

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Capacidad exportadora en Mypes agroindustriales de la Región
Lambayeque, 2023**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Andy Alexis Farroñan Pacherres

ASESOR

Alex Nicolas Morales Guzman Barron

<https://orcid.org/0000-0002-4177-1886>

Chiclayo, 2024

**Capacidad exportadora en Mypes agroindustriales de la Región
Lambayeque, 2023**

PRESENTADA POR
Andy Alexis Farroñan Pacherres

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Richard Ignacio Montes Toctoc
PRESIDENTE

Jessica Karin Solano Cavero
SECRETARIO

Alex Nicolas Morales Guzman Barron
VOCAL

Dedicatoria

Dedico esta investigación a tres mujeres extraordinarias que han desempeñado un papel crucial en mi vida, siendo un faro constante de apoyo y fuente inagotable de sabiduría. A mi madre Milagros, cuyo inquebrantable amor y consejo constante han sido una gran fuente de inspiración. A mi abuela, cuya fortaleza de carácter y generosidad ejemplar han guiado mis pasos en este arduo viaje académico. Y a mi hermana, cuya curiosidad, alegría han sido un constante recordatorio de la importancia de mantener viva la pasión por el conocimiento. Les agradezco profundamente por ser mi inspiración y compartir conmigo este viaje académico.

Agradecimientos

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mi casa de estudios, por brindarme el entorno propicio y los medios necesarios para llevar a cabo este estudio. A mi dedicado asesor, por su orientación experta y apoyo constante. Y a mis docentes por compartir sus conocimientos. A todos ustedes, mi profundo agradecimiento por su contribución a este logro académico.

Resumen del informe de similitud

Capacidad exportadora en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

20% INDICE DE SIMILITUD	19% FUENTES DE INTERNET	7% PUBLICACIONES	12% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	---------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	1%
4	www.scielo.org.co Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Liberty University Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Universidad Internacional del Ecuador Trabajo del estudiante	1%
7	gestion.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.upeu.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1%

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción.....	8
Revisión de literatura	10
Materiales y métodos	13
Resultados y discusión	14
Conclusiones	21
Recomendaciones	22
Referencias	24
Anexos	27

Resumen

La presente investigación tiene como principal propósito describir el nivel de capacidad exportadora en empresas agroindustriales de la Región Lambayeque, por lo cual se ejecutó una investigación no experimental, transeccional, descriptiva con un enfoque cuantitativo, tomando en cuenta a 150 directivos de Mypes exportadoras de la Región Lambayeque. A ellos se les administró un cuestionario altamente válido y confiable que ha partido de un modelo teórico compuesto por cuatro elementos (capacidad del producto, productiva, comercial y gerencial), el cual fue revisado por cinco expertos. Se empleó en análisis estadístico en cuanto al tratamiento de los datos, con la obtención de tablas de distribución de frecuencias relativas y absolutas. Finalmente, se concluyó que la mayoría de directivos de estas organizaciones (47,3 %) consideran que las empresas que administran cuentan con una alta capacidad exportadora de acuerdo a criterios como sus productos, capacidad productiva, comercial y gerencial

Palabras clave: exportación, agroindustria, comercio internacional, Mype

Abstract

The main purpose of this research is to describe the level of export capacity in agro-industrial companies in the Lambayeque Region, 2023, for which a non-experimental, cross-sectional, descriptive research with a quantitative approach was conducted, taking into account 150 managers of exporting MSEs in the Lambayeque Region. A highly valid and reliable questionnaire was administered to them, based on a theoretical model composed of four elements (product capacity, productive capacity, commercial capacity and managerial capacity), which was reviewed by five experts. Statistical analysis was used to process the data, obtaining tables of relative and absolute frequency distribution. Finally, it was concluded that the majority of managers of these organisations (47.3%) consider that the companies they manage have a high export capacity according to criteria such as their products capacity, productive capacity, commercial capacity and managerial capacity.

Keywords: export, agribusiness, international trade, MSEs

Introducción

El sector agroindustrial es uno de los más relevantes en el mundo, dado que mediante la transformación de las materias primas se pueden lograr alimentos perdurables que satisfagan la necesidad de alimentación, garantizando que estos sean apropiados para su consumo, además de ser una fuente de empleo para muchas personas, mediante la combinación de agricultura, tecnología e industria (Guadalupe et al., 2021).

