tengan un enfoque equilibrado, abarcando tanto el impacto ambiental como el social (Acevedo et al., 2023).

## **CAPITULO V: DISCUSIÓN**

Se evidenció que la situación actual de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. no es adecuada para implementar, ni mucho menos para plantearse la idea de obtener una certificación del Sistema B. Los Stakeholders, tanto internos como externos, no están completamente convencidos de que la empresa pueda llegar a ser competitiva al nivel de convertirse en líder en la región lambayecana. La empresa carece de varios parámetros clave, como: ventas, ganancias, inversiones, apoyo por parte de GERCETUR (quienes desconocen esta certificación), uso de recursos rentables, relaciones estratégicas, rentabilidad y, lo más importante, campañas de políticas medioambientales. La pandemia agravó aún más esta situación, ya que dificultó la posibilidad de lograr nuevas insignias o certificaciones. Es fundamental señalar que el Sistema B vela por el impacto social, ambiental, político, personal e institucional de una organización, lo cual requiere un nivel de compromiso que actualmente no está presente en esta empresa.

Tras realizar el estudio, se concluyó que existe una probabilidad inferior al 30% de que, en el corto o mediano plazo, la empresa logre cumplir con los requisitos necesarios para obtener la certificación del Sistema B. A pesar de ello, se plantea que reforzar las áreas de la empresa, mejorar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y potenciarla como una herramienta dentro del mercado exportador podría beneficiar el comercio sostenible. Sin embargo, como señala Navarro (2019), la empresa Inversiones Valle y Pampa, que ya está certificada como Sistema B, demuestra cómo sus Stakeholders están muy interesados en mejorar la situación de la empresa, lo que

les ha permitido obtener una acreditación más rigurosa y un panorama más positivo. En este caso, la certificación B les ha permitido mantener la sostenibilidad de sus productos y generar beneficios de manera justa, equitativa y regenerativa para el planeta.

En este sentido, la diferencia clave entre ambas empresas radica en el nivel de compromiso y la percepción de los Stakeholders. Mientras que Inversiones Valle y Pampa tiene un 80% de interés en continuar cumpliendo con los deberes sociales y medioambientales, en Food Export Norte S.A.C. el apoyo de los Stakeholders sigue siendo limitado. Sin embargo, se observa una preocupación compartida entre los grupos de interés de ambas empresas (sociedad, proveedores y clientes) por los problemas que enfrentan y un compromiso por continuar implementando planes de sostenibilidad que garanticen productos de calidad y una proyección de crecimiento. Este enfoque puede representar una oportunidad para seguir buscando clientes internacionales interesados en productos con el sello B, aunque en el caso de Food Export Norte S.A.C., aún queda un largo camino por recorrer antes de alcanzar los estándares necesarios para obtener esta certificación.

Para Chávez et. al (2019) estar acreditado por el Sistema B es considerado una ventaja competitiva y no un obstáculo. Ellos destacaron los beneficios que esta certificación puede aportar a una empresa, evidenciando cómo todas las áreas de la organización se beneficiarían al obtenerla. Además, subrayaron que el propio Sistema B Perú también se ve favorecido, ya que su propósito es impulsar el impacto positivo en responsabilidad social corporativa (RSC) y en los Stakeholders tanto internos como externos. Para ello, utilizaron herramientas como las 5 fuerzas de Porter y el análisis FODA para evaluar los efectos de la certificación B en una empresa. A través de

entrevistas directas con los responsables del Sistema B, se lograron obtener respuestas concretas que reflejaron la importancia de la certificación para las empresas en términos de sostenibilidad y competitividad.

Sin embargo, en nuestro estudio, no tomamos en cuenta todos los aspectos propuestos por el autor, aunque en las entrevistas realizadas, se destacó que los entrevistados coinciden en que las empresas que optan por esta certificación priorizan tanto a sus Stakeholders como a la RSC, buscando contribuir a mitigar los problemas sociales y ambientales que enfrenta la sociedad peruana. Ambos grupos de interés, tanto internos como externos, se benefician de la certificación, lo que refuerza el compromiso de la empresa con el bienestar común.

En cuanto a la similitud entre Food Export Norte S.A.C. y otras empresas con certificación B, se destaca el enfoque en la sostenibilidad y el uso de productos que cumplen con estándares ambientales responsables. La mayoría de los grupos de interés, incluidos los proveedores y clientes, están interesados en que las empresas apuesten por obtener la certificación B, especialmente considerando que en Perú solo hay cinco empresas exportadoras que actualmente cuentan con esta acreditación. No obstante, una de las diferencias más notables es que el Sistema B ha cambiado significativamente sus procesos de certificación y recertificación a lo largo del año 2023, incrementando las tarifas de pago anual, que ahora oscilan entre los \$50,000 dependiendo del tamaño y sector de la empresa.

Finalmente, con relación al tercer objetivo específico, se elaboró una propuesta detallada para que Food Export Norte S.A.C. considere en el futuro la posibilidad de obtener la certificación B. Esta propuesta incluye factores determinantes que creemos que la empresa tomará en cuenta antes de implementar la certificación. Entre los

elementos clave, se destacan el Fee de Aplicación, que depende del tamaño de la empresa y sus exportaciones anuales, y el Fee Anual que conlleva la certificación.

A pesar de las evaluaciones del Sistema B Perú para ver si calificaba dentro de los estándares para acreditarse, dependiendo netamente de los Stakeholders de la empresa, tuvimos contacto directo con los miembros de los grupos de interés (Gerente General, Accionistas, Trabajadores, Sociedad, Proveedores, Clientes y GERCETUR), y encontramos ciertas discrepancias entre ellos a la hora de entrevistarlos, puesto que algunos sí estaban de acuerdo en apoyar nuestra iniciativa y otros no.

Esto varía según las inestabilidades de la empresa, ya que no se quieren arriesgar al 100% a obtener una certificación de la RSC, puesto que para ellos es un valor alto y aseguran que no tendrán ningún beneficio de contar con esta acreditación. Sin embargo, tras haber investigado y preparado un plan de propuesta, podemos asegurar que están equivocados, ya que no solo los ubicaría como una de las cinco empresas exportadoras a nivel nacional con este sello, sino que sus exportaciones crecerían exponencialmente. Además, sus productos contarían con la certificación sostenible, como menestras, legumbres y frutas que nutren al ser humano. También ayudarían a personas de escasos recursos con trabajos y donaciones, y sus proveedores ya emplean buenas prácticas agrícolas. Los clientes, especialmente los japoneses con los que se logró entrevistar, aseguran que esto les daría un mejor estatus a nivel tanto nacional como latinoamericano.

Según lo expuesto por Aldecosea et al. (2019) en su investigación sobre la difusibilidad y la energía de factores, estamos en un 80% de acuerdo con lo que plantean y un 20% en desacuerdo, ya que estar certificado como empresa B puede

generar beneficios por este sello, especialmente en la competitividad empresarial en todas las áreas de la empresa, particularmente en el área de exportaciones, ya que les genera valores muy altos. Estas empresas son pioneras en las mejores listas en estos últimos años, debido a que supieron ser muy buenas estrategias en cuanto al análisis de competitividad empresarial, como la eficiencia operativa, la red de cadenas de suministro y la negociación con los proveedores. Lo mejor de todo es que lo manejaron de manera sostenible y de la mano con el crecimiento y desarrollo de la empresa.

El 20% de desacuerdo radica en que, al mostrarles los hechos, Food Export Norte S.A.C. no quiere arriesgarse a pertenecer al sello B, ya que aseguran que en las empresas grandes tienen mejores ganancias, lo que les permitió alcanzar su estabilidad competitiva. Sin embargo, esto no depende del tamaño ni de los valores ganados, sino de cuán dispuesta está la empresa a obtener una certificación y, sobre todo, cómo planean competir empresarialmente con otras empresas para ser reconocidos. La empresa carece de una visión en cuanto a competitividad empresarial sostenible. Tomando en cuenta lo que expone el autor, es cierto que la escasez de recursos y las desigualdades sociales son problemas globales.

En respuesta al objetivo general, podemos concluir que la relación entre el Sistema B y la competitividad en la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en Chiclayo en el año 2022 fue prácticamente inexistente, puesto que investigamos y exploramos durante meses para poder presentar esta propuesta a los principales accionistas y al Gerente General, pero ellos se negaron rotundamente a considerarlo como un plan de contingencia en ese año, debido a la pandemia del COVID-19.

Intentamos disuadirlos, ya que el Sistema B y la competitividad empresarial no afectaron sus exportaciones, sino que, por el contrario, crecieron exponencialmente.

Para Soria et al. (2019), en su proyecto de investigación ya se había determinado que el Sistema B tenía una relación con la competitividad empresarial, ya que se le consideraría como parte de las empresas del cuarto poder y empresas socialmente responsables en el ámbito internacional. Sin embargo, concluimos que no existe una relación directa con nuestra tesis, ya que los procesos para acceder al Sistema B se han elevado y, a diferencia de nuestra situación, no estaban atravesando una pandemia que podría haber afectado las exportaciones de alimentos. Si bien es cierto que en Food Export Norte S.A.C. no se vio un impacto directo, decidieron no optar por esta acreditación, ya que, según ellos, eran competitivos empresarialmente. La realidad es que estaban equivocados, pues carecían de conocimiento sobre la certificación B y no querían arriesgarse a perder las ganancias de la exportación.

## **CONCLUSIONES**

La certificación del Sistema B es una de las acreditaciones que Food Export Norte S.A.C. no está dispuesta a obtener por el momento. Esto se debe a que la mayoría de los stakeholders no está de acuerdo en pagar las tarifas elevadas anuales, especialmente por tratarse de una empresa pequeña. Estarían dispuestos a reconsiderarlo si la competitividad empresarial aumenta en las áreas correspondientes, lo que les permitiría ser más competitivos frente a otras empresas que manejan comercialización y empaques.

No existe un conocimiento generalizado sobre esta certificación; solo dos stakeholders (proveedores y clientes) conocen su verdadero valor. Estos actores ya cumplen con sus deberes de sostenibilidad en los productos y a nivel ambiental. Food Export Norte S.A.C. califica explícitamente para obtener esta certificación, pero carecen de los conocimientos necesarios y consideran que el costo de obtenerla es elevado, especialmente considerando que solo unas siete empresas exportadoras en todo el Perú tienen dicha acreditación.

GERCETUR – Lambayeque, como entidad promotora de la inteligencia comercial y la comercialización de productos exportados, aborda muy pocos temas relacionados con la sostenibilidad, y aún no está dispuesta a ofrecer formación sobre certificaciones de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

La empresa exportadora cumple con la mayoría de los requisitos para acceder a la certificación en el futuro. Debe dejar de centrarse en lo que podría perder al invertir y empezar a pensar en cómo destacarse como una empresa del cuarto poder, atrayendo así mejores clientes y proveedores. Esto alinearía sus objetivos con los establecidos por el Sistema B, favoreciendo su crecimiento a largo plazo.

Mediante la simulación de la certificación, se demostró que es viable implementarla en la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. Esto ha permitido que la empresa tome conciencia de que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que realiza en su entorno contribuye a su permanencia en el rubro de exportación.

## **RECOMENDACIONES**

Deben ejecutar el proceso para calificar como Empresa B sin esperar obtener algún beneficio inmediato que los potencialice como empresa. Su mejor ganancia radica en abordar los temas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), y todos los stakeholders, tanto internos como externos, deberían estar de acuerdo con una acreditación de este nivel, sin importar el tamaño de la empresa ni el valor a invertir. Los frutos se verán reflejados en el crecimiento de las exportaciones, la imagen transparente de la empresa y el apoyo de GERCETUR - Lambayeque, ya que ellos están socializados con la sostenibilidad y los productos de cada rubro. En esto se verá reflejada la competitividad empresarial por parte de todos los trabajadores de Food Export Norte S.A.C.

Es de vital importancia hablar de la necesidad de una certificación con propósito ambiental, político y social. Por lo tanto, sugerimos a la empresa Food Export Norte S.A.C. considerar construir una perspectiva de desarrollo que integre a la sociedad, tomando en cuenta los objetivos para el desarrollo sostenible, como son: terminar con la pobreza, erradicar el hambre, mejorar la nutrición y garantizar una educación inclusiva y de calidad. Es importante tener presente que ser una organización social no solo implica generar aportes positivos a la sociedad, sino también obtener mejores rendimientos financieros, todo con el fin de potenciar y mantener de manera sostenible el impacto social y ambiental de la empresa.

Debe tomarse en cuenta que las ventajas competitivas de una empresa deben ser consideradas para mejorar los recursos, la calidad en las áreas, los conocimientos, las habilidades y la estrategia para hacer crecer a Food Export Norte S.A.C. desde un enfoque orientado a generar más que ganancias y prestigio, sino también a beneficiar a los grupos de interés involucrados, y hasta la globalización en un entorno tan

competitivo y complejo como el que enfrentan en el rubro exportador. Se debe orientar a las necesidades fundamentales de los clientes como parte de una inteligencia comercial que la empresa ha logrado desarrollar a lo largo de los años.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arias, J. (2020). *Proyecto de Tesis Guía para la elaboración* (1st ed.).  
[https://www.academia.edu/69034600/Proyecto\\_de\\_Tesis\\_Gu%C3%ADa\\_para\\_la\\_Elaboraci%C3%B3n\\_compressed](https://www.academia.edu/69034600/Proyecto_de_Tesis_Gu%C3%ADa_para_la_Elaboraci%C3%B3n_compressed)
- Bazán, G. (2022). *Factores determinantes en la competitividad de las mype textiles del emporio de Gamarra 2021* [Tesis de pregrado-Universidad San Martín de Porres].
- Benzaquen, J. (2018). *Competitividad, concepto e importancia*.  
<https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia#:~:text=La%20importancia%20de%20la%20competitividad,a%20los%20requerimientos%20del%20mercado.>
- Collazos, H. (2018). *Factores de la profesionalización que influyen en la competitividad de las PYMEs familiares en Lima Metropolitana*.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12640/1484>
- Correa, M. (2019). *Sistema B y las empresas B en América Latina: Un movimiento social que cambia el sentido del éxito empresarial*.  
<https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1436>
- Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2020). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145–161.  
<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Food Export Norte S.A.C. (2023). *Food Export - Legumbres*.  
<https://foodexportperu.com/es/productos/legumbres>

- Food Export Norte S.A.C. (2023). *Food Export Norte S.A.C.*  
<https://foodexportperu.com/es>
- García, F. (2020). *Investigación mediante Encuestas.*  
<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>
- Girón, P. (2019). “*Factores de competitividad y el potencial exportador de la empresa Importaciones y exportaciones Felles E.I.R.L., provincia de Huaura, 2019.*” [Tesis de pregrado-Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión].  
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/3722>
- Hernández, S., Fernández, & Baptista. (2014). *Investigación cuantitativa, cualitativa y mixta.* <https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php>
- Ibarbia, M. (2018). *¿Por qué las empresas pueden cambiar el mundo? Campaña de comunicación masiva para impulsar las Empresas B en Mendoza* [Tesis de pregrado-Universidad Nacional de Cuyo]. <https://academiab.org/wp-content/uploads/2015/01/Tesis-sobre-Empresas-B-Magdalena-Ibarbia.pdf>
- Koontz, H., & O'Donnell, C. (2018). *Curso de administración moderna: un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas.* Litografía Ingramez S.A.  
[https://books.google.com.pe/books/about/Curso\\_de\\_administraci%C3%B3n\\_moderna.html?id=1m5RxgEACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Curso_de_administraci%C3%B3n_moderna.html?id=1m5RxgEACAAJ&redir_esc=y)
- La República. (2024). *Sistema B, una propuesta para la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.* <https://www.larepublica.co/alta-gerencia/sistema-b-una-propuesta-para-la-sostenibilidad-y-responsabilidad-social-empresarial-3407112>

- Navarro, H. (2019). *Los beneficios de certificarse como empresa B en la competitividad de la empresa. Estudio de caso: Agroinversiones Valle y Pampa* [Tesis de pregrado-Pontificia Universidad Católica del Perú]. [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13926/NAV ARRO\\_GONZALES\\_LOS\\_BENEFICIOS\\_DE\\_CERTIFICARSE\\_COMO\\_EMPRESA\\_B\\_EN\\_LA\\_COMPETITIVIDAD\\_DE\\_LA\\_EMPRESA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13926/NAV Arro_Gonzales_Los_Beneficios_De_Certificarse_Como_Empresa_B_En_La_Competitividad_De_La_Empresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pizarro, M. (2019). *Gestión de la competitividad de las exportaciones de los socios miembros de una Asociación productora de palta Hass* [Tesis de Pregrado-Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/15390>
- Robles. (2020). *¿Qué es la investigación documental? Definición y objetivos.* <https://investigacioncientifica.org/que-es-la-investigacion-documental-definicion-y-objetivos/>
- Salazar, J. (2020). *La necesidad de regular las empresas B en el Perú* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/8448>
- Sanjuan, L. (2022). *La observación.* [http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La\\_observacion\\_Lidia\\_Diaz\\_Sanjuan\\_Texto\\_Apoyo\\_Didactico\\_Metodo\\_Clinico\\_3\\_Sem.pdf](http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf)
- Santacruz, G. (2018). *Análisis de competitividad del sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas* [Tesis de posgrado-Universidad Andina Simón Bolívar]. <http://hdl.handle.net/10644/2913>

Sistema B. (2022). *¿Cómo ser Empresa B Certificada?* <https://www.sistemab.org/ser-b/>

Sistema B. (2023). *Góndola De Productos B: Para Visibilizar Productos De Empresas Que Piensan En Las Personas Y El Planeta.* <https://www.sistemab.org/gondola-de-productos-b-para-visibilizar-productos-de-empresas-que-piensan-en-las-personas-y-el-planeta/>

Sistema B. (2024). *¿Qué es Sistema B?* <https://sistemab.org/requisitos-para-ser-empresa-b/>

Stakeholders. (2018). *Empresas B: un nuevo modelo para acreditar a las compañías socialmente responsables.* <https://stakeholders.com.pe/noticias-sh/empresas-b-nuevo-modelo-acreditar-las-companias-socialmente-responsables/?fbclid=IwAR0Uwmji5GM4X23LKhTU3estuexaOQ0oSBnW8bVQN2UAQupoNLfccwvIYTs>

Stakeholders. (2023). *¿Qué son las Empresas B?, compañías peruanas optan por hacer negocios de manera más sostenibles.* <https://stakeholders.com.pe/compromiso-empresarial/que-son-las-empresas-b-companias-peruanas-optan-por-hacer-negocios-de-manera-mas-sostenibles/>

Tolentino, A. (2020). *Competitividad empresarial del sector cafetalero exportador de México* [Tesis de pregrado-Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo]. [http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB\\_UMICH/2622/ININEE-D-2020-0551.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/2622/ININEE-D-2020-0551.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Trujillos, J. (2018). *Análisis de la competitividad en las exportaciones a partir del funcionamiento de los sistemas agroalimentarios del café* [Tesis de Maestría

Universidad Andina Simón Bolívar].

