

12.9%

Fecha: 2024-01-24 18:49 UTC

Todas las fuentes 39 Fuentes de internet 39

- [0] [www.clubensayos.com/Negocios/Definición-de-Mercado-de-Exportación/388301.html](http://www.clubensayos.com/Negocios/Definición-de-Mercado-de-Exportación/388301.html)  
3.6% 17 resultados
- [1] [comercioexterior.la/volumen-de-produccion/](http://comercioexterior.la/volumen-de-produccion/)  
3.1% 7 resultados
- [2] [repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/787/2. Tesis factores limitantes para la exportación Colpa Porcón.pdf?sequence=1](http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/787/2.Tesis%20factores%20limitantes%20para%20la%20exportaci%C3%B3n%20Colpa%20Porc%C3%B3n.pdf?sequence=1)  
1.2% 5 resultados
- [3] [repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1730/Tesis Covid19 y Exp Tradicionales .pdf?sequence=1](http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1730/Tesis%20Covid19%20y%20Exp%20Tradicionales%20.pdf?sequence=1)  
0.7% 2 resultados
- [4] [www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable](http://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable)  
1.3% 7 resultados
- [5] [idoc.pub/documents/estados-financieros-de-una-empresa-industrial-qvndg0kv65nx](http://idoc.pub/documents/estados-financieros-de-una-empresa-industrial-qvndg0kv65nx)  
1.0% 3 resultados
- [6] [repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/86/TESIS N° 01.pdf?sequence=1](http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/86/TESIS%20N%C2%BA%2001.pdf?sequence=1)  
0.1% 3 resultados
- [7] [es.slideshare.net/BenjaRosen/plan-de-negocio-exportador-ppt](http://es.slideshare.net/BenjaRosen/plan-de-negocio-exportador-ppt)  
0.8% 6 resultados
- [8] [www.questionpro.com/es/survey-templates/corporate-marketing-evaluation](http://www.questionpro.com/es/survey-templates/corporate-marketing-evaluation)  
0.6% 3 resultados
- [9] [laceci.org/LACCEI2023-BuenosAires/papers/Contribution\\_1035\\_a.pdf](http://laceci.org/LACCEI2023-BuenosAires/papers/Contribution_1035_a.pdf)  
0.3% 3 resultados
- [10] [library.co/articulo/técnica-de-recolección-de-datos-marco-metodológico.yj78ne2y](http://library.co/articulo/técnica-de-recolección-de-datos-marco-metodológico.yj78ne2y)  
0.0% 3 resultados
- [11] [library.co/articulo/encuesta-técnicas-de-obtención-de-información.qmjnx89q](http://library.co/articulo/encuesta-técnicas-de-obtención-de-información.qmjnx89q)  
0.0% 3 resultados
- [12] [repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/15302?show=full](http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/15302?show=full)  
0.3% 3 resultados
- [13] [dehesa.unex.es/bitstream/10662/6183/1/TFGUEX\\_2017\\_Gallardo\\_Reyes.pdf](http://dehesa.unex.es/bitstream/10662/6183/1/TFGUEX_2017_Gallardo_Reyes.pdf)  
0.1% 3 resultados
- [14] [renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2808714](http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2808714)  
0.3% 3 resultados
- [15] [repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/787?show=full](http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/787?show=full)  
0.3% 3 resultados
- [16] [alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UPAG\\_69547632bc754d41a95cb51c755bd766/Details](http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UPAG_69547632bc754d41a95cb51c755bd766/Details)  
0.3% 3 resultados
- [17] [www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/anrep\\_s/world\\_trade\\_report11\\_s.pdf](http://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/world_trade_report11_s.pdf)  
0.3% 3 resultados
- [18] [www.questionpro.com/es/analisis-de-datos.html](http://www.questionpro.com/es/analisis-de-datos.html)  
0.3% 3 resultados
- [19] [repositorio.unjfc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6505/TESIS PRETELL HUERTA CRISTIAN JOVANNI\\_compressed.pdf?sequence=1](http://repositorio.unjfc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6505/TESIS%20PRETELL%20HUERTA%20CRISTIAN%20JOVANNI_compressed.pdf?sequence=1)  
0.1% 3 resultados
- [20] [alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNMS\\_74a15556b0f0feb8ac26007ab2b679cc/Details](http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNMS_74a15556b0f0feb8ac26007ab2b679cc/Details)  
0.3% 3 resultados
- [21] [estudiando.com/costos-de-produccion-formula-y-ejemplos-que-es-el-costo-de-produccion/](http://estudiando.com/costos-de-produccion-formula-y-ejemplos-que-es-el-costo-de-produccion/)  
0.2% 3 resultados
- [22] [definicion.de/exportacion/](http://definicion.de/exportacion/)  
0.2% 3 resultados
- [23] [repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/2853/TUNA\\_FINAL.pdf?sequence=1](http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/2853/TUNA_FINAL.pdf?sequence=1)  
0.0% 3 resultados
- [24] [www.bing.com/ck/a?!&&p=990ec45cca6a553dJmldHM9MTcwNjA1NDQwMCZpZ3VpZD0xZGY2NjA0Yy0xYjU1LTZjNTAtMmRhMi03NDVjMWE3ZjZkY2YmaW5zaWQ9NTE3OQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&...](http://www.bing.com/ck/a?!&&p=990ec45cca6a553dJmldHM9MTcwNjA1NDQwMCZpZ3VpZD0xZGY2NjA0Yy0xYjU1LTZjNTAtMmRhMi03NDVjMWE3ZjZkY2YmaW5zaWQ9NTE3OQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&...)  
0.3% 3 resultados
- [25] [www.bing.com/ck/a?!&&p=8ed611ecc4e47c76JmldHM9MTcwNjA1NDQwMCZpZ3VpZD0xZGY2NjA0Yy0xYjU1LTZjNTAtMmRhMi03NDVjMWE3ZjZkY2YmaW5zaWQ9NTE3Nw&ptn=3&ver=2&hsh=3&...](http://www.bing.com/ck/a?!&&p=8ed611ecc4e47c76JmldHM9MTcwNjA1NDQwMCZpZ3VpZD0xZGY2NjA0Yy0xYjU1LTZjNTAtMmRhMi03NDVjMWE3ZjZkY2YmaW5zaWQ9NTE3Nw&ptn=3&ver=2&hsh=3&...)  
0.2% 3 resultados
- [26] [lpderecho.pe/descarga-el-protocolo-desarrollo-de-textos-juridicos-del-poder-judicial/](http://lpderecho.pe/descarga-el-protocolo-desarrollo-de-textos-juridicos-del-poder-judicial/)  
0.2% 3 resultados
- [27] [repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/131482/Palacios\\_PBJ-Quevedo\\_AJL-SD.pdf?sequence=1](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/131482/Palacios_PBJ-Quevedo_AJL-SD.pdf?sequence=1)  
0.1% 3 resultados
- [28] [portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento\\_renacyt\\_version\\_final.pdf](http://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf)  
0.2% 3 resultados
- [29] [www.bing.com/ck/a?!&&p=cdaa7ba46aab3dfJmldHM9MTcwNjA1NDQwMCZpZ3VpZD0xZGY2NjA0Yy0xYjU1LTZjNTAtMmRhMi03NDVjMWE3ZjZkY2YmaW5zaWQ9NTE3Nw&ptn=3&ver=2&hsh=3&...](http://www.bing.com/ck/a?!&&p=cdaa7ba46aab3dfJmldHM9MTcwNjA1NDQwMCZpZ3VpZD0xZGY2NjA0Yy0xYjU1LTZjNTAtMmRhMi03NDVjMWE3ZjZkY2YmaW5zaWQ9NTE3Nw&ptn=3&ver=2&hsh=3&...)  
0.2% 3 resultados
- [30] [www.diariodelexportador.com/2017/08/cual-es-la-mejor-exportacion-indirecta.html](http://www.diariodelexportador.com/2017/08/cual-es-la-mejor-exportacion-indirecta.html)  
0.2% 3 resultados
- [31] [www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/43194/S1701297\\_es.pdf](http://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/43194/S1701297_es.pdf)  
0.1% 3 resultados
- [32] [pe.eldirectorio.co/empresas/lima/agroinversiones-valle-y-pampa-peru-sociedad-anonima/agroinversiones-valle-y-pampa-peru-sociedad-anonima-8013](http://pe.eldirectorio.co/empresas/lima/agroinversiones-valle-y-pampa-peru-sociedad-anonima/agroinversiones-valle-y-pampa-peru-sociedad-anonima-8013)  
0.1% 3 resultados
- [33] [www.bing.com/ck/a?!&&p=a075715bc62f7365JmldHM9MTcwNjA1NDQwMCZpZ3VpZD0xZGY2NjA0Yy0xYjU1LTZjNTAtMmRhMi03NDVjMWE3ZjZkY2YmaW5zaWQ9NTE3Nw&ptn=3&ver=2&hsh=3&...](http://www.bing.com/ck/a?!&&p=a075715bc62f7365JmldHM9MTcwNjA1NDQwMCZpZ3VpZD0xZGY2NjA0Yy0xYjU1LTZjNTAtMmRhMi03NDVjMWE3ZjZkY2YmaW5zaWQ9NTE3Nw&ptn=3&ver=2&hsh=3&...)  
0.1% 3 resultados



[34]  [www.linguee.com/english-spanish/translation/has-been-properly-completed.html](http://www.linguee.com/english-spanish/translation/has-been-properly-completed.html)  
 resultados

[35]  [es.scribd.com/document/427587530/Analisis-e-interpretacion-de-los-Estados-financieros-de-una-empresa-de-pollos](http://es.scribd.com/document/427587530/Analisis-e-interpretacion-de-los-Estados-financieros-de-una-empresa-de-pollos)  
 resultados



[36]  [www.ccupe.com/blog/entrada-mercados-internacionales-exportacion.html](http://www.ccupe.com/blog/entrada-mercados-internacionales-exportacion.html)  
 resultados



[37]  [www.adonsexportar.com/acuerdos-comerciales/](http://www.adonsexportar.com/acuerdos-comerciales/)  
 resultados



[38]  [es.wikipedia.org/wiki/Espacio\\_de\\_Fr chet](http://es.wikipedia.org/wiki/Espacio_de_Fr chet)  
 resultados

47 páginas, 9583 palabras

Nivel del plagio: 12.9% seleccionado / 15.0% en total

92 resultados de 39 fuentes, de ellos 39 fuentes son en línea.

#### Configuración

Directiva de data: *Comparar con fuentes de internet, Comparar con documentos propios*

Sensibilidad: *Media*

Bibliografía: *Considerar Texto*

Detección de citas: *Reducir*

PlagLevelLista blanca: *--*

**Cajamarca – Perú**

**2023**

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE PULPA DE OPUNTIA FICUS-INDICA (TUNA) CONGELADA EN LAS FINCAS DE CUÑACALES LLAUCAN EN EL DISTRITO DE BAMBAMARCA PROVINCIA DE HUALGAYOC, REGIÓN CAJAMARCA 2023”.**

**Bachilleres:**

Bach. Becerra Romero Janet

Bach. Silva Lozano Eistein Samir

**Asesor:**

Dr. Andrés Gil Jáuregui.

**Cajamarca – Perú**

**2023**

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE PULPA DE OPUNTIA FICUS-INDICA (TUNA) CONGELADA EN LAS FINCAS DE CUÑACALES LLAUCAN EN EL DISTRITO DE BAMBAMARCA PROVINCIA DE HUALGAYOC, REGIÓN CAJAMARCA 2023”.**

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

**Bachilleres:**

Bach. Janet Becerra Romero

Bach. Eistein Samir Silva Lozano

**Asesor:**

Dr. Andrés Gil Jáuregui.

**Cajamarca – Perú**

**2023**

**COPYRIGHT @ 2023 by  
BACH Becerra Romero Janet**

**BACH SILVA LOZANO EISTEIN SAMIR**

**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**

**“ANÁLISIS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE PULPA DE OPUNTIA FICUS-INDICA (TUNA)**  
**CONGELADA EN LAS FINCAS DE CUÑACALES LLAUCAN EN EL DISTRITO DE**  
**BAMBAMARCA PROVINCIA DE HUALGAYOC, REGIÓN CAJAMARCA 2023”.**

**Presidente:** Dr. Víctor Montenegro Díaz

**Secretario:** Mg. Luis Felipe Velazco Luisa

**Vocal:** Mg. Anthony Rabanal Soriano

**Asesor:** Mg. Carlos Andrés Gil Jáuregui

## DEDICATORIA

La presente tesis va dedicada en primer lugar a Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso que doy y haberme permitido concluir mi carrera satisfactoriamente.