En ese sentido, diversas empresas sin importar su estructura o tipo de organización, especialmente Pymes, presentan dificultades para comercializar sus productos en otros mercados internacionales (Alvarado y Vergara, 2018; Perdigón et al., 2018; Ortiz y Tobar, 2017), la mayoría de veces porque no se cuenta con la capacidad exportadora o la cualidad de gestión que se requiere para un mejor aprovechamiento de las opciones que brinda el mercado global (Guerra, 2021; Tóala et al., 2019).

Al respecto, Sotomayor et al. (2021), coordinadores de las Naciones Unidas, señalan en un reciente informe realizado en América Latina que a raíz de la actual crisis por la Covid19, se han apresurado los procesos de digitalización, por lo que las tecnologías y medios digitales vienen siendo vitales para el funcionamiento de las organizaciones, evidenciando un aumento significativo del 157% en cuanto a sus ventas, por lo que ello también se encuentra asociada a una mejor productividad y valor agregado para las organizaciones.

Para tener éxito en la internacionalización de una compañía, depende del adecuado control de sus capacidades exportadoras, ya que se debe identificar y desarrollar los procesos clave, mejorando la capacidad exportadora de la organización. Esto depende de cómo es la empresa, ya que algunas tienen estas capacidades, pero no sienten que es el momento para internacionalizarse (Duque et al., 2021).

En Perú, conforme al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2022), las exportaciones han mostrado un crecimiento constante en las últimas dos décadas, con ventas que alcanzaron los \$56.241 millones en 2021, donde 8573 empresas exportaron 4805 productos a cerca de ciento setenta mercados en todos los continentes. Además, durante el 2022, se tuvo como objetivo de exportación más de 64 mil millones de dólares. De esta manera se conserva la posición de liderazgo mundial en la exportación de arándanos, uvas, espárragos y quinua, y se mantiene seguidamente de la producción de paltas frescas y otras especies como calamares procesados, alcachofas enlatadas y castañas frescas peladas. También hay mangos congelados enlatados, cítricos, pimientos enteros y palmitos. Mientras tanto, gracias al desempeño en el 2021, Perú está ubicado dentro de los 5 principales exportadores de kion y aceite de palma a nivel Latinoamericano.

En cuanto al sector productivo, las exportaciones de uva fresca (US\$1 260 millones), arándanos (US\$1 208 millones) así como la de palta (US\$1 084 millones) encabezaron la agroindustria; por su parte la pesca, comercio internacional de calamares y calamares congelados incrementó el camarón (\$593 millones); camarones (\$251 millones) y vieiras (\$123 millones). En manufactura, por su parte, se destacaron el alambre de cobre (\$401 millones), el fosfato de calcio (\$304 millones) y el zinc puro (\$280 millones); prendas de vestir, camisetas (\$503 millones) y camisas en algodón jersey (\$119 millones).

En el transcurso del año 2021, cerca de 20 regiones peruanas aumentaron sus cifras exportadoras, donde 12 regiones, incluyendo a Lambayeque, registraron cantidades históricas de exportación. Ello se ve reflejado mediante cifras alentadoras, como es el caso de lo registrado en Ica (US\$5 625 millones), en Arequipa (US\$5 310 millones), en Áncash (US\$4 668 millones), en La Libertad (US\$3 884 millones) y en Moquegua (US\$3 064 millones).

Considerado tal realidad, en el contexto local se encuentran un conjunto de empresas del sector agroexportación, dedicada al cultivo, procesamiento y exportación de línea de frutas y verduras en conserva, congelados y frescos que tienen gran representatividad en la Región Lambayeque. Además, en los últimos cinco años, las empresas de este sector han venido implementando algunas estrategias que le permitan tener presencia internacional, no obstante, no se sabe a ciencia cierta qué nivel de capacidad exportadora presentan. Ya que parte significativa de su producción no se comercializa en el mercado internacional, debido a que existe una deficiente capacidad exportadora, lo que se traduce en la falta de conocimiento en las capacidades para el mercado internacional y exportación. Por consiguiente, se plantea la siguiente interrogante: ¿Cuál es el nivel de capacidad exportadora en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque, 2023?