<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/210>

## ANEXOS

### Anexo 01. Matriz de Consistencia

Título de la tesis					
"Estrategias de la Certificación del Sistema B para mejorar la Competitividad de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en Chiclayo – 2022"					
Línea de investigación	Empresa				
Autores	Chinchay Castañeda, Carolina del Carmen y Caverro Olivera, Leslie Estrella				
Problema General	Objetivo General	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿De qué manera las estrategias del Sistema B mejora la competitividad de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en Chiclayo – 2022?	Desarrollar estrategias del Sistema B mejora la competitividad de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en Chiclayo – 2022.	Sistema B	Accionistas	I1: Políticas De Cuidado Del Medio Ambiente I2: Imagen Corporativa I3: Participación En Campañas De Generación Del Medio Ambiente. I4: Inclusión en su fuerza laboral I5: Proyectos sociales	Enfoque: Cualitativo Tipo: Exploratorio Nivel: Básico Diseño: No experimental Unidad de análisis: Empresa Food Export Norte S.A.C.
<b>Problemas generales</b>	<b>Objetivos específicos</b>		Cientes	I1:KPI de Ventas I2:Fidelización del cliente I3:Monitoreo de reclamaciones I4:Encuestas de satisfacción del cliente I5:Indice de rotación de clientes	
			Proveedores	I1:Niveles de precios I2:Volúmenes de Abastecimiento I3:Antigüedad en el Mercado I4:Flexibilidad en Plazos de entrega de Insumos I5:Cumplimiento de garantías	

<p>¿Cuál es la coyuntura actual de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en torno al cumplimiento de la disposición para acceder a la certificación del Sistema B?</p>	<p>Determinar la coyuntura actual de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C. en torno al cumplimiento de la disposición para acceder a la certificación del Sistema B.</p>		<p>Empleados</p>	<p>I1: Tasa de rotación de personal  I2: Satisfacción o compromiso de los empleados  I3: Capacitación de personal  I4: Satisfacción de los beneficios a empleados  I5: Tiempo promedio en alcanzar las metas</p>
<p>¿Cuáles son los indicadores que le faltarían para acceder la certificación empresa B para Food Export Norte S.A.C. y ser más competitiva?</p>	<p>Determinar los indicadores que le faltaría para acceder la certificación empresa B para Food Export Norte S.A.C. y ser más competitiva.</p>	<p>Competitividad</p>	<p>Sociedad</p>	<p>I1: Concientización con el medio ambiente  I2: Compromiso con formación y capacitación a las personas.  I3: Campañas médicas.  I4: Impacto del trabajo que rodea a la a las comunidades.  I5: Acciones de sensibilización con los problemas sociales/políticos.</p>
			<p>Gobierno</p>	<p>I1: Transparencia  I2: Buena entidad gubernamental  I3: Economía adecuadamente administrada  I4: Eficiencia  I5: Calidad</p>
			<p>Responsabilidad social</p>	<p>I1: Políticas De Cuidado Del Medio Ambiente  I2: Imagen Corporativa  I3: Participación En Campañas De Generación Del Medio Ambiente.  I4: Inclusión en su fuerza laboral  I5: Proyectos sociales</p>
			<p>Sector</p>	<p>I1: Cumplimiento de condiciones laborales  I2: Apoyo a las políticas públicas locales  I3: Contribución al fisco del gobierno</p>

---

			I4: Financiamiento del gobierno I5: Ética en rendición de cuentas
		Calidad	I1: Requisitos del producto I2: Valor agregado I3: Certificaciones de proveedores I4: Homologación de proveedores I5: Insumos de calidad
		Productividad	I1: Tecnología I2: Sistemas de información I3: Rendimiento laboral I4: Uso eficiente de los recursos I5: Eficacia
¿Cuál es la iniciativa para la certificación del Sistema B en la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C.?	Elaborar la propuesta de certificación del Sistema B en la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C	Rentabilidad	I1: Utilidad I2: Precios I3: Volúmenes I4: Rentabilidad operativa I5: Rentabilidad neta
		Estrategias competitivas	I1: Capacidad de respuesta I2: Fiabilidad del servicio I3: Posicionamiento de marca I4: Infraestructura moderna I5: Ferias internacionales

---

**Nota.** Elaboración Propia

## Anexo 02: Matriz de Operacionalización de Variables

### Operacionalización de la variable 1

<b>VARIABLE: CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B</b>		
<b>Definición conceptual:</b> La certificación como Compañía B se basa en parte en el desempeño verificado de una compañía en la Evaluación de Impacto B, que hace preguntas sobre el año fiscal anterior de la compañía. Esto significa que las empresas con menos de un año de funcionamiento aún no son elegibles para la certificación.		
<b>Instrumento:</b> Encuesta		
<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES (DEFINICIÓN OPERACIONAL)</b>	<b>ÍTEMS DEL INSTRUMENTO</b>
<b>ACCIONISTAS</b>	<b>I1: Tasa de crecimiento de los ingresos</b>	¿Qué estrategias de financiamiento emplea la empresa para evaluar el incremento de los ingresos si tuviera el sello de Sistema B?
	<b>I2: Margen de Utilidad Neta</b>	¿Como toma en cuenta la gerencia en torno a medir la eficiencia de la empresa con respecto al modo en que gasta dinero para ganar dinero?
	<b>I3: Margen de Utilidad Bruta</b>	¿Que iniciativas óptimas aplican los accionistas que les permitan ver con exactitud la distribución del dinero con relación a los gastos y ganancias de la empresa?
	<b>I4: Retorno de Inversión</b>	¿Cómo espera recuperar la inversión por la certificación del Sistema B (Responsabilidad Social Corporativa) si fuese llevado a cabo por la empresa?
	<b>I5: Ganancia Neta</b>	¿Cuánto espera ascender su porcentaje de ganancias netas, si es que se acreditara como empresa del Sistema B?
<b>CLIENTES</b>	<b>I1: KPI de Ventas</b>	¿Cuál es el principal KPI de ventas que tienen como clientes y como creen que ayudará en el logro de sus metas, considerando si apuesta a adquirir el Sistema B?

	<b>I2: Fidelización del cliente</b>	<p>¿Qué estrategias se han utilizado con ustedes para mantener su fidelización? ¿Ustedes como clientes cuentan con sello del Sistema B?</p> <p>¿Qué tipo de ventajas han tenido como clientes en cuanto a sus antiguos y nuevos productos vendidos? ¿Cree que con la certificación B aumentaría o disminuiría sus productos vendidos?</p> <p>¿Ustedes como clientes potenciales han recomendado a la empresa exportadora líder de la región Food Export Norte S.A.C. acreditarse como Sistema B? ¿Porqué?</p> <p>¿En qué magnitud cree que ayuda la fidelización, tener como proveedor a una empresa con certificación del Sistema B?</p>
	<b>I3: Monitoreo de reclamaciones</b>	<p>¿Con que frecuencia la empresa los monitorea, registra o genera informes sobre las reclamaciones de un cliente, si estuviese certificado como B?</p>
	<b>I4: Encuestas de satisfacción del cliente</b>	<p>¿Como miden los miden actualmente su satisfacción como clientes? ¿Cree que cambiaría si estuviese certificado como Sistema B?</p>
	<b>I5: Índice de rotación de clientes</b>	<p>¿Ustedes como clientes han variado o disminuido en los últimos 5 años?</p> <p>¿Cómo disminuiría la tasa de rotación de ustedes clientes si fuese certificado con Sistema B?</p>
<b>PROVEEDORES</b>	<b>I1: Niveles de precios</b>	<p>¿Qué sucede cuando el producto a proveer está elevado o escaseado? ¿Tienen algún tipo de acuerdo con el comprador para quedar en un precio justo? Explique brevemente</p> <p>¿Ustedes tienen algún pago plus por ser contratados como proveedores sostenibles?</p>

	<b>I2: Volúmenes de Abastecimiento Responsable</b>	<p>¿Cuáles son los procesos de gestión que les realizó la empresa, durante el año 2022 para cumplir con los volúmenes de los pedidos de los clientes? Explique brevemente considerando lo acontecido en ese año.</p> <p>¿Utilizan el servicio de proveedores extranjeros para lograr el volumen de abastecimiento total con recursos y normas medioambientales y sociales?</p> <p>¿Han utilizado ustedes como proveedores dentro de la cadena de gestión de Suministro el proceso de Gestión de las Relaciones (CMR) con sus Proveedores? ¿Porqué?</p>
	<b>I3: Antigüedad en el Mercado</b>	<p>¿Hace cuantos años han incursionado en el negocio de la exportación como empresa socialmente responsable? ¿Cuáles han sido las principales oportunidades y mitigar amenazas?</p> <p>¿Utilizan alguna herramienta que ayude a verificar la evolución del mercado de los productos a comercializar? ¿Porqué?</p>
	<b>I4: Flexibilidad en Plazos de entrega de insumos</b>	<p>¿Que tan flexibles son como empresa con la entrega de materiales e insumos de manera responsable? Explique detalladamente</p>
	<b>I5: Cumplimiento de garantías</b>	<p>¿Como evalúan a sus proveedores en cuanto a la puntualidad, variedad y calidad de los productos o servicios que proporcionan de manera responsable y sostenible?</p> <p>¿Tienen alguna política o garantía como proveedores cuando no cumplen con lo pactado? Es decir, sino toman en cuenta a la RSE</p>
<b>EMPLEADOS</b>	<b>I1: Tasa de rotación de personal</b>	<p>¿Cómo calificaría la rotación de personal en cuanto a trabajadores administrativos, operarios, jefes y técnicos? Detalle.</p>
	<b>I2: Satisfacción o compromiso de los empleados</b>	<p>¿Que tan identificado se siente con las actividades ambientales, sociales y económicas de la empresa?</p>

	<b>I3: Capacitación de personal</b>	¿Qué tipo de capacitaciones y cuantas veces al año realiza la empresa al empleado, trabajadores y operarios sobre RSE y Sistema B?
	<b>I4: Satisfacción de los beneficios a empleados</b>	¿Qué tipos de incentivos les gustaría que la empresa les proporcione por su buen desempeño laboral? ¿Por qué?
	<b>I5: Tiempo promedio en alcanzar las metas</b>	¿Cuál es el porcentaje promedio de logro de metas y objetivos que les demanda la empresa si cumplen con la RSE?
<b>SOCIEDAD</b>	<b>I1: Concienciación con el medio ambiente</b>	¿En qué aspectos es importante que la empresa evalúe su impacto con la comunidad y el medio ambiente? ¿Qué tan importante es para usted que se contrate personal de la localidad o comunidades de la zona donde opera la empresa? ¿Qué tan importante es para usted que la empresa sea responsable con la comunidad al momento de buscar trabajo?
	<b>I2: Compromiso con formación y capacitación a las personas.</b>	¿Qué temática (s) debe abordar la empresa para que usted este al día con los sucesos del país? ¿Si la empresa se compromete en algún momento a capacitarlos sobre acontecimientos importantes para su formación, accederían? Explique brevemente
	<b>I3: Campañas médica</b>	¿Cuáles son los tipos de campañas médicas o programas de acción social que la empresa realiza en la comunidad? ¿La empresa tiene interés por prevenir la salud física y mental de la sociedad con respecto a las recientes oleadas de pandemias? ¿Por qué? ¿Food Export Norte S.A.C. mostró interés con las zonas más vulnerables de la calle Patazca con entrega de insumos médicos, vacunas y consultas con los doctores?
	<b>I4: Impacto del trabajo que rodea a las comunidades</b>	¿Qué tanto considera usted que la empresa genera empleos indirectos en la comunidad?

	<b>I5: Acciones de sensibilización con los problemas sociales/políticos</b>	<p>¿Qué prácticas implementa la empresa con respecto a las donaciones y las inversiones orientadas a la comunidad?</p> <p>¿Qué metas debe trazar la empresa con los problemas actuales que aquejan a ustedes como sociedad?</p>
<b>GERCETUR - LAMBAYEQUE</b>	<b>I1: Transparencia</b>	<p>¿Qué información sobre comercio exterior es comunicada de manera pública y transparente por el Gobierno Regional - GERCETUR?</p> <p>¿De qué manera se comunica la información a los empresarios y público en general?</p>
	<b>I2: Buena entidad gubernamental</b>	<p>¿Qué propuestas incorpora y aplica el Gobierno Regional – GERCETUR para contribuir y generar cambios en la buena gobernanza y gestión interna de las empresas del sector comercio exterior?</p> <p>¿De qué forma GERCETUR está alineado a los intereses de los empresarios y sociedad en general en conjunto al contexto actual del comercio internacional?</p>
	<b>I3: Economía adecuadamente administrada</b>	<p>¿Qué prácticas aplica GERCETUR para fomentar la adecuada organización y formalización de las actividades de comercio exterior?</p> <p>¿De qué manera GERCETUR administra y coordina los planes de comercio exterior de la región Lambayecana de manera sostenible?</p>
	<b>I4: Eficiencia</b>	<p>¿Qué recursos utiliza y promueve GERCETUR para ser eficiente y sostenible en cuanto al desarrollo de productos nuevos en la región de Lambayeque?</p> <p>¿GERCETUR aplica canales socialmente responsables para el desarrollo de nuevas empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayecana?</p>
	<b>I5: Calidad</b>	<p>¿GERCETUR aplica algún principio de equidad que concierne a las empresas exportadoras e importadoras?</p> <p>¿Los estándares de calidad de bienes y servicios ofrecidos por parte de GERCETUR garantizan la generación de la responsabilidad social empresarial para las empresas?</p>

**Nota.** Elaboración Propia

## Operacionalización de la Variable 2

<b>VARIABLE: COMPETITIVIDAD</b>		
<b>Definición conceptual:</b> Se entiende por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socio económico.		
<b>Instrumento:</b> Encuesta		
<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES (DEFINICIÓN OPERACIONAL)</b>	<b>ÍTEMS DEL INSTRUMENTO</b>
<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>	<b>I1: Políticas de cuidado del medio ambiente</b>	¿Cuáles son las medidas que toma la empresa con respecto a las políticas de cuidado al medio ambiente en la producción?
	<b>I2: Imagen corporativa</b>	¿La empresa demuestra transparencia a través de sus comunicados, en sus sitios web o redes sociales?
	<b>I3: Participación en campañas de generación del medio ambiente.</b>	¿De qué forma la empresa minimiza el impacto de los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos en el entorno ambiental?
	<b>I4: Inclusión en su fuerza laboral</b>	¿En la empresa se cuenta con un plan que promueve la colaboración y no discriminación de los trabajadores por género, raza u orientación sexual? ¿En qué consiste?
	<b>I5: Proyectos sociales</b>	¿Cuáles son los proyectos sociales que conoce que la empresa que ha realizado en conjunto con los trabajadores?
<b>SECTOR</b>	<b>I1: Cumplimiento de condiciones laborales</b>	¿Cuáles y cuántas son las normativas legales referente a las condiciones laborales?
	<b>I2: Apoyo a las políticas públicas locales</b>	¿La empresa apoya las políticas públicas empresariales como parte del plan Estratégico Nacional Exportador PENX? ¿Porqué?

	<b>I3: Contribución al fisco del gobierno</b>	¿Qué dificultad ha tenido en el pago de sus tributos o de impuestos, qué tipo de beneficios le da a la empresa el pago de tributos e impuestos oportunamente?
	<b>I4: Financiamiento del gobierno</b>	¿Qué tipo de financiamiento ha accedido la empresa con algún programa de apoyo establecido por el gobierno? Si no se ha solicitado, indique porqué.
	<b>I5: Ética en rendición de cuentas</b>	¿De qué manera la empresa cumple con ética de rendición de cuentas?
<b>CALIDAD</b>	<b>I1: Requisitos del producto</b>	¿Cuáles son las exigencias internacionales para entrar a un mercado potencial que solo quiera productos de calidad y sobre todo sostenibles?
	<b>I2: Valor agregado</b>	¿Qué valor agregado tiene sus productos que lo diferencia con otras empresas exportadoras?
	<b>I3: Certificaciones de proveedores</b>	¿Qué tipo de certificaciones cuentan sus potenciales proveedores?
	<b>I4: Homologación de proveedores</b>	¿Cómo la empresa realiza el proceso de homologación de proveedores (¿cumplen con estándares de calidad para sus insumos)?
	<b>I5: Insumos de calidad</b>	¿Qué categorías tiene la empresa para sus productos?
<b>PRODUCTIVIDAD</b>	<b>I1: Tecnología</b>	¿Qué tipo de recursos tecnológicos cuentan para el desarrollo de actividades comerciales, administrativas y operativas?
	<b>I2: Sistemas de información</b>	¿Qué tipos de sistemas de información emplea en la gestión de las operaciones logísticas, comerciales y administrativas?