De igual forma, a mis padres quienes siempre me apoyan y se sacrifican por darme una educación; a mis hermanas quienes me impulsan todos los días con palabras de aliento para seguir adelante y lograr cada propósito en mi vida y a mis sobrinos por su motivación, inspiración y compañía.

**Janet.**

Esta tesis va dedicada a Dios ya que gracias a él pude lograr el  
culmino de mi carrera satisfactoriamente.

De igual manera a mis queridos padres que me criaron y enseñaron mucho de la vida siendo los pilares en toda ocasión, a mi amado hijo el motor y motivo de superación, a mis adorados hermanos “Ceesar, Thania y Liliana” por formarme con valores y ética para ser una persona de bien, a mi querido padre que me dio la vida y me apoyó en momentos de tempestad junto a su esposa y mi hermano Daniel.

***Samir***

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios, por darnos la vida y darnos las fuerzas necesarias para seguir adelante y no rendirnos ante las dificultades.

Gracias a nuestros padres y familiares por apoyarnos en todo momento y por cada palabra de aliento recibida de parte de ellos lo cual nos motivó a seguir cumpliendo cada una de nuestras metas trazadas.

De manera especial a nuestro asesor Dr. Andrés Gil Jáuregui, por habernos guiado y apoyado en la elaboración de esta tesis, por ser un gran profesional que aporta todos sus conocimientos para el aprendizaje de sus alumnos y nos ayuda a cultivar nuestros valores.

Janet. & Samir

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO .....	ii
RESUMEN .....	viii
ABSTRACT .....	ix
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....	10
1.1. <i>Planteamiento del problema</i> .....	10
1.2.1. Problema general .....	12
1.2.2. Problemas específicos .....	12
1.3. <i>Objetivos</i> .....	13
1.3.1. Objetivo General .....	13
1.3.2. Objetivos específicos.....	13
1.4. <i>Justificación de la investigación</i> .....	14
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	16
2.1. <i>Antecedentes de la investigación</i> .....	16
2.1.1. Internacionales .....	16
2.1.2. Nacionales.....	18
2.1.3. Locales .....	20
2.2. <i>Bases teóricas</i> .....	20
2.2.5. Teorías de la oferta exportable .....	25
2.3. <i>Definición de Términos Básicos</i> .....	27

2.4.	<i>Operacional de variables</i> .....	29
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....		31
3.1.	<i>Tipo de investigación</i> .....	31
3.2.	<i>Enfoque de investigación</i> .....	31
3.3.	<i>Diseño de investigación</i> .....	31
3.5.	<i>Unidad de análisis, población y muestra</i> .....	32
3.5.1.	Unidad de análisis .....	32
3.5.2.	Población.....	32
3.5.3.	Muestra.....	32
3.5.4.	Técnica e instrumento de recolección de datos .....	33
3.6.	<i>Procedimiento de recolección de datos</i> .....	35
3.7.	<i>Análisis de datos</i> .....	35
3.8.	<i>Consideraciones éticas</i> .....	36
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....		37
4.1.	<i>Resultados</i> .....	37
4.2.	<i>Discusión</i> .....	43
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		48
5.1.	<i>Conclusiones</i> .....	48
5.2.	<i>Recomendaciones</i> .....	50
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS .....		52
ANEXOS .....		56
<i>ANEXO I: MATRIZ DE CONSISTENCIA</i> .....		56
<i>ANEXO II: PROTOCOLO DE ENCUESTA</i> .....		58
<i>ANEXO II: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO</i> .....		59



## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de variables .....	30
<b>Tabla 2</b> Muestra seleccionada de estudio.....	32
<b>Tabla 3</b> Prueba de validación de cuestionario.....	34
<b>Tabla 4</b> Prueba de confiabilidad de cuestionario .....	34
<b>Tabla 6</b> Procesamiento de casos correctamente completados en la hoja de datos .....	37
<b>Tabla 7</b> Niveles generales de las características de la oferta exportable.....	37
<b>Tabla 8</b> Niveles generales de la dimensión de liderazgo de Costos.....	38
<b>Tabla 9</b> Niveles generales de la dimensión de demanda productiva.....	39
<b>Tabla 10</b> Niveles generales de la dimensión de capacidad productiva .....	40
<b>Tabla 11</b> Niveles generales de la dimensión de enfoque o nicho de mercado.....	40
<b>Tabla 12</b> Niveles generales de la dimensión de diferenciación .....	41

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 3</b>	Niveles generales de las características de la oferta exportable.....	38
<b>Figura 4</b>	Niveles generales de la dimensión de Flujo.....	38
<b>Figura 5</b>	Niveles generales de la dimensión de demanda productiva.....	39
<b>Figura 6</b>	Niveles generales de la dimensión de capacidad productiva .....	40
<b>Figura 7</b>	Niveles generales de la dimensión de enfoque o nicho de mercado.....	41
<b>Figura 8</b>	Niveles generales de la dimensión de Fidelización .....	41
<b>Figura 9</b>	Niveles generales de la dimensión de diferenciación .....	41

## RESUMEN

La presente investigación se planteó como objetivo general identificar las características de la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023. La metodología empleada fue de tipo aplicada, con un diseño no experimental, de nivel descriptivo y una temporalidad transversal. La población fue conformada por 40 trabajadores de quince hectáreas de siembra, para cuya muestra al ser no probabilística censal, tomó a los (M=40) trabajadores. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta. Los resultados sugieren que, la mayoría de los encuestados mencionaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con las características de la oferta exportable en las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada al haber obtenido que el 25.0% (10) de colaboradores manifestaron estar de acuerdo con las características de la oferta exportable de las fincas, el 22.5% (9) totalmente de acuerdo. Se concluyó que, la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada, se viene aplicando eficientemente en la exportación y en sus propias dimensiones de sus características de oferta, trayendo como consecuencia una mayor actividad exportadora de tuna y con ello el desarrollo económico de la localidad de Cuñacales Llaucan.

**Palabras claves:** Exportación, *Opuntia ficus-indica* (tuna), oferta exportable, mercado internacional.

## ABSTRACT

The general objective of this research was to identify the characteristics of the exportable supply of frozen *Opuntia ficus-indica* (prickly pear) pulp in the Cuñacales Llaucan farms in the district of Bambamarca, province of Hualgayoc, Cajamarca 2023 region. The methodology used was type applied, with a non-experimental design, descriptive level and a transversal temporality. The population was made up of 40 workers of fifteen hectares of planting, for whose sample, being non-census probabilistic, the (M=40) workers were taken. The survey technique was used to collect data. The results suggest that the majority of respondents mentioned that they agree and totally agree with the characteristics of the exportable supply in the frozen *Opuntia ficus-indica* (prickly pear) farms, having obtained that 25.0% (10) of The collaborators expressed their agreement with the characteristics. of the farms' exportable supply, 22.5% (9) totally agree. It was concluded that the exportable supply of frozen pulp of *Opuntia ficus-indica* (prickly pear) has been efficiently applied in export and in the dimensions of its supply characteristics, translating into greater export activity of prickly pear and with it the economic development of the town of Cuñacales Llaucan.

**Keywords:** Export, *Opuntia ficus-indica* (tuna), exportable supply, international market.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, el comercio internacional se ha transformado en pieza fundamental para los países, dando origen a crear relaciones políticas, comerciales y culturales. Es por ello que, Mendoza et al. (2014) afirman que, la esencia del comercio internacional recae en el intercambio comercial de productos y servicios, esto debido a que ningún país se puede abastecer por sí mismo y necesita del otro para satisfacer su demanda, dando inicio a la actividad comercial internacional sustentado en las exportaciones e importaciones.

En tal sentido, la oferta exportable de pulpa de opuntia ficus-indica (tuna) congelada es una actividad que se práctica en diversos países como E.U.A., Sudáfrica, Marruecos, Argelia, Libia, Túnez, Egipto, Grecia, Italia y Portugal, entre otros. En la mayoría de estos países, la pulpa de opuntia ficus-indica (tuna) congelada se considera un producto secundario, de nopaleras dedicadas a la producción de forraje y/o a la conservación de suelos, o constituyen plantaciones especializadas en la producción de tuna en pequeñas superficies, de manera que sólo concurren a los mercados nacionales e internacionales con limitada participación (Flores, 2015).

En Latinoamérica, México es el principal productor y exportador del opuntia ficus-indica (tuna) con un (50%) del mercado internacional. A continuación, se ubican Chile (75.6%), Argentina (69.8%), Bolivia (55.7%), Perú (47.2%), Colombia (43.4%). La mayoría de los países basan su producción casi totalmente en una sola variedad; en cambio, México cuenta con una gran riqueza varietal que le permite ofrecer al mercado tunas blancas, amarillas, anaranjadas y rojas, lo que muestra una gran ventaja de México para liderar los mercados internacionales de este producto (Centro de Investigaciones

Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y de la Agricultura Mundial [CIESTAAM], 2019).

En el Perú un sector que está requiriendo una mayor competitividad de las empresas exportadoras en cuanto a la diversificación e innovación de sus productos, es el sector de las frutas que en estos últimos años ha tenido una tendencia significativa, incitado por la alta demanda del consumidor por recurrir a productos que le generen beneficios para la salud. Según Andina (2019), la exportación de frutas para el periodo 2019 sumo un poco más 2,148 millones de dólares y las principales frutas exportadas para ese año fueron las paltas, uvas, arándanos, mango, mandarina y plátano, a su vez, los principales mercados a las cuales se exportó fueron a Estados Unidos, Países Bajos y la Unión Europea. Según se aprecia, en este ranking no se encuentra el producto de la tuna, pese que es catalogada como un producto de gran alternativa para aumentar las agroexportaciones; ya que, según comenta Agraria (2017), afirma que los principales departamentos productores de tuna son Ayacucho, Arequipa, Apurímac, Cusco y Lima, siendo la última el departamento que ha demostrado un crecimiento constante en cuanto a los envíos al exterior. En cuanto a las exportaciones de tuna hacia los mercados internacionales, Siicex (2020), indica que el Perú para el año 2017, logró exportar tuna por un valor total de 384,785 dólares y los principales países al cual se exportó dicha fruta fueron: Estados Unidos, Aruba, República Checa y Francia.

En el contexto local, según el reporte regional de comercio de Cajamarca emitido por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2018) informó que, el 67.4% de ventas de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) a generado un alza del 3.2% de crecimiento económico, gracias a la implementación de medios de promoción y marketing digitales. Asimismo, Díaz y López (2017) menciona que las empresas de la región de Lima

se le hace difícil competir en el mercado ya que la estacionalidad de la tuna es relativamente corta y se debe aprovechar al máximo su producción de lo contrario afectaría en los niveles de exportación y por otro lado están los altos costos de transporte ya que la tuna al ser una fruta perecedera el único medio en la que se exporta es por vía aérea.

Según se aprecia, el mundo de la exportación o comercio internacional es dinámico y cambiante, nunca definitiva. En tal sentido, la realidad a la que se exponen las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca, debe estar en contante actualización de sus medios de exportación, pues de ello depende ser herramientas de ventas efectivos para ingresar a mercados internacionales. Es por ello que, por el crecimiento de la oferta de opuntia o tuna congelada hacia el mercado de Estados Unidos como principal pedido, este estudio pretende analizar las características de la capacidad exportadora de opuntia o tuna desde la región Cajamarca con la finalidad de sumar a los esfuerzos exportadores de las regiones que impulsan su producción con destino al mercado internacional

## **1.2. Formulación del problema**

### ***1.2.1. Problema general***

¿Cuáles son las características de la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023?

### ***1.2.2. Problemas específicos***

- ¿Qué nivel de capacidad productiva favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023?

- ¿Qué nivel de demanda productiva favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023?
- ¿Qué nivel de liderazgo de costos favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023?
- ¿Qué nivel de enfoque o nicho de mercado favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023?
- ¿Qué nivel de diferenciación favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023?

### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1. Objetivo General***

Identificar las características de la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.

#### ***1.3.2. Objetivos específicos***

- Evaluar el nivel de capacidad productiva que favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.
- Evaluar el nivel de demanda productiva que favorece la oferta exportable de pulpa

- de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.
- Evaluar el nivel de liderazgo de costos que favorece la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.
  - Evaluar el nivel de enfoque o nicho de mercado que favorece la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.
  - Evaluar el nivel de diferenciación que favorece la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.

#### **1.4. Justificación de la investigación**

La presente investigación basa su importancia a nivel teórico, en genera un conocimiento nuevo y actualizado, tanto de datos estadísticos, como de evidencia empírica, bases de datos y estudios antecedentes, acerca del estudio de las principales características de la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.