El aporte de esta investigación al campo científico, principalmente se sustenta en un modelo que ayude a comprender la capacidad exportadora en empresas agroindustriales en la Región Lambayeque, ya que, a menudo esta capacidad se confunde con términos cuantitativos de exportación, como el volumen o el valor de las ventas al exterior. Además, gracias al estudio, se tienen datos actualizados y reales respecto a la variable dentro de empresas de este sector, permitiendo comprender cuál es el nivel de capacidad exportadora, tomando en cuenta sus componentes, de manera que, a partir de ello se tomen mejores decisiones. Así también para que haya incentivos e inversión en este sector por parte del gobierno o empresarios para fomentar la actividad exportadora. Y, finalmente, también resulta importante dado que se emplea un instrumento de recolección altamente confiable que podría ser replicado para obtener nuevos hallazgos.

Para resolver el problema mencionado se plantea el siguiente objetivo general: describir el nivel de capacidad exportadora en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque. Y, como objetivos específicos: identificar el nivel de la dimensión capacidad del producto, identificar el nivel de la dimensión capacidad productiva, identificar el nivel de la dimensión capacidad comercial e identificar el nivel de la dimensión capacidad gerencial.

Revisión de literatura

En primera instancia, la investigación científica Gafarov et al. (2023) analizaron los efectos de la capacidad exportadora de cereales en Ucrania, lo cual indica que existe una tendencia positiva en cuanto a su potencial exportador dentro del mercado extranjero, sin embargo, advierte que podría cambiar dada la incertidumbre del mercado agroindustrial. Mientras que, Zhang et al. (2022) señala que el uso de tecnologías es un factor clave para el crecimiento empresarial y el desarrollo de la capacidad exportadora en empresas china teniendo en cuenta los mercados altamente competitivos del sector, así como la competitividad y el rendimiento técnico.

Asimismo, el estudio de Kunroo y Ahmad (2022), consideró la estructura comercial, el potencial comercial, y la capacidad de oferta y acceso al mercado de Asia Meridional como elementos clave para el potencial de exportación, siendo este factible siempre que se mantenga el acceso al mercado y la capacidad de suministro. En tanto, en este mismo continente, Feng et al. (2022), examinaron cómo las limitaciones de la capacidad de exportación afectan la asignación de recursos y la productividad agregada en empresas chinas que utilizan tantas ventas directas como intermediarios en su proceso de exportación, siendo pertinente la eliminación de estas limitaciones podría aumentar la productividad en un 2,27%, así como sus exportaciones totales en un 4,97%.

Además, Veintemilla et al. (2021) analizaron las variables relacionadas al aspecto comercial que utilizan las organizaciones exportadoras, destacando que las empresas adoptan una estrategia que tiene en cuenta el desarrollo tecnológico y de innovación, permitiéndoles distribuir diversificadamente las ofertas exportadoras, mejorar los procesos comunicativos y las relaciones entre los consumidores potenciales. Así también, Quirós y Arce (2020) abordaron el desempeño exportador de grandes organizaciones de países en vías de desarrollo. La investigación reconoce que cada vez más empresas manejan herramientas de marketing para alcanzar mayor capacidad exportadora, especialmente en cuanto al aspecto comercial ya que permite trascender a otras economías.

Por su parte, Pinto et al. (2019) en su investigación, ejecutó un estudio donde encontró que el marketing internacional es una condición para el éxito de la capacidad exportadora en las empresas exportadoras. Además de combinar este factor con la planificación del desarrollo de la infraestructura y los equipos profesionales, crean tres caminos que para aumentar las posibilidades de una integración exitosa. Así también, Stefan (2012) elaboró un método que facilita la medición de la capacidad exportadora de pequeñas y medianas empresas, llegando a observar que la capacidad gerencial es la más importante para tener una exportación competente, ya que repercute en las demás capacidades que son; comercial, productiva y producto, en aquellas empresas que deseen exportar.

En cuanto a la base teórica referida a la capacidad exportadora, según Martín (2015) es la predisposición para adaptarse a los cambios en los mercados internacionales, esto requiere planificar y organizar las variaciones internas en las distintas áreas de la empresa.

Así también hace referencia aquella cualidad de gestión que tienen las empresas para realizar exportaciones, consolidando cada fortaleza y reduciendo cada debilidad, en base a ello se aprovecha toda opción que brindan los mercados internacionales, reduciendo toda amenaza que pudiese presentarse, resultando ser una estrategia empresarial basada en la infraestructura y la inserción internacional (Valero et al., 2016).