	<b>I3: Rendimiento laboral</b>	¿De qué manera el rendimiento obtenido en los últimos años ha sido afectado por la pandemia?
	<b>I4: Uso eficiente de los recursos</b>	¿En una escala del 1 al 10, como se emplea eficientemente los recursos en la elaboración de los productos? ¿Porqué?
	<b>I5: Eficacia</b>	¿Que tanto se cumplió los objetivos programados en el tiempo asignado?
<b>RENTABILIDAD FINANZAS</b>	<b>I1: Utilidad</b>	¿De qué manera se distribuyen las utilidades en la empresa? ¿Estarían dispuestos a postular por fondos a la certificación B?
	<b>I2: Precios</b>	¿Qué métodos utilizan para determinar los precios adecuados para lanzarlos al mercado internacional?
	<b>I3: Volúmenes</b>	¿Cómo varió el porcentaje total de las exportaciones en el mercado internacional durante la pandemia?
	<b>I4: Rentabilidad operativa</b>	¿La rentabilidad operativa que se generó en las operaciones internacionales del año 2022 produjo buenas utilidades o disminuyeron?
	<b>I5: Rentabilidad neta</b>	¿Los beneficios que se obtuvo al invertir en nuevos productos (mango y limón), nueva planta, maquinaria y personal; les generó más de lo proyectado en comparación a los productos tradicionales?
<b>ESTRATEGIAS COMPETITIVAS</b>	<b>I1: Capacidad de respuesta</b>	¿Como afronta el personal los iincidentes que ocurren en la empresa y tienen algún tipo de respaldo de la gerencia de manera inmediata? ¿De qué manera?

	<b>I2: Fiabilidad del servicio</b>	¿Cuáles son los criterios que busca la empresa para que los productos que se producen y comercializan sean fiables y sostenibles?
	<b>I3: Inversión en equipos y máquinas</b>	¿Qué porcentaje en cuanto a sus ventas han invertido en infraestructura para sus productos para el proceso productivo?
	<b>I4: Infraestructura moderna</b>	¿Que nueva infraestructura ha desarrollado en los últimos 3 años? Explique detalladamente
	<b>I5: Relaciones estratégicas</b>	¿Qué tipos de relaciones estratégicas cuenta la empresa con sus intermediarios extranjeros? Detalle si los han considerado para ser una Empresa B

**Nota.** Elaboración Propia

## Anexo 03: Validación de Juicio de Expertos

### FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

#### INSTRUCCIONES:

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

#### RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
<b>1. SUFICIENCIA:</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
<b>2. CLARIDAD:</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>3. COHERENCIA:</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
<b>4. RELEVANCIA:</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

### Variable 1 (Certificación del Sistema B)

<b>Nombre del Instrumento motivo de evaluación:</b>	Encuesta					
<b>Autor del Instrumento</b>	Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera					
<b>Variable 1:</b>	Factores limitantes - Variable Independiente					
<b>Población:</b>	Stakeholders de la Empresa Exportadora Food Export Norte S.A.C.					
<b>Dimensión</b>	<b>Ítems</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>
<b>D1: Accionistas</b>	¿Qué estrategias de financiamiento emplea la empresa para evaluar el incremento de los ingresos si tuviera el sello de Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Como toma en cuenta la gerencia en torno a medir la eficiencia de la empresa con respecto al modo en que gasta dinero para ganar dinero?	4	4	4	4	
	¿Que iniciativas óptimas aplican los accionistas que les permitan ver con exactitud la distribución del dinero con relación a los gastos y ganancias de la empresa?	4	4	4	4	
	¿Cómo espera recuperar la inversión por la certificación del Sistema B (Responsabilidad Social Corporativa) si fuese llevado a cabo por la empresa?	4	4	4	4	
	¿Cuánto espera ascender su porcentaje de ganancias netas, si es que se acreditara como empresa del Sistema B?	4	4	4	4	

<b>D2: Clientes</b>	¿Cuál es el principal KPI de ventas que tienen como clientes y como creen que ayudará en el logro de sus metas, considerando si apuesta a adquirir el Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Qué estrategias se han utilizado con ustedes para mantener su fidelización? ¿Ustedes como clientes cuentan con sistema del sistema B?	4	4	4	4	
	¿Qué tipo de ventajas han tenido con la fidelización de clientes en cuanto a sus antiguos y nuevos productos vendidos? ¿Cree que con la certificación B aumentaría o disminuiría sus productos vendidos?	4	4	4	4	
	¿Ustedes como clientes potenciales han recomendado a la empresa exportadora líder de la región Food Export Norte S.A.C. acreditarse como sistema B? ¿Porqué?	4	4	4	4	
	¿Con que frecuencia la empresa los monitorea, registra o genera informes sobre las reclamaciones de un cliente, teniendo en cuenta que ya está certificado como Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Como miden actualmente su satisfacción como clientes? ¿Cambiaría teniendo en cuenta que ustedes ya tienen el certificado como Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Ustedes como clientes han variado o disminuido en los últimos 5 años? ¿Cómo disminuiría la tasa de rotación de ustedes clientes si fuese certificado con Sistema B?	4	4	4	4	
<b>D3: Proveedores</b>	¿Qué técnicas efectivas aplica la empresa que le permita tener una idea clara del precio final de los productos adquiridos?	4	4	4	4	
	¿Qué sucede cuando el producto a proveer está elevado o escaseado? ¿Tienen algún tipo de acuerdo con el comprador	4	4	4	4	

	para quedar en un precio justo? Explique brevemente ¿Ustedes tienen algún pago plus por ser contratados como proveedores sostenibles?					
	¿Cuáles son los procesos de gestión que les realizó la empresa, durante el año 2022 para cumplir con los volúmenes de los pedidos de los clientes? Explique brevemente considerando lo acontecido en ese año.	4	4	4	4	
	¿Utilizan el servicio de proveedores extranjeros para lograr el volumen de abastecimiento total con recursos y normas medioambientales y sociales?	4	4	4	4	
	¿Han utilizado ustedes como proveedores dentro de la cadena de gestión de Suministro el proceso de Gestión de las Relaciones (CMR) con sus proveedores? ¿Porqué?	4	4	4	4	
	¿Hace cuantos años han incursionado en el negocio de la exportación como empresa socialmente responsable? ¿Cuáles han sido las principales oportunidades y mitigar amenazas?	4	4	4	4	
	¿Utilizan alguna herramienta que ayude a verificar la evolución del mercado de los productos a comercializar? ¿Porqué?	4	4	4	4	
	¿Que tan flexibles son como empresa con la entrega de materiales e insumos? Explique detalladamente	4	4	4	4	
	¿Como evalúan a sus proveedores en cuanto a la puntualidad, variedad y calidad de los productos o servicios que proporcionan de manera responsable y sostenible?	4	4	4	4	
	¿Tienen alguna política o garantía como proveedores cuando no cumplen con lo	4	4	4	4	

	pactado? Es decir, sino toman en cuenta a la RSE					
<b>D4: Empleados</b>	¿Como calificaría la rotación de personal en cuanto a trabajadores administrativos, operarios, jefes y técnicos? Detalle.	4	4	4	4	
	¿Que tan identificado se siente con las actividades ambientales, sociales y económicas de la empresa?	4	4	4	4	
	¿Qué tipo de capacitaciones y cuantas veces al año realiza la empresa al empleado, trabajadores y operarios sobre RSE y Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Qué tipos de incentivos les gustaría que la empresa les proporcione por su buen desempeño laboral? ¿Por qué?	4	4	4	4	
	¿Cuál es el porcentaje promedio de logro de metas y objetivos que les demanda la empresa si cumplen con la RSE?	4	4	4	4	
<b>D5: Sociedad</b>	¿En qué aspectos es importante que la empresa evalúe su impacto con la comunidad y el medio ambiente?	4	4	4	4	
	¿Qué tan importante es para usted que se contrate personal de la localidad o comunidades de la zona donde opera la empresa?	4	4	4	4	
	¿Qué tan importante es para usted que la empresa sea responsable con la comunidad al momento de buscar trabajo?	4	4	4	4	
	¿Qué temática (s) debe abordar la empresa para que usted este al día con los sucesos del país?	4	4	4	4	
	¿Si la empresa se compromete en algún momento a capacitarlos sobre acontecimientos importantes para su formación, accederían? Explique brevemente	4	4	4	4	
	¿Cuáles son los tipos de campañas médicas o programas	4	4	4	4	

	de acción social que la empresa realiza en la comunidad?				
	¿La empresa tiene interés por prevenir la salud física y mental de la sociedad con respecto a las recientes oleadas de pandemias? ¿Por qué?	4	4	4	4
	¿Food Export Norte S.A.C. mostró interés con las zonas más vulnerables de la calle Patazca con entrega de insumos médicos, vacunas y consultas con los doctores?	4	4	4	4
	¿Qué tanto considera usted que la empresa genera empleos indirectos en la comunidad?	4	4	4	4
	¿Qué prácticas implementa la empresa con respecto a las donaciones y las inversiones orientadas a la comunidad?	4	4	4	4
	¿Qué metas debe trazar la empresa con los problemas actuales que aquejan a ustedes como sociedad?	4	4	4	4
<b>D6: Gobierno Regional</b>	¿Que información sobre comercio exterior es comunicada de manera pública y transparente por el Gobierno Regional - GERCETUR?	4	4	4	4
	¿De qué manera se comunica la información a los empresarios y público en general?	4	4	4	4
	¿Qué propuestas incorpora y aplica el Gobierno Regional – GERCETUR para contribuir y generar cambios en la buena gobernanza y gestión interna de las empresas del sector comercio exterior?	4	4	4	4
	¿De qué forma GERCETUR está alineado a los intereses de los empresarios y sociedad en general en conjunto al contexto actual del comercio internacional?	4	4	4	4

¿Qué prácticas aplica GERCETUR para fomentar la adecuada organización y formalización de las actividades de comercio exterior?	4	4	4	4	
¿De qué manera GERCETUR administra y coordina los planes de comercio exterior de la región Lambayecana de manera sostenible?	4	4	4	4	
¿Que recursos utiliza y promueve GERCETUR para ser eficiente y sostenible en cuanto al desarrollo de productos nuevos en la región de Lambayeque?	4	4	4	4	
¿GERCETUR aplica canales socialmente responsables para el desarrollo de nuevas empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayecana?	4	4	4	4	
¿GERCETUR aplica algún principio de equidad que concierne a las empresas exportadoras e importadoras?	4	4	4	4	
¿Los estándares de calidad de bienes y servicios ofrecidos por parte de GERCETUR garantizan la generación de la responsabilidad social empresarial para las empresas?	4	4	4	4	

**Nota.** Elaboración Propia

**Validado por:**

Apellidos y Nombres	Firma
Danna Johana Jiménez Boggio	
<b>Fecha:</b> 15.10.2023	

**INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:**

<b>Apellidos y nombres:</b>	Danna Johana Jiménez Boggio
<b>Sexo:</b>	Hombre ( ) Mujer ( <b>x</b> )
<b>Profesión:</b>	Administradora de Negocios Internacionales
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> ( ) Maestro ( ) Doctor ( <b>x</b> )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( ) De 11 a 15 ( <b>x</b> ) De 16 a 20 ( ) De 21 a más ( )
<b>Organización donde labora:</b>	La Hanseatica S.A.
<b>Cargo actual:</b>	Ejecutiva Comercial
<b>Área de especialización</b>	Operatividad de Comercio Exterior
<b>N° telefónico de contacto</b>	979 308 890
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo Institucional: dannajimenezb@gmail.com

Chiclayo, 15 de octubre de 2023

1 Los validadores que sean docentes de universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

### Variable 2 (Competitividad)

<b>Nombre del Instrumento motivo de evaluación:</b>	Encuesta					
<b>Autor del Instrumento</b>	Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera					
<b>Variable 2:</b>	Competitividad Empresarial - Variable Dependiente					
<b>Población:</b>	Stakeholders de la Empresa Exportadora Food Export Norte S.A.C.					
<b>Indicador</b>	<b>Ítems</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>
<b>D1: Responsabilidad Social</b>	¿Cuáles son las medidas que toma la empresa con respecto a las políticas de cuidado al medio ambiente en la producción?	4	4	4	4	
	¿La empresa demuestra transparencia a través de sus comunicados, en sus sitios web o redes sociales?	4	4	4	4	
	¿De qué forma la empresa minimiza el impacto de los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos en el entorno ambiental?	4	4	4	4	
	¿En la empresa se cuenta con un plan que promueve la colaboración y no discriminación de los trabajadores por género, raza u orientación sexual? ¿En qué consiste?	4	4	4	4	
	¿Cuáles son los proyectos sociales que conoce que la empresa que ha realizado en conjunto con los trabajadores?	4	4	4	4	
<b>D2: Sector</b>	¿Cuáles y cuántas son las normativas legales referente a las condiciones laborales?	4	4	4	4	
	¿La empresa apoya las políticas públicas empresariales como parte	4	4	4	4	

	del plan Estratégico Nacional Exportador PENX? ¿Porqué?				
	¿Qué dificultad ha tenido en el pago de sus tributos o de impuestos, qué tipo de beneficios le da a la empresa el pago de tributos e impuestos oportunamente?	4	4	4	4
	¿Qué tipo de financiamiento ha accedido la empresa con algún programa de apoyo establecido por el gobierno? Si no se ha solicitado, indique porqué.	4	4	4	4
	¿De qué manera la empresa cumple con ética de rendición de cuentas?	4	4	4	4
<b>D3: Calidad</b>	¿Cuáles son las exigencias internacionales para entrar a un mercado potencial que solo quiera productos de calidad y sobre todo sostenibles?	4	4	4	4
	¿Qué valor agregado tiene sus productos que lo diferencia con otras empresas exportadoras?	4	4	4	4
	¿Qué tipo de certificaciones cuentan sus potenciales proveedores?	4	4	4	4
	¿Cómo la empresa realiza el proceso de homologación de proveedores (¿cumplen con estándares de calidad para sus insumos?	4	4	4	4
	¿Qué categorías tiene la empresa para sus productos?	4	4	4	4
	¿Qué tipo de recursos tecnológicos cuentan para el desarrollo de actividades comerciales, administrativas y operativas?	4	4	4	4
<b>D4: Productividad</b>	¿Qué tipos de sistemas de información emplea en la gestión de las operaciones logísticas, comerciales y administrativas?	4	4	4	4
	¿De qué manera el rendimiento obtenido en los últimos años ha sido afectado por la pandemia?	4	4	4	4
	¿En una escala del 1 al 10, como se emplea eficientemente los recursos en la elaboración de los productos? ¿Porqué?	4	4	4	4

	¿Que tanto se cumplió los objetivos programados en el tiempo asignado?	4	4	4	4	
<b>D5: Rentabilidad</b>	¿De qué manera se distribuyen las utilidades en la empresa? ¿Estarían dispuestos a postular por fondos a la certificación B?	4	4	4	4	
	¿Qué métodos utilizan para determinar los precios adecuados para lanzarlos al mercado internacional?	4	4	4	4	
	¿Cómo varió el porcentaje total de las exportaciones en el mercado internacional durante la pandemia?	4	4	4	4	
	¿La rentabilidad operativa que se generó en las operaciones internacionales del año 2022 produjo buenas utilidades o disminuyeron?	4	4	4	4	
	¿Los beneficios que se obtuvo al invertir en nuevos productos (mango y limón), nueva planta, maquinaria y personal; les generó más de lo proyectado en comparación a los productos tradicionales?	4	4	4	4	
<b>D6: Estrategias Competitivas</b>	¿Como afronta el personal los iincidentes que ocurren en la empresa y tienen algún tipo de respaldo de la gerencia de manera inmediata? ¿De qué manera?	4	4	4	4	
	¿Cuáles son los criterios que busca la empresa para que los productos que se producen y comercializan sean fiables y sostenibles?	4	4	4	4	
	¿Qué porcentaje en cuanto a sus ventas han invertido en infraestructura para sus productos para el proceso productivo?	4	4	4	4	
	¿Que nueva infraestructura ha desarrollado en los últimos 3 años? Explique detalladamente	4	4	4	4	
	¿Qué tipos de relaciones estratégicas cuenta la empresa con sus intermediarios extranjeros? Detalle si los han considerado para ser una Empresa B	4	4	4	4	

**Nota.** Elaboración Propia

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Danna Johana Jiménez Boggio	
Fecha: 15.10.2023	

### INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Apellidos y nombres:	Danna Johana Jiménez Boggio
Sexo:	Hombre ( ) Mujer ( <input checked="" type="checkbox"/> )
Profesión:	Administradora de Negocios Internacionales
Grado académico	Licenciado <sup>2</sup> ( ) Maestro ( ) Doctor ( <input checked="" type="checkbox"/> )
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 ( ) De 11 a 15 ( <input checked="" type="checkbox"/> ) De 16 a 20 ( ) De 21 a más ( )
Organización donde labora:	La Hanseatica S.A.
Cargo actual:	Ejecutiva Comercial
Área de especialización	Operatividad de Comercio Exterior
N° telefónico de contacto	979 308 890
Correo electrónico de contacto	Correo Institucional: dannajimenezb@gmail.com

Chiclayo, 15 de octubre de 2023

2 Los validadores que sean docentes de universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

### Variable 1 (Certificación del Sistema B)

<b>Nombre del Instrumento motivo de evaluación:</b>	Encuesta					
<b>Autor del Instrumento</b>	Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera					
<b>Variable 1:</b>	Factores limitantes - Variable Independiente					
<b>Población:</b>	Stakeholders de la Empresa Exportadora Food Export Norte S.A.C.					
<b>Dimensión</b>	<b>Ítems</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>
<b>D1: Accionistas</b>	¿Qué estrategias de financiamiento emplea la empresa para evaluar el incremento de los ingresos si tuviera el sello de Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Como toma en cuenta la gerencia en torno a medir la eficiencia de la empresa con respecto al modo en que gasta dinero para ganar dinero?	4	4	4	4	
	¿Que iniciativas óptimas aplican los accionistas que les permitan ver con exactitud la distribución del dinero con relación a los gastos y ganancias de la empresa?	4	4	4	4	
	¿Cómo espera recuperar la inversión por la certificación del Sistema B (Responsabilidad Social Corporativa) si fuese llevado a cabo por la empresa?	4	4	4	4	
	¿Cuánto espera ascender su porcentaje de ganancias netas, si es que se acreditara como empresa del Sistema B?	4	4	4	4	
<b>D2: Clientes</b>	¿Cuál es el principal KPI de ventas que tienen como clientes y como creen que ayudará en el logro de	4	4	4	4	

	sus metas, considerando si apuesta a adquirir el Sistema B?					
	¿Qué estrategias se han utilizado con ustedes para mantener su fidelización? ¿Ustedes como clientes cuentan con sistema del sistema B?	4	4	4	4	
	¿Qué tipo de ventajas han tenido con la fidelización de clientes en cuanto a sus antiguos y nuevos productos vendidos? ¿Cree que con la certificación B aumentaría o disminuiría sus productos vendidos?	4	4	4	4	
	¿Ustedes como clientes potenciales han recomendado a la empresa exportadora líder de la región Food Export Norte S.A.C. acreditarse como sistema B? ¿Porqué?	4	4	4	4	
	¿Con que frecuencia la empresa los monitorea, registra o genera informes sobre las reclamaciones de un cliente, teniendo en cuenta que ya está certificado como Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Como miden actualmente su satisfacción como clientes? ¿Cambiaría teniendo en cuenta que ustedes ya tienen el certificado como Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Ustedes como clientes han variado o disminuido en los últimos 5 años? ¿Cómo disminuiría la tasa de rotación de ustedes clientes si fuese certificado con Sistema B?	4	4	4	4	
<b>D3: Proveedores</b>	¿Qué técnicas efectivas aplica la empresa que le permita tener una idea clara del precio final de los productos adquiridos?	4	4	4	4	
	¿Qué sucede cuando el producto a proveer está elevado o escaseado? ¿Tienen algún tipo de acuerdo con el comprador para quedar en un precio justo? Explique brevemente	4	4	4	4	