A nivel metodológico, este estudio sirve para promover el interés de otros profesionales, estudiante y comunidad científico en genera nuevas líneas de investigación, adoptado metodologías que puedan explicar algunos de los factores asociados con las características de la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada.

Pudiendo desarrollar nuevas técnicas en la recolección de datos, mejorando la temporalidad de los estudios y finalmente en el desarrollo y la adaptación de cuestionarios al contexto local.

Desde una perspectiva práctico-social, según los resultados descriptivos, esta investigación es justificada debido al crecimiento y expansión de muchas empresas cuyo core business se enfoca en la exportación de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada a fin de mejorar en sus procesos de ventas y generar un mayor índice de utilidades; ya que, dentro de sus aspectos negativos más preocupantes, resalta una competitividad poco destacable y sostenible, pérdida de la imagen y el compromiso organizacional, un mal o retardado servicio y por ende la pérdida de clientes.

Finalmente, desde un enfoque personal, la presente investigación contribuirá a la obtención del grado de licenciatura como administradores; con el cuál, se podrá ejercer la profesión de un modo ético y altamente capacitado, mejorando a futuro la praxis profesional en el campo de la oferta de exportación en el mercado local, contribuyendo al crecimiento del sector empresarial cajamarquino.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Internacionales

Castro (2019) en su tesis titulada “*Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 y la Competitividad en la Comunidad Andina CAN*” en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi- Ecuador, concluye que, el producto estrella que se exporta Ecuador al mercado chileno es el camarón con una exportación total de 45’338,306.33 miles de dólares, seguido por la exportación de flores con 27’529,784.67 miles de dólares, el atún con 17’808,521.66 miles de dólares, el banano con 12’620,847.20 y el palmito con 6’170,737.56 miles de dólares. Según la investigación se tiene que en los años 2013 y 2014 la oferta exportable de Ecuador se encuentra como producto top a las flores por ser el principal productor y exportador en el mundo. Para los años 2015, 2016 y 2017 las exportaciones decrecieron, siendo Colombia quien tuvo un alto porcentajes de exportación del 91.69%. Los productos ecuatorianos que son demandados en el mercado de Chile son: flores, atún, camarón, banano y palmito, este intercambio comercial se basa en el Acuerdo de Complementación Económica (ACE 65), donde el 97% de los intercambios entre los países están con arancel cero.

Betancourt (2019) en su tesis titulada “*Análisis de la Oferta Exportable de los productos derivados de los emprendimientos populares y solidarios del Ecuador hacia los mercados de Bulgaria, Eslovaquia, Hungría, Polonia, República Checa y Rumania en el periodo 2007 – 2014*” Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Llega a las siguientes conclusiones: Los productos elaborados por las organizaciones

estudiadas se agruparon en tres categorías, estos son: alimenticios, artesanales y otros. En el segmento de los productos alimenticios, los más destacados para exportar son: la quinua, la panela granulada, café, cacao, chocolates, miel natural y snacks. La gran variedad de artesanías nacionales, abarca entre ellas la producción en los campos textil, sombreros de paja toquilla, bisutería en plata y tagua, artículos en cuero, figuras en tagua y mazapán; las cuales han sido reconocidas por su creatividad y atractivo. Los problemas que se presentan en las organizaciones es la incapacidad de mayor producción y comercialización por factores como las limitaciones de espacio para sembríos, la falta de interés de los campesinos por asociarse o por cosechar un producto de calidad y la falta de compromiso de los socios de las organizaciones para que su cosecha sea vendida a una sola organización.

Por su parte, Mejía y Paredes (2018) desarrollaron su estudio de enfoque mixto, basándose en un enfoque cuantitativo y cualitativo y un alcance descriptivo, denominado “*Propuesta de Plan Estratégico de exportación de fruta a empresas estadounidenses, 2017*”, cuyo objetivo aludía a crear un plan de marketing digital e identificar su efectividad frente a los procesos de captación de nuevos clientes en el contexto internacional y exportar frutas. Dentro de las técnicas de recojo de datos se utilizó a la encuesta y el cuestionario. Dentro de los principales resultados, se mostró qué. del estudio de campo con el que se desarrolló el plan estratégico de marketing, se plantaron indicadores de gestión para medir la meta propuesta y lograr los objetivos alcanzó un porcentaje del 78.45% de mejoramiento de exportación de frutas. Se concluye que mediante la implementación de estrategias ya mencionadas hará crecer la cuota de clientes, crear experiencias positivas que conlleven a la fidelización y, por ende, al posicionamiento de marca.

### 2.1.2. Nacionales

Espinosa (2021), en su tesis titulada “*Factores determinantes de la oferta exportable de arándano fresco peruano, 2014-2019*” en la Universidad Nacional de Trujillo. Llega a las siguientes conclusiones: Durante el período de estudio de 2014 al 2019 los precios internacionales de los arándanos frescos han disminuido en un 10.4% debido al ingreso de nuevos competidores, además de los precios que se pagan en chacra los cuales también han disminuido. Las regiones que tienen mayor rendimiento en el cultivo de arándanos son Ancash, Ica, La Libertad y Lambayeque siendo la estacionalidad del cultivo entre los meses de julio a marzo, para el año de estudio 2014 a 2019 se ha tenido una tasa de crecimiento promedio anual del 111% respecto al volumen exportado y el 93% en términos del valor FOB. La hipótesis planteada en la presente investigación se acepta parcialmente, porque no se cumple el signo esperado positivo para el caso del precio en chacra, debido a se está expandiendo el mercado nacional de arándanos para el mercado internacional.

Padilla (2018) en su tesis titulada “*Análisis de la Oferta Exportable de Arándanos Frescos con destino a EE.UU. de la empresa Agroinversiones Valle y Pampa S.A. en el año 2017*” en la Universidad Privada del Norte. Llega a las siguientes conclusiones: En lo que respecta al objetivo principal que es el análisis de la oferta exportable, se logró cumplir en mayor medida, ya que la empresa Agroinversiones Valle y Pampa S.A. logró obtener un puntaje de 34/44, con respecto a sus exportaciones de arándanos a EE.UU., esto nos indica que tiene una categoría de muy eficiente, la cual se logra con un manejo de gestión empresarial y una producción para exportación. En los últimos años los fundadores de la empresa han promocionado a sus productos a través de ferias nacionales e internacionales para

hacer más conocido a su producto. Con respecto a la gestión empresarial la empresa logró obtener un puntaje de 8/8 esto nos indica que la empresa está en crecimiento constante por lo que ha obtenido muy buenas ventas en los tres últimos años. Acerca de la gestión de producción ha logrado obtener un puntaje de 12/16, esto se puede evidenciar con las dos certificaciones de calidad que posee, además en el año 2017 el 100% de los envíos de arándanos a EE.UU. lograron ingresar a este país. Acerca de la gestión de exportación el puntaje obtenido no logró ubicarse como eficiente, esto se ha debido a que la empresa anteriormente no contaba con experiencia en las exportaciones de arándanos.

Marín (2019), en su tesis titulada *“Dimensiones del Marketing Digital para incrementar las exportaciones frutas congeladas a Chile, 2018”* en la ciudad de Lima, Perú; establece como principal objetivo: Determinar la influencia de las características de la oferta exportable de frutas congeladas de una empresa MYPE. Mientras que, entresus principales conclusiones, mencionan: Las dimensiones del marketing digital influyen significativamente en el incremento de las exportaciones frutas congeladas de una MYPE al país de Chile; con un nivel de confianza del 95%. El Flujo del Marketing Digital influye significativamente en el incremento de las exportaciones frutas congeladas; con un nivel de confianza es del 95%. Con un porcentaje de 41% Totalmente de acuerdo. La Funcionalidad del Marketing Digital influye significativamente en el incremento de las exportaciones frutas congeladas; con un nivel de confianza es del 95%. Con un porcentaje de 49% Totalmente de acuerdo. El Feedback del Marketing Digital influye significativamente en el incremento de las exportaciones frutas congeladas; con un nivel de confianza es del 95%. Con un porcentaje de 40% de acuerdo.

### **2.1.3. Locales**

Cerna y Quiroz (2018) en su tesis titulada *“Factores limitantes para la Exportación de Artesanía Textil en la Asociación de Artesanos La Collpa – Porcón Cajamarca–2017”* en la Univesidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, llega a las siguientes conclusiones: En la Asociación de Artesanos Collpa Porcón tiene limitaciones en su comunicación externa e interna, lo que genera un aislamiento, incapacidad para lograr sus objetivos, débil gestión, falta de integración de sus asociados y desacuerdos. En lo referente al acceso al sistema financiero el 60% de los asociados no tienen conocimiento sobre el proceso. Los socios de la asociación de artesanos Collpa Porcón no tienen conocimiento sobre estudios de mercado, el marco legal internacional, acuerdos comerciales y barreras de entradas para la exportación de artesanía textil, por lo cual les dificulta la exportación de sus productos más frecuentemente.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Oferta exportable**

La oferta exportable es denominada al producto competitivo que cumple con estándares de calidad y capacidad de abastecimiento continuo en función de los volúmenes requeridos por el importador o comprador en un determinado mercado y en el momento requerido.

De acuerdo al MINAGRI, para que la empresa exportadora pueda cumplir con una oferta exportable es necesario considerar las siguientes capacidades:

- ✓ Disponibilidad de producto: Con base en el producto que desea exportar, la empresa debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado externo.

El volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua. De igual modo, el producto debe cumplir con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo.

- ✓ Capacidad económica y financiera de la empresa: La empresa debe contar con los recursos necesarios para solventar una exportación, igualmente debe estar en condiciones de contar con precios competitivos. Si la empresa no cuenta con posibilidades de solventar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo.
- ✓ Capacidad de gestión: La empresa debe desarrollar una cultura exportadora, con objetivos claros y conocimiento de sus capacidades y debilidades (Myperuglobal, 2020).

### **2.2.2. Clasificación de la oferta exportable**

Los bienes que se exportan se pueden clasificar en:

- ✓ Productos Tradicionales: Es la exportación de productos con muy poco valor agregado que se cotizan en las bolsas mundiales y el mercado internacional. Incluyen, básicamente, productos mineros, metálicos, algunos agrícolas de gran consumo, hidrocarburos y harina de pescado. Son productos que históricamente han constituido la mayor parte del valor de nuestras exportaciones. Generalmente, tienen un valor agregado menor que el de los productos no tradicionales. Están en la lista de exportaciones tradicionales del Decreto Supremo 076-92-EF con excepción del gas natural, que no aparece en la lista, pero se considera producto tradicional.
- ✓ Productos No Tradicionales: Son productos de exportación que tienen cierto grado de transformación o mayor valor agregado. Se agrupan en

agropecuarios, textiles, pesqueros, maderas y papeles, químicos, metalmecánicos, siderometalúrgicos y joyería, minería no metálica y otros. Son todos los productos no incluidos en la lista de exportaciones tradicionales del Decreto Supremo 076-92-EF (Manualdecomercioexterior, 2018).

### **2.2.3. Capacidad de oferta**

La oferta puede ser definida como la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado, en un determinado lapso tiempo y espacio, en un particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades. (Concepto.de, 2021)

“La producción es la actividad que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios transformando insumos en productos terminados, al mismo tiempo, la creación de valor” (Economipedia, 2021).

El volumen de producción se basa en el grado de uso que tiene la capacidad de producción. Sin embargo, también se toman en cuenta los volúmenes y ritmo de crecimiento de la actividad generadora de bienes y servicios.

Hablar de capacidad de producción es un elemento importante para toda empresa, se trata del volumen de producción recibido, almacenado o producido sobre una unidad de tiempo. Teniendo en cuenta, además, que este elemento determina el factor tiempo, unidades, recursos para la fabricación y demanda del mercado. Para que tengas control de la capacidad de producción y evites fallas y pérdidas, necesitas medir factores como:

- Cantidad, tiempo y costo, que te permitan la satisfacción de la demanda actual.
- Procurar aumentar la economía de escala y evitar la deseconomía, que están

reflejadas en el costo unitario.

- Los volúmenes de producción o nivel de producción están directamente asociados a la capacidad que tienes como empresa para producir.

Los tipos de capacidad de producción que existen son:

**A) Capacidad de diseño**

Corresponde a la capacidad máxima de producción que puedes alcanzar en condiciones ideales, planeadas teóricamente.

**B) Capacidad efectiva**

Debes considerar que la mayoría de las empresas no operan a su máxima capacidad. Por lo que, la capacidad efectiva es la producción que puedes alcanzar en condiciones reales de funcionamiento.

**C) Capacidad real**

Esta capacidad puedes medirla de acuerdo a la producción real conseguida en un período determinado.

Debes conjugar la capacidad de diseño y la efectiva, que te permita calcular la utilización y la eficiencia de tu producción.

