

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



**Facultad de Ciencias Empresariales Y Administrativas**

**Carrera Profesional de Administración Y Negocios Internacionales**

**BARRERAS EXTERNAS AL DESARROLLO EXPORTADOR PERCIBIDAS  
POR LOS EGRESADOS DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO  
GUILLERMO URRELO CAJAMARCA, PERIODO 2017-2020**

**Bach. Pando Villar Yazmín Morelia**

**Bach. Yopla Tucto Celmira Margot**

**Asesor:**

**Dr. Carlos Andrés Gil Jáuregui**

**Cajamarca – Perú**

**Enero- 2022**

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales

**BARRERAS EXTERNAS AL DESARROLLO EXPORTADOR  
PERCIBIDAS POR LOS EGRESADOS DE ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA  
ANTONIO GUILLERMO URRELO CAJAMARCA, PERIODO 2017 – 2020**

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el  
Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

**Bach. Yazmin Morelia Pando Villar**

**Bach. Celmira Margot Yopla Tucto**

**Asesor:**

**Dr. Carlos Andrés Gil Jáuregui**

**Cajamarca – Perú**

**Enero– 2022**

COPYRIGHT © 2021 by  
Pando Villar Yazmin Morelia  
Yopla Tucto Celmira Margot  
Todos los derechos reservados

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

BARRERAS EXTERNAS AL DESARROLLO EXPORTADOR PERCIBIDAS  
POR LOS EGRESADOS DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO  
GUILLERMO URRELO CAJAMARCA, PERIODO 2017 - 2020

Presidente: Mg. Antero Manuel Zelada Chávarry

Secretario: Mg. Anthony Rabanal Soriano

Vocal: Dr. Armando Montenegro Cabrera

Asesor: Dr. Carlos Andrés Gil Jáuregui

## **Dedicatoria**

A mi familia por el apoyo brindado, sus consejos, palabras motivadoras y el esfuerzo constante que hicieron para poder cumplir con uno de mis objetivos.

**Celmira Margot Yopla Tucto**

La presente tesis la dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

**Yazmin Morelia Pando Villar**

## **Agradecimiento**

A la UPAGU y a cada uno de sus docentes, por las enseñanzas que me brindaron durante mi formación profesional.

A los egresados que formaron parte de esta investigación, ya que sin ellos no hubiera sido posible culminar esta investigación.

A la Mg. Karen Tatiana Dávila García, por su tiempo y apoyo brindado.

**Celmira Margot Yopla Tucto**

Agradezco a Dios por bendecirme con la vida, y por guíame a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres: Nilo y Tereza, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado para siempre salir adelante.

A la Mg. Karen Tatiana Dávila García, por su tiempo y apoyo incondicional desde el inicio hasta el final.

**Yazmin Morelia Pando Villar**

## ÍNDICE

Dedicatoria .....	v
Agradecimiento .....	vi
ÍNDICE .....	vii
LISTA DE TABLAS .....	ix
LISTA DE FIGURAS .....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Planteamiento del problema de investigación .....	2
1.2. Formulación del problema .....	4
1.3. Justificación de la investigación.....	4
1.4. Objetivos de la Investigación .....	5
1.4.1. Objetivo general .....	5
1.4.2. Objetivos específicos .....	5
1.5. Hipótesis de la Investigación.....	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	7
2.1. Teorías de la investigación .....	8
2.1.1. Teoría Mercantilista.....	8
2.1.2. Teoría de la Ventaja Comparativa .....	10
2.2. Antecedentes .....	12
2.2.1. A Nivel Internacional .....	12
2.2.2. A nivel Nacional.....	16
2.3. Bases teóricas .....	21
2.3.1. Exportación.....	21
2.3.2. Desarrollo exportador .....	23
2.3.3. Beneficios del desarrollo exportador .....	25
2.3.4. Barreras a la exportación .....	26
2.4. Definición de términos básicos .....	42
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	44
3.1. Tipo de investigación .....	45

3.2. Nivel de la investigación .....	45
3.3. Diseño de la investigación.....	46
3.4. Población, Muestra y Unidad de Análisis. ....	46
3.4.1.Unidad de Análisis .....	46
3.4.2.Población .....	50
3.4.3.Muestra .....	47
3.5. Técnica de investigación .....	47
3.6. Instrumento de recolección de datos .....	48
3.7. Análisis de datos.....	48
3.8. Aspectos éticos .....	48
CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....	50
4.1. La Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo .....	51
4.1.1.Egresados de Administración y Negocios Internacionales.....	51
4.2. Barreras externas al desarrollo exportador de Cajamarca .....	52
4.2.1.Percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión barreras procedimental.....	54
4.2.2.Percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión barreras gubernamentales .....	58
4.2.3.Percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión barreras de tarea .....	62
4.2.4.Percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión barreras ambientales .....	65
CAPÍTULO V: .....	76
5.1. Discusión .....	77
5.2. Conclusiones .....	79
5.3. Recomendaciones.....	81
LISTA DE REFERENCIAS .....	83
ANEXOS .....	94



## **LISTA DE TABLAS**

Tabla 1: Egresados de Administración y negocios internacionales periodo 2017 – 2020 por año.....	51
Tabla 2: Agrupación de respuestas .....	52
Tabla 3: Agrupación de respuestas .....	53
Tabla 4: Resumen de resultados dimensión barrera procedimentales .....	54
Tabla 5: Resumen de resultados dimensión barreras gubernamentales .....	58
Tabla 6: Resumen de resultados dimensión barreras de tarea.....	62
Tabla 7: Resumen de resultados dimensión ambientales .....	66

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación	55
Figura 2: Problemas de comunicación con clientes extranjeros.	56
Figura 3: Lentitud en el cobro de pagos del exterior	57
Figura 4: Falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar	60
Figura 5: Reglas y regulaciones desfavorables del gobierno	61
Figura 6: Diferentes hábitos / actitudes de los clientes extranjeros	63
Figura 7: Fuerte competencia en los mercados extranjeros	64
Figura 8: Condiciones económicas pobres o en deterioro en el extranjero.	67
Figura 9: Riesgo de tipo de cambio	68
Figura 10: Inestabilidad política en los mercados exteriores	69
Figura 11: Estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros	70
Figura 12: Altas barreras comerciales.	71
Figura 13: Desconocimiento de prácticas comerciales en mercados extranjeros	72
Figura 14: Diferentes rasgos socioculturales	73
Figura 15: Diferencias de lenguaje verbal y no verbal	74

## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es determinar las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de la Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la universidad privada Antonio Guillermo Urrelo. Se tomó en cuenta las barreras propuestas por Leonidou (2004) siendo estas: barreras procedimentales, barreras gubernamentales, barreras de tarea y barreras ambientales.

El tipo de investigación es básica, de nivel descriptivo y diseño no experimental transversal. La población estuvo conformada por los estudiantes egresados durante los años 2017- 2020. El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario dividido en las cuatro dimensiones y conformado por quince preguntas.

Las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020 son: barreras procedimentales que limitan en gran medida con un porcentaje del 56.93%, barreras gubernamentales que limita en gran medida con un porcentaje del 59.73%, barreras de tarea que limita en gran medida con un porcentaje del 49.56% y barreras ambientales que limitan en gran medida con un porcentaje del 52.32%.

**Palabras Clave:** Desarrollo exportador, Barrera Procedimentales, Barreras Gubernamentales, Barreras De Tarea, Barreras Ambientales.

## ABSTRACT

The objective of this research is to determine the external barriers to export development perceived by the graduates of the Professional Career of Administration and International Business of the private university Antonio Guillermo Urrelo. The barriers proposed by Leonidou (2004) were taken into account: procedural barriers, governmental barriers, task barriers and environmental barriers.

The type of research is basic, descriptive and non-experimental cross-sectional design. The population consisted of students graduated during the years 2017-2020. The data collection instrument was a questionnaire divided into the four dimensions and made up of fifteen questions.

The external barriers to export development perceived by the graduates of Administration and International Business of the Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, period 2017- 2020 are: procedural barriers that limit to a great extent with a percentage of 56.93%, governmental barriers that limit to a great extent with a percentage of 59.73%, task barriers that limit to a great extent with a percentage of 49.56% and environmental barriers that limit to a great extent with a percentage of 52.32%.

**Keywords:** Export development, Procedural Barriers, Governmental Barriers, Task Barriers, Environmental Barriers.

**CAPÍTULO I:**  
**INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema de investigación**

Las barreras a la exportación son aquellas limitaciones, obstáculos, dificultades o impedimentos que se tiene para poder iniciar, desarrollar o mantener relaciones comerciales con el extranjero Leonidou (2004).

Harcar y Karakaya (2017), mencionan que una de las barreras externas más importantes es la política de los gobiernos, ya que afecta la manera en la que las empresas ingresan a los mercados internacionales. Otros factores gubernamentales relacionados a las barreras externas consisten en procedimientos aduaneros restrictivos, controles monetarios selectivos y políticas cambiarias discriminatorias.

Con respecto a los mercados internacionales según la Organización Mundial del Comercio (2020), en el año 2019 todas las regiones del mundo registraron una disminución del comercio de mercancías en términos de volumen y de valor, el mayor descenso corresponde a América del Sur, América Central y el Caribe con una variación del valor exportador -5,8% con respecto al año anterior.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2020), las exportaciones de América del Sur disminuyeron en -7,2% en el 2019 con respecto al valor exportado en el año anterior, los países con mayor descenso en las exportaciones fueron Venezuela y Paraguay cuyos valores de exportación disminuyeron en 42,7 % y 15,4 % respectivamente, mientras que los países cuyas exportaciones incrementaron en mayor medida fueron Argentina y

Uruguay con tasas de 5% y 4,9% respectivamente, por otra parte para el caso específico de Perú las exportaciones cayeron 7,2%.

Según PROMPERÚ (2019), las exportaciones de Perú en el año 2019 totalizaron US\$ 45,978 millones, teniendo como principales mercados de destino a China con una participación de 29%, seguido de Estados Unidos y Canadá, con respecto a las principales subpartidas exportadas éstas fueron minerales de cobre y sus concentrados, y oro en bruto, cabe resaltar que las regiones que lideraron las exportaciones fueron Lima y Arequipa con una participación de 72% y 10% respectivamente, mientras que con respecto a las exportaciones de Cajamarca solo existen datos referente al incremento de los valores exportados en el año 2019, siendo éste de 3% (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo 2019)

Por otro lado según el Gobierno Regional de Cajamarca (2019), Cajamarca tiene productos con potencial exportador como el cacao, aguaymanto, plátano, maracuyá, hongos, mango, tara, papaya, quinua, y uña de gato, sin embargo en el distrito de Cajamarca no se han identificado empresas exportadoras, a pesar de que existen entidades de promoción de exportaciones como Dircetur, Sierra Exportadora, Cedepas Norte, Cámara de Comercio de Cajamarca, los motivos son desconocidos y pueden deberse a factores internos o externos.

En tal sentido la presente investigación busca responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales

de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020?

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cuáles son las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020?

## **1.3. Justificación de la investigación**

Desde el punto de vista teórico, debido la importancia que tiene la actividad exportadora para el crecimiento económico de Cajamarca, la presente investigación busca determinar cuál es la percepción de las barreras externas al desarrollo exportador de Cajamarca, de los egresados del periodo 2017 – 2020, de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, tema que no ha sido estudiado generando así un aporte a la ciencia.

Desde el punto de vista práctico, esta investigación servirá de referencia para la elaboración de políticas públicas que permitan contrarrestar las barreras externas al desarrollo exportador y de esa manera promover la actividad emprendedora con miras a la exportación, la cual generará beneficios para las empresas cajamarquinas permitiéndoles acceder a mercados más amplios y sirviendo además como fuente de generación de empleo en el distrito de Cajamarca.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación brinda un instrumento de medición de la percepción de las barreras externas al desarrollo exportador, el cual servirá de guía para futuras investigaciones.



## **1.4. Objetivos de la Investigación**

### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- a) Identificar las barreras procedimentales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.
- b) Identificar las barreras gubernamentales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.
- c) Identificar las barreras de tareas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.
- d) Identificar las barreras ambientales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.

### **1.5. Hipótesis de la Investigación**

Según Hernández (2014), no en todas las investigaciones descriptivas, se formulan hipótesis pues las hipótesis intentan predecir un dato o valor lo cual es complicado en el caso de que la investigación contemple una sola variable.

Mientras que Hernández, Fernández y Baptista (1997), expresan que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis, ya que éstas son afirmaciones más generales, no siempre siendo sencillo realizar estimaciones con cierta precisión respecto a fenómenos del comportamiento humano, más aún si se cuenta con una sola variable.

En base a lo mencionado por los autores señalados en los párrafos anteriores esta investigación no plantea una hipótesis pues no se puede precisar cuáles son las barreras externas a la exportación percibidas por los egresados de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017-2020.

**CAPÍTULO II:**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1. Teorías de la investigación**

### **2.1.1. Teoría Mercantilista**

Mayorga y Araujo (1992), postulan la Teoría Mercantilista, la cual se originó en el continente europeo entre los siglos XVI y XIX, cuando aparecieron los modernos Naciones-Estado. En aquel tiempo se pensó que una nación tendría poder y fuerza si tenían una balanza comercial positiva, conservando oro y plata principalmente. Por lo tanto, su propósito fue impulsar y promover las exportaciones ya que las importaciones no les favorecían.

Según la Teoría Mercantilista, las operaciones de exportaciones aumentarían las reservas de oro que ya tenían, mientras que las importaciones darían un resultado desfavorable, pues al salir oro del país, debilitarían la fuerza y poder de su nación. De esta manera el comercio internacional era un juego de habilidades entre naciones ganadoras y otras perdedoras. La principal meta de los países fue atesorar oro para movilizar recursos con el objetivo de proteger sus intereses. Desde esta perspectiva su objetivo fue lograr una estabilidad militar para garantizar su seguridad, se intentó aumentar la producción doméstica y empleo para un mayor comercio.

Por otro lado, la teoría mercantilista defendía la intervención directa del gobierno en el comercio internacional apoyando las exportaciones y restringiendo las importaciones. El objetivo anhelado era tener continuamente una balanza comercial positiva.

Sin embargo, esta teoría empezó a ser criticada siendo así que, según Valencia (2011), los economistas liberales consideraron que el pensamiento de riqueza, caracterizada por la acumulación de metales preciosos, no admitía el crecimiento del comercio como se esperaba, pues unas naciones se tenían que empobrecer para enriquecer a otras naciones.

Otra crítica contra el mercantilismo está en la forma de querer lograr la armonía y el crecimiento económico. El orden lo genera la naturaleza, es natural, por lo tanto, no deben participar fuerzas externas. El estado no está capacitado para controlar a las empresas, por el contrario, debe darles libertad económica para que produzcan y comercialicen.

Según Palmieri (2019), la Teoría Mercantilista tuvo su principal detractor, Hume -1752, quien a través del mecanismo flujo – especie, muestra que una política dirigida constantemente a tener una balanza comercial positiva será neutralizada por un aumento de precios domésticos. Esto significa que el mecanismo de ajuste de la balanza comercial por inflación contiene una aplicación de la teoría cuantitativa del dinero en presencia de comercio exterior: un superávit comercial incrementa la cantidad de dinero y por ende el nivel de precios en dicho país. Como consecuencia se perderá competitividad, lo cual provocará que se reduzcan las exportaciones y que incrementen las importaciones.

La relación que existe entre la Teoría Mercantilista y el presente trabajo de investigación se basa en que los neomercantilistas afirman que las exportaciones son benéficas debido a que generan empleos para los trabajadores nacionales.