¿Ustedes tienen algún pago plus por ser contratados como proveedores sostenibles?					
¿Cuáles son los procesos de gestión que les realizó la empresa, durante el año 2022 para cumplir con los volúmenes de los pedidos de los clientes? Explique brevemente considerando lo acontecido en ese año.	4	4	4	4	
¿Utilizan el servicio de proveedores extranjeros para lograr el volumen de abastecimiento total con recursos y normas medioambientales y sociales?	4	4	4	4	
¿Han utilizado ustedes como proveedores dentro de la cadena de gestión de Suministro el proceso de Gestión de las Relaciones (CMR) con sus proveedores? ¿Porqué?	4	4	4	4	
¿Hace cuantos años han incursionado en el negocio de la exportación como empresa socialmente responsable? ¿Cuáles han sido las principales oportunidades y mitigar amenazas?	4	4	4	4	
¿Utilizan alguna herramienta que ayude a verificar la evolución del mercado de los productos a comercializar? ¿Porqué?	4	4	4	4	
¿Que tan flexibles son como empresa con la entrega de materiales e insumos? Explique detalladamente	4	4	4	4	
¿Como evalúan a sus proveedores en cuanto a la puntualidad, variedad y calidad de los productos o servicios que proporcionan de manera responsable y sostenible?	4	4	4	4	
¿Tienen alguna política o garantía como proveedores cuando no cumplen con lo pactado? Es decir, sino toman en cuenta a la RSE	4	4	4	4	

<b>D4: Empleados</b>	¿Como calificaría la rotación de personal en cuanto a trabajadores administrativos, operarios, jefes y técnicos? Detalle.	4	4	4	4	
	¿Que tan identificado se siente con las actividades ambientales, sociales y económicas de la empresa?	4	4	4	4	
	¿Qué tipo de capacitaciones y cuantas veces al año realiza la empresa al empleado, trabajadores y operarios sobre RSE y Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Qué tipos de incentivos les gustaría que la empresa les proporcione por su buen desempeño laboral? ¿Por qué?	4	4	4	4	
	¿Cuál es el porcentaje promedio de logro de metas y objetivos que les demanda la empresa si cumplen con la RSE?	4	4	4	4	
<b>D5: Sociedad</b>	¿En qué aspectos es importante que la empresa evalúe su impacto con la comunidad y el medio ambiente?	4	4	4	4	
	¿Qué tan importante es para usted que se contrate personal de la localidad o comunidades de la zona donde opera la empresa?	4	4	4	4	
	¿Qué tan importante es para usted que la empresa sea responsable con la comunidad al momento de buscar trabajo?	4	4	4	4	
	¿Qué temática (s) debe abordar la empresa para que usted este al día con los sucesos del país?	4	4	4	4	
	¿Si la empresa se compromete en algún momento a capacitarlos sobre acontecimientos importantes para su formación, accederían? Explique brevemente	4	4	4	4	
	¿Cuáles son los tipos de campañas médicas o programas de acción social que la empresa realiza en la comunidad?	4	4	4	4	
	¿La empresa tiene interés por prevenir la salud física y mental de la sociedad con respecto a las	4	4	4	4	

	recientes oleadas de pandemias? ¿Por qué?					
	¿Food Export Norte S.A.C. mostró interés con las zonas más vulnerables de la calle Patazca con entrega de insumos médicos, vacunas y consultas con los doctores?	4	4	4	4	
	¿Qué tanto considera usted que la empresa genera empleos indirectos en la comunidad?	4	4	4	4	
	¿Qué prácticas implementa la empresa con respecto a las donaciones y las inversiones orientadas a la comunidad?	4	4	4	4	
	¿Qué metas debe trazar la empresa con los problemas actuales que aquejan a ustedes como sociedad?	4	4	4	4	
<b>D6: Gobierno Regional</b>	¿Que información sobre comercio exterior es comunicada de manera pública y transparente por el Gobierno Regional - GERCETUR?	4	4	4	4	
	¿De qué manera se comunica la información a los empresarios y público en general?	4	4	4	4	
	¿Qué propuestas incorpora y aplica el Gobierno Regional – GERCETUR para contribuir y generar cambios en la buena gobernanza y gestión interna de las empresas del sector comercio exterior?	4	4	4	4	
	¿De qué forma GERCETUR está alineado a los intereses de los empresarios y sociedad en general en conjunto al contexto actual del comercio internacional?	4	4	4	4	
	¿Qué prácticas aplica GERCETUR para fomentar la adecuada organización y formalización de las actividades de comercio exterior?	4	4	4	4	
	¿De qué manera GERCETUR administra y coordina los planes de comercio exterior de la región Lambayecana de manera sostenible?	4	4	4	4	

	¿Que recursos utiliza y promueve GERCETUR para ser eficiente y sostenible en cuanto al desarrollo de productos nuevos en la región de Lambayeque?	4	4	4	4	
	¿GERCETUR aplica canales socialmente responsables para el desarrollo de nuevas empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayecana?	4	4	4	4	
	¿GERCETUR aplica algún principio de equidad que concierne a las empresas exportadoras e importadoras?	4	4	4	4	
	¿Los estándares de calidad de bienes y servicios ofrecidos por parte de GERCETUR garantizan la generación de la responsabilidad social empresarial para las empresas?	4	4	4	4	

**Nota.** Elaboración Propia

**Validado por:**

Apellidos y Nombres	Firma
Jean Michell Carrión Mesones	
<b>Fecha:</b> 05.12.2023	

**INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:**

<b>Apellidos y nombres:</b>	Jean Michell Carrión Mesones
<b>Sexo:</b>	Hombre ( <input checked="" type="checkbox"/> ) Mujer ( )
<b>Profesión:</b>	Administrador de Negocios Internacionales
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>3</sup> ( )                      Maestro ( <input checked="" type="checkbox"/> )                      Doctor ( )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( ) De 11 a 15 ( <input checked="" type="checkbox"/> ) De 16 a 20 ( ) De 21 a más ( )
<b>Organización donde labora:</b>	Universidad de San Martín de Porres - Filial Norte
<b>Cargo actual:</b>	Docente Universitario
<b>Área de especialización</b>	Finanzas
<b>N° telefónico de contacto</b>	924 591 665
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo Institucional: jmcarrion@usmp.pe

Chiclayo, 05 de diciembre de 2023

3 Los validadores que sean docentes de universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

### Variable 2 (Competitividad)

<b>Nombre del Instrumento motivo de evaluación:</b>	Encuesta					
<b>Autor del Instrumento</b>	Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera					
<b>Variable 2:</b>	Competitividad Empresarial - Variable Dependiente					
<b>Población:</b>	Stakeholders de la Empresa Exportadora Food Export Norte S.A.C.					
<b>Indicador</b>	<b>Ítems</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>
<b>D1: Responsabilidad Social</b>	¿Cuáles son las medidas que toma la empresa con respecto a las políticas de cuidado al medio ambiente en la producción?	4	4	4	4	
	¿La empresa demuestra transparencia a través de sus comunicados, en sus sitios web o redes sociales?	4	4	4	4	
	¿De qué forma la empresa minimiza el impacto de los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos en el entorno ambiental?	4	4	4	4	
	¿En la empresa se cuenta con un plan que promueve la colaboración y no discriminación de los trabajadores por género, raza u orientación sexual? ¿En qué consiste?	4	4	4	4	
	¿Cuáles son los proyectos sociales que conoce que la empresa que ha realizado en conjunto con los trabajadores?	4	4	4	4	
<b>D2: Sector</b>	¿Cuáles y cuántas son las normativas legales referente a las condiciones laborales?	4	4	4	4	
	¿La empresa apoya las políticas públicas empresariales como parte	4	4	4	4	

	del plan Estratégico Nacional Exportador PENX? ¿Porqué?				
	¿Qué dificultad ha tenido en el pago de sus tributos o de impuestos, qué tipo de beneficios le da a la empresa el pago de tributos e impuestos oportunamente?	4	4	4	4
	¿Qué tipo de financiamiento ha accedido la empresa con algún programa de apoyo establecido por el gobierno? Si no se ha solicitado, indique porqué.	4	4	4	4
	¿De qué manera la empresa cumple con ética de rendición de cuentas?	4	4	4	4
<b>D3: Calidad</b>	¿Cuáles son las exigencias internacionales para entrar a un mercado potencial que solo quiera productos de calidad y sobre todo sostenibles?	4	4	4	4
	¿Qué valor agregado tiene sus productos que lo diferencia con otras empresas exportadoras?	4	4	4	4
	¿Qué tipo de certificaciones cuentan sus potenciales proveedores?	4	4	4	4
	¿Cómo la empresa realiza el proceso de homologación de proveedores (¿cumplen con estándares de calidad para sus insumos?	4	4	4	4
	¿Qué categorías tienen la empresa para sus productos?	4	4	4	4
<b>D4: Productividad</b>	¿Qué tipo de recursos tecnológicos cuentan para el desarrollo de actividades comerciales, administrativas y operativas?	4	4	4	4
	¿Qué tipos de sistemas de información emplea en la gestión de las operaciones logísticas, comerciales y administrativas?	4	4	4	4
	¿De qué manera el rendimiento obtenido en los últimos años ha sido afectado por la pandemia?	4	4	4	4
	¿En una escala del 1 al 10, como se emplea eficientemente los recursos en la elaboración de los productos? ¿Porqué?	4	4	4	4

	¿Que tanto se cumplió los objetivos programados en el tiempo asignado?	4	4	4	4	
<b>D5: Rentabilidad</b>	¿De qué manera se distribuyen las utilidades en la empresa? ¿Estarían dispuestos a postular fondos a la certificación B?	4	4	4	4	
	¿Qué métodos utilizan para determinar los precios adecuados para lanzarlos al mercado internacional?	4	4	4	4	
	¿Cómo varió el porcentaje total de las exportaciones en el mercado internacional durante la pandemia?	4	4	4	4	
	¿La rentabilidad operativa que se generó en las operaciones internacionales del año 2022 produjo buenas utilidades o disminuyeron?	4	4	4	4	
	¿Los beneficios que se obtuvo al invertir en nuevos productos (mango y limón), nueva planta, maquinaria y personal; les generó más de lo proyectado en comparación a los productos tradicionales?	4	4	4	4	
<b>D6: Estrategias Competitivas</b>	¿Como afronta el personal los incidentes que ocurren en la empresa y tienen algún tipo de respaldo de la gerencia de manera inmediata? ¿De qué manera?	4	4	4	4	
	¿Cuáles son los criterios que busca la empresa para que los productos que se producen y comercializan sean fiables y sostenibles?	4	4	4	4	
	¿Qué porcentaje en cuanto a sus ventas han invertido en infraestructura para sus productos para el proceso productivo?	4	4	4	4	
	¿Que nueva infraestructura ha desarrollado en los últimos 3 años? Explique detalladamente	4	4	4	4	
	¿Qué tipos de relaciones estratégicas cuenta la empresa con sus intermediarios extranjeros? Detalle si los han considerado para ser una empresa B	4	4	4	4	

**Nota.** Elaboración Propia

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Jean Michell Carrión Mesones	
<b>Fecha:</b> 05.12.2023	

#### INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

<b>Apellidos y nombres:</b>	Jean Michell Carrión Mesones
<b>Sexo:</b>	Hombre ( <input checked="" type="checkbox"/> ) Mujer ( )
<b>Profesión:</b>	Administrador de Negocios Internacionales
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>4</sup> ( )      Maestro ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Doctor ( )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( ) De 11 a 15 ( <input checked="" type="checkbox"/> ) De 16 a 20 ( ) De 21 a más ( )
<b>Organización donde labora:</b>	Universidad de San Martín de Porres - Filial Norte
<b>Cargo actual:</b>	Docente Universitario
<b>Área de especialización</b>	Finanzas
<b>N° telefónico de contacto</b>	924 591 665
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo Institucional: jmcarrion@usmp.pe

Chiclayo, 05 de diciembre de 2023

4 Los validadores que sean docentes de universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Variable 1 (Certificación del Sistema B)

<b>Nombre del Instrumento motivo de evaluación:</b>	Encuesta					
<b>Autor del Instrumento</b>	Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera					
<b>Variable 1:</b>	Factores limitantes - Variable Independiente					
<b>Población:</b>	Stakeholders de la Empresa Exportadora Food Export Norte S.A.C.					
<b>Dimensión</b>	<b>Ítems</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>
<b>D1: Accionistas</b>	¿Qué estrategias de financiamiento emplea la empresa para evaluar el incremento de los ingresos si tuviera el sello de Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Como toma en cuenta la gerencia en torno a medir la eficiencia de la empresa con respecto al modo en que gasta dinero para ganar dinero?	4	4	4	4	
	¿Que iniciativas óptimas aplican los accionistas que les permitan ver con exactitud la distribución del dinero con relación a los gastos y ganancias de la empresa?	4	4	4	4	
	¿Cómo espera recuperar la inversión por la certificación del Sistema B (Responsabilidad Social Corporativa) si fuese llevado a cabo por la empresa?	4	4	4	4	
	¿Cuánto espera ascender su porcentaje de ganancias netas, si es que se acreditara como empresa del Sistema B?	4	4	4	4	
<b>D2: Clientes</b>	¿Cuál es el principal KPI de ventas que tienen como clientes y como creen que ayudará en el	4	4	4	4	

	logro de sus metas, considerando si apuesta a adquirir el Sistema B?					
	¿Qué estrategias se han utilizado con ustedes para mantener su fidelización? ¿Ustedes como clientes cuentan con sistema del sistema B?	4	4	4	4	
	¿Qué tipo de ventajas han tenido con la fidelización de clientes en cuanto a sus antiguos y nuevos productos vendidos? ¿Cree que con la certificación B aumentaría o disminuiría sus productos vendidos?	4	4	4	4	
	¿Ustedes como clientes potenciales han recomendado a la empresa exportadora líder de la región Food Export Norte S.A.C. acreditarse como sistema B? ¿Porqué?	4	4	4	4	
	¿Con que frecuencia la empresa los monitorea, registra o genera informes sobre las reclamaciones de un cliente, teniendo en cuenta que ya está certificado como Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Como miden actualmente su satisfacción como clientes? ¿Cambiaría teniendo en cuenta que ustedes ya tienen el certificado como Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Ustedes como clientes han variado o disminuido en los últimos 5 años? ¿Cómo disminuiría la tasa de rotación de ustedes clientes si fuese certificado con Sistema B?	4	4	4	4	
<b>D3: Proveedores</b>	¿Qué técnicas efectivas aplica la empresa que le permita tener una idea clara del precio final de los productos adquiridos?	4	4	4	4	
	¿Qué sucede cuando el producto a proveer está elevado o escaseado? ¿Tienen algún tipo de acuerdo con el comprador para quedar en un	4	4	4	4	

	precio justo? Explique brevemente ¿Ustedes tienen algún pago plus por ser contratados como proveedores sostenibles?					
	¿Cuáles son los procesos de gestión que les realizó la empresa, durante el año 2022 para cumplir con los volúmenes de los pedidos de los clientes? Explique brevemente considerando lo acontecido en ese año.	4	4	4	4	
	¿Utilizan el servicio de proveedores extranjeros para lograr el volumen de abastecimiento total con recursos y normas medioambientales y sociales?	4	4	4	4	
	¿Han utilizado ustedes como proveedores dentro de la cadena de gestión de Suministro el proceso de Gestión de las Relaciones (CMR) con sus proveedores? ¿Porqué?	4	4	4	4	
	¿Hace cuantos años han incursionado en el negocio de la exportación como empresa socialmente responsable? ¿Cuáles han sido las principales oportunidades y mitigar amenazas?	4	4	4	4	
	¿Utilizan alguna herramienta que ayude a verificar la evolución del mercado de los productos a comercializar? ¿Porqué?	4	4	4	4	
	¿Que tan flexibles son como empresa con la entrega de materiales e insumos? Explique detalladamente	4	4	4	4	
	¿Como evalúan a sus proveedores en cuanto a la puntualidad, variedad y calidad de los productos o servicios que proporcionan de manera responsable y sostenible?	4	4	4	4	