Las decisiones de inversión o desinversión influirán en tu volumen de producción, así como los incrementos y disminuciones de la capacidad productiva.

Finalmente, es necesario que evalúes la demanda, inventarios, gastos de mantenimiento, maquinaria, errores en el personal y tiempos perdidos; para evitar pérdidas posteriores (ComercioExterior.la, 2021).

**2.2.4. Mercado de exportación**

**a. Definición:**

Es cuando la empresa decide que un producto y/o servicio debe ser enviado a otra parte del mundo con fines comerciales. Este envío puede ser vía aérea, terrestre o marítimo. También se puede tratar de un envío de un servicio que no implica algo físico. En este caso se puede realizar a través de internet y se lo envía de forma digital (documentos de texto, imágenes, etc.) (ClubEnsayos, 2012).

Las exportaciones se refieren al tráfico legítimo de productos o servicios. Por ello las condiciones para realizar esta actividad de exportación están regidas por las legislaciones del país emisor (exportador) y el país receptor (importador).

**b. Fases de Mercado de Exportación**

El acceso a mercados externos no es una tarea fácil. La exportación es el resultado de un proceso de investigación, formación, planificación e inversión. El proceso de exportación involucra varias etapas como son la decisión de la empresa de exportar, la identificación del potencial mercado, el contacto con potenciales clientes o compradores, luego de contactar al comprador que ha mostrado interés en el producto se inicia el proceso de cotización y venta del producto. Las fases identificadas para exportar son:

**c. Decisión de la empresa de exportar:**

Se trata de una decisión estratégica de exportar que no es sólo como consecuencia de la visión de los empresarios, sino que es una decisión organizacional que involucra el compromiso de los sectores relacionados con la producción y comercialización del producto. Luego de tomar la decisión de vender a mercados externos, la empresa debe realizar una evaluación del o los productos a exportar, teniendo en cuenta los mercados que presentan las mejores condiciones para la

comercialización de los mismos.

### **2.2.5. Teorías de la oferta exportable**

La oferta exportable surge de diferentes aportes que involucran la planificación, proceso y ejecución estrategias hacia el fortalecimiento de marca organizacional. En tal sentido, es importante ahondar en algunos conocimientos teóricos en los que se solidificarán los esfuerzos de distintas áreas. Así pues, Cervera (2018) hace referencia a las siguientes teorías:

#### **- Teoría de los seis grados de separación**

Esta teoría surge desde un modelo conectivista, en ella, autores como Karinthy (1990) se propone que cualquier persona, nunca está aislada de la interacción de intercambio comercial con su entorno, sino más bien siempre está conectado mediante seis puntos de interacción con las organizaciones, los medios verbales, escritos, comportamentales, relacionales, burocráticos y digitales. Es decir, el autor expone cada persona que demanda de un proceso de negociación tiene seis factores de utilidad conectiva con su contraparte, en la mayoría de los casos las empresas Cervera (2018).

#### **- Teoría del Long Tail**

Popularizada a partir de la década de los 2000, la teoría hace alusión a que una mayor inversión en los costes de adquisición de herramientas virtuales, a larga menor será el proceso de sostenibilidad; ya que muchas herramientas tienden a durar muchos años aun cuando la actualización de sus aplicaciones sea recurrente, esto no supondría un mayor gasto de inversión. Este hecho permite a cualquier empresa o negocio disponer de un gran catálogo de productos distintos para cubrir una extensa gama de gustos, con una muy poca inversión (Anderson, 2004 como se citó en Cervera, 2018).

#### **- Teoría de la desigualdad participativa**

Nielsen (2006) sugiere que, muchas de las herramientas de marketing digital suelen ser poco accesible a cierta población en específico, debido al factor socioeconómico. Es decir; que todo sitio web que precisa de la colaboración de una comunidad para su funcionamiento sufre una desigualdad en dicha participación, por lo que las organizaciones deben plantear estrategias de soporte frente a estas desigualdades como acceso gratuito o ayudar desde la publicidad.

**2.2.6. Selección y estudio de Mercado Externo:** La empresa al tomar la decisión de expandirse a mercado externos se enfrenta a una variada gama de desafíos que van desde identificar y seleccionar los mercados mediante un estudio de sus hábitos, preferencias, tendencias, impuestos y costos internos, nivel de regulación y estándares de calidad requeridos para el ingreso del producto. Es importante tener en cuenta que la selección de un mercado no solamente es tener en cuenta las variables económicas sino también los factores sociales y políticos.

- **Definición estratégica para el Efectivo Accesos al Mercado Seleccionado:**  
Una vez que la empresa ha seleccionado al mercado externo con el cual va a operar se debe identificar el mecanismo idóneo para asegurarse el acceso a dicho mercado. Para este caso existen las modalidades de exportación directa o tradicional, o la realizada con intermediarios que es la exportación indirecta. Otras formas de exportación son mediante la venta de derechos de fabricación, el establecimiento de una asociación con una empresa o inversor en el mercado de destino o el establecimiento de una filial en el mercado de interés.
- **Venta del Producto de Interés:** Para definir el precio de venta del producto se debe tener en cuenta la estrategia de venta del producto y se deben incluir

los costos de producción, comercialización, exportación y los beneficios o utilidades deseados, según los términos de venta pactados. Este precio de venta debe estar en relación con la demanda del mercado y el nivel de competencia del mismo. Al determinar este precio la empresa debe enviar al potencial comprador una oferta de cotización, que en muchas veces es acompañada con muestras del producto, descripción y prestaciones.

### 2.3. Definición de Términos Básicos

- **Acceso a mercados internacionales:** Es una práctica por la cual se otorgan derechos legales vía patentes, marcas o procesos a empresas extranjeras que quieran explotar aquel nicho de mercado. Es la forma más rápida de conseguir presencia al exterior, pero también acostumbra a ser la menos rentable (Okdiario, 2015).
- **Costos de producción:** Es la transformación de la materia prima en productos terminados, por lo cual están relacionados directamente con la materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación (Barrie G.; James J. , 1993).
- **Empresa:** Es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación (Orellana, 2019).
- **Empresa Exportadora:** “Empresa exportadora es aquella que concentra su actividad productiva en el país de origen y que comercializa sus bienes o servicios en al menos un mercado exterior” (Nordhaus, 2000).
- **Inversionistas o accionistas:** Los inversionistas, a pesar de que también pueden ser considerados como otorgantes de crédito, se diferencian de éstos en que las expectativas de

rentabilidad de la inversión se estudian a la luz de futuras oportunidades de generación de utilidades y en las probabilidades de que ocurra un crecimiento de ellas, más o menos sostenido (Gómez y Quevedo, 2015).

- **Mercado:** (Smith, 1776) lo definió como” la mano invisible” de la economía, donde concurren las fuerzas de la mano invisible como son la oferta cuando se refería al emprendedor y demanda cuando se refería a los consumidores, la interacción de la oferta y la demanda se denominó precio. Obviamente se refería a un lugar o espacios físicos porque aún no existían las tecnologías de información y comunicación.
- **Productividad Nacional:** Según (Porter, 1998) “La productividad nacional es el único concepto válido de competitividad a nivel nacional, comprende el desempeño eficiente y creciente de los más importantes sectores productivos de un país, posibilitando la generación de valor agregado y crecimiento real de la economía”
- **Proveedores:** Los proveedores, también requieren conocer la situación financiera de sus clientes, con el fin de interpretar en forma previa la concesión de créditos o facilidades de pagos por las ventas de sus productos (Pastor, 2012).
- **Punto de equilibrio:** Es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde) (Pastor, 2012, pág. 5).
- **Rentabilidad:** El análisis financiero está basado en relaciones, comparaciones de una variable o cuentas con otras, entre sectores financieros y entre empresas de actividades similares, análisis del presente año con años anteriores de tal manera que los índices, parámetros, porcentajes, variaciones y demás elementos resultantes del estudio que tienen sentido relativo.

- **Costos de liderazgo:** La definición de costos hace referencia a la “valoración económica de la totalidad de los recursos sacrificados (o dejados de percibir) para la obtención de un fin productivo” (ContaPyme, 2020, p.1)
- **Publicidad:** Según Rusell (1993), la publicidad “es un método para enviar un mensaje de un patrocinador, a través de un canal de comunicación formal, a una audiencia deseada” (p. 509)
- **Enfoque o nicho de mercados:** “es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas” (Becerra, 2018).

#### **2.4. Operacional de variables**

**V:** Características de la oferta exportable

**Tabla 1**  
*Operacionalización de variables*

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operativa</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Escala</b>
Características de la oferta exportable	La oferta exportable es la cantidad de productos que ofrece una región hacia los mercados internacionales, los cuales tienen que cumplir requisitos de acceso que el mercado de destino solicita, como; calidad, precio, certificaciones, entre otros (Coral et al., 2021).	La oferta exportable es una variable cuya medición de las características que la estructuran se realizan mediante un cuestionario de 10 ítems en escala de tipo Likert	Liderazgo de Costos	Precio de venta	1	Cuestionario en escala tipo Likert	Ordinal
				Costo de producción	2		
				Participación en el Mercado	3		
			Demanda Productiva	Precio de producto	4		
				Volumen de producción	5		
			Capacidad Productiva	Eficiencia	6		
				Valor agregado	7		
			Enfoque o Nicho de Mercado	Fracción del mercado	8		
				Capacidad económica	9		
			Diferenciación	Innovación del producto	10		

*Nota:* Elaboración propia

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. Tipo de investigación**

El presente trabajo se realizó bajo un tipo de investigación aplicada, porque el estudio estuvo dirigido a determinar, a través del conocimiento científico, los medios (metodologías, protocolos y tecnologías) por los cuales se puede cubrir una necesidad específica, en este caso sobre las características de la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada (Muntané, 2010).

### **3.2. Enfoque de investigación**

La investigación tuvo como enfoque el cuantitativo. Al respecto Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), sugieren que este enfoque de investigación a la contrastación de hipótesis o supuestos bajo el análisis numérico y estadístico que respalde los hallazgos, con el cual se pueda refutar hipótesis como verdicas o falsas.

### **3.3. Diseño de investigación**

El diseño empleado fue no experimental; ya que, siguiendo a Kerlinger y Lee (2012) en estos diseños no se precisa de la experimentación ni manipulación premeditada de ninguna variable, solo de la observación de ciertas características específicas.

### **3.4. Nivel de investigación**

Asimismo, según su nivel es descriptivo y de temporalidad transversal; ya que, se pretendió medir los niveles de las características de la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en un solo momento dado (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

### 3.5. Unidad de análisis, población y muestra

#### 3.5.1. Unidad de análisis

La unidad de análisis en la presente investigación fueron los trabajadores de las fincas de Opuntia ficus-indica (tuna) en la provincia de Hualgayoc, región Cajamarca, 2023.

#### 3.5.2. Población

En esta investigación la población estuvo comprendida por 40 trabajadores: Gerente General (1); Administrador (1); Área de comercio (5); Área de contable y legal (4); Área de recursos humanos (5); Área de ventas (Vendedores/as) (11) y Empacadores y delivery's (13) de quince hectáreas de siembra de Opuntia ficus-indica (tuna) de Cuñacales Llaucan en la provincia de Hualgayoc, región Cajamarca, 2023.

#### 3.5.3. Muestra

Respecto a la muestra, se utilizó un tipo de muestro no probabilístico censal o por censo. Siguiendo a Ramírez (1997), este tipo de muestreo toma a toda la población en su conjunto con la finalidad no afectar la representatividad de la muestra por lo que, para este estudio se tomó a los 40 trabajadores de las fincas de Opuntia ficus-indica (tuna) de Cuñacales Llaucan en la provincia de Hualgayoc, región Cajamarca, 2023.

**Tabla 2**

*Muestra seleccionada de estudio*

	Áreas de trabajo	F	%
Fincas de Opuntia ficus-indica (tuna) de Cuñacales Llaucan	Gerente General	1	2.50%
	Administrador	1	2.50%
	Área de comercio	5	12.50%
	Área de contable y legal	4	10.00%
	Área de recursos humanos	5	12.50%
	Área de ventas (Vendedores/as)	11	27.50%
	Empacadores y delivery's	13	32.50%
	TOTAL	40	100.00%

*Nota:* F: Frecuencia - %: Porcentaje

### 3.5.4. *Técnica e instrumento de recolección de datos*

En la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta; ya que según López y Fachelli (2015), la encuesta es “una técnica de recogida de datos através de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (p. 8).