### **2.1.2. Teoría de la Ventaja Comparativa**

Esta teoría fue desarrollada por David Ricardo a principios de siglo XIX como respuesta y mejora de la Teoría Clásica de la Ventaja Absoluta de Adam Smith. Esta teoría sostiene que el libre intercambio entre naciones genera un incremento en la producción mundial siempre y cuando cada país se especialice en aquellos bienes que puede producir a costos relativamente menores en comparación a sus potenciales socios comerciales. En tal sentido cada nación debería intercambiar con otras algunos de esos bienes producidos a menor costo por bienes producidos a costos bajos en otros países, finalmente a raíz de libre comercio los países comprobaran que sus posibilidades de consumo son mayores a sus posibilidades a su producción nacional Cypher y Dietz (1998).

La evidencia más citada contra la Teoría de la Ventaja Comparativa es un estudio de Imbs y Wacziarg -2003, citado por Riedel (2013), el cual toma como ejemplo a la industria, y considera que el valor agregado industrial y el empleo se diversifican mas no se especializan como pronostica la teoría, a medida que aumenta el ingreso per cápita (indicador vinculado al crecimiento económico y el nivel de calidad de vida de un país) hasta un nivel alto alrededor

de \$ 25,000, después de esto ocurre la reconcentración sectorial (países donantes focalizan sus recursos en aquellos países y sectores en los que disponen de mayores ventajas comparativas).

Según Crovetto y Zeolla (2018), la ventaja comparativa tiene como objetivo explicar el beneficio del libre comercio que existe para todos los países. El principal punto de la explicación tiene que ver con los efectos adversos de la regulación estatal, o monopólica, sobre el recurso más eficiente u orden natural de la economía. En su análisis, indica que hasta el país más eficiente tiene ventajas comercializando que sin hacerlo. Ricardo pensaba que la especialización siempre se definirá por el producto en el cual existe una diferencia máxima de productividades relativas entre el mercado mundial y la economía local, como consecuencia el libre comercio beneficia a ambos países.

Según Samuelson (s.f), citado por Asturias (s.f), la ventaja comparativa es el mejor ejemplo que se conoce de un principio económico del comercio internacional, y que es indudablemente cierto, pero que sigue sin ser obvio para personas inteligentes, ya que la experiencia demuestra que les resulta difícil de entenderlo o aceptarlo.

Con relación al comercio internacional esta teoría muestra que puede beneficiar a cualquier país, ya que permite a cada uno especializarse en la producción de bienes y servicios en los que posee ventaja comparativa.

La clave está en el hecho de que cada país solo debería producir aquel bien que posea el menor coste de oportunidad. Cuando un país se especializa en fabricar bienes en los que posee ventaja comparativa, la producción total aumenta, finalmente, para que esto suceda es fundamental determinar las condiciones necesarias para alcanzar el desarrollo exportador que existan en la región, tema de estudio de la presente investigación.

## **2.2. Antecedentes**

### **2.2.1. A Nivel Internacional**

Pinot (2017) en su investigación: “*La internacionalización de las Pymes Latinoamericanas y su Proyección en Europa*” realizada en la Fundación Internacional Unión Europea, América Latina y el Caribe (Fundación EU-LAC) con sede en Alemania, planteó como objetivo analizar las barreras que las Pymes latinoamericanas deben superar para acceder a los mercados internacionales y a sus cadenas de valor.

La metodología empleada es de tipo básica, diseño no experimental transversal y nivel exploratorio. En esta investigación se tiene como población a 225 empresarios dirigentes de Pymes. El instrumento de investigación fue la entrevista que se realizó por teléfono y vía Skype, durante enero 2015 a junio 2016. La muestra son 9 países latinoamericanos: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Perú y Uruguay; y los sectores son: agroindustrias,



automotriz y aeronáutico, energías renovables y tecnologías medioambientales, turismo e industrias.

Al analizar las dificultades de acceso al mercado europeo se comprobó que estas varían según los sectores, aunque el 58% de los empresarios encuestados consideran que es difícil ingresar al mercado europeo. Entre las dificultades estudiadas, los indicadores macroeconómicos como la situación económica y tipo de cambio muestran los índices más altos. Por otro lado, el marco normativo es considerado una dificultad más al momento de explorar el mercado europeo porque está vinculado a la calidad y la innovación de los productos que quieren ingresar. Respecto a los procesos administrativos la dificultad es mediana pero inferior al que perciben las Pymes europeas presentes en Brasil. Considerando las dificultades lingüísticas y culturales estas son manejables y no hay diferencias significativas en los sectores. Teniendo en cuenta las Pymes con escasa o nula experiencia en el exterior se evalúa las barreras a mayor profundidad.

Este antecedente aporta en el conocimiento de las siguientes barreras: Procedimental, gubernamental, tarea y ambiental.

Harcar y Karakaya (2017), en su investigación “*Barreras a la exportación para empresas de países en desarrollo*” desarrollada en la Facultad de Marketing y publicada en la Revista de la Academia de Estudios de Marketing con sede en Estambul. Esta investigación tuvo como objetivo principal examinar las barreras a la exportación

para las empresas no exportadoras en el contexto de un país en desarrollo.

La metodología utilizada en esta investigación es de tipo básica, diseño transversal y nivel descriptivo. La población de estudio fueron 300 empresas de las cuales se consideraron 6 industrias como muestra, siendo: fabricación de alimentos, química, maquinaria, metal, no metal y textil. En el cual el instrumento empleado de recopilación de datos fue el cuestionario.

Al examinar las barreras externas a la exportación se determinó que, la inadecuada información del mercado y la competencia existente en los mercados internacionales son las dos barreras más importantes percibidas por las empresas no exportadoras, la demanda inadecuada en mercados exteriores y la presencia de mercados internos rentables son la tercera y cuarta barrera más importante, los canales de distribución, la burocracia y la política del gobierno exterior siguen en la secuencia de las barreras, la falta de información en conocer los incentivos gubernamentales es la última barrera externa que se menciona por parte de los encuestados.

Esta investigación ayudo a tener más conocimiento acerca de la barrera procedimental, en su indicador burocracia; barrera gubernamental y sus indicadores información de mercado inadecuada proporcionada por el gobierno y falta de conocimiento de los incentivos gubernamentales disponibles; barrera de tarea y sus indicadores competencia en los mercados internacionales y acceso a

canales de distribución; barrera ambiental y su indicador político de gobierno exterior.

Lengerke y Najera (2009), realizaron la investigación “*¿Qué factores limitan las exportaciones de las pymes? Caso Cartagena – 2009*”, en la Universidad Tecnológica de Bolívar de Lima Sur.

Esta investigación tuvo como objetivo identificar y analizar a las pymes exportadoras sobre los principales factores económicos, administrativos que potencian o dificultan los procesos de exportación basados en la literatura universal y tengan participación en el mercado mundial.

Esta investigación fue de enfoque cuantitativo y cualitativo; cuantitativo porque se trabajó con datos relacionados al número de empresas, volumen de exportación entre otros datos y cualitativo porque se utilizó las apreciaciones de los empresarios sobre su experiencia individual y los criterios de explicación utilizados por los entrevistados, con esto se pretende identificar los factores que limitan las exportaciones de las PYMES en Cartagena y además encontrar las estrategias que utilizaron aquellas PYMES que exportan exitosamente.

En esta investigación se tiene como población a 20 Pymes, el cual se realizó a través de un cruce de las PYMES registradas en la Cámara de Comercio de Cartagena y un listado de empresas Exportadoras declaradas ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. Los instrumentos de investigación fueron la encuesta y

entrevista que se realizaron de manera presencial. De acuerdo con los resultados de las encuestas, se pudo identificar que el 80% de las empresas considera de muy alto impacto en los procesos de internacionalización los factores administrativos. Para los encuestados la visión exportadora de la gerencia es un factor clave en el éxito de internacionalización de las PYMES.

Así mismo, las empresas consultadas reconocen la importancia de la internacionalización de las empresas para el crecimiento y sostenibilidad de esta, y aún más interesante es que algunas de ellas destinan el 90% o más de su producción al mercado externo. Sin embargo, a pesar de que el tema de la internacionalización y la globalización se han infiltrado en todos los aspectos de la economía, aún persisten en Cartagena muchas PYMES que no han realizado por lo menos un plan exportador debido a las percepciones –costoso y riesgoso- que tienen del proceso, y en gran medida, estas se basan en la falta de visión y conocimiento exportador de la gerencia de estas empresas.

Finalmente, este antecedente permitió identificar entre las barreras al desarrollo exportador las barreras procedimentales y las barreras gubernamentales lo cual sirvió de referencia para la elaboración del instrumento de investigación.

### **2.2.2. A nivel Nacional**

Sevillano (2017), realizó la investigación sobre *“Barreras a las exportaciones de pimiento fresco al mercado estadounidense desde*

*la Asociación Agrícola Compositan Alto, Trujillo 2017*”, en la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Cesar Vallejo en la ciudad de Trujillo. En esta investigación el objetivo principal fue analizar las barreras internas y externas para las exportaciones de pimiento fresco al mercado estadounidense desde la Asociación Agrícola Compositan Alto, Trujillo 2017.

Con respecto a la metodología la investigación fue de tipo básica, nivel descriptivo y diseño no experimental transversal. Se tuvo como muestra a la Asociación Agrícola Compositan Alto y para la recopilación de información se aplicó una entrevista, siendo su instrumento la guía de entrevista; y el análisis documental utilizando las fichas de resumen.

Al analizar los indicadores de las barreras externas para las exportaciones hacia el mercado estadounidense, se identificó como barrera en primer lugar a las normas de origen, tal es el caso específico del Reglamento exigido por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos – COOL (etiquetado del país de origen = Country of Origin Labeling).

También se consideró como barrera los tipos de envases exigidos por EE.UU. los cuales son: cajas, cajones, bandeja de cartón y madera. Todos los exportadores deben cumplir con este requisito para que su producto sea ubicado en el punto de venta y pueda llegar al consumidor final. Por otro lado, los tipos de embalaje son: cajas de

cartón con pared interior resistentes al agua, pallets de madera resistente a la carga y embalajes de madera son sello de SENASA certificando su tratamiento térmico o fumigación contra plagas. El marcado y etiquetado debe ser preciso y bien detallado para que EE.UU. permita el ingreso de la mercancía. Por último, los requisitos fitosanitarios exigidos por EE.UU. son tres: fitosanitario, de planta de empaque y de lugar de producción, y SENASA los certifica, los cuales se deben de tramitar en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE).

Esta investigación aporta en el conocimiento de las dimensiones ambiental y tarea de la variable barreras a las exportaciones externas, contribuyendo en el conocimiento de los indicadores: normas de origen, requisitos fitosanitarios, barreras arancelarias, embalaje, marcado y etiquetado.

Ruiz (2018), en su investigación *“Percepción de barreras a la exportación de los empresarios del sector manufactura, rubro fabricación de prendas de vestir del distrito de Cajamarca, año 2018”* en la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo de la ciudad de Cajamarca, planteó como objetivos: determinar las principales barreras de conocimientos para la exportación percibida por los empresarios del sector manufacturero, identificar las principales barreras de recursos para la exportación percibida por los empresarios del sector manufactura y determinar las principales

barreras de procedimiento para la exportación percibida por los empresarios del sector manufactura.

Con respecto a la metodología empleada, la investigación fue de tipo básica, nivel descriptivo y diseño no experimental transaccional. La muestra es de 11 empresas cajamarquinas del sector manufactura, rubro fabricación de prendas de vestir y el instrumento de investigación que se aplicó a los empresarios fue el cuestionario.

Los resultados obtenidos muestran que las principales barreras percibidas para la exportación son las siguientes:

- Barreras de Conocimiento: el 55% de los encuestados indican que la falta de conocimiento de programas sobre asistencia exportadora limita en gran medida.
- Barreras de Recursos: el 55% de los encuestados indican que el idioma es una barrera más que limita en gran medida.
- Barreras de Procedimiento: limita en gran medida la exportación de los empresarios encuestados el costo de adaptación del producto para el mercado extranjero 64%, el riesgo en la variación del tipo de cambio 55% y el riesgo de pérdida de participación en el mercado local por la venta en el exterior 55%.

Este antecedente contribuye al conocimiento de las barreras procedimentales. Destacando que la barrera más percibida es la barrera de conocimientos.

Ágreda y González (2020), realizaron la investigación denominada *“Identificación de las barreras internas y externas en la exportación de pisco al mercado de Estados Unidos en el año 2019”*, en la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Privada Del Norte.

Esta investigación tuvo como objetivo principal identificar las barreras externas en la exportación de pisco al mercado de Estados Unidos en el año 2019.

Esta investigación es de nivel descriptivo y diseño no experimental. Se tomó como muestra al total de empresas peruanas exportadoras de pisco a Estados Unidos durante el año 2019, a las cuales se les aplicó una entrevista así mismo también se entrevistó a expertos conocedores del rubro.

A través del análisis de las entrevistas, se identificó que la barrera interna con mayor incidencia para las empresas pisqueras que exportan a Estados Unidos fue la “identificación de clientes en el extranjero”. Según Carlos Mejía, dueño de la compañía La Blanco, el identificar clientes en el extranjero es una limitante importante, ya que en la mayoría de los casos la captación de clientes se realiza mediante contactos personales, principalmente a través de los restaurantes de la colonia peruana, debido a que el pisco no es una categoría como tal, sino un producto que no cuenta con una gran demanda y recién se está dando a conocer en dicho mercado.



En lo concerniente a las barreras externas, se pudo identificar que, el desconocimiento del producto es la mayor limitante dentro del mercado estadounidense, ya que el consumidor local desconoce la bebida, por lo que tiende a elegir a las bebidas espirituosas ya posicionadas en el mercado. Ante esto, la solución es posicionar al pisco a través de campañas de marketing de gran alcance, en las que se enseñe al consumidor promedio las diversas formas de tomar esta bebida y sus características. Cabe destacar que, para lograr un mayor impacto como en el caso del tequila, estas estrategias deben realizarse en conjunto por el sector privado y el sector público.

Este antecedente apporto a la presente investigación, permitiendo profundizar en el conocimiento de las barreas procedimentales, específicamente en el indicador desconocimiento.

## **2.3. Bases teóricas**

### **2.3.1. Exportación**

Según Galindo y Ríos (2015), la exportación es la venta, donación o trueque de cualquier bien o servicio de los ciudadanos de un país a otros ciudadanos externos. Las exportaciones se dan cuando a un país le resulta beneficioso vender sus bienes o servicios en el extranjero. Las exportaciones son importantes pues ayuda al crecimiento económico ya que es uno de los componentes del Producto Bruto Interno (PBI); ayuda positivamente en la productividad, pues un país exporta aquellos bienes o servicios en los que muestra tener una ventaja y por ende atraen recursos

productivos (trabajadores, inversiones, maquinaria, entre otros), y ayuda a generar mayor empleo cuando reasigna su fuerza laboral a empresas más productivas y permite al país producir según su capacidad productiva.

Por otro lado, García (2010) indica que, la exportación se define como la venta de productos que son producidos en cierto país para habitantes de un país diferente, este modo es percibido por los empresarios como el objetivo de aumentar las oportunidades de mejorar sus ingresos porque se encuentra mercados externos. Ante la presencia de una economía abierta al comercio internacional se tiene beneficios como el incremento en el inventario de recursos: mano de obra y capital del exterior. El comienzo de negocios en un país extranjero sea cual sea la modalidad, es muy eficaz para difundir los negocios en un contexto global ya que se logra aumentar las ventas, la cartera de clientes y por ende las ganancias de la empresa. Mientras que para la SUNAT (2016), la exportación es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de los bienes nacionales o nacionalizados para su uso o consumo definitivo en países extranjeros, no está sujeto a tributo alguno. Los pagos que deberá realizar corresponden al traslado de dichos bienes y está sujeta a las tarifas indicadas por la empresa que otorga el servicio de transporte internacional, agenciamiento, traslados internos, entre otros pagos que se requieran.