	¿Tienen alguna política o garantía como proveedores cuando no cumplen con lo pactado? Es decir, sino toman en cuenta a la RSE	4	4	4	4	
<b>D4: Empleados</b>	¿Como calificaría la rotación de personal en cuanto a trabajadores administrativos, operarios, jefes y técnicos? Detalle.	4	4	4	4	
	¿Que tan identificado se siente con las actividades ambientales, sociales y económicas de la empresa?	4	4	4	4	
	¿Qué tipo de capacitaciones y cuantas veces al año realiza la empresa al empleado, trabajadores y operarios sobre RSE y Sistema B?	4	4	4	4	
	¿Qué tipos de incentivos les gustaría que la empresa les proporcione por su buen desempeño laboral? ¿Por qué?	4	4	4	4	
	¿Cuál es el porcentaje promedio de logro de metas y objetivos que les demanda la empresa si cumplen con la RSE?	4	4	4	4	
<b>D5: Sociedad</b>	¿En qué aspectos es importante que la empresa evalúe su impacto con la comunidad y el medio ambiente?	4	4	4	4	
	¿Qué tan importante es para usted que se contrate personal de la localidad o comunidades de la zona donde opera la empresa?	4	4	4	4	
	¿Qué tan importante es para usted que la empresa sea responsable con la comunidad al momento de buscar trabajo?	4	4	4	4	
	¿Qué temática (s) debe abordar la empresa para que usted este al día con los sucesos del país?	4	4	4	4	
	¿Si la empresa se compromete en algún momento a capacitarlos sobre acontecimientos importantes para su formación, accederían? Explique brevemente	4	4	4	4	

	¿Cuáles son los tipos de campañas médicas o programas de acción social que la empresa realiza en la comunidad?	4	4	4	4	
	¿La empresa tiene interés por prevenir la salud física y mental de la sociedad con respecto a las recientes oleadas de pandemias? ¿Por qué?	4	4	4	4	
	¿Food Export Norte S.A.C. mostró interés con las zonas más vulnerables de la calle Patazca con entrega de insumos médicos, vacunas y consultas con los doctores?	4	4	4	4	
	¿Qué tanto considera usted que la empresa genera empleos indirectos en la comunidad?	4	4	4	4	
	¿Qué prácticas implementa la empresa con respecto a las donaciones y las inversiones orientadas a la comunidad?	4	4	4	4	
	¿Qué metas debe trazar la empresa con los problemas actuales que aquejan a ustedes como sociedad?	4	4	4	4	
<b>D6: Gobierno Regional</b>	¿Qué información sobre comercio exterior es comunicada de manera pública y transparente por el Gobierno Regional - GERCETUR?	4	4	4	4	
	¿De qué manera se comunica la información a los empresarios y público en general?	4	4	4	4	
	¿Qué propuestas incorpora y aplica el Gobierno Regional – GERCETUR para contribuir y generar cambios en la buena gobernanza y gestión interna de las empresas del sector comercio exterior?	4	4	4	4	
	¿De qué forma GERCETUR está alineado a los intereses de los empresarios y sociedad en general en conjunto al contexto actual del comercio internacional?	4	4	4	4	

	¿Qué prácticas aplica GERCETUR para fomentar la adecuada organización y formalización de las actividades de comercio exterior?	4	4	4	4	
	¿De qué manera GERCETUR administra y coordina los planes de comercio exterior de la región Lambayecana de manera sostenible?	4	4	4	4	
	¿Que recursos utiliza y promueve GERCETUR para ser eficiente y sostenible en cuanto al desarrollo de productos nuevos en la región de Lambayeque?	4	4	4	4	
	¿GERCETUR aplica canales socialmente responsables para el desarrollo de nuevas empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayecana?	4	4	4	4	
	¿GERCETUR aplica algún principio de equidad que concierne a las empresas exportadoras e importadoras?	4	4	4	4	
	¿Los estándares de calidad de bienes y servicios ofrecidos por parte de GERCETUR garantizan la generación de la responsabilidad social empresarial para las empresas?	4	4	4	4	

**Nota.** Elaboración Propia

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
José Carlos Montes Minaquispe	
Fecha: 07.11.2023	

### INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Apellidos y nombres:	José Carlos Montes Minaquispe
Sexo:	Hombre ( <input checked="" type="checkbox"/> ) Mujer ( )
Profesión:	Administrador de Negocios Internacionales
Grado académico	Licenciado <input type="checkbox"/> Maestro ( ) Doctor ( <input checked="" type="checkbox"/> )
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 ( <input checked="" type="checkbox"/> ) De 11 a 15 ( ) De 16 a 20 ( ) De 21 a más ( )
Organización donde labora:	Universidad de San Martín de Porres - Filial Norte
Cargo actual:	Responsable de la Unidad de Investigación de Negocios Internacionales
Área de especialización	Investigación
N° telefónico de contacto	929 732 359
Correo electrónico de contacto	Correo Institucional: jmontesn@usmp.pe

Chiclayo, 07 de noviembre de 2023

5 Los validadores que sean docentes de universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

### Variable 2 (Competitividad)

<b>Nombre del Instrumento motivo de evaluación:</b>	Encuesta					
<b>Autor del Instrumento</b>	Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera					
<b>Variable 2:</b>	Competitividad Empresarial - Variable Dependiente					
<b>Población:</b>	Stakeholders de la Empresa Exportadora Food Export Norte S.A.C.					
<b>Indicador</b>	<b>Ítems</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>
<b>D1: Responsabilidad Social</b>	¿Cuáles son las medidas que toma la empresa con respecto a las políticas de cuidado al medio ambiente en la producción?	4	4	4	4	
	¿La empresa demuestra transparencia a través de sus comunicados, en sus sitios web o redes sociales?	4	4	4	4	
	¿De qué forma la empresa minimiza el impacto de los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos en el entorno ambiental?	4	4	4	4	
	¿En la empresa se cuenta con un plan que promueve la colaboración y no discriminación de los trabajadores por género, raza u orientación sexual? ¿En qué consiste?	4	4	4	4	
	¿Cuáles son los proyectos sociales que conoce que la empresa que ha realizado en conjunto con los trabajadores?	4	4	4	4	
<b>D2: Sector</b>	¿Cuáles y cuántas son las normativas legales referente a las condiciones laborales?	4	4	4	4	
	¿La empresa apoya las políticas públicas empresariales como	4	4	4	4	

	parte del plan Estratégico Nacional Exportador PENX? ¿Porqué?				
	¿Qué dificultad ha tenido en el pago de sus tributos o de impuestos, qué tipo de beneficios le da a la empresa el pago de tributos e impuestos oportunamente?	4	4	4	4
	¿Qué tipo de financiamiento ha accedido la empresa con algún programa de apoyo establecido por el gobierno? Si no se ha solicitado, indique porqué.	4	4	4	4
	¿De qué manera la empresa cumple con ética de rendición de cuentas?	4	4	4	4
<b>D3: Calidad</b>	¿Cuáles son las exigencias internacionales para entrar a un mercado potencial que solo quiera productos de calidad y sobre todo sostenibles?	4	4	4	4
	¿Qué valor agregado tiene sus productos que lo diferencia con otras empresas exportadoras?	4	4	4	4
	¿Qué tipo de certificaciones cuentan sus potenciales proveedores?	4	4	4	4
	¿Cómo la empresa realiza el proceso de homologación de proveedores (¿cumplen con estándares de calidad para sus insumos?	4	4	4	4
	¿Qué categorías tienen la empresa para sus productos?	4	4	4	4
<b>D4: Productividad</b>	¿Qué tipo de recursos tecnológicos cuentan para el desarrollo de actividades comerciales, administrativas y operativas?	4	4	4	4
	¿Qué tipos de sistemas de información emplea en la gestión de las operaciones logísticas, comerciales y administrativas?	4	4	4	4
	¿De qué manera el rendimiento obtenido en los últimos años ha sido afectado por la pandemia?	4	4	4	4
	¿En una escala del 1 al 10, como se emplea eficientemente los	4	4	4	4

	recursos en la elaboración de los productos? ¿Porqué?					
	¿Que tanto se cumplió los objetivos programados en el tiempo asignado?	4	4	4	4	
<b>D5: Rentabilidad</b>	¿De qué manera se distribuyen las utilidades en la empresa? ¿Estarían dispuestos a postular por fondos a la certificación B?	4	4	4	4	
	¿Qué métodos utilizan para determinar los precios adecuados para lanzarlos al mercado internacional?	4	4	4	4	
	¿Cómo varió el porcentaje total de las exportaciones en el mercado internacional durante la pandemia?	4	4	4	4	
	¿La rentabilidad operativa que se generó en las operaciones internacionales del año 2022 produjo buenas utilidades o disminuyeron?	4	4	4	4	
	¿Los beneficios que se obtuvo al invertir en nuevos productos (mango y limón), nueva planta, maquinaria y personal; les generó más de lo proyectado en comparación a los productos tradicionales?	4	4	4	4	
<b>D6: Estrategias Competitivas</b>	¿Como afronta el personal los iincidentes que ocurren en la empresa y tienen algún tipo de respaldo de la gerencia de manera inmediata? ¿De qué manera?	4	4	4	4	
	¿Cuáles son los criterios que busca la empresa para que los productos que se producen y comercializan sean fiables y sostenibles?	4	4	4	4	
	¿Qué porcentaje en cuanto a sus ventas han invertido en infraestructura para sus productos para el proceso productivo?	4	4	4	4	
	¿Que nueva infraestructura ha desarrollado en los últimos 3 años? Explique detalladamente	4	4	4	4	
	¿Qué tipos de relaciones estratégicas cuenta la empresa	4	4	4	4	

	con sus intermediarios extranjeros? Detalle si los han considerado para ser una empresa B					
--	---	--	--	--	--	--

**Nota.** Elaboración Propia

**Validado por:**

Apellidos y Nombres	Firma
José Carlos Montes Minaquispe	
<b>Fecha:</b> 07.11.2023	

**INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:**

<b>Apellidos y nombres:</b>	José Carlos Montes Minaquispe
<b>Sexo:</b>	Hombre ( <input checked="" type="checkbox"/> ) Mujer ( )
<b>Profesión:</b>	Administrador de Negocios Internacionales
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>6</sup> ( )                      Maestro ( )                      Doctor ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( <input checked="" type="checkbox"/> ) De 11 a 15 ( ) De 16 a 20 ( ) De 21 a más ( )
<b>Organización donde labora:</b>	Universidad de San Martín de Porres - Filial Norte
<b>Cargo actual:</b>	Responsable de la Unidad de Investigación de Negocios Internacionales
<b>Área de especialización</b>	Investigación
<b>N° telefónico de contacto</b>	929 732 359
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo Institucional: jmontesn@usmp.pe

Chiclayo, 07 de noviembre de 2022

6 Los validadores que sean docentes de universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

## Anexo 04: Guía de Entrevista



### **GUÍA DE ENTREVISTA A LOS ACCIONISTAS DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida a los accionistas de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada “**ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022**” para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Caverro Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Rosa Quiróz Gómez
- ✓ **Cargo:** Responsable de Comercio Exterior y Accionista
- ✓ **Fecha:** 24/01/03

---

#### **1. Entrevistador: ¿Qué estrategias de financiamiento emplea la empresa para evaluar el incremento de los ingresos si tuviera el sello del sistema B?**

El capital de trabajo utilizaríamos por nuestra empresa para tener la certificación del sistema B puesto que es más accesible con el banco y nos referimos a las tasas anuales y entrega con mucha rapidez.

#### **2. Entrevistador: ¿Como toma en cuenta la gerencia en torno a medir la eficiencia de la empresa con respecto al modo en que gasta dinero para ganar dinero?**

Los costos y gastos son en base al mercado se gana para invertir y seguir vendiendo a gran volumen es un ciclo.

**3. Entrevistador: ¿Que iniciativas óptimas aplican los accionistas que les permitan ver con exactitud la distribución del dinero con relación a los gastos y ganancias de la empresa?**

La distribución de gastos operativos y gastos de exportación y materia prima para stockear y parte de la ganancia se utiliza para innovar en productos y maquilas.

**4. Entrevistador: ¿Cómo espera recuperar la inversión por la certificación del Sistema B (Responsabilidad Social Corporativa) si fuese llevado a cabo por la empresa?**

No va ni aumentar ni disminuir ya que la realidad es que tenemos el mismo número de ventas u exportaciones con las demás certificaciones y no va a variar u/o aumentar con esta certificación porque recién se está implementando y la nuestra no calificaría para tenerla por ahora.

**5. Entrevistador: ¿Cuánto espera ascender su porcentaje de ganancias netas, si es que se acreditara como empresa del Sistema B?**

Si nuestra empresa fuera más grande en comparación como ACP, Agrovisión y Beta ascendería a un 80% pero somos una empresa que es pequeña y tengo entendido que son pocas las empresas que cuentan con Sistema B y es porque no se arriesgan con una certificación de ese nivel. Y si nos arriesgamos por este sello saldríamos más gastados de lo previsto. Por eso por ahora no es nuestra prioridad tenerla con nosotros, tal vez en un futuro.

## **GUÍA DE ENTREVISTA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA EXPORTADORA**

### **FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida a los clientes de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada “**ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022**” para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Rosa Quiroz Gómez
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a) y País:** Sakura Izumi Sakurai – Japón
- ✓ **Cargo:** Gerente Comercial
- ✓ **Fecha:** 24/01/24

---

**1. Entrevistador: ¿Cuál es el principal KPI de ventas que tienen como clientes y como creen que ayudará en el de sus metas, considerando si apuesta a adquirir el sistema B?**

Los principales KPIS de ventas que nos ayudan en logros de las metas, son el KPI ( Tasa de conversión ), el KPI ( Tiempo promedio de venta), el KPI ( Índice de satisfacción (CSAT), y por otro lado si nosotros apostamos en adquirir este tipo de certificación del Sistema B tendríamos como ventaja al KPI estratégico (Puntuación Neta del Promotor) puesto que nosotros como clientes tendríamos un sello internacional con uno de los Stakeholders y sería para clientes que nos haría uno de los lideres en los productos que nos brinda la empresa.

**2.Entrevistador: ¿Qué estrategias se han utilizado con ustedes para mantener su fidelización? ¿Ustedes como clientes cuentan con sello del Sistema B?**

Nosotros como clientes de Food Export Norte S.A.C. tenemos ciertos parámetros que tenemos que cumplir y el que nos hacen si o si tener en cuenta es el CRM que es la gestión de relación con clientes, ya que a través de un software dependiendo de las áreas y entender nuestras necesidades para nuestras empresas. Si contamos con la certificación del Sistema B porque al ser un país desarrollado y potencialmente exportador y con muchos problemas a nuestro alrededor debemos cumplir y tener la iniciativa la responsabilidad Social Corporativa, así que optamos por tener un sello de esta magnitud.

**3.Entrevistador: ¿Qué tipo de ventajas han tenido como clientes en cuanto a sus antiguos y nuevos productos vendidos? ¿Cree que con la certificación B aumentaría o disminuiría sus nuevos productos vendidos?**

Que hasta el momento ofrecemos productos de calidad en nuestro país, ya que gracias a Food Export Norte S.A.C. renovamos productos y también nos mantenemos con los mismos puesto que son las necesidades en nuestro país y todo gracias a las campañas que esta empresa nos ofrece. En cuanto a los nuevos productos que está ofreciendo Food Export Norte no tenemos aun la iniciativa de tener una certificación B solo con los antiguos productos.

**4.Entrevistador: ¿Ustedes como clientes potenciales han recomendado a la empresa exportadora líder de la región Food Export Norte S.A.C. acreditarse como Sistema B? ¿Porqué?**

Nosotros como clientes si hemos recomendado a Food Export Norte S.A.C. acreditare con la certificación del Sistema B puesto que sus productos y la empresa cuentan con los estándares de la responsabilidad social corporativa y muy aparte que son los lideres en la región lambayecana, pero estrictamente depende de ellos si quieren arriesgarse tener este sello y destacar entre los demás porque según nuestros estudios son aproximadamente cinco empresas las que cuentan con esta certificación.

**5. Entrevistador: ¿En qué magnitud cree que ayuda la fidelización, tener como proveedor a una empresa con certificación del Sistema B?**

Creo que de escala del 1 al 10, sería un 8 a 9 puesto que al tenernos como clientes con certificación de Sistema B nos ayudaría a diferenciarnos de otras empresas en todos los ámbitos de la empresa y no solo por dentro sino también por fuera, porque nos ocupamos de los problemas de la sociedad (políticos, sociales, ambientales).

**6. Entrevistador: ¿Con que frecuencia la empresa los monitorea, registra o genera informes sobre las reclamaciones de un cliente, teniendo en cuenta que ya está certificado como Sistema B?**

Nos monitorea de manera trimestral, puesto que no somos los únicos clientes potenciales de esta empresa y en cuanto a reclamaciones son muy pocas las que nosotros tenemos para ellos, puesto que inicia desde la negociación hasta la post venta y ahí definimos los términos para la exportación de los productos que queremos.

**7. Entrevistador: ¿Cómo miden actualmente su satisfacción como clientes? ¿Cambiaría teniendo en cuenta que ustedes ya tienen el certificado como Sistema B?**

Nos miden a través de encuestas online y páginas verificadas para ver que pueden cambiar y perfeccionar en todo el proceso de exportación. Si cambiaria puesto que nuestras exigencias serian mayores y ellos tendrían que estar a nuestro margen y requerimientos pedidos, pero por ahora los aceptamos así.

**8. Entrevistador ¿Ustedes como clientes han variado o disminuido en los últimos 5 años? ¿Cómo disminuiría la tasa de rotación de ustedes clientes si fuese certificado con Sistema B?**

En 5 años como clientes de un 100% hemos prevalecido de un 20 a 40% y a la vez hubo una pérdida del 5% por discrepancia de la calidad del producto y el proceso de exportación y nosotros no estábamos dispuestos a pagar las condiciones que nos ponían hasta llegar a un consenso.

**GUÍA DE ENTREVISTA A LOS PROVEEDORES DE LA EMPRESA**  
**EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida a los proveedores de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada “**PROPUESTA DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022**” para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Empresa:** Negociaciones Willicos E.I.R.L.
- ✓ **Cargo:** Asistente Administrativo
- ✓ **Fecha:** 28/01/24

---

**1. Entrevistador: ¿Qué técnicas efectivas aplica la empresa que le permita tener una idea clara del precio final de los productos adquiridos?**

Entendemos que las condiciones del mercado y las necesidades insatisfechas de los consumidores, así como el costo que el cliente está dispuesto a pagar es la forma de obtener el éxito al establecer una estrategia de precios para un producto o servicio, por eso lo que hacemos es evaluar y calcular gastos y costos para la decisión del precio definitivo.