En tal sentido, para medir las características de la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada se utilizó como instrumento un cuestionario (Ver Anexo 1) compuesto por 10 ítems seccionado en 5 dimensiones: Liderazgo de Costos (Ítems = 1,2,3), Demanda Productiva (Ítems = 4,5), Capacidad Productiva (Ítems = 6, 7), Enfoque o Nicho de Mercado (Ítems = 8, 9) y Diferenciación (Ítems = 10). Cuya escala de medición se formuló en tipo Likert que van desde: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni en acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo hasta Totalmente en desacuerdo.

Respecto a sus propiedades psicométricas el cuestionario fue validado por 3 especialistas en el área de administración (Ver Anexo 2), con grados de maestría y una amplia experiencia en el campo laboral y académico.

Es así que, según sus observaciones mediante los criterios de calificación de Relevancia, Coherencia y Claridad. Cuantificándolas en una escala valorativa de:

<i>Nada Claro</i>	<i>Poco Claro</i>	<i>Claro</i>	<i>Totalmente Claro</i>
0	1	2	3

Se procedió al análisis estadístico de validación mediante el coeficiente de cuantificación de relevancia de ítems V de Aiken, encontrando:

**Tabla 3***Prueba de validación de cuestionario*

Variable	V. de Aiken	Decisión Estadística
Características de la oferta exportable	0,91	Válido para su aplicación
Liderazgo de Costos	0,90	Válido para su aplicación
Demanda Productiva	0,74	Válido para su aplicación
Capacidad Productiva	0,82	Válido para su aplicación
Enfoque o Nicho de Mercado	0,94	Válido para su aplicación
Diferenciación	0,72	Válido para su aplicación

*Nota:* Obtenido de la calificación de los criterios de calificación de los jueces expertos en SPSS

En la Tabla 3, se aprecia que según el valor obtenido en coeficiente V de Aiken para la variable de Características de la oferta exportable se tuvo un valor  $0,70 \geq 0,91 \leq 1$ . Mientras que, respecto a sus dimensiones, se encontró valores que permiten afirmar que el cuestionario es válido para su aplicación en la muestra de estudio.

Por otro lado, respecto al análisis de confiabilidad, Para esta investigación, se realizó una prueba piloto en un grupo de 15 encuestados, para ello se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniendo:

**Tabla 4***Prueba de confiabilidad de cuestionario*

	Alpha de Cronbach	N de elementos
Características de la oferta exportable	0.876	16
Liderazgo de Costos	0.910	3
Demanda Productiva	0.890	2
Capacidad Productiva	0.845	2
Enfoque o Nicho de Mercado	0.932	1

*Nota:* Obtenido de la prueba piloto y el análisis estadístico en SPSS

En la Tabla 4, se obtuvo según el análisis de confiabilidad un valor alfa de .876 para la variable de Características de la oferta exportable, en tanto que para sus dimensiones los valores obtenidos permiten deducir que el cuestionario cuenta con adecuados niveles de confiabilidad para su aplicación en la muestra de estudio.

### **3.6. Procedimiento de recolección de datos**

Una vez aprobado el proyecto de tesis, el procedimiento de recolección de datos inicio con la búsqueda bibliográfica que permitan definir la variable para la creación del instrumento de estimación. Luego se continuó con la solicitud de manera formal (por escrito) de los permisos correspondientes al propietario de las quince hectáreas de siembra de *Opuntia ficus-indica* (tuna) que conforman las fincas de Cuñacales Llaucan en la provincia de Hualgayoc, región Cajamarca, para la realización de la investigación.

Una vez brindado los permisos y las facilidades del caso para la investigación, se coordinaron fechas y horas de aplicación, los cuales se obtuvieron de forma virtual mediante la adaptación del cuestionario y el consentimiento informado a un formulario virtual en Google Forms, socializado mediante la red social de WhatsApp (dado la facilidad de y rapidez de uso).

El tiempo de aplicación fue de unos 15 a 20 minutos por encastado, todas sus respuestas fueron registrados de forma automática en una hoja de cálculo en Excel, para su posterior análisis.

### **3.7. Análisis de datos**

El análisis de datos se realizó mediante el uso del programa Microsoft Excel con la finalidad de someter los datos a la realización de operaciones numéricas para el cálculo de puntajes directos y de sus dimensiones, además de la realización del análisis descriptivo por medio de tablas y gráficos estadísticos, con la finalidad de obtener conclusiones precisas de las frecuencias de las características de la oferta exportable y sus dimensiones, objeto de análisis en esta investigación.

### **3.8. Consideraciones éticas**

Según el Centro de Investigación en Pólizas de Salud de UCLA (2014), en las que se estipula la no divulgación de resultados, el respeto a la confidencialidad y privacidad de participación. Asimismo, salvaguardar los datos de la organización participante, así como, la utilización de las respectivas citas en Apa 7 edición a fin de evitar el plagio y la falsa autoría.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Resultados

#### 4.1.1. Cantidad de casos registrados y computados

**Tabla 5**

*Procesamiento de casos correctamente completados en la hoja de datos*

	Casos computados	
	F	%
Características de la oferta exportable	40	100.0%

*Nota:* Obtenido de la evaluación de la muestra seleccionada

En la Tabla 6, se aprecia que los datos obtenidos con la hoja de evaluación tanto para la variable de Características de la oferta exportable, aplicadas a los 40 trabajadores de las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna) de Cuñacales Llaucan en la provincia de Hualgayoc. Para esta investigación se consideraron todos los casos computados; es decir, no se excluyó a ninguna encuesta llenada por los trabajadores al cumplir con los criterios propuestos.

#### 4.1.2. Análisis Descriptivo General

**Tabla 6**

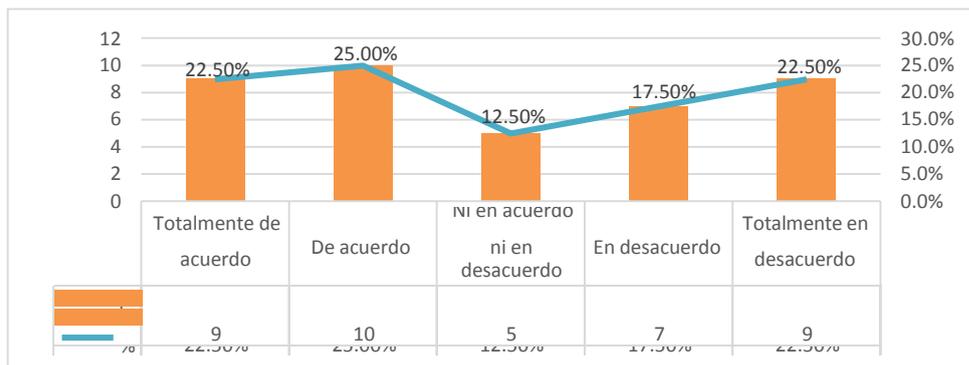
*Niveles generales de las características de la oferta exportable*

		F	%	
Válido	Características de la oferta exportable	Totalmente de acuerdo	9	22.5%
		De acuerdo	10	25.0%
		Ni en acuerdo ni en desacuerdo	5	12.5%
		En desacuerdo	7	17.5%
		Totalmente en desacuerdo	9	22.5%
		Total	40	100.0%

*Nota:* Obtenido de la encuesta de evaluación aplicada a la muestra seleccionada

**Figura 1**

*Niveles generales de las características de la oferta exportable*



De acuerdo a la Tabla 7 y Figura 4, de los 40 encuestados, el 25.0% (10) manifestaron estar de acuerdo con las características de la oferta exportable de las fincas, el 22.5% (9) totalmente de acuerdo, el 22.5% (9) totalmente en desacuerdo. Del mismo modo, el 17.5% (7) está en desacuerdo y el 12.5% (5) ni en acuerdo ni en desacuerdo. Deduciendo que, la mayoría de los encuestados mencionaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con las características de la oferta exportable en las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).

**4.1.3. Análisis Descriptivo Específicos**

**Tabla 7**

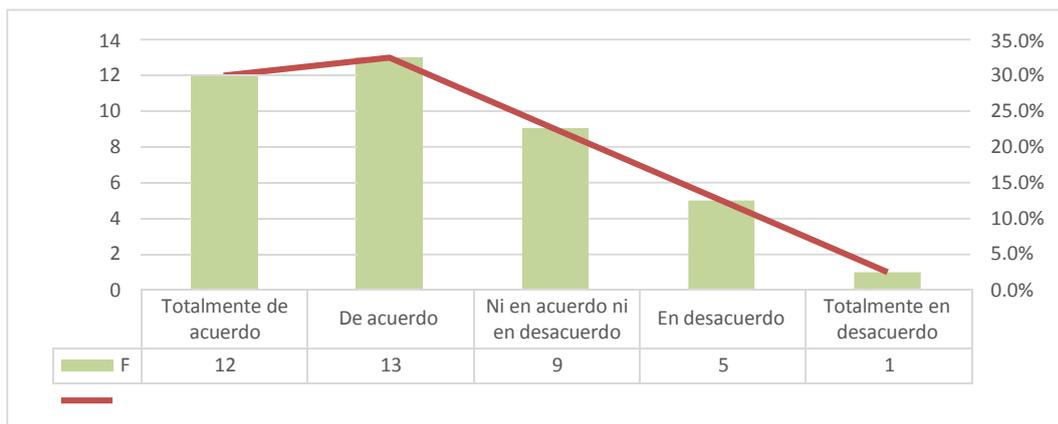
*Niveles generales de la dimensión de liderazgo de Costos*

		F	%	
Válido	Flujo de Marketing Digital	Totalmente de acuerdo	12	30.0%
		De acuerdo	13	32.5%
		Ni en acuerdo ni en desacuerdo	9	22.5%
		En desacuerdo	5	12.5%
		Totalmente en desacuerdo	1	2.5%
Total		40	100.0%	

*Nota:* Obtenido de la encuesta de evaluación aplicada a la muestra seleccionada

**Figura 2**

*Niveles generales de la dimensión de Flujo*



%	30.00%	32.50%	22.50%	12.50%	2.50%
---	--------	--------	--------	--------	-------

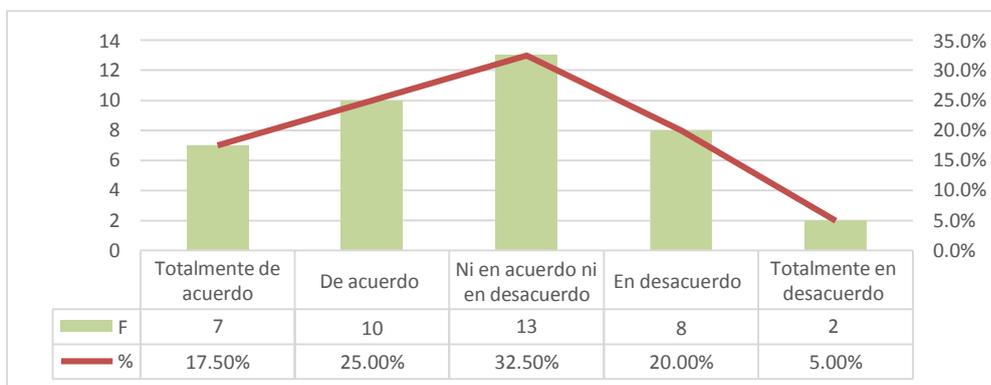
De acuerdo a la Tabla 8 y Figura 5, de los 40 encuestados, el 32.5% (13) manifestaron estar de acuerdo con la característica de liderazgo de costos de las fincas, el 30.0% (12) totalmente de acuerdo, el 22.5% (9) ni en acuerdo ni en desacuerdo. El 12.5% (5) está en desacuerdo y el 2.5% (1) totalmente en desacuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con el liderazgo de costos manejado por las fincas de Opuntia ficus-indica (tuna).

**Tabla 8**  
*Niveles generales de la dimensión de demanda productiva*

		F	%	
Válido	Demanda Productiva	Totalmente de acuerdo	7	17.5%
		De acuerdo	10	25.0%
		Ni en acuerdo ni en desacuerdo	13	32.5%
		En desacuerdo	8	20.0%
		Totalmente en desacuerdo	2	5.0%
		Total	40	100.0%

*Nota:* Obtenido de la encuesta de evaluación aplicada a la muestra seleccionada

**Figura 3**  
*Niveles generales de la dimensión de demanda productiva*

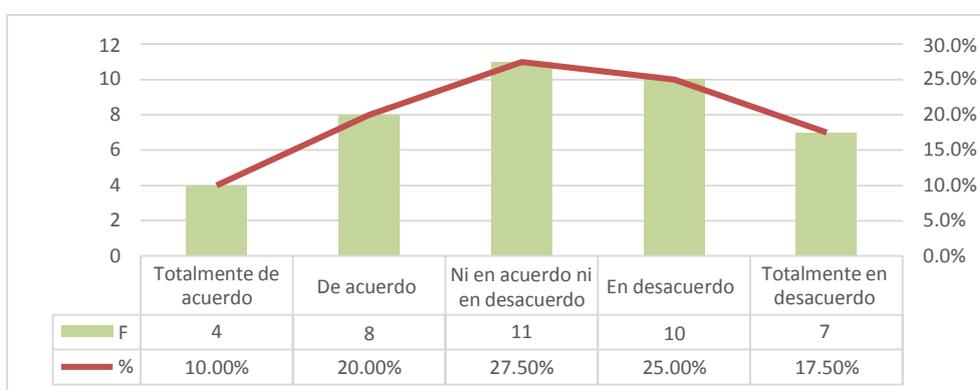


De acuerdo a la Tabla 9 y Figura 6, de los 40 encuestados, el 32.5% (13) manifestaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre la demanda productiva de las fincas, el 25.0% (10) están de acuerdo, el 17.5% (7) totalmente en de acuerdo. Mientras que, el 20.0% (8) están en desacuerdo y el 5.0% totalmente desacuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre la demanda productiva manejado por las fincas de Opuntia ficus-indica (tuna).