En resumen, se puede decir que la exportación es la actividad que consiste en la venta de productos a un cliente residente fuera de las fronteras nacionales obteniendo beneficios tanto para empresas exportadoras como para los países de origen de las exportaciones.

### **2.3.2. Desarrollo exportador**

Según Martínez (2004), el proceso de desarrollo exportador de las empresas comienza como un proceso progresivo e incremental, que involucra desarrollar conocimientos y operaciones en mercados extranjeros y comprometer los recursos de la empresa. De este modo el proceso junto con las empresas origina una consecuencia incluida en la elección de las áreas de proyección geográfica seleccionadas para evitar el riesgo y la incertidumbre preparándose en primer lugar hacia los mercados que la empresa mejor conoce, es decir, los más cercanos geo-culturalmente y los menos alejados psicológicamente, teniendo en cuenta factores como: idioma, educación, clima del país, costumbres de la empresa, entre otros.

Por su parte Bilkey y Tesar (1977) y Reid (1981) citados por Martínez (2009) mencionan que, el proceso del desarrollo exportador es un proceso de aprendizaje en el cual las empresas se familiarizan con los mercados y operaciones del exterior. Existen diferentes fases, desde la falta de interés en el inicio de exportación, hasta el interés por los mercados extranjeros, la empresa implica recursos, en forma gradual, en el ingenio y explotación de oportunidades de internacionalización. Dichas actividades se pueden

entender como un proceso de adopción de una conducta innovadora, determinada por la interacción que existe entre las características organizacionales y directivas.

Estos autores, proponen modelos con un enfoque incremental por etapas que apoyan la noción de la distancia psíquica. Los autores proponen la dependencia incremental de la empresa sobre las exportaciones y un mayor compromiso hacia el aumento de mercados exteriores. La empresa pasa por etapas, desde la falta de habilidad para la exportación hasta convertirse en experimentada y muy comprometida con la exportación (Martinez, 2009).

Bilkey y Tesar (1977), citados por Malca y Rubio (2015), desarrollaron un modelo de 6 fases, en el cual explican el proceso del desarrollo exportador de la empresa, indicando en él, que las percepciones de las barreras a la exportación varían según la fase en la que está la empresa. Concluyendo que mientras la empresa está más avanzada en la exportación, se incrementará el porcentaje de empresas que perciban los problemas para comprender las prácticas empresariales en el extranjero, especificaciones de los productos y estándares de consumo y lograr una correcta representación en el extranjero.

Se puede considerar que, el desarrollo exportador es un proceso progresivo que permitirá a las empresas participar en mercados

internacionales para lo cual se requiere que estas cuenten con ciertos conocimientos, habilidades y recursos económicos.

### **2.3.3. Beneficios del desarrollo exportador**

Según Chenery y Srinivasan (1988), citado por Osorio (2018), el desarrollo exportador tiene una relación directa con la productividad de los países, entre los beneficios del desarrollo exportador se tiene que éste permite que se transfieran en forma dinámica recursos productivos desde los sectores de más bajos niveles de productividad hacia los de más altos de productividad.

Por su parte Fatemeh y Mokshapathy (2012) sostienen que, entre los beneficios del desarrollo exportador se tiene el incremento de la rentabilidad para las empresas, la mejor utilización de las capacidades de la empresa, la promoción del empleo y el aporte a las balanzas comerciales, consecuentemente, el desarrollo de las exportaciones de las pymes puede desarrollar un papel muy importante en el crecimiento económico y desarrollo de los países.

FRANCIS (2019) considera que, el desarrollo exportador es un ingrediente clave en el desarrollo económico de todos los países del mundo, puesto que mediante el los países pueden obtener divisas suficientes para financiar las importaciones y pago de la deuda externa, además cuando el mercado nacional se satura el mercado extranjero permite alcanzar economías de escalas, finalmente cuando el suministro nacional del producto sobrepasa la demanda

interna del desarrollo exportador permite mantener el empleo y los ingresos.

Se puede concluir que, el desarrollo exportador genera múltiples beneficios tanto para las empresas como para los países, entre estos beneficios se tiene las mejoras en la rentabilidad empresarial, estabilidad en los empleos y desarrollo económico para los países.

#### **2.3.4. Barreras a la exportación**

Según Leonidou (2004), las barreras a la exportación se agrupan en internas y externas éstas se describen a continuación:

##### **2.3.4.1. Barreras internas**

Según Leonidou, (2004) y Hutchinson (2009) citados por Marcela, Hurtado, y Castillo, (s.f), las barreras internas vienen a ser las barreras financieras y de conocimiento, tales como el tamaño de la empresa, la cultura de trabajo existente, el alto nivel de inversión preciso para exportar, la capacitación del personal, la experiencia de la empresa, imagen de la marca, la diversidad de productos, los conflictos internos, la falta de visión y control de los negocios y la falta de conocimiento del mercado.

Tesfom y Lutz (2006) citados por Malca y Rubio (2015), señalan que las barreras internas están asociadas a la escasez de las capacidades y los recursos de la empresa.

Estas barreras están relacionadas al enfoque y compromiso

gerencial, conocimiento y experiencia, información, funcional (operativa) y marketing.

Mientras que para Leonidou (2004), las barreras a la exportación que se pueden catalogar como internas, están relacionadas con los recursos / capacidades organizacionales y el enfoque de la empresa para exportar negocios.

En resumen, las barreras internas se generan dentro de la empresa y pueden estar relacionadas a los conocimientos, la cultura organizacional, la falta de experiencia y la falta de compromiso gerencial para alcanzar mercados internacionales mediante la exportación.

#### **2.3.4.2. Barreras externas**

Según Leonidou, (2004); Yannopoulos y Kefalaki, (2010) y Hutchinson, (2009) citados por Marcela, Hurtado y Castillo (s.f), las barreras externas están establecidas por las barreras culturales como por ejemplo la diferencia en gustos de los consumidores y la diferencia en idiomas; económicas como por ejemplo las fluctuaciones de tipo de cambio; competitivas como por ejemplo las condiciones competitivas del mercado; legales como por ejemplo la legislación internacional; y logísticas como por ejemplo las dificultades para la distribución del producto.

Leonidou (2004), señala que las barreras externas son las que provienen del ambiente en donde la empresa va operar, ya sea en el mercado de exportación o en el entorno nacional. Estas barreras externas son: económicas, político legal, sociocultural, restricciones y regulaciones en el mercado exterior, obstáculos al desarrollo del mercado, políticas de gobierno y riesgos y retornos.

En síntesis, las barreras externas a la exportación están definidas por factores externos a la empresa, imposibles de controlar por ella entre los cuales se tiene factores económicos, políticos, legales y culturales.

Para Leonidou (2004), este tipo de barreras se puede dividir en procedimental, gubernamental, tarea y ambiental, cada una de estas barreras se describe a continuación:

#### **a) Barreras Procedimentales**

Las barreras procedimentales o barreras de procedimiento son los desafíos operativos que enfrentan las empresas e incluye técnicas y procedimientos desconocidos, barreras de comunicación y recolección lenta de pagos en el mercado exterior (Leonidou, 2004, citado por Narayadan (2015).

Según Suárez (2003), cualquier empresa interesada en exportar se enfrentan a una serie de barreras de procedimientos, las cuales pueden ser divididas en



controlables siendo estas las que puedan resolverse fácilmente contando con la experiencia adecuada (por ejemplo, documentación); y las no controlables que requieren una toma de decisiones independiente a la experiencia que se haya adquirido por ejemplo barreras no arancelarias. Entre las barreras procedimentales se destacan los largos trámites burocráticos y la excesiva documentación solicitada.

Por su parte Langwerden (2017), considera que, las barreras de procedimiento pueden adoptar muchas formas diferentes y a menudo invisibles la mayoría de este tipo de barreras se refieren a procedimientos o problemas derivados de la interpretación o implementación de regulaciones gubernamentales. Sugiriendo que las pequeñas y medianas empresas contrates más gerentes experimentados y creen una plataforma de intercambio de información para que los gerentes puedan compartir las mejores prácticas relacionadas a los obstáculos encontrados.

En síntesis, las barreras procedimentales se refieren a aspectos operativos de la exportación e incluyen desconocimiento del procedimiento de exportación, problemas de comunicación y la lentitud en los cobros a los clientes extranjeros, para lo cual una solución sería la contratación de gerentes con vasta experiencia.

A continuación, se describen las barreras procedimentales consideradas por Leonidou (2004).

- **Desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación:** Muchas pequeñas empresas encuentran que la documentación de aduanas, los arreglos de envío y otros procedimientos de exportación son demasiado difíciles de manejar. Tienden a asociarlos con costos excesivos, pérdidas de tiempo y trámites burocráticos, lo que fomenta una actitud negativa hacia el manejo de las exportaciones (Moini, 1997 citado por Leonidou 2004). De hecho, según algunas estimaciones, la transacción internacional promedio involucra 40 documentos y 27 partes, lo que resulta en costos de documentación que representan el 7 por ciento de los costos totales de exportación (Terpstra y Sarathy, 2000, citados por Leonidou, 2004). Aunque los procedimientos de exportación son generalmente más complicados en comparación con las ventas internas, se puede obtener alguna ayuda de los servicios de consultoría, agencias gubernamentales e instituciones financieras.
- **Problemas de comunicación con clientes extranjeros:** Leonidou (2004), menciona que la comunicación con clientes del exterior es esencial para lograr un

seguimiento correcto a las operaciones de exportación. No obstante, la comunicación en muchas ocasiones es insuficiente y poco usual, debido a las distancias geográficas y psicológicas existentes entre comercializadores. Según Terpstra y Sarathy (2000) citado por Leonidou (2004), en países con economías sub-desarrolladas la información puede generar problemas para la empresa exportadora como: malentendidos por la información intercambiada, bajo control de las actividades en el exterior y retroalimentación inadecuada de desarrollos comerciales en el extranjero.

- **Lentitud en el cobro de pagos del exterior:** Según Leonidou (2004), sostiene que el cobro lento de pagos del exterior se debe a la falta de contacto inmediato con los mercados exteriores, además que muchos compradores extranjeros solicitan más facilidades crediticias, de esta manera incrementan el riesgo de un cobro más lento de pagos. Esta situación mayormente se da en las pequeñas empresas, ya que ellas están desesperadas por ingresar en los mercados extranjeros utilizando intermediarios específicos o en países donde el banco central impone estrictas restricciones monetarias. Este problema puede frenarse buscando

alternativas de pago que ofrezcan garantías, como puede ser una carta de crédito.

#### **b) Barreras Gubernamentales**

Según Schoen (2009), las barreras gubernamentales son creadas por acciones o inacciones del gobierno en relación con sus exportadores, centrándose en los obstáculos planteados por el gobierno en el país de origen del exportador.

Por su parte, Yeganeh y Masoome (2011), considera que las barreras gubernamentales están asociadas con la falta de interés del gobierno en ayudar a los exportadores, así como la aplicación de políticas y regulaciones restrictivas a las exportaciones.

Finalmente, Suárez (2003), menciona que muchas veces las agencias de promoción de exportaciones de los gobiernos no son tan efectivas en países en vías de desarrollo debido a que los gerentes de dichos países carecen de liderazgo, las empresas cuentan con financiamiento limitado y enfrentan altos niveles de burocracia, en tal sentido las actividades de promoción por parte del gobierno en países en vías de desarrollo siempre han entregado información, asistencia y apoyo insuficientes para consolidar la actividad exportadora de las pequeñas y medianas empresas.

Para concluir, se puede decir que, las barreras gubernamentales se refieren a las practicas inadecuadas del gobierno en cuanto a la promoción de las exportaciones, a través de programas de asistencias que muchas veces son ineficientes y la aplicación de reglamentaciones restrictivas a la exportación.

- **Falta de asistencia/incentivos del gobierno para exportar:** Sin embargo, en algunos países los exportadores se quejan de que no reciben asistencia en materia de exportación o cuando se les ofrece es insuficiente. Además, aunque esta asistencia puede proporcionarse en su totalidad, hay casos de exportadores que no saben cómo utilizarla. Además, la asistencia ofrecida puede no satisfacer las necesidades específicas de las pequeñas empresas ni tomar en consideración su etapa de desarrollo exportador (Seringhaus y Rosson, 1990, citados por Leonidou, 2004). Por lo tanto, los funcionarios gubernamentales no solo deben ofrecer programas nacionales sólidos de promoción de las exportaciones, sino también adaptarlos a las necesidades de los diferentes grupos exportadores.
- **Reglas y regulaciones desfavorables del gobierno:** El papel del gobierno de origen también puede ser restrictivo a través de una serie de controles impuestos a

los exportadores indígenas. Esto puede incluir, por ejemplo, restricciones a las exportaciones a ciertos países hostiles que prohíben la venta de componentes que se destinan a productos destinados a mercados extranjeros específicos y restricciones sobre productos con importancia para la seguridad nacional o la política exterior (Terpstra y Sarathy, 2004, citados por Leonidou, 2004). Por lo cual el exportador debe cumplir con ciertas reglas y regulaciones para mantener una imagen favorable.

### **c) Barreras de Tarea**

Según Cateora, Gilly y Graham (2009), las barreras de tareas se refieren a problemas y desafíos derivados de presiones competitivas en los mercados internacionales. Primero, los diferentes hábitos y actitudes de los clientes extranjeros varían según las condiciones geográficas y climáticas, el nivel de consumo, el nivel de conocimientos técnicos, el nivel de ingresos y la asignación de ingresos, los estándares educativos, los modales y costumbres, etc.

Estos factores provocan preferencias de productos y patrones de utilización, precios, sistemas de distribución y medios de comunicación. La adaptación de la estrategia de la firma a estas variaciones se contrata con mayores costos y demoras en la operación de actividades en el exterior. En

segundo lugar, aunque las empresas pueden poseer una ventaja competitiva en el mercado local, pueden simultáneamente perder tal ventaja y encontrar una ventaja competitiva más compleja y desafiante en el mercado internacional, la razón detrás de este fenómeno es la competencia de muchas fuentes (como los mercados nacionales e internacionales) (Doole y Lowe, 2001 citados por Leonidou, 2004).

Por su parte, Cateora y Graham (2001) citado por Yeganeh y Masoome (2011), definen a las barreras de tarea como aquellas enfocadas en obstáculos que pueden surgir debido a las diferencias de clientes extranjeros en comparación con los clientes nacionales, así como debido a la competencia que una empresa podría enfrentar en los mercados extranjeros.

Finalmente, se puede decir que, las barreras de tareas se refieren a los obstáculos enfrentados por la empresa en base a los clientes y competidores en los mercados extranjeros, barreras que incluyen diferentes hábitos y actitudes de las empresas competidoras que pueden tener efectos negativos e impedir que las pequeñas y medianas empresas acometan la explotación.

A continuación, se describen las distintas barreras gubernamentales:

- **Diferentes hábitos/actitudes de los clientes extranjeros:** Los hábitos y actitudes de los consumidores no son idénticos en todo el mundo, debido a variaciones en las condiciones topográficas y climáticas, el tamaño y la estructura del hogar, el nivel de conocimiento técnico, el nivel de ingresos y la distribución de los ingresos, los estándares educativos, los modales y costumbres, etc. (Cateora y Graham, 2001 citado por Leonidou, 2004).

Todo esto conduce a diferentes preferencias de productos y patrones de uso, niveles de aceptación de precios, sistemas de distribución y métodos de comunicación. Ajustar la estrategia de la empresa para adaptarse a estos cambios genera mayores costos y genera retrasos en la exportación.