**2. Entrevistador: ¿Qué sucede cuando el producto a proveer está elevado o escaseado? ¿Tienen algún tipo de acuerdo con el comprador para quedar en un precio justo? Explique brevemente.**

Desde hace unos cinco años aproximadamente por la escasez y las lluvias que existe, ya nosotros preveemos nuestros productos para este caso o tenemos un plan

de contingencia y es que nosotros como proveedores tenemos un almacén con un stock de los productos que más nos pide la empresa Food Export Norte.

**3. Entrevistador: ¿Cuáles son los procesos de gestión que realizó, durante el año 2022 para cumplir con los volúmenes de los pedidos de los clientes? Explique brevemente.**

Durante el año 2022 consideramos que para cumplir con los volúmenes de los pedidos para los clientes debíamos tener en cuenta la búsqueda y compromiso de servicios y bienes de los productos, la relación y gestión de las entregas y pagos correspondientes y la adquisición y convenio de estimación de los productos; para cubrir con lo estipulado logrando así que los productos no estén afectados por la pandemia, sino que sean fiablemente sostenible.

**4. Entrevistador: ¿Utilizan el servicio de proveedores extranjeros para lograr el volumen de abastecimiento total?**

Si utilizamos proveedores extranjeros, porque el servicio que recibimos por parte de ellos tiene un efecto significativo en la calidad de nuestros productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes.

**5. Entrevistador: ¿Utilizan dentro de la cadena de gestión de Suministro el proceso de Gestión de las Relaciones (CMR) con sus Proveedores? ¿Porqué?**

Si, porque nos ayuda en la negociación y la relación comercial, además con este sistema nos permite gestionar nuestros negocios globales con menos esfuerzo y recursos. Además de consolidar mejores relaciones con nuestros clientes e impulsar nuestras ventas.

**6. Entrevistador: ¿Hace cuantos años han incursionado en el negocio de la exportación como empresa? ¿Cuáles han sido las principales oportunidades y mitigar amenazas?**

Hace 12 años iniciamos en exportación. Y nuestras principales oportunidades ha sido en oferta exportable con nuevos mercados y clientes potenciales. Y en lo que respecta a amenazas en cuanto al cambio climático, la coyuntura política y la

economía global mitigamos en el sentido de adaptarnos a estos cambios para llevar adelante la empresa y los proyectos.

**7. Entrevistador: ¿Utilizan alguna herramienta que ayude a verificar la evolución del mercado de los productos a comercializar? ¿Porqué?**

Veritrade, es una herramienta que nos ayuda a verificar precios, productos y mercados de exportación y ser competitivos, También nos ayuda a investigar nuevos mercados y oportunidades de exportación.

También usamos sistema de inteligencia comercial para saber cómo se mueve el mercado internacional en los productos agrícolas. Además, usamos sistema de ventas a medida de la empresa para medir cantidad y productos a cada mercado

**8. Entrevistador: ¿Qué tan flexibles son como empresa con la entrega de materiales e insumos? Explique detalladamente.**

Contamos con una estructura logística flexible que nos permite preparar y enviar la entrega de materiales e insumos a la planta de proceso que se da por cada orden de servicio y así llevar un buen control en trazabilidad y orden.

**9. Entrevistador: ¿Como evalúan a los proveedores en cuanto a la puntualidad, variedad y calidad de los productos o servicios que proporcionan?**

Para cada pedido y entrega se revisa a detalle si ha cumplido con lo pactado, de lo contrario se va eliminando de nuestra cartera de proveedores

**10. Entrevistador: ¿Tienen alguna política o garantía con los proveedores cuando no cumplen con lo pactado?**

La política que tenemos con nuestros proveedores es la devolución de producto de manera inmediata y la garantía que nos pueden dar ellos es que nos den el 50% del total de los productos como crédito.



## **GUÍA DE ENTREVISTA A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA** **EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida a los empleados en general de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada “**ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022**” para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Rosa Serquén Villalobos
- ✓ **Cargo:** Administradora General
- ✓ **Fecha:** 20/12/23

---

**1. Entrevistador: ¿Cómo calificaría la rotación de personal en cuanto a trabajadores administrativos, operarios, jefes y técnicos? Detalle.**

La calificamos en un 10% a 20% en cuanto a porcentaje puesto que tenemos fijos a nuestros empleados, y no tendemos a hacer una fluctuación o cambios finalizando su contrato, sino que renovamos semestralmente a los trabajadores, lo que si implementamos también es la contratación de personal (pasantías universitarias, operarias femeninas y técnicos) de la región.

**2. Entrevistador: ¿Qué tan identificado se siente con las actividades de la empresa?**

Me siento bien identificada como administradora general ya que mi función principal es interactuar con las otras áreas e interactuar con ellas, y también ya que todos somos reforzados y apoyados con profesionales (asistentes) y nos quitan un

poco de sobre esfuerzo y carga laboral y a ambos nos capacitan para rendir y dar un nuevo valor a la empresa.

**3. Entrevistador: ¿Qué tipo de capacitaciones y cuantas veces al año realiza la empresa al empleado, trabajadores y operarios sobre temas de importancia?**

Los tipos más relevantes son sobre seguridad y salud laboral, gestión de procesos y continuidad de negocios dentro de los más relevantes y son de manera mensual, donde también hablan netamente de Exportaciones.

**4. Entrevistador: ¿Qué tipos de incentivos les gustaría que la empresa les proporcione por su buen desempeño laboral? ¿Por qué?**

Los que más deseamos como personal de la empresa son los económicos (aumentos de sueldo), estudios superiores (Phd, MBA, Doctorados) y seguros privados sobre todo para los operarios y técnicos (EPS, RIMAC Seguros, AUNA, entre otros).

**5. Entrevistador: ¿Cuál es el porcentaje promedio de logro de metas y objetivos que les demanda la empresa?**

El porcentaje más largo al que hemos llegado es aproximadamente 70% y los objetivos que nos demanda en mi área es de tener una sólida planificación (analizar, planear, ejecutar y evaluar) sobre toda la empresa equilibrando como una balanza para estar al ritmo y sobrepasando a la competencia.

## **GUÍA DE ENTREVISTA A LA SOCIEDAD DE LOS ALREDEDORES DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida a la sociedad de los alrededores de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada **“ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022”** para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** José Esteban Jiménez Rivadeneira
- ✓ **Cargo:** Ing. Agroindustrial – Supervisor de Exportaciones - Despacho
- ✓ **Fecha:** 12/12/23

---

### **1. Entrevistador: ¿En qué aspectos es importante que la empresa evalúe su impacto con la comunidad y el medio ambiente?**

Es importante puesto que ambos dependen entre sí, porque la sociedad es quien cuida y valora al ambiente en que vivimos y el ambiente es quien generara buenas y malas reacciones para nosotros, y la empresa es parte de esa cadena porque se necesitan entre sí para sus procesos de exportación.

### **2. Entrevistador: ¿Qué tan importante es para usted que se contrate personal de la localidad o comunidades de la zona donde opera la empresa?**

El contratar o requerir personal ahora es sumamente necesario porque el empleador necesita completar sus capacidades y experiencia en las empresas y más aún si son cercanas a la Urb. Patazca donde el empleo es escaso y casi no hay ingresos para las familias con las oleadas del COVID-19 y ahora la baja producción de exportación por el fenómeno del niño.

**3. Entrevistador: ¿Qué tan importante es para usted que la empresa sea responsable con la comunidad al momento de buscar trabajo?**

El hecho de que la empresa tenga un sello de responsabilidad social es un seguro para los trabajadores ya que es la máxima prioridad es ímpetu por entrar a una empresa que cumplan esos estándares.

**4. Entrevistador: ¿Qué temática (s) debe abordar la empresa para que usted este al día con los sucesos del país?**

Dentro de temáticas están la escasez de productos agros por el fenómeno del niño costero, bajas remuneraciones a los trabajadores, reducción de personal, quiebre de empresas privadas e inestabilidad política del Perú.

**5. Entrevistador: ¿Si la empresa se compromete en algún momento a capacitarlos sobre acontecimientos importantes para su formación, accederían? Explique brevemente**

La Mayoría de las empresas se están comprometiendo con capacitaciones a la población, depende de cada uno si accede, pero en mi perspectiva sería una decisión acertada puesto que no siempre tenemos recursos para pagar un curso o taller.

**6. Entrevistador: ¿Cuáles son los tipos de campañas médicas o programas de acción social que la empresa realiza en la comunidad?**

Campañas dentales y medicina general a niños y gente longeva, vacunas contra el COVID-19 e intervenciones para la salud mental.

**7. Entrevistador: ¿La empresa muestra interés por prevenir la salud física y mental de la sociedad con respecto a las recientes oleadas de pandemias? Explique brevemente**

Mostro interés por nosotros como ciudadanos porque no tenemos los recursos necesarios para ir a buenos médicos que nos ayuden a superar una pandemia de gran magnitud y nos hacen chequeos trimestrales con especialistas para superar traumas.

**8. Entrevistador: ¿Food Export Norte S.A.C. mostró interés con las zonas más vulnerables de la Urb. Patazca con entrega de insumos médicos, vacunas y consultas con los doctores?**

Nos proporcionaron insumos médicos como (gasas, mascarillas, guantes, medicina básica, termómetros, alcohol y sondas) y en cuanto a productos agro (limón, mangos, menestras) y no solo a nosotros sino también a ONG.

**9. Entrevistador: ¿Qué tanto considera usted que la empresa genera empleos indirectos en la comunidad?**

Los genera diariamente ya que ellos observaron y evaluaron que varias personas de nuestro entorno no generamos ahorros y ganancias y lo ofrecen sobre todo a mujeres.

**10. Entrevistador: ¿Qué prácticas implementa la empresa con respecto a las donaciones y las inversiones orientadas a la comunidad?**

En cuanto a prácticas más intervienen a ONGs y grupos de personas de poblaciones vulnerables.

**11. Entrevistador: ¿Qué metas debe trazar la empresa con los problemas actuales que aquejan a ustedes como sociedad?**

Metas sobre todo los problemas medioambientales y falta de empleo que son la base de una empresa y si los trabajadores que laboran dentro de la empresa y viven por la empresa darles seguros pagados, gratificaciones y aumentos de sueldo.



## **GUÍA DE ENTREVISTA A LA SOCIEDAD DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida a la sociedad de los alrededores de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada “**ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022**” para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
  - ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Jhon Eli García Peralta
  - ✓ **Cargo:** Responsable de SIG – Ing. Industrial
  - ✓ **Fecha:** 12/12/23
- 

**1. Entrevistador: ¿En qué aspectos es importante que la empresa evalúe su impacto con la comunidad y el medio ambiente?**

Es importante evaluar los impactos ambientales con la comunidad en lo que respecta a la generación de residuos, contaminación de aire o agua, ya que esto repercute en el entorno y por ende en la comunidad.

**2. Entrevistador: ¿Qué tan importante es para usted que se contrate personal de la localidad o comunidades de la zona donde opera la empresa?**

Es muy importante que se contrate personal de la comunidad, ya que esto fomentaría que las familias o comunidades cercanas a la organización puedan generar ingresos y mejorar su nivel de vida.

**3. Entrevistador: ¿Qué tan importante es para usted que la empresa sea responsable con la comunidad al momento de buscar trabajo?**

Considero que es importante que la empresa se comprometa en aspectos de Responsabilidad social ya que esto generara mayor confianza hacia los trabajadores.

**4. Entrevistador: ¿Qué temática (s) debe abordar la empresa para que usted este al día con los sucesos del país?**

Una temática importante que considerar en lo que respecta a la escases del trabajo y de productos del agro a consecuencia del fenómeno del niño.

**5. Entrevistador: ¿Si la empresa se compromete en algún momento a capacitarlos sobre acontecimientos importantes para su formación, accederían? Explique brevemente**

Si accederían, ya que hoy en día muchas empresas se comprometen en capacitar a las poblaciones siempre llegando a un consenso y tratando de hacer participar a la mayor parte.

**6. Entrevistador: ¿Cuáles son los tipos de campañas médicas o programas de acción social que la empresa realiza en la comunidad?**

Dentro de las campañas más importantes, tenemos a las campañas dentales, despistajes médicos para adultos mayores y también campañas de vacunación para niños.

**7. Entrevistador: ¿La empresa muestra interés por prevenir la salud física y mental de la sociedad con respecto a las recientes oleadas de pandemias? Explique brevemente**

Si, la empresa mostró interés debido a los bajos recursos con los cuales contamos y realizamos campañas de prevención de enfermedades, chequeos médicos trimestrales y anuales.

**8. Entrevistador: ¿Food Export Norte S.A.C. mostró interés con las zonas más vulnerables de la Urb. Patazca con entrega de insumos médicos, vacunas y consultas con los doctores?**

Si mostró interés, realizaron campañas de entrega de insumos médicos (mascarillas, alcohol, pastillas, insumos, insumos básicos de atención médica) además de instrumentos como termómetros, oxímetro, así como trajeron especialistas médicos para despistajes de enfermedades.

**9. Entrevistador: ¿Qué tanto considera usted que la empresa genera empleos indirectos en la comunidad?**

Genera empleos en mediana cantidad, ya que al contratar puestos de trabajadores generan puestos de trabajo indirectos como son puestos de comida y aumentan las ventas locales.

**10. Entrevistador: ¿Qué prácticas implementa la empresa con respecto a las donaciones y las inversiones orientadas a la comunidad?**

La empresa implementa practica como cooperación con ONG locales y Asociaciones como grupos de mujeres albergues, etc., con los cuales realizan donaciones y plantean inversiones orientadas a la comunidad y grupos vulnerables.

**11. Entrevistador: ¿Qué metas debe trazar la empresa con los problemas actuales que aquejan a ustedes como sociedad?**

Considero que se deben plantar metas como conservación del medio ambiente, reducir la falta de empleo, fomentar el crecimiento profesional de los colaboradores, incentivar las consideraciones laborales.



## **GUÍA DE ENTREVISTA A LA SOCIEDAD DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida a la sociedad de los alrededores de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada **“ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022”** para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Atenea Muñoz Montoya
- ✓ **Cargo:** Especialista en Comercio Exterior
- ✓ **Fecha:** 18/12/23

---

### **1. Entrevistador: ¿En qué aspectos es importante que la empresa evalúe su impacto con la comunidad y el medio ambiente?**

Dado que la comunidad y el ambiente conviven juntos y van entrelazados, es importante que cualquier tipo de empresa se preocupe por la interacción entre ambas ya sea por la mano del hombre que daña nuestro medio y el ambiente que tiene reacciones inmediatas. La empresa debe ver la manera de mitigar y tener planes de contingencias para cualquier tipo de problemas que ocurre en nuestro alrededor.

### **2. Entrevistador: ¿Qué tan importante es para usted que se contrate personal de la localidad o comunidades de la zona donde opera la empresa?**

Es necesario porque hay muchas personas sin laburo que por no tener mejores oportunidades se les agota sus esperanzas de salir adelante que no tienen a donde ir, y es una buena causa que dentro de la comunidad de Food Export Norte S.A.C. estén

contratando a todo tipo de personas para que crezcan laboralmente y tengan la dicha de ganar su propio dinero y escalar a grandes medidas profesionales.

**2. Entrevistador: ¿Qué tan importante es para usted que la empresa sea responsable con la comunidad al momento de buscar trabajo?**

Siendo sincera la zona donde está ubicada la empresa, es desolada y con mucha contaminación ambiental y la empresa debería tener un espacio más habitable y limpio porque por más que sean inocuos por dentro, toda la suciedad y contaminación ingresa. Las personas que buscan trabajo ingresaran contaminadas a menos que tengan una sala de desinfección para tener limpio los productos.

**3. Entrevistador: ¿Qué temática (s) debe abordar la empresa para que usted este al día con los sucesos del país?**

Las temáticas que deben abordarse son el narcotráfico en los contenedores de las empresas exportadoras en los Terminales Portuarios del Perú y el precio alto del flete por el conflicto del canal de Panamá puesto que ahora nos afecta como exportadores también como ámbito social, político y ambiental. Pero no se toman en consideración porque no hay coordinación entre empresas para detener estos problemas.

**4. Entrevistador: ¿Si la empresa se compromete en algún momento a capacitarlos sobre acontecimientos importantes para su formación, accederían? Explique brevemente**

Creo que todo profesional y técnico estaría dispuesto a tener capacitaciones sobre nuestros rubros, ya que estamos en complicidad con necesidades que se deben saciar, ya que los exportadores crecen y se incrementan más lo que el cliente desee.

**5. Entrevistador: ¿Cuáles son los tipos de campañas médicas o programas de acción social que la empresa realiza en la comunidad?**

Por lo que evidencié realizan campañas con ONG´s donde donan productos agrícolas para mujeres y niños, campañas médicas (vacunas, visitas médicas, medicinas y odontológicas) para la sociedad que nos rodea y cualquier persona que no tienen seguros y medios.

- 6. Entrevistador: ¿La empresa muestra interés por prevenir la salud física y mental de la sociedad con respecto a las recientes oleadas de pandemias? Explique brevemente**

Muestra interés en muchos aspectos y uno de ellos es la salud mental ya que traen psicólogos y dan terapia hasta donde me informe y en lo físico con campañas médicas.

- 7. Entrevistador: ¿Food Export Norte S.A.C. mostró interés con las zonas más vulnerables de la Urb. Patazca con entrega de insumos médicos, vacunas y consultas con los doctores?**

Cabe antes ya lo mencionado que sí donaron insumos médicos como tapabocas, medicinas, guantes, algodones, alcohol en gel, esparadrapos, etc. Consultas con médicos generales y vacunas de refuerzo contra el Covid – 19 y otros.

- 8. Entrevistador: ¿Qué tanto considera usted que la empresa genera empleos indirectos en la comunidad?**

De un 100% genera un 70% de empleos sobre todo a mujeres ya que actualmente me imagino que analizaron el índice de desempleo y vieron que ellas son las más afectadas en nuestra región.

- 9. Entrevistador: ¿Qué prácticas implementa la empresa con respecto a las donaciones y las inversiones orientadas a la comunidad?**

Sobre todo, ayudas a ONG´s que es lo que más se dice de Food Export Norte S.A.C. y entrega de insumos a los asentamientos humanos no solo de la urb. Patazca sino a más localidades.