**Tabla 9***Niveles generales de la dimensión de capacidad productiva*

			F	%
Válido	Capacidad Productiva	Totalmente de acuerdo	4	10.0%
		De acuerdo	8	20.0%
		Ni en acuerdo ni en desacuerdo	11	27.5%
		En desacuerdo	10	25.0%
		Totalmente en desacuerdo	7	17.5%
		Total	40	100.0%

*Nota:* Obtenido de la encuesta de evaluación aplicada a la muestra seleccionada

**Figura 4***Niveles generales de la dimensión de capacidad productiva*

De acuerdo a la Tabla 10 y Figura 7, de los 40 encuestados, el 27.5% (11) manifestaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre capacidad productiva de las fincas, el 25.0% (10) están en desacuerdo, el 17.5% (7) totalmente en desacuerdo. Mientras que, el 20.0% (8) están de acuerdo y el 10.0% totalmente de acuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre la capacidad productiva manejado por las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).

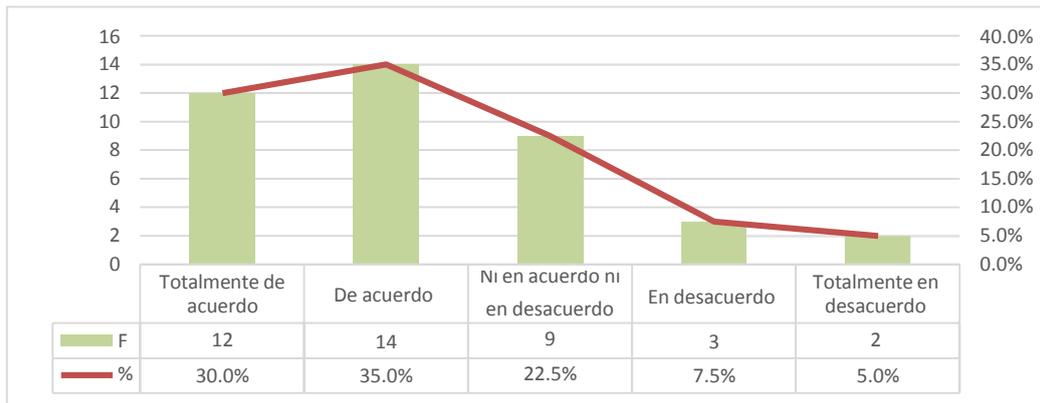
**Tabla 10***Niveles generales de la dimensión de enfoque o nicho de mercado*

			F	%
Válido	Enfoque o Nicho de Mercado	Totalmente de acuerdo	12	30.0%
		De acuerdo	14	35.0%
		Ni en acuerdo ni en desacuerdo	9	22.5%
		En desacuerdo	3	7.5%
		Totalmente en desacuerdo	2	5.0%
		Total	40	100.0%

*Nota:* Obtenido de la encuesta de evaluación aplicada a la muestra seleccionada

**Figura 5**

*Niveles generales de la dimensión de enfoque o nicho de mercado*



De acuerdo a la Tabla 11 y Figura 8, de los 40 encuestados, el 35.0% (14) manifestaron estar de acuerdo sobre el enfoque o nicho de mercado, el 30.0% (12) están totalmente de acuerdo. Mientras que, el 22.5% (9) están ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 7.5% (3) en desacuerdo y el 5.0% (2) totalmente en desacuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enfoque o nicho de mercado manejado por las fincas de Opuntia ficus-indica (tuna).

**Tabla 11**

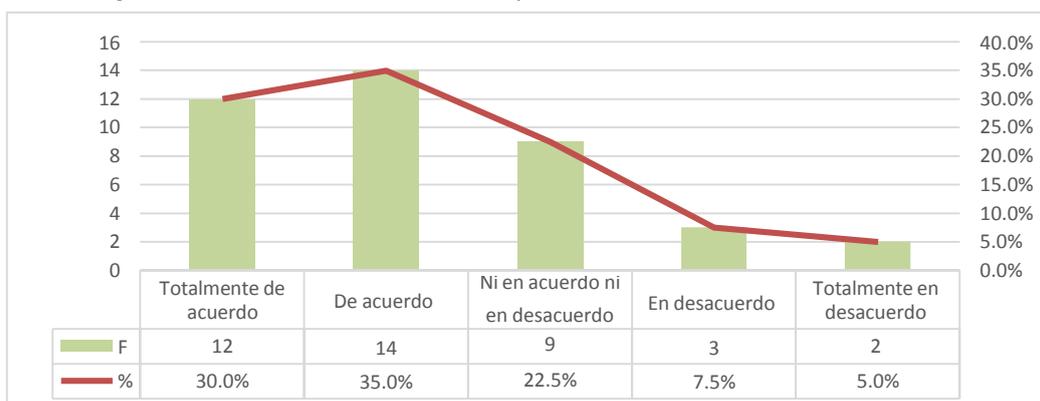
*Niveles generales de la dimensión de diferenciación*

		F	%
Válido	Diferenciación		
	Totalmente de acuerdo	13	32.5%
	De acuerdo	10	25.0%
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	9	22.5%
	En desacuerdo	6	15.0%
	Totalmente en desacuerdo	2	5.0%
Total		40	100.0%

*Nota:* Obtenido de la encuesta de evaluación aplicada a la muestra seleccionada

**Figura 7**

*Niveles generales de la dimensión de diferenciación*



De acuerdo a la Tabla 12 y Figura 9, de los 40 encuestados, el 32.5% (13) manifestaron que siempre perciben un buen nivel de diferenciación de la Opuntia ficus-indica (tuna), el 25.0% (10) casi siempre y el 22.5% (9) a veces. Mientras que, el 15.0% (6) casi nunca y el 5.0% (2) nunca. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron que siempre y casi siempre perciben un buen nivel de diferenciación de producto manejado por las fincas de Opuntia ficus-indica (tuna).

## 4.2. Discusión

Según los resultados conseguidos en función del objetivo general, en esta investigación se logró identificar las características de la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023. Al encontrar que, la mayoría de los encuestados mencionaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con las características de la oferta exportable en las fincas. Tal como se indica en la Tabla 7 y Figura 4, donde de los 40 encuestados, el 25.0% (10) manifestaron estar de acuerdo con las características de la oferta exportable de las fincas, el 22.5% (9) totalmente de acuerdo, el 22.5% (9) totalmente en desacuerdo. Del mismo modo, el 17.5% (7) está en desacuerdo y el 12.5% (5) ni en acuerdo ni en desacuerdo con las características de la oferta exportable.

Este resultado se explica debido a que, hoy en día, la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada, está requiriendo una mayor competitividad de las empresas exportadoras en cuanto a la diversificación e innovación de sus productos, es el sector de las frutas que en estos últimos años ha tenido una tendencia significativa, incitado por la alta demanda del consumidor por recurrir a productos que le generen beneficios para la salud. Además, según Siicex (2020), refiere que los principales países al cual se exportó tuna fueron: Estados Unidos, Aruba, República checa y Francia. Asimismo, las investigaciones realizadas en el Perú, respecto al comercio internacional y la competitividad de la tuna peruana en la región de Lima, se ha evidenciado que la tuna peruana lo están exportando en dos presentaciones: tuna fresca y pulpa de tuna congelada, cuyos países al cual se exportó dicha fruta fueron: Estados Unidos, Alemania y Francia.

En concordancia, este resultado, se corrobora con las investigaciones de Castro (2019), Betancourt (2019) y Espinosa (2021), quienes concuerdan en haber encontrado, que sus trabajadores perciben una oferta de exportación de la Tuna de forma positiva por temporadas y negativas, lo cual afectó para los años 2015, 2016 y 2017 en que, las

exportaciones decrecieron, siendo Colombia quien tuvo un alto porcentajes de exportación de tuna del 91.69% en el mercado latinoamericano. De igual modo, coinciden en que el Flujo del Marketing Digital influye significativamente en el incremento de las exportaciones frutas congeladas; con un nivel de confianza es del 95%. Con un porcentaje de 41% Totalmente de acuerdo, por parte de los trabajadores exportadores.

Por otro lado, respecto al primer objetivo específico de evaluar el nivel de capacidad productiva que favorece la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023. Se encontró que, de acuerdo a la Tabla 8 y Figura 5 que, de los 40 encuestados, el 32.5% (13) manifestaron estar de acuerdo con la característica de liderazgo de costos de las fincas, el 30.0% (12) totalmente de acuerdo, el 22.5% (9) ni en acuerdo ni en desacuerdo. El 12.5% (5) está en desacuerdo y el 2.5% (1) totalmente en desacuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con el liderazgo de costos manejado por las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).

Este hallazgo se explica dado que, las empresas de la región de lima se le hace difícil competir en el mercado ya que la estacionalidad de la tuna es relativamente corta y se debe aprovechar al máximo su producción de lo contrario afectaría en los niveles de exportación y por otro lado están los altos costos de transporte ya que la tuna al ser una fruta perecedera el único medio en la que se exporta es por vía aérea, lo cual también supone una inversión importante de utilidades de la empresa.

En contraste los estudios de Padilla (2018), muestran, con respecto a la gestión empresarial la empresa logró obtener un puntaje de 8/8 esto nos indica que la empresa está en crecimiento constante por lo que ha obtenido muy buenas ventas en los tres últimos años. Acerca de la gestión de producción ha logrado obtener un puntaje de 12/16.

De igual modo, respecto al segundo objetivo específico de evaluar el nivel de

demanda productiva que favorece la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023. Se encontró que, de acuerdo a la Tabla 9 y Figura 6, de los 40 encuestados, el 32.5% (13) manifestaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre la demanda productiva de las fincas, el 25.0% (10) están de acuerdo, el 17.5% (7) totalmente en de acuerdo. Mientras que, el 20.0% (8) están en desacuerdo y el 5.0% totalmente desacuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre la demanda productiva manejado por las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).

Este resultado se explica a razón de que, existen muchas de las estrategias que promueven una mayor demanda productiva, por ejemplo, una estrategia hace referencia a las estrategias de crecimiento intensivo, las cuales son adecuadas cuando las diferentes posibilidades de sacar provecho a un producto de la empresa en el mercado aún nohan sido explotadas en su totalidad y se subclasifican en estrategias de penetración, desarrollo de mercado y desarrollo de productos, lo que beneficia a administrativos y clientes internos (Villalta, 2019). Estudios similares como los de, Cerna y Quiroz (2018) En lo referente al acceso al sistema financiero el 60% de los asociados no tienen conocimiento sobre el proceso, lo cual, demostraría un bajo liderazgo de costos en el mercado.

Al mismo tiempo, respecto al tercer objetivo específico de evaluar el nivel de liderazgo de costos que favorece la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023. Se encontró que, de acuerdo a la Tabla 10 y Figura 7, de los 40 encuestados, el 27.5% (11) manifestaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre capacidad productiva de las fincas, el 25.0% (10) están en desacuerdo, el 17.5% (7) totalmente en desacuerdo. Mientras que, el 20.0% (8) están de acuerdo y el 10.0% totalmente de acuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar ni en acuerdo

ni en desacuerdo sobre la capacidad productiva manejado por las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).

Este resultado se explica debido a que, liderar los costos de un mercado internacional, supone la ventaja competitiva, la cual se expande principalmente según el valor que puede producir una organización (Urrutia, 2015). El significado de valor del del liderazgo contiene lo necesario para que los consumidores están conformes a pagar y el desarrollo de este valor a un mejor nivel, corresponde a la suficiencia de ofertar precios más baratos en correspondencia a la competencia por beneficios semejantes o facilitar beneficios diferentes en el sector que tengan el valor para justificar los precios más elevados.