- **Fuerte competencia en los mercados extranjeros:** Aunque una empresa puede disfrutar de una ventaja competitiva en el mercado interno, cuando trascendiendo de las fronteras nacionales, puede perder esta ventaja y enfrentarse a situaciones competitivas más complicadas e intensas. Esto se debe a que la competencia en los mercados internacionales puede



provenir de muchas fuentes (nacional, país anfitrión, internacional) (Doole y Lowe, 2001, citado por Leonidou, 2004).

#### **d) Barreras Ambientales**

GOLTSI (2012) sostiene que, las barreras ambientales se refieren al entorno económico, político, legal, sociocultural y económico sean del país de destino de las importaciones que impiden o dificultan que las empresas lleven a cabo la actividad exportadora.

Al respecto, Schoen (2009) considera que, las barreras ambientales también pueden ser llamadas barreras del país anfitrión y que estas se refieren a los factores económicos, político-legales y socioculturales de los mercados exteriores en los que la empresa está participando o desea iniciar la exportación. Estas barreras cambian rápidamente en los países que se encuentran en transición, de países en vías de desarrollo a países desarrollados.

Finalmente, en esta categoría final incorpora ocho barreras que se refieren principalmente al entorno económico, político-legal y sociocultural de los mercados extranjeros dentro de los cuales la empresa opera o planea operar (Kedia y Chhokar, 1986; Moini 1997, citado por Leonidou 2004). Estas barreras suelen estar sujetas a cambios rápidos y son muy difíciles de predecir y controlar. De éstos, el

mayor impacto parece provenir de barreras de naturaleza económica y regulatoria.

Se puede concluir que las barreras ambientales incluyen aspectos económicos, políticos legales y socioculturales del país de destino de las exportaciones, entre los cuales se pueden encontrar condiciones políticas desfavorables, aranceles elevados y diferencias socioculturales.

- **Condiciones económicas pobres o en deterioro en el extranjero:** Según Leonidou (2004), los mercados extranjeros pueden no ser atractivos para los exportadores debido a indicadores económicos deficientes o en deterioro. Esto, a su vez, puede erosionar el poder adquisitivo interno real y afectar negativamente el comportamiento del consumidor. Por ejemplo, los consumidores de países que experimentan deudas externas serias, altas tasas de inflación y altos niveles de desempleo tienden a buscar productos más económicos, comprar bienes a intervalos menos frecuentes y seleccionar cuidadosamente lo que compran.
- **Riesgo de tipo de cambio:** Según Leonidou (2004), el riesgo de cambio de moneda extranjera es uno de los problemas endémicos de las transacciones comerciales internacionales, y se refiere a los riesgos asociados con el cambio de moneda extranjera. Algunas de las

alternativas para hacer frente a los riesgos cambiarios incluyen comprar divisas a plazo, utilizar "precios al contado" el día de la recepción de la orden y acordar con el comprador extranjero utilizar una cesta de divisas más estable (Czinkota y Ronkainen, 2001, citado por Leonidou, 2004).

- **Inestabilidad política en los mercados exteriores:**

Según Leonidou (2004), algunos mercados extranjeros están plagados de inestabilidad política causada por factores económico (bajo ingreso per cápita, tendencias inflacionarias, gran deuda externa), factores sociales (fundamentalismo religioso, tensión étnica, alto grado de corrupción), y factores políticos (régimen autoritario, conflicto con vecinos, control militar) factores.

Esta inestabilidad puede poner en grave peligro las operaciones del exportador en el extranjero de diversas formas, a saber, mediante la confiscación de bienes, el cierre / suspensión de actividades o la prohibición de la repatriación de ganancias. Evidentemente, cuanto mayor sea la implicación del exportador en el mercado exterior, mayor será el impacto de las acciones antes mencionadas en sus operaciones (Terpstra y Sarathy, 2000, citado por Leonidou, 2004).

- **Estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros:** Según Leonidou (2004), los gobiernos extranjeros pueden imponer una serie de controles a las empresas que venden bienes en sus mercados. Estos pueden incluir: restricciones de entrada, controles de precios, tipos impositivos especiales.
- **Altas barreras comerciales:** Los aranceles de importación plantean un grave problema para las empresas exportadoras, ya que provocan una escalada de los precios de exportación. Aunque las tarifas son abiertas y se pueden abordar mediante procedimientos sencillos, existen numerosas barreras no arancelarias, como sutilezas administrativas (clasificación arancelaria arbitraria), restricciones cuantitativas (cuotas y embargos), y la administración de aduanas elevado valor de la factura), lo que genera serias dificultades para el exportador (Albaum, Strandkov y Duerr, 1998, citado por Leonidou, 2004).
- **Desconocimiento de prácticas comerciales en mercados extranjeros:** Las prácticas comerciales difieren de un país a otro, y esto puede colocar al exportador en una situación estresante. Por ejemplo, a diferencia de las sociedades modernas, los países conservadores son reacios a asumir riesgos y buscar

cambios. Además, si bien la inacción durante las negociaciones es un signo negativo para las sociedades occidentales, en las culturas orientales proporciona una forma de endulzar el trato. Además, el establecimiento de una relación personal es vital en la realización de negocios en algunos países, mientras que en otros es necesario seguir procedimientos más formales (Czinkota y Ronkainen, 2001, citado por Leonidou, 2004).

- **Diferentes rasgos socioculturales:** Según Cateora y Graham (2001) citados por Leonidou (2004), las diferencias en religión, valores y actitudes; modales y costumbres; estética; educación; y la organización social constituyen serias dificultades para la empresa exportadora, ya que pueden afectar en gran medida al consumidor comportamiento, enfoques de focalización y programas de marketing. Esta situación se complica en el caso de países que constan de muchas subculturas y/o contextos culturales diferentes. Algunas formas de acomodar esta situación incluyen el nombramiento de gerentes con una visión internacional, la participación en métodos de capacitación transcultural y viajes de campo a mercados extranjeros.
- **Diferencias de lenguaje verbal/no verbal:** El lenguaje merece una atención particular porque: ayuda a

interpretar el contexto de la cultura, comprender sus necesidades específicas, recopilar información sobre exportaciones y a evaluar el mercado. Además, afecta a varios componentes de la estrategia de marketing de la empresa, como la marca, el empaque y la publicidad. Los gerentes de exportación deben estar familiarizados no solo con los aspectos orales y escritos de la lengua extranjera, sino también con sus características no verbales, como el lenguaje corporal, la percepción del tiempo (Terpstra y Sarathy, 2000, citados por Leonidou, 2004).

#### **2.4. Definición de términos básicos**

- a) **Barrera comercial:** Las barreras comerciales incluyen normativas, instituciones o cualquier medida que haga que el comercio entre dos países sea más difícil o costoso que él se puede llevar a cabo dentro de un país (Fundación Wolters Kluwe, 2018).
- b) **Comercialización:** Serie de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del local de un productor hasta que llega al cliente final (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018).
- c) **Comercio:** Es la negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando mercancías de bienes y servicios de un país a otro con el resto del mundo (Real Academia Española, 2021).
- d) **Exportación:** Es la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los habitantes de un país a otros habitantes de un país distinto; es una

transferencia de propiedad entre residentes de países diferentes (Galindo y Ríos, 2015)

- e) **Internacionalización:** Proceso que consiste en la participación de las empresas en mercados extranjeros a partir de diversas operaciones entre las cuales está la exportación, de una manera permanente. (Ekon Cloud ERP, 2021)
- f) **Mercado:** En una economía el mercado es el conjunto de compradores y vendedores que negocian con un producto concreto o diferentes clases de productos que se establecen en el mercado (Vigaray, 2012).
- g) **Libre Comercio:** Es un concepto económico, referente a la venta de productos entre países, libre de aranceles y de cualquier forma de barreras comerciales. El libre comercio supone la eliminación de barreras artificiales (reglamentos gubernamentales) al comercio entre individuos y empresas de diferentes países (Diario Exterior.com, s.f.).
- h) **Percepción:** Alude tanto al acto como a la consecuencia de percibir algo, es decir, la capacidad para que a través de los sentidos se reciban impresiones o sensaciones externas, lo que también implica que se pueda conocer algo o comprenderlo (Teoman, 2018).
- i) **Pyme:** Unidad económica productora de bienes y servicios, dirigida por su propietario, de una forma personalizada y autónoma, de pequeña dimensión en cuanto a número de trabajadores y cobertura de mercado (Cardozo, Velásquez y Rodríguez, 2012).

**CAPÍTULO III:**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**



### **3.1. Tipo de investigación**

Según Barboza (2007), la investigación de tipo básica es aquella que busca ampliar el conocimiento teórico de los principios fundamentales de la naturaleza y aplicar sus resultados a casos prácticos, es decir, no está diseñada para resolver problemas educativos.

Por otro lado, Muntané (2010) menciona que, la investigación básica se caracteriza porque no busca la aplicación práctica de sus descubrimientos. Su objetivo es aumentar los conocimientos científicos, para poder responder a preguntas o para que se pueda utilizar en otras investigaciones.

La presente investigación es de tipo básica porque busca entender y conocer el estudio de investigación que consiste en la percepción de las barreras externas al desarrollo exportador del distrito de Cajamarca de los egresados de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017-2020.

### **3.2. Nivel de la investigación**

Según Martínez (2018), citado por Guevara, Verdesoto y Nelly (2020), la investigación descriptiva tiene como meta describir algunas características resaltantes de conjuntos que son iguales a la población de estudio, utilizando criterios sistemáticos para formar o crear el comportamiento de la población estudiada, aportando información sistemática y similar con otras investigaciones.

En tal sentido, la presente investigación es de nivel descriptivo, ya que la intención es describir la percepción de las barreras externas al desarrollo

exportador en el distrito de Cajamarca de los egresados de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.

### **3.3. Diseño de la investigación**

Según Vásquez (2020), el diseño no experimental no tiene determinación aleatoria y no se puede manipular a las variables. El investigador observa lo que sucede de manera natural y de ninguna manera interviene. Esta investigación es no experimental, porque no se manipuló el objeto de investigación y este se estudió de acuerdo con su entorno natural.

Por otra parte, respecto al corte del diseño de la investigación, este es transversal pues los datos obtenidos se recolectaron en un momento específico y un tiempo determinado (Cvetkovic, Maguiña, Soto, Valdivia, y Correa, 2021).

### **3.4. Población, Muestra y Unidad de Análisis.**

#### **3.4.1. Unidad de Análisis**

En la presente investigación se consideró como unidad de análisis a cada uno de los egresados de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UPAGU durante el periodo 2017-2020, Cajamarca.

#### **3.4.2. Población**

Según López (2017), población es el conjunto de objetos o personas de los cuales se pretende conocer algo en un estudio. También es considerado como el universo o población que puede estar establecido por personas, animales, entre otros. Debido a tener una

población grande, los investigadores no pueden probar a cada individuo de la población, ya que requiere de dinero y tiempo.

Para la presente investigación, la población se ha considerado a 113 egresados de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UPAGU durante el periodo 2017-2020, Cajamarca.

#### **3.4.3. Muestra**

Según Muguira (2020), la muestra es un conjunto de elementos que representa a la población total, esto quiere decir que es una fracción de la totalidad del número de individuos que van a ser estudiados. La muestra debe ser representativa de la población de donde se extrajo y debe tener el tamaño adecuado de tal manera que los resultados de su estudio sean utilizados para sacar conclusiones que se aplicarán a toda la población.

En la presente investigación no se ha calculado muestra, porque se encuestó a todos los egresados que conforman la población, al ser estos un número reducido.

#### **3.5. Técnica de investigación**

Según Fitipaldo y Jorge (2016), la encuesta como técnica de investigación se define por utilizar una serie de procedimientos estandarizados, en donde se recogen, procesan y analizan la información que se obtuvo de la muestra estimada, al cual se llegaron a los resultados de que ella se obtenga.

Se hizo uso de la encuesta como técnica de recolección de datos. Al respecto Díaz de Rada (2001) expresa que, la encuesta implica la obtención de

información de manera sistemática mediante la participación del investigador, quien realiza las mismas preguntas y en el mismo orden para luego evaluar y organizar dicha información.

### **3.6. Instrumento de recolección de datos**

En esta investigación se hizo uso de un cuestionario, el cual permitió medir la percepción de los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, respecto a las barreras externas al desarrollo exportador de Cajamarca, el cual constó de indicadores para cada tipo de barrera (Ver anexo 3).

Además, este cuestionario fue validado por 3 expertos en el área de estudios:

Mg. Paulo Soriano Torres, Mg. Víctor Valdivieso Sir y Mg. Karen Dávila García (Ver anexo 4).

### **3.7. Análisis de datos**

Para el análisis de los datos que se obtuvo del cuestionario, se utilizó el programa Excel, el cual permitió analizar detalladamente cada uno de los objetivos establecidos en la investigación.

### **3.8. Aspectos éticos**

Para los aspectos éticos de la presente investigación se tomó en cuenta el Código de Ética para la Investigación de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo (2017). Siguiendo los principios de respeto, veracidad y responsabilidad los cuales se describen a continuación:

- Respeto: Se toma en cuenta el derecho de autor porque a todos los investigadores de las teorías para el desarrollo del tema de estudio, han

sido citados de manera correcta a cada uno de ellos, respetando la originalidad y propiedad de sus ideas

- Veracidad: La investigación busca un nuevo conocimiento el cual está basada en la veracidad tanto en sus métodos como en sus resultados para poder obtener un real beneficio para la sociedad.
- Responsabilidad: Se tiene como investigadores la responsabilidad de poder brindar información coherente y suficiente con el fin de lograr y dar a conocer el objetivo principal de la investigación y esta sea de ayuda para nuevas generaciones.

**CAPÍTULO IV:**  
**RESULTADOS**

#### 4.1. La Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo

La Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, comúnmente conocida como UPAGU, fue creada en el año 1989 por un grupo de maestros Cajamarquinos, los cuales tuvieron la iniciativa de crear en Cajamarca un Centro Superior de Estudios Universitarios. Fue creada formalmente en el año 1991, como una institución privada que ofrece servicios educativos – carreras profesionales de Pregrado y Posgrado (UPAGU, 2021).

##### 4.1.1. Egresados de Administración y Negocios Internacionales

Se consideró conveniente determinar la percepción de los 113 egresados de la UPAGU correspondiente al periodo 2017-2020 debido a su conocimiento respecto al tema y el aporte que podrían brindar para determinar las barreras externas al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

Estos egresados del periodo 2017-2020 tienen una edad alrededor de 23 a 27 años aproximadamente, y la mayor parte de ellos no se encuentra laborando en el rubro ya que, en el distrito de Cajamarca no existen empresas que se estén dedicando directamente a la exportación.

A continuación, se muestra la cantidad de egresados para cada año:

**Tabla 1**  
*Egresados de Administración y negocios internacionales periodo 2017 – 2020 por año*

AÑO / EGRESADOS	2017	2018	2019	2020	TOTAL
ALUMNOS	51	27	24	11	113

La tabla 1 muestra el total de egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU durante los años 2017 – 2020, indicando una baja para el año 2020.

#### **4.2. Barreras externas al desarrollo exportador de Cajamarca**

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017 – 2020, estudiando e identificando las 4 dimensiones: Procedimentales, Gubernamentales, Tarea y Ambientales, las cuales fueron propuestas por Leonidou (2004).

Para llegar a los resultados se procesó la información utilizando el programa Excel, esta información fue obtenida a través de una tabulación que se generó de la aplicación de un cuestionario, el cual estuvo conformado por 15 enunciados, los cuales fueron respondidos por 113 egresados de la profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UPAGU.