- 10. Entrevistador: ¿Qué metas debe trazar la empresa con los problemas actuales que aquejan a ustedes como sociedad?**

No las puede erradicar, pero si capacitar y arriesgarse por informar a los demás exportadores y GERCETUR – Lambayeque a que contribuyan a no contaminar el ambiente, al alza de fletes, narcotráfico en contenedores y las pandemias que provoca que las exportaciones decaigan.



## **GUÍA DE ENTREVISTA A LOS ESPECIALISTAS DE COMERCIO EXTERIOR EN GERCETUR (GERENCIA REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO) – LAMBAYEQUE**

La guía de entrevista está dirigida a los especialistas de Comercio Exterior de GERCETUR - LAMBAYEQUE., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada “**ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022**” para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Eduardo Elera Hurtado
- ✓ **Cargo:** Especialista en Comercio Exterior
- ✓ **Fecha:** 19/12/23

---

**1. Entrevistador: ¿Que información sobre comercio exterior es comunicada de manera pública y transparente por el Gobierno Regional - GERCETUR?**

Nosotros informamos todas las actividades de Comercio Exterior a través de nuestros pilares como PENX (Plan Estratégico Nacional Exportador) y Oferta Exportable (nuevos productos, normas de calidad, diversificaciones, ventajas competitivas y productos lambayecanos) también de la mano comunicamos de manera pública nuestros TLC (Tratado de Libre Comercio) en cuanto a plan de negocios con otros mercados en base a análisis de mercados y por último con la OCEX (Oficinas Comerciales) de PROMPERÚ en el mundo de manera legal por medio de proveedores al lado de la SUNAT (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas). También con la facilitación de Comercio con la logística

Internacional y programas de apoyo (puertos y aeropuertos), generación de capacidades para cultura exportadora por medio de MINCETUR hacia las empresas y sus asesores. Y para recalcar a través de capacitaciones, ferias, pasantías, ruedas de negocios a exportadores e importadores y boletines de GERCETUR - Lambayeque.

**2. Entrevistador: ¿De qué manera se comunica la información a los empresarios y público en general?**

Se comunica a los grandes, pequeños empresarios y público en general con proyectos que recién se implementaron y es a través de un (Centro Tecnológico) con el producto agro (palta) y ahora nuestra región Lambayecana está analizando más productos como (maracuyá, pitahaya, extractos, hortalizas, limón y mango) y se pidió permiso para que este centro de innovación realice pruebas químicas, pruebas pilotos y muestras para que ellos decidan qué servicios se desean tener a la mano y tener un valor propio y ganancias para todos. Se harán análisis de suelo y agua con PRODUCE y se visitaron a grandes y pequeñas exportadoras, universidades, CCLAM y ellos hicieron este sitio web para el Comercio Exterior y a la vez con Operadores Económicos actualizados para que se puedan certificar y demostrar seriedad en sus procesos con Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y también con SUNAT y la OEA. Y por último y no menos importante con Perú Market Place un sitio web creado para los exportadores e importadores, proveedores y accionistas para interactuar y promocionar sus productos.

**3. Entrevistador: ¿Qué propuestas incorpora y aplica el Gobierno Regional – GERCETUR para contribuir y generar cambios en la buena gobernanza y gestión interna de las empresas del sector comercio exterior?**

Nosotros como GERCETUR - Lambayeque incorporamos y aplicamos al lado de MINCETUR leyes por medio del MOF (Manual de Organizaciones y Funciones) y convocamos a los exportadores e importadores, universidades e instituciones de Comercio Exterior y a través de sesiones de trabajo con (BID) Banco Interamericano de Desarrollo y también laborar un Plan Estratégico de comercio Exterior para que se siga construyendo un buen gobierno ya que hasta el momento hay un porcentaje muy bajo de deshonestidad entre los directores y trabajadores en la toma de decisiones ya

que todos no están comprometidos y hay diversas opiniones y no se llega a un objetivo o meta en concreto.

**4. Entrevistador: ¿De qué forma GERCETUR está alineado a los intereses de los empresarios y sociedad en general en conjunto al contexto actual del comercio internacional?**

El contexto actual en el Comercio Internacional de por sí ya es muy inestable y críticas y nosotros ya desde antes estudiamos, prevemos, analizamos y pretendemos dar soluciones a las crisis sanitarias por el alza de fletes internacionales, las guerras entre Ucrania y Rusia, el Fenómeno del Niño Global, pandemias, inestabilidad económica y faltas de trabajo. Y lo que estamos pensando en dar como soluciones es advertirles y capacitándolos para que estén preparados y sepan cómo afrontar lo que se viene hoy en día ya que algunos exportadores e importadores nos indican que les favorece en algunos aspectos y a otros les perjudica desde a tal punto de quebrar o dejar de producir y exportar e importar. Laboramos y se exige incluir a los Gobiernos Regionales y a BID (Banco Interamericano de Desarrollo) juntas semestrales para traer medidas drásticas que equilibren el desastre que se ve en el mundo y en nuestro país, sobre todo.

**5. Entrevistador: ¿Qué prácticas aplica GERCETUR para fomentar la adecuada organización y formalización de las actividades de comercio exterior?**

GERCETUR - Lambayeque como entidad en Comercio Exterior articula un potencial exportador en los sectores (agrícolas, avícola, acuícola y textil) y si desean crecer los ayudamos a formalizar y asociarse con nosotros y comprometerse con eventos ya que ayudará a comprar insumos, mejores precios y volúmenes altos para la exportaciones e importaciones para que sean responsables y no se perjudiquen a ellos mismos y a los demás. Por medio de la (Ruta Productiva Exportadora) que ya se inició aquí en nuestra región con el mango para demostrar diversos parámetros y las ventas.

**6. Entrevistador: ¿Que recursos utiliza y promueve GERCETUR para ser eficiente y sostenible en cuanto al desarrollo de productos nuevos en la región de Lambayeque?**

Para ser eficiente y sostenible estamos dentro del eje de la Oferta Exportable y sus estudios de mercados y esto va variando en cuanto a niveles y fichas técnicas. Y que cumpla los estándares internacionales de calidad y sean competitivos y sumando esto promovemos superfoods gracias a nuestra biodiversidad y nuestras exigencias de inocuidad alimentaria y que no haiga intervención del ser humano para ser dentro de lo más alto socialmente responsable en todos los ámbitos.

**7. Entrevistador: ¿GERCETUR aplica canales socialmente responsables para el desarrollo de nuevas empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayecana?**

Claro que sí, a través de las certificaciones como FAIR TRADE (Comercio Justo) y GLOBAL GAP (Buenas Prácticas Agrícolas) para que sean socialmente responsables y no se desvíen y sean un referente para los exportadores e importadores lambayecanos y si llegan a tener este sello se les premie en el año donde se desarrollaron mejor responsabilidad social (interna - trabajadores y externa - sociedad) con ayuda desinteresada a escuelas, pistas, capacitaciones, medicina, entre otros.

**8. Entrevistador: ¿De qué manera GERCETUR administra y coordina los planes de comercio exterior de la región Lambayecana de manera sostenible?**

Tenemos un Comité Ejecutivo Regional de Exportadores CERX Lambayeque, CCLAM, SNI, ADEX, MINCETUR y PROMPERÚ y través de ellos ejecutan y articulan las actividades de Comercio Exterior sean sostenibles con debates a través de reuniones mensuales sobre las actividades presentes sin comprometer las futuras ya que el comercio internacional por ahora es incierto y no se sabe cuándo se estabilizara al 100%, nosotros debemos también como ciudadanos ayudar a la sostenibilidad ambiental.

**9. Entrevistador: ¿GERCETUR aplica algún principio de equidad que concierne a las empresas exportadoras e importadoras?**

Nosotros sabemos que el comercio exterior es libre para todos y también aplica la equidad en todos los campos o ramas de las actividades económicas, es accesible para todos y nosotros no es tamos para recalcar algo innato que debe ser para ellos desde pequeñas y grandes empresas. En exporta fácil aplica el trabajo con mujeres y es un estándar de calidad ya que ayuda y se tiene la intención de que haya un equilibrio entre ambos.

**10. Entrevistador: ¿Los estándares de calidad de bienes y servicios ofrecidos por parte de GERCETUR garantizan la generación de la responsabilidad social empresarial para las empresas?**

Depende de cada una de las empresas, ya que si incursionan en el mercado agrícola deben ser socialmente responsable tienen el sello ISO 14 000 que tiene como fin abordar y generar una guía a las empresas respetando las condiciones del medio ambiente.



## **GUÍA DE ENTREVISTA A LOS ESPECIALISTAS DE COMERCIO EXTERIOR EN GERCETUR (GERENCIA REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO) – LAMBAYEQUE**

La guía de entrevista está dirigida a los especialistas de Comercio Exterior de GERCETUR - LAMBAYEQUE., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada “**ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022**” para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Carla Contreras Ortiz
- ✓ **Cargo:** Asistente de Comercio Exterior
- ✓ **Fecha:** 19/12/23

---

**1. Entrevistador: ¿Que información sobre comercio exterior es comunicada de manera pública y transparente por el Gobierno Regional - GERCETUR?**

La información que se da a conocer es especialmente los proyectos de implementación de producción en cuanto a lo agrario y de agricultura en producción para la exportación.

**2. Entrevistador: ¿De qué manera se comunica la información a los empresarios y público en general?**

Actualmente a través de redes sociales (Facebook, LinkedIn e Instagram), estamos activos para conocimientos de información oportuna con ferias, capacitaciones en universidades y exposiciones a empresas exportadoras e importadoras.

**3. Entrevistador: ¿Qué propuestas incorpora y aplica el Gobierno Regional – GERCETUR para contribuir y generar cambios en la buena gobernanza y gestión interna de las empresas del sector comercio exterior?**

GERCETUR- Lambayeque da propuestas de innovación de proyectos para implementación de estrategias para conocimiento, exposiciones de rendición de cuentas para actualizar proyectos y estrategias cada trimestre (tres meses).

**4. Entrevistador: ¿De qué forma GERCETUR está alineado a los intereses de los empresarios y sociedad en general en conjunto al contexto actual del comercio internacional?**

Los intereses de los empresarios es conocer sus productos en caso al momento de llevarlos a ferias como Expo Ferias Regiones 2023, Feria Birregional 2023 y Expo Perú Los Andes 2023.

**5. Entrevistador: ¿Qué prácticas aplica GERCETUR para fomentar la adecuada organización y formalización de las actividades de comercio exterior?**

Por lo general las proyecciones a través del POI (Plan Operativo Institucional), donde consiste en organizar actividades manuales.

**6. Entrevistador: ¿Que recursos utiliza y promueve GERCETUR para ser eficiente y sostenible en cuanto al desarrollo de productos nuevos en la región de Lambayeque?**

Capacitaciones para la formalización de empresas que quieran exportar productos y a la vez importarlos con ponentes de la región como guías e impulsos para los demás empresarios, GERCETUR, MINCETUR entre otros.

**7. Entrevistador: ¿GERCETUR aplica canales socialmente responsables para el desarrollo de nuevas empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayecana?**

Sí, a través de publicaciones y visitas a campo de las empresas exportadoras con expertos a los canales de la RSC (Responsabilidad Social Corporativa).

**8. Entrevistador: ¿De qué manera GERCETUR administra y coordina los planes de comercio exterior de la región Lambayecana de manera sostenible?**

Somos sostenibles y coordinamos planes de comercio exterior a través de universidades e instituciones como apoyo y también a MINCETUR, Asociación de Mesa del Algodón Nativo y PROM PERÚ que exigen que los exportadores y productores utilicen productos inocuos y mano de obra apta para la sostenibilidad.

**9. Entrevistador: ¿GERCETUR aplica algún principio de equidad que concierne a las empresas exportadoras e importadoras?**

Las empresas deben pasar por estándares de calidad de acuerdo con la normativa del medio ambiente que hay en todo el mundo para que refleje los buenos actos que se generan con la exportación e importación.

**10. Entrevistador: ¿Los estándares de calidad de bienes y servicios ofrecidos por parte de GERCETUR garantizan la generación de la responsabilidad social empresarial para las empresas?**

Sí, ya que pasan por análisis de base de datos, no solo GERCETUR - Lambayeque, sino otras entidades que vienen promoviendo el comercio en nuestra región de manera limpia.

## **GUÍA DE ENTREVISTA A LOS ESPECIALISTAS DE COMERCIO EXTERIOR EN GERCETUR (GERENCIA REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO) – LAMBAYEQUE**

La guía de entrevista está dirigida a los especialistas de Comercio Exterior de GERCETUR - LAMBAYEQUE., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada “**ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022**” para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Carlos Alberto Núñez Díaz
- ✓ **Cargo:** Director de Comercio Exterior
- ✓ **Fecha:** 19/12/23

---

### **1. Entrevistador: ¿Que información sobre comercio exterior es comunicada de manera pública y transparente por el Gobierno Regional - GERCETUR?**

Nosotros como promotores de Comercio exterior los apoyamos a la formalización de los emprendedores, medianos y pequeños desde su formalización y valiéndonos de las herramientas que tenemos en la SUNAT y Aduanas y los apoyamos hasta su embargo fuera del país a través de nuestros contactos que tenemos. Trabajamos de la mano con (PROMPERU, GERCETUR Y MINCETUR).

**2. Entrevistador: ¿De qué manera se comunica la información a los empresarios y público en general?**

A través de la comunicación que tenemos en nuestra página web, foros, ferias y también convenios con universidades para ir preparando a los estudiantes desde su formación y haciéndoles una pasantía con empresas líderes para que ellos puedan ver por qué área se inclinan. Así mismo los llevamos a estos eventos para que conozcan los casos exitosos que tienen otras empresas y puedan incursionar en el negocio que más les convenga, y también se pueden informar a través de nuestros canales virtuales.

**3. Entrevistador: ¿Qué propuestas incorpora y aplica el Gobierno Regional – GERCETUR para contribuir y generar cambios en la buena gobernanza y gestión interna de las empresas del sector comercio exterior?**

A nuestros empresarios los adiestramos para saber lo que el mercado necesita y lo que pueden ellos producir, también se le da una previa capacitación y análisis de mercado de manera transversal con PROMPERU Y MINCETUR y ahí vemos cuáles son los potenciales productos que van a vender como nacional.

**4. Entrevistador: ¿De qué forma GERCETUR está alineado a los intereses de los empresarios y sociedad en general en conjunto al contexto actual del comercio internacional?**

Nos alineamos promocionando los productos, poniéndolos en vitrina, llevándolos a las diferentes ferias y formando las ruedas de negocio. La pandemia para Lambayeque no afectó en nada, más bien ha ido creciendo. En pre-pandemia 2018 teníamos algo de 300 millones de exportaciones y en plena pandemia subió en un 20%, luego en un 13% y 25%.

**5. Entrevistador: ¿Qué prácticas aplica GERCETUR para fomentar la adecuada organización y formalización de las actividades de comercio exterior?**

Nosotros como entidad promotora solo promovemos a diferencia de otras instituciones que son ejecutoras, entonces como entidad promotora lo que hacemos para la formalización de alguna institución o asociación por ejemplo que

quieran exportar, lo que hacemos es intervenir con otras instituciones con PRODUCE, con Agricultura, con Asociaciones de Pescadores, Apícolas, etc. Nosotros vamos y a través a de los eventos de capacitaciones podemos decirles si quieren exportar o mejor dicho ellos como empresa quieren crecer, lo primero que tienen que hacer es estar formalizados y si están formalizados pueden conseguir muchas cosas y después de formalizarse si son asociaciones de productores pueden asociarse, entonces a través de estos eventos de capacitaciones nosotros podemos establecer algunos compromisos para algunos eventos por ejemplo de cómo formar una asociación, como formar una cooperativa, porque el asociarse te va permitir una serie de ventajas, ya que se pueden comprar insumos en cantidad o tener mejores precios en las compras, inclusive para exportar pueden tener volumen con lo que se requiere. Entonces lo que es organización o asociación involucra una serie de aspectos a tratar para que ellos tomen conocimiento y más que todo que sean responsables para que no perjudiquen al resto. Asimismo, estamos ahí motivándolos para que ellos puedan asociarse y obtener mejores ventajas en cuanto al precio que puedan obtener a través de exportación de un producto.

**6. Entrevistador: ¿Que recursos utiliza y promueve GERCETUR para ser eficiente y sostenible en cuanto al desarrollo de productos nuevos en la región de Lambayeque?**

A través de nuestra ventana que tenemos en el extranjero, en las embajadas, en los productos que están requiriendo últimamente y eso lo transmitimos a nuestros proveedores. Se asocian con empresarios y cooperativas agrarias y promocionan el producto y tienen un precio de refugio. También hacemos estudios de mercado, los planes de negocio para determinados productos, fichas técnicas que son más prácticos que también lo hace MINCETUR, nosotros lo hacemos a nivel regional y MINCETUR a nivel nacional.

**7. Entrevistador: ¿GERCETUR aplica canales socialmente responsables para el desarrollo de nuevas empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayecana?**

Claro, recién se apoyó a unas artesanas en su formalización y una vez que se formalizó le empezamos hacer su catálogo con fotos de todo lo que hacían y los enviamos afuera, llegando a consolidar, también llevaron su producto e hicieron su primer pedido. La manera en la que lo hacemos socialmente responsable es Formalizándolas y utilizando productos como el algodón nativo, es el que se necesita para exportar, ya que una de las cualidades es que son productos antialérgicos y en el extranjero lo compran más por opciones saludables. Y para los productos agros son otros canales que ya viendo la implementación de las grandes empresas producen, es decir produzcan ustedes, pero no lo vendan, asíciense ustedes para poder buscarles una empresa que les compre cantidad, calidad y continuidad, por lo que se tiene que buscar asociaciones, porque uno solo vende una sola vez, pero con asociaciones ya hasta ellos mismos vienen y te apoyan con capital si quieren reforzar.

**8. Entrevistador: ¿De qué manera GERCETUR administra y coordina los planes de comercio exterior de la región Lambayecana de manera sostenible?**

Coordina a través de las visitas, de los foros y de las pasantías. En la administración no se puede ya que nuestro factor limitante es el personal y el presupuesto necesario. También contamos con un comité ejecutivo regional exportador y a través de ello nosotros articulamos y desarrollamos la política de comercio exterior y todo lo que está plasmado en nuestro Plan Estratégico regional de exportador.