Estudios similares como los de Betancourt (2019) concluyó que en el sector del granito hablamos fundamentalmente de competitividad a nivel país y podemos establecer un conjunto de factores que consideramos que son los determinantes del éxito de determinados países en el mercado mundial del granito y que tienen su origen en el país, el sector o la propia empresa: riqueza geológica, precios, tecnología, calidad y cooperación interempresarial. También hay que mencionar la importancia que para este sector tiene la disponibilidad de una buena red de infraestructuras y la incidencia de la normativa medioambiental en la competitividad.

Asimismo, respecto al cuarto objetivo específico de evaluar el nivel de enfoque o nicho de mercado que favorece la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023. Se encontró que, de acuerdo a la Tabla 11 y Figura 8, de los 40 encuestados, el 35.0% (14) manifestaron estar de acuerdo sobre el enfoque o nicho de mercado, el 30.0% (12) están totalmente de acuerdo. Mientras que, el 22.5% (9) están ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 7.5% (3) en desacuerdo y el 5.0% (2) totalmente en desacuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enfoque o nicho de mercado manejado por las fincas de *Opuntia*

ficus-indica (tuna).

Este resultado se explica dado que, según el portal Frutícola (2013), la alta competitividad por encontrar nuevos mercados de mayor alcance y oportunidades en el ámbito internacional, es una empresa desgastante, pues los costos elevados de transporte, la baja capacidad productiva y tecnológica y el poco interés en cuestión de Industrializar la tuna, ha impactado en los bajos niveles de comercio internacional de la tuna peruana y por consecuente la competencia de las empresas peruanas para exportar esta fruta.

Reforzando este hallazgo, se encuentran el estudio de Mejía y Paredes (2018) Dentro de los principales resultados, se mostró qué. del estudio de campo con el que se desarrolló el plan estratégico de marketing, se plantaron indicadores de gestión para medir la meta propuesta y lograr los objetivos alcanzó un porcentaje del 78.45% de mejoramiento de exportación de frutas. Lo cual, supone una rápida adaptación a un nuevo mercado

Finalmente, respecto al quinto objetivo específico de evaluar el nivel de diferenciación que favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023. Se encontró que, de acuerdo a la Tabla 12 y Figura 9, de los 40 encuestados, el 32.5% (13) manifestaron que siempre perciben un buen nivel de diferenciación de la Opuntia ficus-indica (tuna), el 25.0% (10) casi siempre y el 22.5% (9) a veces. Mientras que, el 15.0% (6) casi nunca y el 5.0% (2) nunca. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron que siempre y casi siempre perciben un buen nivel de diferenciación de producto manejado por las fincas de Opuntia ficus-indica (tuna). Esto se explica de acuerdo a la Teoría de la ventaja comparativa es la principal teoría del comercio internacional, esta explica que a una nación es más beneficioso especializarse en la fabricación y vender al mercado extranjero los productos que producen un costo relativamente más bajo y le conviene importar los bienes que fabrican con un costo relativamente más alto. Esta diferenciación haría captar nuevos clientes y fidelizarlos.

## CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

- 1) En cuanto al objetivo general, se logró identificar que, respecto a las características de la oferta exportable de la pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada, el 25.0% (10) de colaboradores manifestaron estar de acuerdo con las características de la oferta exportable de las fincas, el 22.5% (9) totalmente de acuerdo, el 22.5% (9) totalmente en desacuerdo. Del mismo modo, el 17.5% (7) está en desacuerdo y el 12.5% (5) ni en acuerdo ni en desacuerdo. Deduciendo que, la mayoría de los encuestados mencionaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con las características de la oferta exportable en las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).
- 2) Respecto al primer objetivo específico, se logró evaluar que, en la dimensión de liderazgo de costos, el 32.5% (13) manifestaron estar de acuerdo con la característica de liderazgo de costos de las fincas, el 30.0% (12) totalmente de acuerdo, el 22.5% (9) ni en acuerdo ni en desacuerdo. El 12.5% (5) está en desacuerdo y el 2.5% (1) totalmente en desacuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con el liderazgo de costos manejado por las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).
- 3) De igual forma, acorde al segundo objetivo específico, se logró evaluar que, respecto a la dimensión de demanda productiva, el 32.5% (13) manifestaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre la demanda productiva de las fincas, el 25.0% (10) están de acuerdo, el 17.5% (7) totalmente en de acuerdo. Mientras que, el 20.0% (8) están en desacuerdo y el 5.0% totalmente desacuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre la demanda productiva manejado por las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).
- 4) Para el tercer objetivo específico, se logró evaluar que, respecto a la dimensión de

capacidad productiva, el 27.5% (11) manifestaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre capacidad productiva de las fincas, el 25.0% (10) están en desacuerdo, el 17.5% (7) totalmente en desacuerdo. Mientras que, el 20.0% (8) están de acuerdo y el 10.0% totalmente de acuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre la capacidad productiva manejado por las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).

- 5) Respecto al cuarto objetivo específico, se logró evaluar que, respecto a la dimensión de enfoque o nicho de mercado, el 35.0% (14) manifestaron estar de acuerdo sobre el enfoque o nicho de mercado, el 30.0% (12) están totalmente de acuerdo. Mientras que, el 22.5% (9) están ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 7.5% (3) en desacuerdo y el 5.0% (2) totalmente en desacuerdo. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con el enfoque o nicho de mercado manejado por las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).
- 6) Finalmente, se logró evaluar que, respecto a la dimensión de diferenciación, el 32.5% (13) manifestaron que siempre perciben un buen nivel de diferenciación de la *Opuntia ficus-indica* (tuna), el 25.0% (10) casi siempre y el 22.5% (9) a veces. Mientras que, el 15.0% (6) casi nunca y el 5.0% (2) nunca. De esta manera, la mayoría de los encuestados mencionaron que siempre y casi siempre perciben un buen nivel de diferenciación de producto manejado por las fincas de *Opuntia ficus-indica* (tuna).

## 5.2. Recomendaciones

- 1) Se recomienda priorizar volver a exportar la *Opuntia ficus-indica* (tuna) puesto que, es una de las frutas que su curva de exportaciones en los últimos cinco años se mantiene ascendente. Además, posee condiciones particulares que permiten maximizar recursos a comparación de otras frutas, es decir, con una adecuada planificación estratégica internacional, ayudaría a maximizar la rentabilidad de las fincas de Llaucan en la provincia de Hualgayoc, región Cajamarca.
- 2) Se recomienda que, las fincas productoras de la *opuntia ficus-indica* (tuna) de Llaucan en la provincia de Hualgayoc realice un análisis FODA para determinar su capacidad de exportación en nuevos mercados internacionales; puesto que, si sigue siendo su fortaleza la calidad de la tuna, se aplicaría la Estrategia Competitiva de diferenciación, planificando un desarrollo y especialización (Aplicación de TIC'S) de dicha estrategia sobre la tuna, esto permitiría mejorar y aplicar eficientemente la competitividad de las fincas.
- 3) Se recomienda realizar un plan estratégico internacional, para reducir riesgos y enfocar las características de la oferta exportadora hacia un mercado internacional que esté dispuesto a pagar por el valor diferenciado que la empresa estaría ofertando en la exportación de *opuntia ficus-indica* (tuna) congelada.
- 4) Se recomienda poner énfasis en mejorar las estrategias competitivas como liderazgo en costos, diferenciación, enfoque y capacidades productiva y exportadora, para lograr obtener ventajas competitivas frente a la competencia, la cual ocasionara que la empresa sea más competitiva e impacte, internacionalmente de manera positiva en el aumento del comercio internacional de *opuntia ficus-indica* (tuna) congelada peruana hacia el mercado exterior.
- 5) Se recomienda agenciarse de un community manager para comunicarse fluidamente con los clientes o seguidores del exterior y llevar a marcha el proceso del plan de marketing

digital. Con la contratación de un profesional especializado en el ámbito digital, así como el plan de marketing digital bien diseñado y en curso, se promocionará cada una de las estrategias y la calidad de opuntia ficus-indica (tuna) congelada.

- 6) Finalmente es importante establecer alianzas estratégicas con empresas dedicadas a la exportación de opuntia ficus-indica (tuna) congelada, para llegar a nuevos mercados y así mismo desarrollar un Benchmarking con otras regiones de ventas de importación, con el fin de comparar la competitividad actual para seguir incrementando la producción y ventas de las fincas productoras.

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Aduanas News (4 de septiembre de 2020). *Perú puso en vigencia un nuevo modelo de exportación digital*. Periódico Jurídico Aduanero, Transporte y comercio exterior.  
<https://aduananews.com/peru-puso-en-vigencia-un-nuevo-modelo-de-importacion-digital/>
- American Psychological Association (2020). *Publication manual of the American Psychological Association*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Angeles, G., Ávila, L., Flores, V., & Francisco, C. (2018). *Análisis del Consumidor*. Obtenido de Universidad Ricardo Palma: <https://www.urp.edu.pe/>
- Artal, M. (2017). *Dirección de Ventas*. ESIC EDITORIAL.
- Banco Interamericano de Desarrollo (4 de junio de 2021). Tax reforms in Latin America in an era of democracy. A database (2014 UPDATE). *Journal Specialized Datasets*, 1(2), 16- 42.  
<https://data.iadb.org/DataCatalog/Dataset>
- Becerra, R. (10 de abril de 2018). *Segmentación de mercados: definición, tipos y estrategia*.  
<https://www.abtasty.com>
- Betancourt, A. (2016). Análisis de la Oferta Exportable de los productos derivados de los emprendimientos populares y solidarios del Ecuador hacia los mercados de Bulgaria, Eslovaquia, Hungría, Polonia, República Checa y Rumania en el periodo 2007 – 2014. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Bustamante, C. (2011). *Contabilidad Financiera*. Universidad Veracruzana.
- Castro, G. (2019). Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 y la Competitividad en la Comunidad Andina CAN. Ecuador: Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Centro de investigación en pólizas de salud de UCLA. (2014). *Consideraciones éticas en investigaciones con seres humanos*. UCLA Fielding.
- Cerna, V.; Quiroz, J. (2018). Factores limitantes para la Exportación de Artesanía Textil en la Asociación de Artesanos La Collpa – Porcón Cajamarca–2017. Cajamarca: Univesidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.

- Cervera, M. (2018). 4 teorías que los profesionales de marketing digital deberían conocer. *Revista Electronica Eidos*, 1(3), 11-15. <http://eidos.com.mx/blog/4-teorias-que-los-profesionales-de-marketing-digital-deberian-conocer/>
- ClubEnsayos. (1 de Noviembre de 2012). Definición de mercado de exportación. Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Negocios/Definici%C3%B3n-de-Mercado-de-Exportaci%C3%B3n/388301.html#:~:text=Es%20cuando%20una%20empresa%20decide,de%20mundo%20con%20fines%20comerciales.&text=Incluso%20puede%20tratarse%20de%20una,e%20env%C3%ADo%20de%20algo%20>
- ComercioExterior.la. (2021). ¿Qué es el Volumen de producción? Obtenido de <https://comercioexterior.la/volumen-de-produccion/>
- Concepto.de. (5 de Agosto de 2021). Oferta. Obtenido de <https://concepto.de/oferta/>
- Debitoor. (2020). *Estados Financieros*. Obtenido de Debitoor by sumup: <https://debitoor.es/glosario/definicion-estados-financieros#:~:text=Son%20los%20documentos%20de%20mayor,de%20efectivo%20o%20la%20memoria.>
- Economipedia. (20 de Abril de 2021). Economipedia: Haciendo fácil la economía. Obtenido de <https://economipedia.com/>
- Espinosa, M. (2021). Factores determinantes de la oferta exportable de arándano fresco peruano, 2014-2019. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Gerencia de estudios Económicos. (2021). *Informe del Sector Automotriz*. Asociación Automotriz del Perú.
- Gómez y Quevedo. (2015). Contabilidad de costos. Bogotá - Colombia: McGraw-Hill.
- Grupo Edebé. (2012). *El cliente*. Obtenido de Edebe.com: <https://www.edebe.com/ciclosformativos>
- Guerrero, G. (2007). Metodología de la Investigación. México: Grupo Patria.
- Hernández, F. y. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición. México D.F: McGraw-