Para determinar la percepción se agruparon las respuestas de la siguiente manera:

**Tabla 2**

*Agrupación de respuestas*

<b>PERCEPCIÓN</b>	<b>RESPUESTA</b>
<b>Limita en gran medida</b>	Totalmente de acuerdo
	De acuerdo
<b>Limita medianamente</b>	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
<b>No limita</b>	En desacuerdo
	Totalmente en desacuerdo



**Tabla 3*****Resultados de las barreras externas al desarrollo exportador de Cajamarca***

<b>CUADRO GENERAL</b>	<b>NO LIMITAN</b>	<b>LIMITAN MEDIANAMENTE</b>	<b>LIMITAN EN GRAN MEDIDA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>DIMENSIÓN BARRERAS PROCEDIMENTALES</b>	11%	32%	57%	100%
<b>DIMENSIÓN BARRERAS GUBERNAMENTALES</b>	13%	27%	60%	100%
<b>DIMENSIÓN BARRERAS DE TAREA</b>	19%	32%	50%	100%
<b>DIMENSIÓN BARRERAS AMBIENTALES</b>	19%	29%	52%	100%
<b>PROMEDIO</b>	<b>15%</b>	<b>30%</b>	<b>55%</b>	<b>100%</b>

La tabla 3 muestra que el 55% de los encuestados considera que la barreras externas limitan en gran medida el desarrollo exportador del distrito de Cajamarca, mientras que el 30% de los egresados perciben que las barreras externas al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca limitan medianamente y tan solo el 15% de los egresados perciben que estas barreras externas no limitan al desarrollo exportador. Además, de las 4 dimensiones estudiadas se puede observar que; la dimensión barreras gubernamentales es percibida como una limitación en gran medida por el 60% de los encuestados, las barreras procedimentales son percibidas como una limitación en gran medida por el 57%, además las barreras ambientales son percibidas como una limitación en gran medida por el 52% de los encuestados y finalmente, el 50% de los encuestados considera que las barreras de tarea limitan en gran medida el desarrollo exportador del distrito de Cajamarca.

#### 4.2.1. Percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión barreras procedimental

Para medir las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de administración y negocios internacionales en la dimensión barreras procedimentales, se formularon 3 preguntas de acuerdo a los indicadores de esta dimensión, con el propósito de cumplir el primer objetivo de identificar las barreras procedimentales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.

**Tabla 4**

*Resumen de resultados dimensión barrera procedimentales*

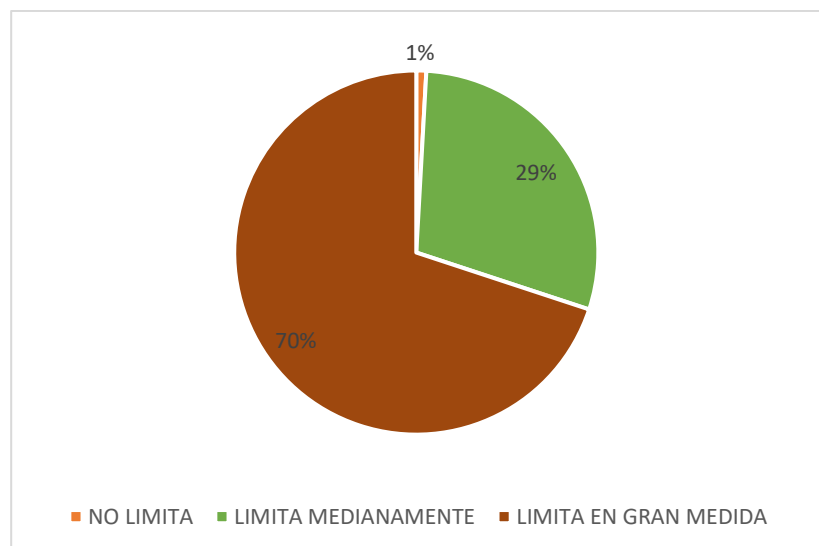
<b>DIMENSIÓN BARRERAS PROCEDIMENTALES</b>	<b>NO LIMITA</b>	<b>LIMITAN MEDIANAMENTE</b>	<b>LIMITAN EN GRAN MEDIDA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación</b>	1%	29%	70%	100%
<b>Problemas de comunicación con clientes extranjeros</b>	9%	33%	58%	100%
<b>Lentitud de cobro de pago del exterior</b>	22%	35%	42%	100%
<b>PROMEDIO</b>	11%	32%	57%	100%

Como se puede apreciar en la tabla 4 los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que las barreras externas al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca en la dimensión barrera procedimentales

limita en gran medida con un porcentaje del 57%, mientras que el 32% de los egresados perciben que limitan medianamente y por último, el 11% de los egresados perciben que este tipo de barreras no limita el desarrollo exportador del distrito de Cajamarca. De los tres indicadores que conforman la dimensión, el desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación limita en gran medida con un porcentaje del 70%, mientras que el indicador problemas de comunicación con clientes extranjeros es percibido como una barrera que limita en gran medida por el 58% de los egresados.

#### **4.2.1.1. Desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación**

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:

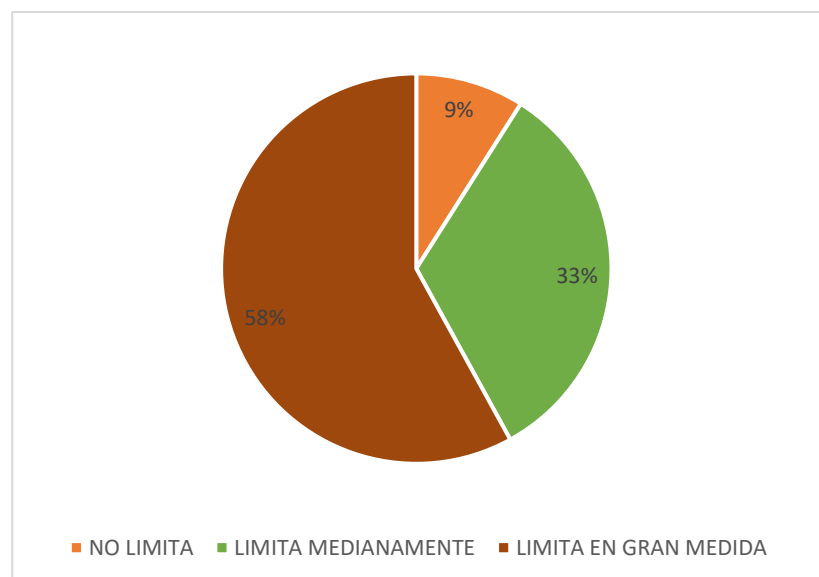


*Figura 1: Desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación*

En cuanto al desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que esta limita en gran medida con un porcentaje del 70%, pues mencionan que no hay asesoramiento o centros donde se brinde la información correspondiente de exportación, mientras que el 29% de los egresados perciben que limita medianamente y el 1% perciben que este indicador no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

#### 4.2.1.2. Problemas de comunicación con clientes extranjeros

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



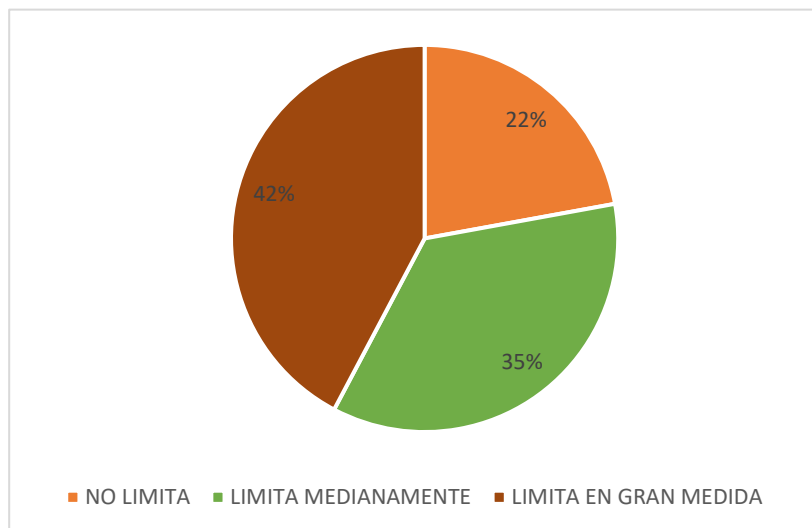
*Figura 2: Problemas de comunicación con clientes extranjeros.*

En cuanto a los problemas de comunicación con clientes extranjeros, los egresados de la carrera profesional de

administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 58%, considerando que las barreras idiomáticas son importantes porque se comunica lo que se quiere hacer y decir, no en todos los países se habla el mismo idioma; por ejemplo se tiene al mercado europeo donde hay personas que hablan Alemán, Francés e Inglés, además hay pocas personas capaces de comunicarse con fluidez. Por otra parte, el 33% de los egresados perciben que este indicador limita medianamente y tan solo el 9% perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

#### 4.2.1.3. Lentitud de cobro de pago del exterior

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



*Figura 3: Lentitud en el cobro de pagos del exterior*

En cuanto a la lentitud en el cobro de pagos del exterior, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 42%, ya que por lo general los pagos se realizan contra entrega de las mercancías, mientras que el 35% de los egresados perciben que este indicador limita medianamente y el 22% de los egresados perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

#### **4.2.2. Percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión barreras gubernamentales**

Para medir la percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión gubernamentales se presentaron 2 indicadores, con el propósito de cumplir el segundo objetivo de identificar las barreras gubernamentales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.

**Tabla 5**

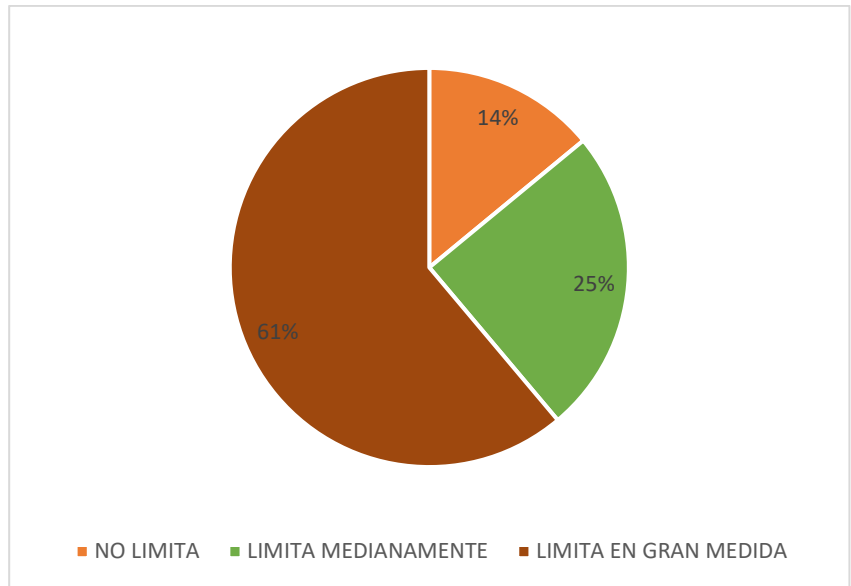
#### ***Resumen de resultados dimensión barreras gubernamentales***

<b>DIMENSIÓN BARRERAS GUBERNAMENTALES</b>	<b>NO LIMITA</b>	<b>LIMITAN MEDIANAMENTE</b>	<b>LIMITAN EN GRAN MEDIDA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar</b>	14%	25%	61%	100%
<b>Reglas y regulaciones desfavorables del gobierno</b>	12%	29%	58%	100%
<b>PROMEDIO</b>	13%	27%	60%	100%

Como se puede apreciar en la tabla 5 los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que las barreras externas al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca, en la dimensión barreras gubernamentales limita en gran medida con un porcentaje del 60%, mientras que el 27% de los egresados perciben que limita medianamente y por último, el 13% de los egresados perciben que no limita al desarrollo exportador. De los dos indicadores que conforman la dimensión, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU percibieron que la falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar y reglas y regulaciones desfavorables del gobierno, ambos limitan en gran medida con un porcentaje del 61% y 58% respectivamente.

#### **4.2.2.1. Falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar**

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



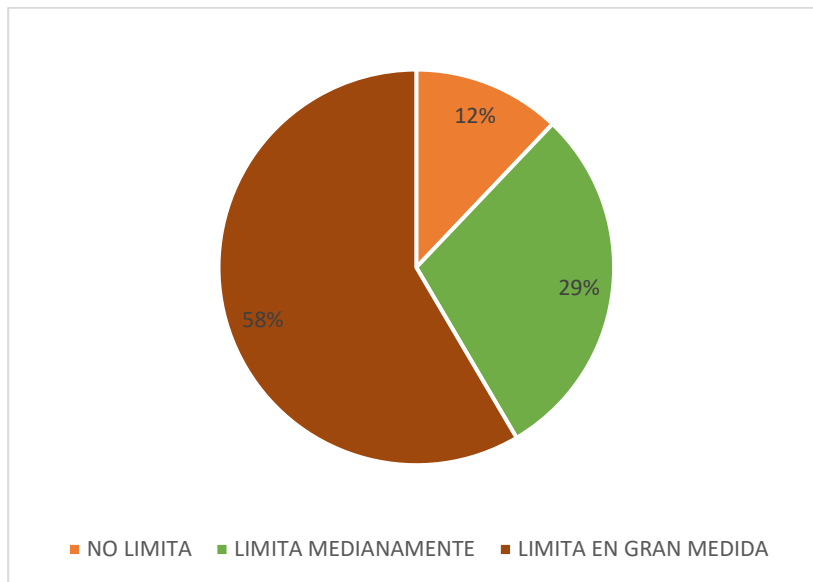
**Figura 4: Falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar**

En cuanto a la falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 61% ya que el apoyo que se ofrece es casi nulo; no existe acceso a información detallada de mercados, no existe apoyo para participar en ferias y crear contactos, conocer e interactuar con personas del mismo rubro, no se cuenta con información sobre costos, no existen programas de apoyo para la búsqueda de clientes y no hay asesorías para realizar una exportación exitosa, mientras que el 25% de los egresados perciben que limita medianamente y el 14% de los egresados perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.



#### 4.2.2.2. Reglas y regulaciones desfavorables del gobierno

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



**Figura 5: Reglas y regulaciones desfavorables del gobierno**

En cuanto a reglas y regulaciones desfavorables del gobierno, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 58%, mientras que el 29% de los egresados perciben que limita medianamente y el 12% perciben que este indicador no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca. Las mercancías restringidas y prohibidas son medidas para proteger la salud y la vida de las personas, cuidar el medio ambiente además de preservar el patrimonio histórico y cultural de la nación.

### 4.2.3. Percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión barreras de tarea

Para medir la percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión barreras de tarea se formularon 2 preguntas de acuerdo a los indicadores de esta dimensión, con el propósito de cumplir el tercer objetivo de identificar las barreras de tareas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.