**9. Entrevistador: ¿GERCETUR aplica algún principio de equidad que concierne a las empresas exportadoras e importadoras?**

Si, porque lamentablemente estamos plagados de esta corrupción, que estamos tratando de corregir, pero dentro de lo nuestro es mínima, porque como somos pocos estamos pendientes de cada cosa, ya que casi uno mismo lo hace directamente.

**10. Entrevistador: ¿Los estándares de calidad de bienes y servicios ofrecidos por parte de GERCETUR garantizan la generación de la responsabilidad social empresarial para las empresas?**

Si, porque mientras nosotros demos más trabajo en agroexportación lo primero que se ve y se mira es el justo precio que se va a pagar, ya que es un valor diferenciado al tratarse de un trabajador especializado y eso se ve de la mano junto con SUNAFIL y Ministerio de Trabajo.

**GUÍA DE ENTREVISTA A LA GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA**  
**EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida al Gerente General de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quién gustosamente accedió a apoyarnos con nuestra tesis titulada **“ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022”** para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Wilder Américo Quiróz Gómez
- ✓ **Cargo:** Gerente General de Food Export Norte S.A.C.
- ✓ **Fecha:** 17/01/24

---

**1. Entrevistador: ¿Cuáles y cuántas son las normativas legales referente a las condiciones laborales?**

Nosotros contamos con Seguridad y Salud en Trabajo o mejor dicho las 5s y contrato de trabajo con beneficios sociales y así lograr un equilibrio en los lugares donde los trabajadores se desempeñan.

**2. Entrevistador: ¿La empresa apoya las políticas públicas empresariales como parte del plan Estratégico Nacional Exportador PENX? ¿Porqué?**

Si apoyamos las políticas empresariales en nuestra región porque impulsan la oferta exportable y la promoción comercial de nuestros productos que estamos implementando.

**3. Entrevistador: ¿Qué dificultad ha tenido en el pago de sus tributos o de impuestos, qué tipo de beneficios le da a la empresa el pago de tributos e impuestos oportunamente?**

No dificultamos en los pagos, todos los impuestos de cada mes son pagados en su totalidad, cuando por alguna razón no nos pagan a tiempo, los clientes solicitamos fraccionamiento.

**4. Entrevistador: ¿Qué tipo de financiamiento ha accedido la empresa con algún programa de apoyo establecido por el gobierno? Si no se ha solicitado, indique porqué.**

El fraccionamiento reactivo puesto que manejamos lo que se avecina después, sino que tenemos un plan de contingencia y reducimos esfuerzos y recursos innecesarios y somos lentos a la hora de tomar ventaja de nuestros esfuerzos.

**5. Entrevistador: ¿De qué manera la empresa cumple con ética de rendición de cuentas?**

En el caso de rendición de cuentas somos transparentes puesto que nos vigilan y evalúan constantemente y aparte nos fiscalizan para ver que todo esté en orden y marche bien por el bien de todos en la empresa y de nuestros alrededores.

**6. Entrevistador: ¿Cuáles son las medidas que toma la empresa con respecto a las políticas de cuidado al medio ambiente en la producción?**

Nosotros antes de pasar a ese proceso primero limpiamos los pequeños residuos propios de los productos agro por lo menos 3 y lo desechamos en bolsas transparentes ya que nuestros clientes son muy exigentes con nuestros insumos.

**7. Entrevistador: ¿La empresa demuestra transparencia a través de sus comunicados, en sus sitios web o redes sociales?**

Dentro de lo pequeño que somos como empresa sí somos transparentes con los comunicados y avisos por Facebook e Instagram.

**8. Entrevistador: ¿De qué forma la empresa minimiza el impacto de los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos en el entorno ambiental?**

Nosotros primero capacitamos constantemente a la empresa y también colocamos cubículos de basura para que despojen todo lo que no les sirva.

**9. Entrevistador: ¿En la empresa se cuenta con un plan que promueve la colaboración y no discriminación de los trabajadores por género, raza u orientación sexual? ¿En qué consiste?**

Si contamos con Buenas Prácticas Laborales y leyes N°29973 y ley N°28983, a todos les damos la misma oportunidad sin condicionar (embarazo, orientación sexual y extranjeros) ya que ellos necesitan laburo y les ofrecemos ayuda.

**10. Entrevistador: ¿Cuáles son los proyectos sociales que conoce que la empresa que ha realizado en conjunto con los trabajadores?**

Apoyamos a Casa SASHA y es exclusivo a mujeres desamparadas que no tienen con que alimentarse y alimentar a los demás. Es nuestro apoyo en conjunto con los trabajadores y nos damos tiempo para ayudarlas.

## **GUÍA DE ENTREVISTA AL JEFE DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida a los trabajadores del área de Producción y Calidad de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada **“ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022”** para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Ing. Valentín Quiróz Gómez
- ✓ **Cargo:** Jefe de Producción y Calidad
- ✓ **Fecha:** 12/12/23

---

### **1. Entrevistador: ¿Cuáles son las exigencias internacionales para entrar a un mercado potencial?**

Depende mucho del mercado, cada país tiene diferentes normas comerciales de alimentos y lo que quiero dar a recalcar que las normas más importantes para ingresar el producto son (barreras arancelarias y no arancelarias, poder adquisitivo per cápita, requisitos fitosanitarios, el crecimiento económico de un país, las exportaciones del país al que piensas ingresar, los riesgos comerciales y facilidad para hacer negocio).

### **2. Entrevistador: ¿Que valor agregado tiene sus productos que lo diferencia con otras empresas exportadoras?**

El valor agregado que le damos a los productos como las legumbres, cereales, colorantes, insumos y especias es que sus semillas cuentan con huella hídrica, fijan el nitrógeno y enriquecen el suelo. Y para las nuevas frutas como limón y mango no

tenemos valor agregado, puesto que recién lo hemos implementado en planta. Y otros de los valores agregados que le damos a los productos es la atención y seguimiento a cada embarque desde la preventa hasta el producto vendido en anaquel y también el tiempo reducido a la llegada del puerto.

**3. Entrevistador: ¿Qué tipo de certificaciones cuentan sus potenciales proveedores?**

Nuestros proveedores cuentan con el certificado de autorización sanitaria para el procesamiento primario de alimentos agropecuarios, otorgados por SENASA. También cuentan con la certificación de SMETA o auditoría ya que ayuda a mantener a los proveedores con los requisitos de comercio ético, y GLOBAL GAP ayuda a mantener una garantía de buenas prácticas agrícolas (BPA).

**4. Entrevistador: ¿Cómo la empresa realiza el proceso de homologación de proveedores (¿Cumplen con estándares de calidad para sus insumos?)**

Nosotros contratamos una certificadora que es la SGS (Sistema de Gestión de la Seguridad) para hacer el proceso de homologación de proveedores que se resume en cinco fases generales como:

- ⇒ Listado y examen de proveedores
- ⇒ Formulario de verificación
- ⇒ Resultado de formulario
- ⇒ Visita a los centros de proveedores
- ⇒ Informe de Homologación

**5. Entrevistador: ¿Qué categorías tiene la empresa para sus productos?**

**Las categorías con las que cuenta la empresa son:**

- ✦ Legumbres: Frijol Castilla, Frijol Palo, Pallar, Pallar bebe, Loctao, Frijol Zarandaja, Frijol caballero, Frijol Canario Peruano, Light Red Kidney.
- ✦ Cereales: Maíz Chulpi, Haba Grande, Maíz Mote Cuzco y Quinoa.
- ✦ Colorantes: Achiote y Cúrcuma.
- ✦ Insumos: Maíz Morado
- ✦ Especias: Orégano

**6. Entrevistador: ¿Qué tipo de recursos tecnológicos cuentan para el desarrollo de actividades comerciales, administrativas y operativas?**

En cuanto a recursos tecnológicos todos los trabajadores cuentan con computadoras, laptops y celulares actualizados y propios para las actividades laborales y dentro de ellas tenemos a CONTAR (Contabilidad) ERTICOM (software comercial y facturación electrónica).

**7. Entrevistador: ¿Qué tipos de sistemas de información emplea en la gestión de las operaciones logísticas, comerciales y administrativas?**

Utilizamos el TRADE MAP (para ver las estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas, para los datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Y por último los valores de exportación e importaciones, volúmenes y tasas de crecimientos de los productos competidores, SUNAT (Formalización de la actividad económica), VUCE PERU (Para generar, validar y revisar los certificados de origen y fitosanitarios de los productos de las empresas importadoras y exportadoras) y SOFTWARE para las operaciones administrativas.

**8. Entrevistador: ¿De qué manera el rendimiento obtenido en los últimos años ha sido afectado por la pandemia?**

El rendimiento ha bajado aproximadamente más del 50% en la pandemia y afectó a la agricultura a nivel mundial, haciendo que nuestras exportaciones estén por debajo de las expectativas planeadas al inicio de este año, ya que hemos tenido que reducir personal, los cultivos no maduraron en el tiempo esperado o estimado, nuestros clientes disminuyeron (ya no pedían las mismas cantidades y se fueron retirando).

**9. Entrevistador: ¿En una escala del 1 al 10, como se emplea eficientemente los recursos en la elaboración de los productos? ¿Porqué?**

Estamos en una escala del 10, porque cumplimos con los requisitos y estándares de calidad del producto y estamos en constantes revisiones desde el cultivo hasta el empaquetado de los alimentos agropecuarios y hasta el envío en el puerto de destino lo que nos hace como empresa exportadora una de las más competentes y líderes en la región en cuanto a nuestros productos.

**10. Entrevistador: ¿Que tanto se cumplió los objetivos programados en el tiempo asignado?**

Se cumplió en un 100 % pese a la pandemia y se reestructuro la planificación con clientes y proveedores para cumplir los requerimientos exigidos tanto por la empresa, planta, trabajadores y clientes. Ya que todos ellos querían reducir los tiempos estimados y estar libre del sobrecargo de trabajo de exportación e importación.

**GUÍA DE ENTREVISTA A LOS TRABAJADORES EMPRESA EXPORTADORA**  
**FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida a los trabajadores del área de Comercio Exterior de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada **“ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022”** para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Lina Solís Chávez
- ✓ **Cargo:** Jefa de Operaciones de Comercio Exterior
- ✓ **Fecha:** 12/12/23

---

**1. Entrevistador: ¿Como afronta el personal los iincidentes que ocurren en la empresa y tienen algún tipo de respaldo de la gerencia de manera inmediata? ¿De qué manera?**

A través de reuniones con Gerencia, se resuelven por lo general los incidentes ocurridos en la empresa y en ese momento se toman las medidas pertinentes para dar una solución concreta a lo ocurrido como lo del Fenómeno del Niño Costero y COVID - 19 que supimos resolverlo a tiempo acciones extraordinarias para que no se pierdan clientes y dañen los productos a exportar.

**2. Entrevistador: ¿Cuáles son los criterios que busca la empresa para que los productos que se producen y comercializan sean fiables?**

El criterio que tomo en cuenta es la calidad del producto desde la cosecha y luego se mantiene la calidad en el área de producción y su empaquetado por eso elegimos bien a nuestros proveedores y realizamos análisis de calidad por parte de nuestro jefe en Producción y Calidad con auditorías para que este vea y evalúe si lo que vamos realizando este en un margen definitivo para nuestros clientes potenciales y nuevos.

**3. Entrevistador: ¿Qué porcentaje en cuanto a sus ventas han invertido en infraestructura para sus productos para el proceso productivo?**

Un 60% y la razón es que este año debido a las lluvias afectaron gran parte de nuestra producción en chacras, lo cual ha disminuido en la producción de los productores.

**4. Entrevistador: ¿Que nueva infraestructura ha desarrollado en los últimos 3 años? Explique detalladamente**

Hemos desarrollado las siguientes infraestructuras porque creemos que es sumamente necesario unos cambios y adherencias que nos haga más competitivos en nuestro rubro que otras empresas exportadoras competidoras:

- ✓ Maquinarias en el área de Producción.
- ✓ Asfaltado de los pisos y veredas de la empresa.
- ✓ Canaletas para prevenir posibles lluvias.
- ✓ Nuevas plantas para el procesamiento de mango y limón.
- ✓ Equipos de transporte para el destino del TPE.

**5. Entrevistador: ¿Qué tipos de relaciones estratégicas cuenta la empresa con sus intermediarios extranjeros?**

Food Export Norte S.A.C. le brinda al cliente, el servicio completo en lo que se refiere a exportaciones desde la búsqueda del BOOKING hasta el traslado de carga dependiendo del precio (FOB - Free on Board, CIF - Cost, Insurance and Freight y CFR - Coast and Freight) que se haya acordado con el cliente.

**GUÍA DE ENTREVISTA A LOS TRABAJADOR DE FINANZAS DE LA EMPRESA  
EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C.**

La guía de entrevista está dirigida a los trabajadores del área financiera de la empresa exportadora Food Export Norte S.A.C., quienes gustosamente accedieron a apoyarnos con nuestra tesis titulada **“ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022”** para optar el grado académico de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales.

- ✓ **Nombre del Entrevistador:** Carolina del Carmen Chinchay Castañeda y Leslie Estrella Cavero Olivera
- ✓ **Nombre del Entrevistado (a):** Andrea Linares Montejo
- ✓ **Cargo:** Asistente Contable
- ✓ **Fecha:** 18/12/23

---

**1. Entrevistador: ¿De qué manera se distribuyen las utilidades en la empresa?**

Las utilidades se distribuyen de manera anual y en partes iguales con los trabajadores de la empresa, dependiendo la participación de estos y como se desarrollaron.

**2. Entrevistador: ¿Qué métodos utilizan para determinar los precios adecuados para lanzarlos al mercado internacional?**

Los métodos que se utilizan para determinar los precios es un previo análisis de acuerdo con los costos de ventas haciendo un prorrateo, también la demanda y la competencia de acuerdo con las exportaciones.

**3. Entrevistador: ¿Cómo varió el porcentaje total de las exportaciones en el mercado internacional durante la pandemia?**

El porcentaje de las exportaciones variaron demasiado durante las exportaciones ya que bajaron el nivel de ventas, eso generó que nuestra rentabilidad disminuya a un 75%.

**4. Entrevistador: ¿La rentabilidad operativa que se generó en las operaciones internacionales del año 2022 produjo buenas utilidades o disminuyeron?**

En el año 2022 de acuerdo con las ventas de las exportaciones que se generó conllevó a tener buenas utilidades.

**5. Entrevistador: ¿Los beneficios que se obtuvo al invertir en nuevos productos (mango y limón), nueva planta, maquinaria, planta y personal; les generó más de lo proyectado en comparación a los productos tradicionales?**

Hay un balance puesto que todas estas inversiones prácticamente en una nueva empresa beneficio y nos generó más ventas de las previstas y eso generó a más ingresos y se puedan invertir hasta en proveedores internacionales y ya no solo nacionales en cuanto a frutas. Y esto se deduce en el dicho de "Hay que invertir para generar mayores ingresos"

Anexo 05: Consentimiento informado de Food Export Norte S.A.C.



**CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO**

Por medio de la presente, informamos que la empresa **Food Export Norte S.A.C** autoriza al alumno (a) **Carolina del Carmen Chinchay Castañeda** con código de matrícula No. **75133601** y al alumno (a) **Leslie Estrella Cavero Olivera** con código de matrícula No. **74049424** de la escuela profesional de Negocios Internacionales, de la Universidad de San Martín de Porres, hacer uso de la información que a continuación se detalla, con el consentimiento de la institución, para el desarrollo de su proyecto de investigación, la cual lleva por título :

**ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA  
COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C  
EN CHICLAYO – 2022**

- 1. .... INFORMACIÓN DE LA EMPRESA .....
- 2. .... ENTREVISTAS A LOS STAKEHOLDERS .....
- 3. .... INFORMACIÓN DE EMBARQUES DEL AÑO 2022 .....

Dicha información, se recopilará en el trabajo de campo para posteriormente ser registrada en su investigación con fines netamente académicos.

Se expide la presente **CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**, a solicitud del interesado (a), para los fines que estime conveniente.

ALUMNA (Carolina Chinchay Castañeda)

Chiclayo, 19 de diciembre del 2023

EMPRESA

ALUMNA (Estrella Cavero Olivera)

## Anexo 06: Reporte de Similitud

### Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS - USMP - 2024 - Oct. 1.docx**

RECuento DE PALABRAS

**37106 Words**

RECuento DE CARACTERES

**198613 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**196 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**6.9MB**

FECHA DE ENTREGA

**Oct 22, 2024 9:40 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Oct 22, 2024 9:42 AM GMT-5**

#### ● 14% de similitud general

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

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

#### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

## Anexo 07: Constancia de Evaluación de Sistema Antiplagio Turnitin



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de  
Ciencias Administrativas  
y Recursos Humanos

### OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS

#### CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN

FECHA	NOMBRE DEL DOCENTE	CORREO DEL DOCENTE
24/10/2024	MG. ALBERTO LUIS PANTALEÓN SANTA MARÍA	apantaleons@usmp.pe

TÍTULO DE LATESIS
ESTRATEGIAS DE LA CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA B PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA EXPORTADORA FOOD EXPORT NORTE S.A.C. EN CHICLAYO – 2022

NOMBRE DEL ASESORADO(A)	TÉLEFONO Y CORREO	ESCUELA PROFESIONAL
LESLIE ESTRELLA CAVERO OLIVERA	993707588 leslie_cavero@usmp.pe	ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
CAROLINA DEL CARMEN CHINCHAY CASTAÑEDA	914574752 carolina_chinchay@usmp.pe	ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

#### RESULTADO:

14 % (Excluyendo citas y Bibliografía)

#### CONCLUSIÓN:

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

MG. ALBERTO LUIS PANTALEÓN SANTA MARÍA  
DNI: 17523944

LESLIE ESTRELLA CAVERO OLIVERA  
DNI: 74049424

CAROLINA DEI CARMEN CHINCHAY CASTAÑEDA  
DNI: 75133601

REVISADO POR :

Anexo 08: Fotografías tomadas en la Entrevista