- Hill. Interamericana editores, S.A.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-HILL.
- INEI. (2020). *Qué es población*. Obtenido de INEI Estadísticas: [e.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/poblacion/que-es-poblacion](http://e.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/poblacion/que-es-poblacion)
- Junta de Andalucía. (2020). *Técnicas de venta*. Obtenido de Aptiva.es: <https://www.aptiva.es>
- Kersanske, J. & Ho, J. (2020). *Business Analytics Platform & KPI Dashboards*. Databox  
<https://databox.com/about>
- López, P. (2004). *Población, muestra y muestreo*. Obtenido de Scielo.com:  
<http://www.scielo.org.bo/>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Manualdecomercioexterior. (02 de marzo de 2018). La oferta exportable de bienes y servicios.  
Obtenido de <https://www.manualdecomercioexterior.com/2018/03/la-oferta-exportable-de-bienes-y.html>
- Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *RAPD ONLINE*, 221-227.
- Navarro, M. (2021). *Técnica de ventas*. Red Tercer Milenio.
- Myperuglobal. (29 de Junio de 2020). ¿Qué es una Oferta exportable? Obtenido de  
<https://myperuglobal.com/que-es-una-oferta-exportable/>
- Nordhaus, S. (2000). Economía, La Productividad y La Función de la Producción Agregada.
- Okdiario. (19 de Diciembre de 2015). Cómo acceder a los mercados internacionales. Obtenido de  
<https://okdiario.com/economia/como-acceder-a-los-mercados-internacionales-39443>
- Orellana, P. (9 de Octubre de 2019). Economipedia. Obtenido de Sostenibilidad Económica:  
<https://economipedia.com/definiciones/sostenibilidad-economica.html#:~:text=La%20sostenibilidad%20econ%C3%B3mica%20es%20la,y%20en%20el%20largo%20plazo.&text=Este%20principio%20es%20el%20que,sus%20%C3%A1mbitos%20de%20acci%C3%B3n%20productiva.>

- Oviedo, H., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del Coeficiente Alfa de Cronbach. *Revista colombiana de Psiquiatría*, 573-580.
- Padilla, K. (2018). Análisis de la Oferta Exportable de Arándanos Frescos con destino a EE.UU. de la empresa Agroinversiones Valle y Pampa S.A. en el año 2017. Lima: Universidad Privada del Norte.
- Pastor, J. (2012). Costo-Volumen-Utilidad. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Porter, M. (1998). La Ventaja Competitiva de las Naciones. España: Plaza y Janés.  
*Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 102-122.
- Romero, I. (8 de febrero de 2016). *Cómo generar confianza para vender online*. Obtenido de El economista:  
<https://www.economista.es/tecnologia/noticias/7334792/02/16/Como-generar-confianza-para-vender-online.html>
- Rusell, T. (1993). *La publicidad*. Editorial Prentice Hall Inc.
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos Epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa.
- Smith, A. (1776). Riqueza de las Naciones. Madrid España: Ediciones Orbis.
- Universidad Católica del Uruguay. (2015). *Tecnología*. UCU. Obtenido de ucu.edu.
- Universidad Siglo 21. (2020). *Estrategia Digital*. Ilumno.
- Upagu. (2017). Protocolo de proyecto de tesis y tesis. Cajamarca: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.
- Zelada, F. (13 de febrero de 2018). *El comercio*. Obtenido de La declibe del Marketing Digital: <https://elcomercio.pe/economia/>

## ANEXOS

### ANEXO I: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO DE INVESTIGACION	PROBLEMA PRINCIPAL	OBETIVO GENERAL	VARIABLE	DIMESIONES	METODOLOGIA
		ESPECIFICO			
Análisis de la oferta exportable de pulpa de opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023	¿Cuáles son las características de la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023?	Identificar las características de la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.	Características de la oferta exportable	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo de Costos</li> <li>- Demanda Productiva</li> <li>- Capacidad Productiva</li> <li>- Enfoque o Nicho de Mercado</li> <li>- Diferenciación</li> </ul>	<p><b>Método de la investigación:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo de estudio:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño de estudio:</b> No experimental</p> <p><b>Población:</b> 40 trabajadores: Gerente General (1); Administrador (1); Área de comercio (5); Área de contable y legal (4); Área de recursos humanos (5); Área de ventas (Vendedores/as) (11) y Empacadores y delivery's (13)</p> <p><b>Muestra:</b> tipo de muestro no probabilístico censal o por censo: muestreo toma a toda la población en su conjunto con la finalidad no afectar la representatividad de la muestra</p> <p><b>Escala de medición.</b> Escala de Likert.</p> <p><b>Instrumentos:</b> Encuesta por cuestionario</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluar el nivel de capacidad productiva que favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.</li> <li>- Evaluar el nivel de demanda productiva que favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.</li> <li>- Evaluar el nivel de liderazgo de costos que favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.</li> <li>- Evaluar el nivel de enfoque o nicho de</li> </ul>			

		<p>mercado que favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.</p> <p>- Evaluar el nivel de diferenciación que favorece la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023.</p>			<p><b>Método de análisis de datos: SPSS</b></p>
--	--	--	--	--	---

## ANEXO II: PROTOCOLO DE ENCUESTA.

A continuación, presentamos la encuesta dirigida a identificar las características de la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan. Con fines de investigación, marque con un aspa (x) en la casilla numerada según su criterio, en base a la siguiente escala: (1) Nunca; (2) Casi nunca; (3) A veces; (4) Casi siempre; (5) Siempre.

ITEMS						
Características de la Oferta Exportable						
<b>Liderazgo de Costos</b>						
1	Considera usted que la participación de mercado de las fincas de <i>Opuntia ficus-indica</i> (tuna) de Cuñacales Llaucan fue determinante para la competencia internacional.	1	2	3	4	5
2	Considera usted que su precio de exportación de la pulpa de <i>Opuntia ficus-indica</i> (tuna) hacia el mercado internacional es competitivo.	1	2	3	4	5
3	Considera usted que, las fincas de <i>Opuntia ficus-indica</i> (tuna) de Cuñacales Llaucan logró segmentar y ubicar óptimamente una fracción del mercado internacional.	1	2	3	4	5
<b>Demanda Productiva</b>						
4	Considera usted que su volumen de exportación de <i>Opuntia ficus-indica</i> (tuna) hacia el mercado internacional refleja su realidad competitiva con otras empresas.	1	2	3	4	5
5	Considera usted que su volumen de exportación de <i>Opuntia ficus-indica</i> (tuna) hacia el mercado internacional se puede incrementar si las fincas de producción comenzarán a asociarse con exportadores nacionales.	1	2	3	4	5
<b>Capacidad Productiva</b>						
6	El costo de producción de las fincas de <i>Opuntia ficus-indica</i> (tuna) de Cuñacales Llaucan es eficiente para considerarlo como fortaleza y volver a exportar.	1	2	3	4	5
7	El costo de producción de las fincas de <i>Opuntia ficus-indica</i> (tuna) de Cuñacales Llaucan ha mejorado desde el 2010, último año de exportación	1	2	3	4	5
<b>Enfoque o Nicho de Mercado</b>						
8	La fracción de mercado que tuvieron las fincas de <i>Opuntia ficus-indica</i> (tuna) de Cuñacales Llaucan fue suficiente para ingresar a nuevos mercados	1	2	3	4	5
9	La innovación de los productos de las fincas de <i>Opuntia ficus-indica</i> (tuna) de Cuñacales Llaucan fue competitiva y rentable en su proceso de exportación al mercado internacional	1	2	3	4	5
<b>Diferenciación</b>						
10	Considera usted que la innovación de las fincas de <i>Opuntia ficus-indica</i> (tuna) de Cuñacales Llaucan consiguió una lealtad a la marca por parte de los consumidores y socios.	1	2	3	4	5

## ANEXO II: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

#### DATOS GENERALES:

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: M. Cs. Gary Díaz Casanova
- 1.2. CARGO: Docente
- 1.3. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Antonio Guillermo Urrelo
- 1.4. GRADO ACADÉMICO: Magister
- 1.5. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Guía de entrevista a directivos
- 1.6. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Análisis de la oferta exportable de pulpa de *Opuntia ficus-indica* (tuna) congelada en las fincas de Cuñacaules Liaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023
- 1.7. AUTORES DEL INSTRUMENTO: Janet Becerra Romero y Rosa Emeli Arnelucea Paredes.
- 1.8. FECHA: 09 de junio del 2023.

#### ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Criterios	Niveles	Baja 0 – 25%				Regular 26 – 50%				Bueno 51 – 75%				Muy bueno 76 – 100%			
		0	1	12	19	26	33	39	46	51	57	63	69	76	82	88	94
	Indicadores	0	1	12	19	26	33	39	46	51	57	63	69	76	82	88	94
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado										X						
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conclusiones observables										X						
3. ACTUALIDAD	Adecuado al evento de la ciencia pedagógica										X						
4. ORGANIZACIÓN	Es una organización lógica											X					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad											X					
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación												X				
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnicos científicos												X				
8. COHERENCIA	Entre los índices indicadores								X								
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación												X				
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación																X

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Baja b) Regular c) Bueno d) Muy bueno

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

52%

  
FIRMA DEL EXPERTO

DNI: 70199432

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS  
FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

**DATOS GENERALES:**

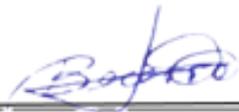
- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Mg. Luis Enrique Becerra Jáuregui
- 1.2. CARGO: Docente
- 1.3. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Antonio Guillermo Urrelo
- 1.4. GRADO ACADÉMICO: Magister
- 1.5. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Guía de entrevista a directivos
- 1.6. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Análisis de la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Llaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Hualgayoc, región Cajamarca 2023
- 1.7. AUTORES DEL INSTRUMENTO: Janet Becerra Romero y Rosa Emelí Arrelucea Paredes.
- 1.8. FECHA: 09 de junio del 2023.

**APECTOS DE VALIDACIÓN:**

Criterios	Niveles	Baja 0 – 25%				Regular 26 – 50%				Bueno 51 – 75%				Muy bueno 76 – 100%			
		0	1	12	13	28	33	39	45	51	57	63	69	75	81	87	94
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado															X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables															X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica															X	
4. ORGANIZACIÓN	Es una organización lógica															X	
5. SUFICIENCIA	Cubre los aspectos en cantidad y calidad															X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación																X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnicos científicos																X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores																X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación																X
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación															X	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Baja    b) Regular    c) Bueno    d) Muy bueno

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 93%

  
FIRMA DEL EXPERTO

DNI: 26714657

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS**  
**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

**DATOS GENERALES:**

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Mg. Mabel Sánchez Cotrina
- 1.2. CARGO: Docente
- 1.3. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Antonio Guillermo Urrelo
- 1.4. GRADO ACADÉMICO: Magister
- 1.5. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Guía de entrevista a directivos
- 1.6. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Análisis de la oferta exportable de pulpa de Opuntia ficus-indica (tuna) congelada en las fincas de Cuñacales Liaucan en el distrito de Bambamarca provincia de Huelgayoc, región Cajamarca 2023
- 1.7. AUTORES DEL INSTRUMENTO: Janet Becerra Romero y Rosa Emeli Arrelucea Paredes.
- 1.8. FECHA: 14 de junio del 2023.

**ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

Criterios	Niveles	Baja 0 – 25%				Regular 26 – 50%				Bueno 51 – 75%				Muy bueno 76 – 100%			
		0	1	13	19	26	33	39	46	51	57	63	69	76	82	88	94
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al evento de la ciencia pedagógica											X					
4. ORGANIZACIÓN	Es una organización lógica.																X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación.														X		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnicos científicos														X		
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores														X		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación												X				
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación																X

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Baja    b) Regular    c) Bueno    d) Muy bueno

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

87%

  
 FIRMA DEL  
 EXPERTO

DNI: 41179581

### ANEXO III: PERMISO INSTITUCIÓN



"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

**SOLICITO:** Permiso para realizar trabajo de investigación.

SEÑOR (A): Wenceslao Aguilar Caruajulca

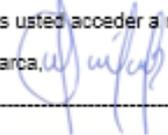
GERENTE DE LAS FINCAS DE CUNACALES LLAUCAN EN EL DISTRITO DE BAMBAMARCA PROVINCIA DE HUALGAYOC, REGION CAJAMARCA.

Nosotros, Janet Becerra Romero y Eistein Samir Silva Lozano, estudiantes de Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales, solicitamos:

Que, habiendo culminado la carrera profesional de Administración de Negocios Internacionales en la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, solicitamos a Ud. Permiso para realizar el trabajo de investigación para aplicar nuestro Proyecto de Tesis: "ANÁLISIS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE PULPA DE OPUNTIA FICUS-INDICA (TUNA) CONGELADA EN LAS FINCAS DE CUNACALES LLAUCAN EN EL DISTRITO DE BAMBAMARCA PROVINCIA DE HUALGAYOC, REGIÓN CAJAMARCA 2023", para así poder optar el Grado de Licenciados en Administración y Negocios Internacionales.

**Por lo Expuesto:**

Ruegos usted acceder a mi solicitud.

Cajamarca, 

-----  
DNI 27540466