**Tabla 6**

*Resumen de resultados dimensión barreras de tarea*

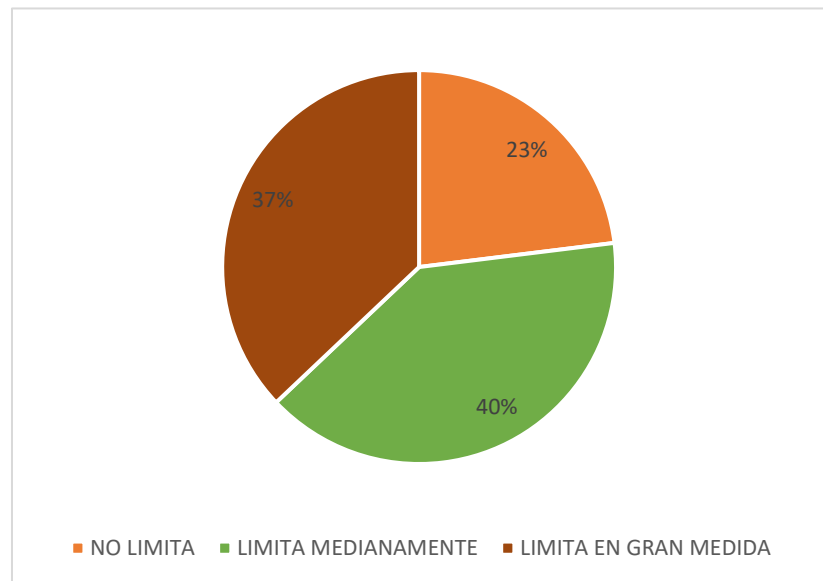
<b>DIMENSIÓN BARRERAS DE TAREA</b>	<b>NO LIMITA</b>	<b>LIMITAN MEDIANAMENTE</b>	<b>LIMITAN EN GRAN MEDIDA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Diferentes hábitos / actitudes de los clientes extranjeros</b>	23%	40%	37%	100%
<b>Fuerte competencia en los mercados extranjeros</b>	14%	24%	62%	100%
<b>PROMEDIO</b>	19%	32%	50%	100%

Como se puede apreciar en la tabla 6 los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que las barreras externas al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca, en la dimensión barreras de tareas limita en gran medida con un porcentaje del 50%, mientras que el 32% de los egresados perciben que limita medianamente y por último, el 19% de los egresados perciben que no limita al desarrollo

exportador. De los dos indicadores que conforman la dimensión, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU percibieron que el indicador fuerte competencia en los mercados extranjeros limita en gran medida con un porcentaje del 62%, mientras que el indicador diferentes hábitos / actitudes de los clientes extranjeros limita medianamente con un porcentaje del 40%.

#### 4.2.3.1. Diferentes hábitos / actitudes de los clientes extranjeros

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



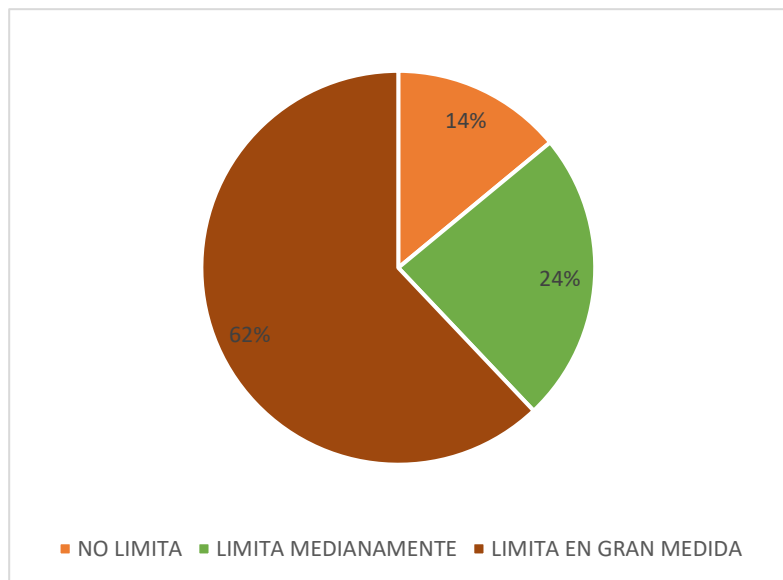
*Figura 6: Diferentes hábitos / actitudes de los clientes extranjeros*

En cuanto a diferentes hábitos / actitudes de los clientes extranjeros, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del

37%, mientras que el 40% de los egresados perciben que limita medianamente; durante la entrevista los encuestados manifestaron que clientes de Europa se diferencian de los clientes mexicanos por ser más exigentes (calidad, tiempos de entrega y educación); por lo cual lo más recomendable es realizar exportaciones al mercado vecino con el cual se tiene mayor similitud, por otro lado el 23% de los egresados perciben que este indicador no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

#### 4.2.3.2. Fuerte competencia en los mercados extranjeros

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



*Figura 7: Fuerte competencia en los mercados extranjeros*

En cuanto a la fuerte competencia en los mercados extranjeros, los egresados de la carrera profesional de

administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 62% pues en el mercado internacional existe gran número de empresas que ofrecen los mismos productos de mayor calidad e incluso a un menor precio, considerando también parte de la fuerte competencia el que algunas empresas cuenten con personal que domina varios idiomas y tienen mayores capacidades de negociación; mientras que el 24% de los egresados perciben que este indicador limita medianamente y tan solo el 14% perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

#### **4.2.4. Percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión barreras ambientales**

Para medir la percepción de las barreras al desarrollo exportador en la dimensión ambientales se formularon 8 preguntas de acuerdo a los indicadores de esta dimensión, con el propósito de cumplir el cuarto objetivo de identificar las barreras ambientales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.

**Tabla 7*****Resumen de resultados dimensión ambientales***

<b>DIMENSIÓN BARRERAS PROCEDIMENTALES</b>	<b>NO LIMITA</b>	<b>LIMITAN MEDIANAMENTE</b>	<b>LIMITAN EN GRAN MEDIDA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Condiciones económicas pobres o en deterioro en el extranjero</b>	30%	36%	34%	100%
<b>Riesgo de tipo de cambio</b>	9%	16%	75%	100%
<b>Inestabilidad política en los mercados exteriores</b>	16%	35%	49%	100%
<b>Estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros</b>	18%	22%	60%	100%
<b>Altas barreras comerciales</b>	18%	26%	57%	100%
<b>Desconocimiento de prácticas comerciales en mercados extranjeros</b>	19%	27%	53%	100%
<b>Diferentes rasgos socioculturales</b>	18%	35%	48%	100%
<b>Diferencias de lenguaje verbal no verbal</b>	24%	33%	43%	100%
<b>PROMEDIO</b>	19%	29%	52%	100%

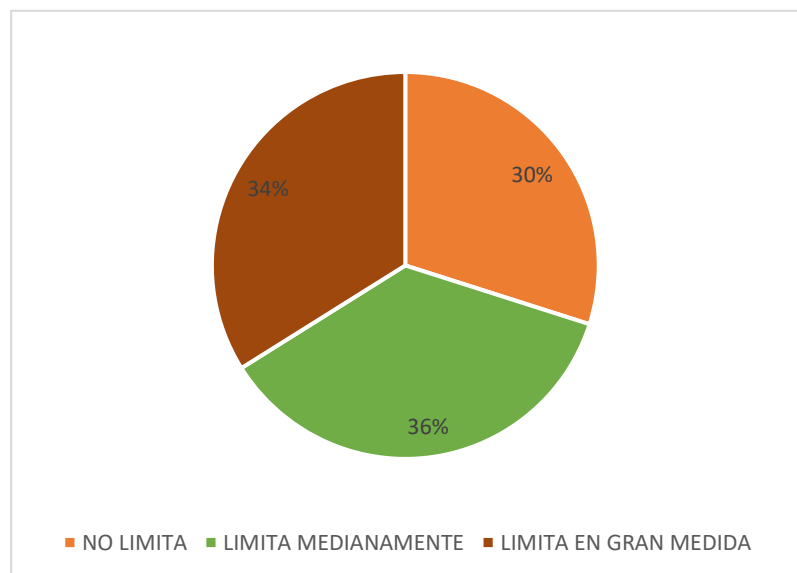
Como se puede apreciar en la tabla 7 los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que las barreras externas al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca en la dimensión barrera ambientales limitan en gran medida con un porcentaje del 52%, mientras que el 29% de los egresados perciben que limita medianamente y por último, el 19% de los egresados perciben que este tipo de barreras no limita al desarrollo exportador.

De los ocho indicadores que conforman la dimensión, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU percibieron que el indicador riesgo de

tipo de cambio limita en gran medida con un porcentaje del 75%, seguido de estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros que limitan en gran medida con un porcentaje del 60% y por último se tiene a las altas barreras comerciales que limita en gran medida con un porcentaje del 57%.

#### 4.2.4.1. Condiciones económicas pobres o en deterioro en el extranjero

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



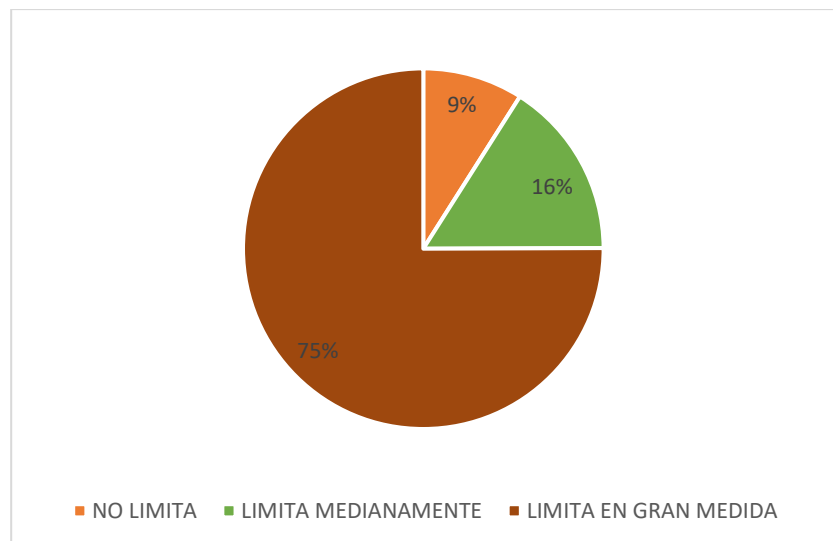
*Figura 8: Condiciones económicas pobres o en deterioro en el extranjero*

En cuanto a condiciones económicas pobres o en deterioro en el extranjero, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 34%, mientras que el 36% de los egresados perciben que

limita medianamente y el 30% de los egresados perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca. Algunos de los mercados extranjeros pueden ser poco o nada llamativos para exportar, esto debido a los problemas económicos que presentan y el declive del poder adquisitivo, tal es el caso de Venezuela y Argentina donde la tasa de inflación y los niveles de desempleo son altos.

#### 4.2.4.2. Riesgo de tipo de cambio

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



**Figura 9: Riesgo de tipo de cambio**

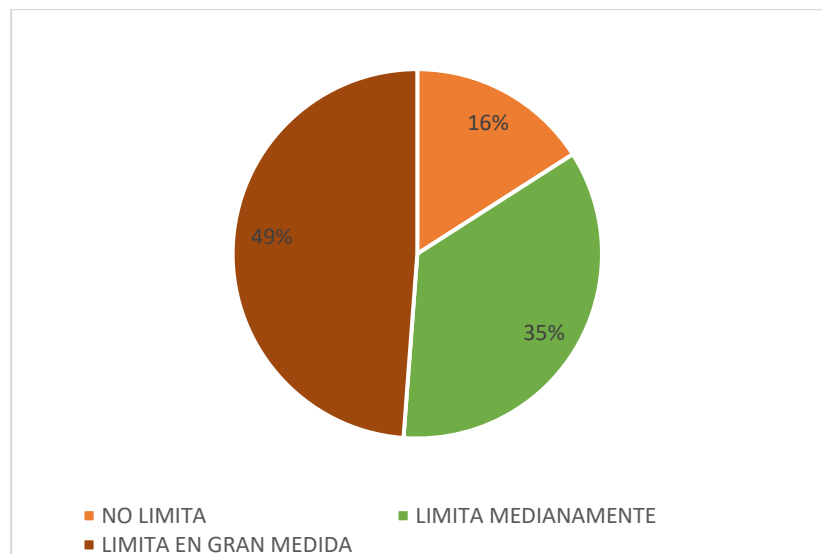
En cuanto al riesgo de tipo de cambio, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 75%; esto debido a que la tendencia a la baja del tipo de cambio provocaría menores



ingresos para los exportadores, mientras que el 16% de los egresados perciben que limita medianamente y el 9% perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

#### 4.2.4.3. Inestabilidad política en los mercados exteriores

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



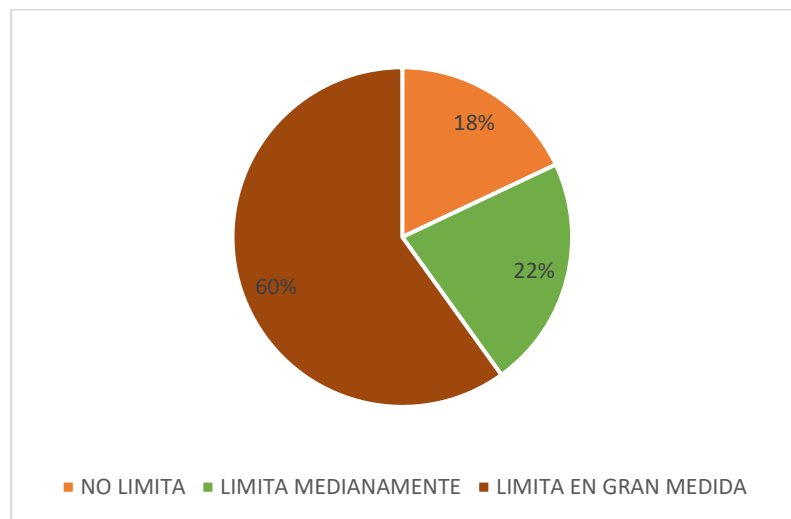
*Figura 10: Inestabilidad política en los mercados exteriores*

En cuanto a la inestabilidad política en los mercados exteriores, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 49%, mientras que el 35% de los egresados perciben que limita medianamente y el 16% perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca. Los encuestados manifestaron que algunos mercados

extranjeros pasan por una inestabilidad política, esta inestabilidad puede conllevar a poner en grave peligro las operaciones del exportador en el mercado en el cual se encuentra ya sea: confiscación de bienes, cierre o suspensión de actividades o en el peor de los casos de repatriación de ganancias.

#### 4.2.4.4. Estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



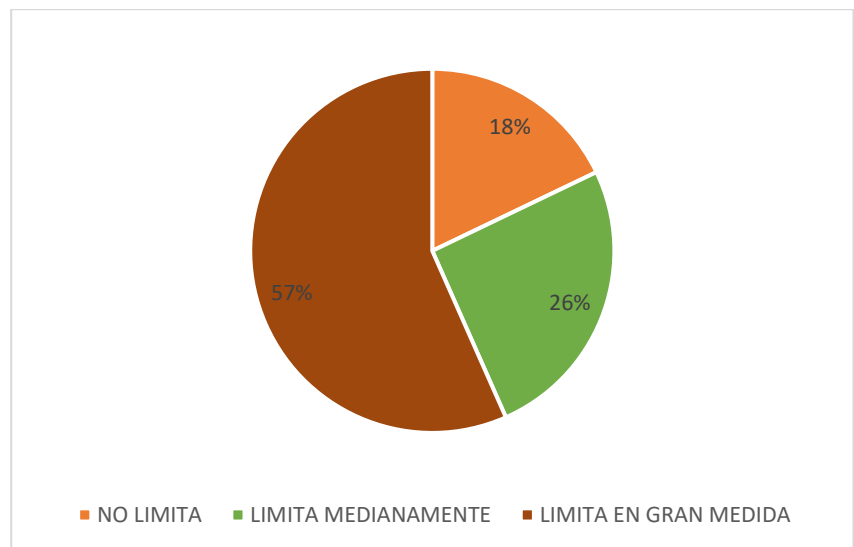
*Figura 11: Estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros*

En cuanto a estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 60% ya que en los países extranjeros las exigencias de los gobiernos en cuanto a la calidad son rigurosas; además que tienen muchos programas de protección a la industria local

y por ende generan trabas a las importaciones; mientras que el 22% de los egresados perciben que este indicador limita medianamente y el 18% perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

#### 4.2.4.5. Altas barreras comerciales

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:

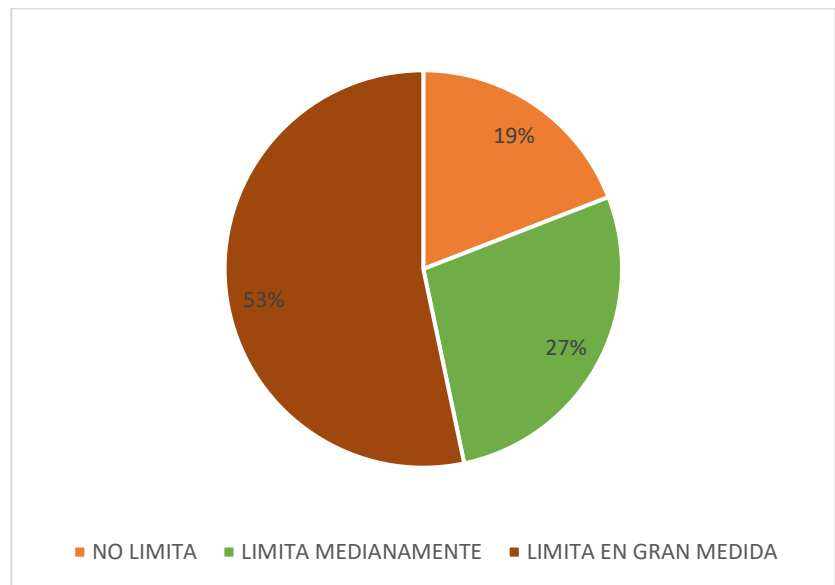


**Figura 12: Altas barreras comerciales**

En cuanto a las altas barreras comerciales, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 57%, mientras que el 26% de los egresados perciben que limita medianamente y el 18% perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

#### 4.2.4.6. Desconocimiento de prácticas comerciales en mercados extranjeros

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



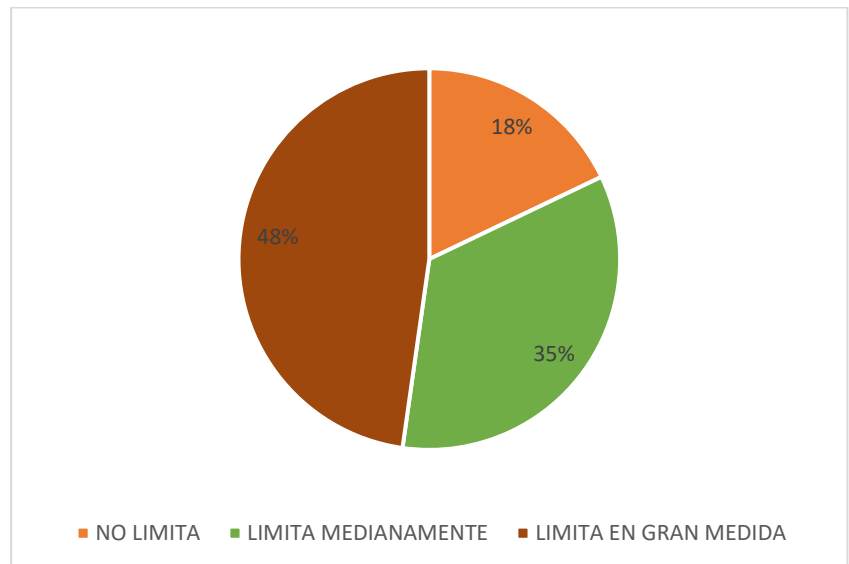
*Figura 13: Desconocimiento de prácticas comerciales en mercados extranjeros*

En cuanto al desconocimiento de prácticas comerciales en mercados extranjeros, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita en gran medida con un porcentaje del 53%, durante la entrevista los encuestados manifestaron que esto se debe a que los países tienen su forma de negociar; por ejemplo los americanos son más convincentes con lo que quieren, los europeos debido a la diversidad cultural es difícil establecer un estilo, sin embargo todos sobresalen por la puntualidad y la relación

profesional que es distante, los japoneses le dan importancia al status del negociador, esto quiere decir tamaño y prestigio de la empresa, mientras que el 27% de los egresados perciben que limita medianamente y el 19% perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

#### 4.2.4.7. Diferentes rasgos socioculturales

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



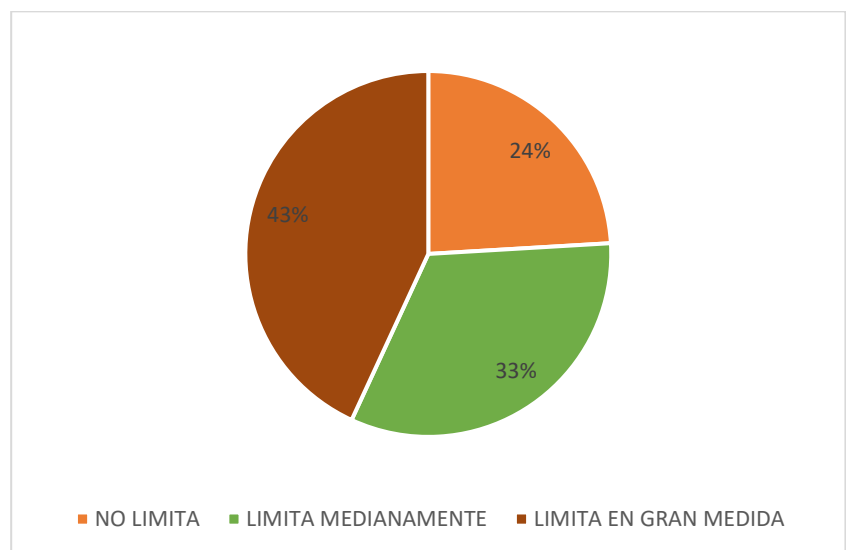
*Figura 14: Diferentes rasgos socioculturales*

En cuanto a diferentes rasgos socioculturales, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que esta barrera limita en gran medida con un porcentaje del 48%, los encuestados mencionan que el Perú está acostumbrado a realizar negocios con EE.UU. pues se está más

familiarizado con este mercado a diferencia de otros; esta incertidumbre a incursionarse en otros países ocasiona temores y oculta las oportunidades de negocio, mientras que el 35% de los egresados perciben que este indicador limita medianamente, ya que mercados como Europa son complejos, heterogéneos y exigentes pero que a la larga les genera experiencia y fortalece sus habilidades y tan solo el 18% perciben que este indicador no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca.

#### 4.2.4.8. Diferencias de lenguaje verbal y no verbal

A continuación, se muestra el resultado y análisis respecto al enunciado formulado para el presente indicador:



*Figura 15: Diferencias de lenguaje verbal y no verbal*

En cuanto a diferencias de lenguaje verbal y no verbal, los egresados de la carrera profesional de administración y negocios internacionales de la UPAGU perciben que limita

en gran medida con un porcentaje del 43%, mientras que el 33% de los egresados perciben que limita medianamente y el 24% perciben que no limita al desarrollo exportador en el distrito de Cajamarca. Es necesario tener en cuenta la expresión corporal durante los negocios ya que varía en cada país al momento de una negociación.

**CAPÍTULO V:**  
**DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**



## 5.1. Discusión

Los resultados de esta investigación indican que las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020 son: barreras procedimentales que limitan en gran medida con un 57%, y barreras gubernamentales que limita en gran medida con un 60%. Por su parte, Pinot (2017) en su investigación comprobó respecto a las barreras procedimentales, que las dificultades de acceso al mercado europeo son consideradas barreras por el 58% de los empresarios encuestados, además en referencia a las barreras gubernamentales se determinó que el marco normativo es considerado una dificultad más al momento de explorar el mercado europeo por su vínculo con la calidad y la innovación de los productos.

Al analizar las barreras procedimentales al desarrollo exportador se determinó que las barreras percibidas por los egresados son: desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación que limitan en gran medida con un porcentaje del 70%, seguido de problemas de comunicación con clientes extranjeros que limitan en gran medida con un porcentaje del 58% y por último se tiene a lentitud de cobro de pago del exterior que limita en gran medida con un porcentaje del 42%. Harcar y Karakaya (2017), en su investigación “Barreras a la exportación para empresas de países en desarrollo”, determinaron que entre las barreras procedimentales se tiene a la burocracia. Además, Suárez (2003), afirma que cualquier empresa interesada en exportar se enfrenta a una serie de barreras de procedimientos, las cuales

pueden ser divididas en controlables y no controlables como por ejemplo las barreras no arancelarias.

Respecto a las barreras gubernamentales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, se identificaron: falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar que limitan en gran medida con un porcentaje del 61% y reglas y regulaciones desfavorables del gobierno que limitan en gran medida con un porcentaje del 58%. Harcar y Karakaya (2017) en su investigación, determinó que la inadecuada información del mercado exterior es una de las barreras más importantes percibidas por las empresas no exportadoras, seguido de la inadecuada información de demanda en los mercados exteriores; coincidiendo con el indicador falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar.

Así mismo, se determinó que las barreras de tarea al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca son: diferentes hábitos/actitudes de los clientes extranjeros que limitan medianamente con un porcentaje del 40% y la fuerte competencia en los mercados extranjeros que limita en gran medida con un porcentaje del 62%, este último indicador se relaciona con lo encontrado por Harcar y Karakaya (2017) quienes determinaron que como barreras de tarea para las empresas de países en desarrollo se tiene a la competencia existente en los mercados internacionales y la falta acceso a canales de distribución.

Finalmente, en cuanto a las barreras ambientales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales, estas son: el riesgo de tipo de cambio que limitan en gran medida con un porcentaje del 75%, seguido de estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros que limitan en gran medida con un porcentaje del 60% y por último se tiene a las altas barreras comerciales que limita en gran medida con un porcentaje del 57%, estos resultados se relacionan con Sevillano (2017), quien en su investigación “Barreras a las exportaciones de pimiento fresco al mercado estadounidense desde la Asociación Agrícola Compositan Alto, Trujillo 2017”, determinó que las barreras ambientales hacen referencia a los requisitos fitosanitarios y barreras arancelarias. Además identificaron como barrera a las normas de origen, tal es el caso del Reglamento exigido por el Departamento de Agricultura de los EE.UU – COOL (Etiquetado del país de origen), también consideraron otra barrera a los tipos de envases y embalaje que exige EE.UU.

## **5.2. Conclusiones**

Las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020 son: barreras procedimentales que limitan en gran medida con un porcentaje del 57%, barreras gubernamentales que limita en gran medida con un porcentaje del 60%, barreras de tarea que limita en gran medida con un porcentaje del 50% y barreras ambientales que limitan en gran medida con un porcentaje del 52%.

Las barreras procedimentales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017-2020, son: desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación que limitan en gran medida con un porcentaje del 70%, seguido de problemas de comunicación con clientes extranjeros que limitan en gran medida con un porcentaje del 58% y por último se tiene a lentitud de cobro de pago del exterior que limita en gran medida con un porcentaje del 42%.

Las barreras gubernamentales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017-2020, son: falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar que limitan en gran medida con un porcentaje del 61% y reglas y regulaciones desfavorables del gobierno que limitan en gran medida con un porcentaje del 58%.

Las barreras de tarea al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017-2020, son: diferentes hábitos / actitudes de los clientes extranjeros que limitan medianamente con un porcentaje del 40% y la fuerte competencia en los mercados extranjeros que limita en gran medida con un porcentaje del 62%.

Las barreras ambientales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017-2020, son: el riesgo de tipo de cambio que limitan en gran medida con un porcentaje del

75%, seguido de estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros que limitan en gran medida con un porcentaje del 60% y por último se tiene a las altas barreras comerciales que limita en gran medida con un porcentaje del 57%.

### **5.3. Recomendaciones**

Se sugiere a los egresados ayudar a generar una visión proactiva frente a estas barreras en los empresarios del distrito de Cajamarca.

En cuanto a las barreras procedimentales se recomienda a entidades públicas como la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y gremios empresariales como la Cámara de Comercio de Cajamarca, ADEX, Siicex y Sierra Exportadora que propongan cursos sobre procedimientos de exportación y formas y medios de pago internacional.

Se sugiere a las empresas de participar en el Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI), el cual tiene como fin de seguir apoyando y fortaleciendo las exportaciones de las empresas peruanas.

Se sugiere a los empresarios que estén interesados en exportar, investigar a los clientes extranjeros a los que se venderá el bien o servicio, ya que los clientes no son idénticos en todo el mundo. Investigar las costumbres, gustos y preferencias, pues no será igual exportar a Europa que exportar a EE.UU. Europea es más exigente y tiene una cultura pluricultural a diferencia de EE.UU.

En cuanto a las barreras ambientales se sugiere a las empresas que se tienen que adaptar a los cambios y estar preparados ante cualquier situación; ya que

la frecuencia, la importancia o la intensidad de esta barrera puede variar según el contexto en el que se encuentra el exportador.

Por otro lado, se sugiere a las entidades de fomento de la exportación tener en cuenta casos de éxito de otros países.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Ágreda, C., & Gónzales, D. (2020). *Identificación de barreras internas y externas en la exportación de Pisco al mercado de Estados Unidos en el año 2019*. Lima-Perú.
- Asturias. (s.f). *Teorías de la Ventaja Absoluta y la Ventaja Comparativa*. Bogotá-Colombia: Asturias Corporación Universitaria.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). *Estimaciones de las tendencias comerciales América Latina y el Caribe*.
- Barboza, L. (2007). *Investigación Básica, Aplicada y Evaluativa: Cuestiones de Campo e Implicancias para Uruguay*. Uruguay.
- Cardozo, E., Velásquez, Y., & Rodriguez, C. (2012). *Revisión de la definición de PYME en América Latina*. Panamá.
- Cateora, P., Gilly, M., & Graham, J. (2009). *Marketing internacional*. Monterrey-México: The McGraw - Hill - Companies, Inc.
- Crovetto, N., & Zeolla, N. (2018). *La crítica a la teoría clásica de las ventajas comparativas y los orígenes del pensamiento propio. Un análisis de las raíces del estructuralismo latinoamericano*. Buenos Aires-Argentina.
- Cvetkovic, A., Maguiña, J., Soto, A., Valdivia, J., & Correa, L. (2021). Estudios Transversales. *Facultad de Medicina Humana URP*.
- Cypher, J., & Dietz, J. (1998). Ventaja comparativa estática y dinámica: análisis multi-periodo con deterioro de los términos del intercambio. *Oikos N 19*.
- Diario Exterior.com. (s.f.). *www.eldiarioexterior.com*. Obtenido de [https://www.eldiarioexterior.com/imagenes%5Cfotosdeldia%5CQu%C3%A9\\_es\\_el\\_libre\\_comercio.pdf](https://www.eldiarioexterior.com/imagenes%5Cfotosdeldia%5CQu%C3%A9_es_el_libre_comercio.pdf)
- Díaz de Rada, J. (2001). Técnicas e instrumentos de investigación. En M. Ruiz, *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en México*. México.
- Economipedia. (5 de Febrero de 2017). *Economipedia: Haciendo fácil la economía*. Obtenido de Haciendo fácil la economía: <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>
- Economipedia. (3 de Marzo de 2017). *Economipedia: Haciendo fácil la economía*. Obtenido de Haciendo fácil la economía: <https://economipedia.com/definiciones/libre-comercio.html>

- Ekon Cloud ERP. (2021). *Internacionalización de empresas: qué es, ventajas y fases del proceso*. Obtenido de <https://www.ekon.es/que-es-la-internacionalizacion-de-empresas-y-como-llevarla-a-cabo/>
- Fatemeh, K., & Mokshapathy. (2012). *Key Reasons Influencing Export Performance in Small and Medium sized Enterprises: Case Study of Iran*. International Journal of Research in management.
- Fitipaldo, J., & Jorge, C. (2016). La Encuesta Como Técnica De Investigación, Validez y Confiabilidad . *UDE* , 30-35.
- FRANCIS. (2019). *EXPORT DEVELOPMENT: PROCESS AND POTENTIAL - A STUDY WITH SPECIAL REFERENCE TO THE MARINE PRODUCTS INDUSTRY IN INDIA*. KOCHI: SCHOOL OF MANAGEMENTSTUDIES.
- Fundación Wolters Kluwe. (2018). *Guías Jurídicas*. Obtenido de [https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAEAMtMSbF1jTAAASmJYxMDtbLUouLM\\_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAV42XmTUAAA=WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAEAMtMSbF1jTAAASmJYxMDtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAV42XmTUAAA=WKE)
- Galindo, M., & Ríos , V. (2015). *Exportaciones* . México.
- Galindo, M., & Ríos, V. (2015). *Exportaciones*. D.F-México.
- García, B. (2010). *Visión hacia la cultura de exportaciones de los empresarios de las Pymes del Estado de Hidalgo y su impacto en el desarrollo regional*. Hidalgo-México.
- Gobierno Regional de Cajamarca. (26 de Junio de 2019). *drt@d@regioncajamarca.gob.pe*. Obtenido de *drt@d@regioncajamarca.gob.pe*: <https://www.regioncajamarca.gob.pe/portal/noticias/det/124>
- GOLTSI, E. (2012). *"THE EXPORT BARRIERS THAT HINDER THE EXPORT PERFORMANCE OF GREEK FIRMS NOWADAYS"*. GREEK: INTERNATIONAL HELLENIC UNIVERSITY.
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Nelly, C. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción. *RECIMUNDO*, 163-173.
- Harcar, P., & Karakaya, F. (2017). *Barreras a la exportación para empresas de países en desarrollo*. Estambul.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. D.F-México: [www.elosopanda.com](http://www.elosopanda.com).



- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1997). Planteamiento del problema: objetivos, preguntas de investigación y justificación de estudio. En G. Hill, *Metodología de la Investigación* (págs. 27-128). México.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura . (2018). El Mercado y La Comercialización. En M. Blanco, & F. D. Ganduglia, *Gestión Empresarial Táctica y Operativa* (págs. 11-112). San Jose -Costa Rica.
- Langwerden, E. (2017). *Brazil's internationalization of SMEs: Trade barriers and notes on how to overcome them - a commented literature review*. Lisboa: Nova School of Business & Economics.
- Lengerke, A., & Najera, V. (2009). *¿Qué factores limitan las exportaciones de las Pymes?* Cartagena.
- Leonidou, L. (2004). An Analysis of the Barriers that Hinder the Development of Small Business Exports. *ER Small Business Management Magazine*, 279-302.
- López, P. (2017). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO . *PUNTO CERO* , 69-74.
- Malca, O., & Rubio, J. (2015). *Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas del Perú*. Lima-Perú.
- Marcela, D., Hurtado, A., & Castillo, M. (s.f). *influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales*. Bogotá-Colombia.
- Martínez, C. (2004). *Proceso del desarrollo exportador de las PYMES industriales españolas que particioan en un consorcio de exportacion: Estudio de caso*. Barranquilla-Colombia: Pensamiento y Gestión.
- Martinez, P. (2009). *Proceso del desarrollo exportador de la PYME colombiana*. Viscaya-España: Cuadernos de Gestión.
- Mayorga, D., & Araujo, P. (1992). *Introducción a los negocios internacionales*. Lima.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Reporte regional de comercio*. Lima.
- Montes De Oca, J. (14 de Mayo de 2015). *Economipedia: Haciendo fácil la economía*. Obtenido de Haciendo fácil la economía: <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Muguira, Andrés. (Diciembre de 2020). *Scielo*. Obtenido de <https://www.google.com/amp/s/www.questionpro.com/blog/es/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra/>
- Muntané, J. (2010). *Introducción a la Investigación Básica*. Córdoba.

Narayadan, V. (2015). *Export Barriers for Small and Medium-sized Enterprises: A Literature Review based on Leonidou's Model*. Entrepreneurial Business and Economics Review.

Organización Mundial del Comercio. (2020). *Examen estadístico del comercio mundial 2020*. Suiza.

Osorio, D. (2018). *Impacto del comercio internacional en el crecimiento económico de México durante el TLCAN (1994-2014)*. Tijuana-México.

Palmieri, F. (2019). *Repensando las teorías del comercio internacional*. Buenos Aires-Argentina.

Pinot, F. (2017). *La Internacionalización de las Pymes Latinoamericanas y su Proyección en Europa*. Hamburgo.

PROMPERÚ. (2019). *Informe mensual de exportaciones Diciembre 2019*. Lima-Perú.

Quiroa, M. (6 de Agosto de 2019). *Economipedia: Haciendo fácil la economía*. Obtenido de Haciendo fácil la economía: <https://economipedia.com/definiciones/internacionalizacion.html>

Real Academia Española. (02 de Agosto de 2021). *Asociación de academias de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/comercio>

Riedel, J. (2013). *An Empirical Analysis of Comparative Advantage Dynamics*. Vietnam.

Ruiz, A. (2018). *Percepción de barreras a la exportación de los empresarios del sector manufactura, rubro fabricación de prendas de vestir del distrito de Cajamarca, año 2018*. Cajamarca-Perú.

Schoen, M. (2009). *Challenges New Zealand Companies Face when Entering the Brazilian Market*. New Zealand: School of Business.

Sevillano, D. (2017). *Barreras a las exportaciones de pimiento fresco al mercado estadounidense desde la Asociación Agrícola Compositan Alto, Trujillo 2017*. Trujillo-Perú.

Suárez, S. (2003). *Export Barriers: Insights from Small and Medium-sized Firms*. Gran Canaria-España: International Small Business Journal.SUNAT. (10 de Setiembre de 2016). *1997-2016 SUNAT*. Obtenido de

<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

Teoman. (5 de Setiembre de 2018). Obtenido de <https://definicionde.org/percepcion/>

Upagu. (1 de Noviembre de 2021). *Acerca de nosotros*. Obtenido de <https://upagu.edu.pe/es/acerca-de/historia/>

Valencia, G. (2011). *Teoría económica y formación del Estado Nación: Mercantilistas y Liberalistas*. Medellín-Colombia.

Vásquez, W. (2020). *Metodología de la Investigación*. Lima-Perú: Estudios Generales.

Vigaray, J. (2012). El mercado, la demanda y el comportamiento del consumidor. En *Fundamentos de marketing* (págs. 1-46). España.

Westreicher, G. (27 de Junio de 2015). *Economipedia: Haciendo Fácil la economía*. Obtenido de Haciendo Fácil la economía: <https://economipedia.com/definiciones/pyme.html>

Westreicher, G. (16 de Abril de 2020). *Economipedia: Haciendo fácil la economía*. Obtenido de Haciendo fácil la economía: <https://economipedia.com/definiciones/barrera-comercial.html>

Yeganeh, H., & Masoome, S. (2011). *A Typology of the Perceived External Barriers Hindering Export of Agricultural Products in Iran*. *Journal of Comparative International Management*.

## ANEXOS

### ANEXO 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Tabla 8

*Operacionalización de la variable*

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	INSTRUMENTO
BARRERAS EXTERNAS	Las barreras externas se refieren a obstáculos procedimentales, gubernamentales del país anfitrión y aspectos ambientales que pueden impedir el desarrollo exportador de las pequeñas y medianas empresas (Burman y Stjernström,2017)	La variable barrera externas se mide a través de las siguientes dimensiones: Procedimentales, Gubernamentales, Tarea y Ambientales.	BARRERAS PROCEDIMENTALES	Desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación	1	Cuestionario de encuesta
				Problemas de comunicación con clientes extranjeros	2	
				Lentitud de cobro de pago del exterior	3	
			BARRERAS GUBERNAMENTALES	Falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar	4	
				Reglas y regulaciones desfavorables del gobierno	5	
			BARRERAS DE TAREA	Diferentes hábitos / actitudes de los clientes extranjeros	6	
				Fuerte competencia en los mercados extranjeros	7	
			BARRERAS AMBIENTALES	Condiciones económicas pobres o en deterioro en el extranjero	8	
				Riesgo de tipo de cambio	9	
				Inestabilidad política en los mercados exteriores	10	
				Estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros	11	
				Altas barreras comerciales	12	
				Desconocimiento de prácticas comerciales en mercados extranjeros	13	
				Diferentes rasgos socioculturales	14	
				Diferencias de lenguaje verbal no verbal	15	

## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 9

*Matriz de consistencia*

TÍTULO: BARRERAS EXTERNAS AL DESARROLLO EXPORTADOR PERCIBIDAS POR LOS EGRESADOS DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO CAJAMARCA, PERIODO 2017- 2020.					
PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
¿Cuáles son las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, Periodo 2017- 2020?	<p><b>Objetivo general</b> Determinar las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, Periodo 2017- 2020.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Identificar las barreras procedimentales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, Periodo 2017- 2020.</p>	Barreras externas al desarrollo exportador	Barreras Procedimentales	Desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación Problemas de comunicación con cliente extranjeros Lentitud en el cobro de pagos del exterior	Cuestionario de encuesta
	Identificar las barreras gubernamentales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, Periodo 2017- 2020.		Barreras Gubernamentales	Falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar Reglas y regulaciones desfavorables del gobierno	
	Identificar las barreras gubernamentales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, Periodo 2017- 2020.		Barreras de Tarea	Diferentes hábitos / actitudes de los clientes extranjeros. Fuerte competencia en los mercados extranjeros	
	Identificar las barreras de tareas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, Periodo 2017- 2020.		Barreras Ambientales	Condiciones económicas pobres o en deterioro en el extranjero. Riesgos del tipo de cambio Inestabilidad política en los mercados exteriores. Estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros. Altas barreras comerciales Desconocimiento de prácticas comerciales en mercados extranjeros Diferentes rasgos socioculturales Diferencias de lenguaje verbal / no verbal.	
Identificar las barreras ambientales al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, Periodo 2017- 2020.					

## ANEXO 3: CUESTIONARIO



**Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo**  
**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas**  
**Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales**

**Cuestionario: BARRERAS EXTERNAS AL DESARROLLO EXPORTADOR PERCIBIDAS POR LOS EGRESADOS DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO CAJAMARCA, PERIODO 2017-2020.**

**Objetivo:** Determinar las barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017- 2020.

**Edad:** \_\_\_\_\_ años

**Género:** Femenino

Masculino

**INSTRUCCIONES:** Por favor lea determinadamente las siguientes barreras al desarrollo exportador del distrito de Cajamarca y califíquelas, siendo 1 (no limita) y 5 (limita en gran medida), marcando una X, según corresponda:

1 y 2	3	4 y 5
NO LIMITA	LIMITA MEDIANAMENTE	LIMITA EN GRAN MEDIDA

BARRERAS AL DESARROLLO EXPORTADOR		1	2	3	4	5
<b>Procedimental</b>						
1	Desconocimiento de procedimientos de exportación y documentación					
2	Problemas de comunicación con clientes extranjeros					
3	Lentitud en el cobro de pagos del exterior					
<b>Gubernamental</b>						
4	Falta de asistencia e incentivos del gobierno para exportar					
5	Reglas y regulaciones desfavorables del gobierno					
<b>Tarea</b>						
6	Diferentes hábitos / actitudes de los clientes extranjeros					
7	Fuerte competencia en los mercados extranjeros					
<b>Ambiental</b>						
8	Condiciones económicas pobres o en deterioro en el extranjero					
9	Riesgo de tipo de cambio					
10	Inestabilidades políticas en los mercados exteriores					
11	Estrictas reglas y regulaciones de países extranjeros					
12	Altas barreras comerciales en los países extranjeros					
13	Desconocimiento de prácticas comerciales en mercados extranjeros					
14	Diferentes rasgos socioculturales					
15	Diferencias de lenguaje verbal / no verbal					

## ANEXO 4: FORMATO VALIDACION DE ENCUESTA

### FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

**Informe:** Juicio de experto para medir la variable: Barreras externas al desarrollo exportador.

**TÍTULO:** Barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017-2020.

**1.1. AUTORES DEL INSTRUMENTO:** Bach. Pando Villar Yazmin Morelia.  
Bach. Yopla Tucto Celmira Margot.

#### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 – 20				REGULAR 21 – 40				BUENA 41 – 60				MUY BUENA 61 – 80				EXCELENTE 81 – 100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado															x					
2. Objetividad	Esta expresado en directivas observables																		x		
3. Actualidad	Adecuado al avance de la administración															x					
4. Organización	Contiene una estructura lógica																		x		
5. Suficiencia	Comprende los elementos en cantidad y calidad															x					
6. Intencionalidad	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados															x					
7. Consistencia	Utiliza suficientes referentes bibliográficos																		x		
8. Coherencia	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores																		x		
9. Metodología	Cumple con los lineamientos metodológicos															x					
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional para la ciencia																		x		

II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: Viable. Se sugiere su aplicación

III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN: 85

Lugar y Fecha: Cajamarca, 17 de septiembre de 2021

Firma del experto:

Apellidos y Nombres: VICTOR MANUEL VALDIVIEZO SIR

DNI: 45677874

### FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

**Informe:** Juicio de experto para medir la variable: Barreras externas al desarrollo exportador.


**TÍTULO:** Barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017-2020.

**1.1. AUTORES DEL INSTRUMENTO:** Bach. Pando Villar Yazmin Morelia.  
Bach. Yopla Tucto Celmira Margot.

#### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 – 20				REGULAR 21 – 40				BUENA 41 – 60				MUY BUENA 61 – 80				EXCELENTE 81 – 100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado																	X			
2. Objetividad	Esta expresado en directivas observables																	X			
3. Actualidad	Adecuado al avance de la administración																	X			
4. Organización	Contiene una estructura lógica																		X		
5. Suficiencia	Comprende los elementos en cantidad y calidad																	X			
6. Intencionalidad	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados																		X		
7. Consistencia	Utiliza suficientes referentes bibliográficos																		X		
8. Coherencia	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores																		X		
9. Metodología	Cumple con los lineamientos metodológicos																	X			
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional para la ciencia																		X		

II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: Viable  
III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN: 90%  
Lugar y Fecha: Cajamarca, 17 de septiembre de 2021

Firma del experto   
Apellidos y Nombres: SORIANO TORRES PAULO E.  
DNI: 43959124



### FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

**Informe:** Juicio de experto para medir la variable: Barreras externas al desarrollo exportador.

**TÍTULO:** Barreras externas al desarrollo exportador percibidas por los egresados de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Cajamarca, periodo 2017-2020.

**1.1.AUTORES DEL INSTRUMENTO:** Bach. Pando Villar Yazmin Morelia.  
Bach. Yopla Tucto Celmira Margot.

#### ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 – 20				REGULAR 21 – 40				BUENA 41 – 60				MUY BUENA 61 – 80				EXCELENTE 81 – 100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
<b>1. Claridad</b>	Esta formulado con lenguaje apropiado																x				
<b>2.Objetividad</b>	Esta expresado en directivas observables																		x		
<b>3.Actualidad</b>	Adecuado al avance de la administración																x				
<b>4.Organización</b>	Contiene una estructura lógica																		x		
<b>5.Suficiencia</b>	Comprende los elementos en cantidad y calidad																x				
<b>6.Intencionalidad</b>	Adecuado para cumplir con los objetivos trazados																x				
<b>7.Consistencia</b>	Utiliza suficientes referentes bibliográficos																		x		
<b>8.Coherencia</b>	Entre Hipótesis dimensiones e indicadores																		x		
<b>9.Metodología</b>	Cumple con los lineamientos metodológicos																x				
<b>10.Pertinencia</b>	Es asertivo y funcional para la ciencia																		x		

II. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: Viable. Se sugiere su aplicación

III. PROMEDIO DE LA VALIDACIÓN: 82

Lugar y Fecha: Cajamarca, 17 de septiembre de 2021

Firma del experto:

Apellidos y Nombres: Karen Tatiana Dávila García

DNI: 47577081