Meneses et al. (2017) expresan que es aquella habilidad empresarial que permite penetrar en el mercado internacional, sujeta a la relación de los valores exportadores y los montos totales facturados como producto de las ventas. Mientras que, Luu (2019) manifiesta que es una estrategia clave para impulsar este tipo de emprendimientos estratégicos es la capitalización del conocimiento de la internacionalización, de esta manera se puede aumentar la productividad y maximizan las ganancias. Por último, para Escandon et al. (2019), se entiende como un motor interno que amplifica los resultados de la orientación internacional en el proceso de exportación.

En cuanto a su importancia, Araque (2018) indica que la competitividad de las exportaciones presenta una gran dinamicidad, debido a ello es recomendable realizar evaluaciones constantes ante la posibilidad de mejorar la eficiencia a través del desarrollo de estrategias y el empleo de soportes tecnológicos modernos.

Por otro lado, Mora y Norman (2017) enfatizan que la implementación de joint ventures y alianzas estratégicas son una forma de crear y posicionar nuevos productos en los mercados nacionales e internacionales, además es necesario reivindicar la mano de obra calificada y los procesos productivos en condiciones de apoyo y concertación homogéneos.

Asimismo, Pesántez et al. (2020) menciona que el desarrollo de nuevas tecnologías ha permitido a las empresas adoptar estrategias digitales como nuevos modelos de negocio, ya que

logra un mayor y mejor desenvolvimiento de la organización, reduce ineficiencias, mejora la conectividad con mercados externos, acelera el proceso de negociación, mantiene la productividad y aumenta las ventas.

Esta variable, de acuerdo al modelo teórico de Loan (2012), aplicado a directivos de Mypes exportadoras, se compone de algunas subvariables o dimensiones, que, de hecho, se determinan como fundamentales para estimarla, tales son: capacidad del producto, capacidad productiva, capacidad comercial y capacidad gerencial, definidas como:

Capacidad del producto, esta dimensión se caracteriza por varios aspectos clave. En primer lugar, incluye el número de productos exportados, lo cual refleja la diversidad y amplitud de la oferta exportable de una empresa. Además, abarca la calidad del producto, medida en términos de cumplimiento con estándares internacionales, lo que asegura que los productos cumplan con las expectativas de los mercados extranjeros (Savitri et al., 2021). La adaptabilidad de los productos para satisfacer las demandas cambiantes de los clientes internacionales también es esencial. Esto implica la capacidad de modificar o personalizar productos según las necesidades del mercado. La vida útil de los productos y su ventaja competitiva en el mercado global son otros aspectos destacados en esta dimensión. Además, se considera el registro de la marca y su atractivo internacional, ya que una marca fuerte y reconocida puede contribuir significativamente al éxito en la exportación (Miocevic, 2021).

Capacidad productiva, esta dimensión se refiere a la capacidad de producción y almacenamiento de la empresa. La capacidad de producción se relaciona con la capacidad de la empresa para fabricar productos en cantidad suficiente para atender la demanda del mercado internacional. Además, implica la presencia de actividades de investigación y desarrollo orientadas a mejorar tanto los productos como los procesos productivos y equipos utilizados (Tursunov, 2019). La innovación tecnológica es un factor crítico, ya que permite a la empresa mantenerse competitiva en un entorno global en constante evolución. También, de acuerdo con Kondratieva et al. (2022) es importante considerar la existencia y la aplicación de mecanismos y estándares de control de calidad para garantizar la consistencia y la excelencia de los productos.

Capacidad comercial, esta dimensión abarca dos categorías clave: "inteligencia comercial" y "comercialización y ventas". La primera categoría se caracteriza por el conocimiento profundo de los aspectos comerciales relacionados con la exportación. Esto incluye la comprensión de los beneficios de los acuerdos comerciales internacionales, lo cual es fundamental para aprovechar al máximo las oportunidades comerciales (Sawasdee et al., 2022). Además, implica estar al tanto de los incentivos estatales destinados a promover las

exportaciones, así como de los programas de asistencia a la exportación desarrollados por organizaciones en el país de origen. También es esencial estar informado sobre las restricciones a la importación en el país de destino y conocer las barreras de entrada específicas en los países de destino (Fiankor et al., 2021).

Capacidad gerencial, aborda aspectos relacionados con la gestión y el liderazgo en el contexto de la exportación. Esto implica evaluar si los mandos medios y altos tienen experiencia en actividades de exportación, lo que puede proporcionar el conocimiento necesario para abordar los desafíos específicos de los mercados internacionales. Además, considera la capacidad de comunicación en un idioma de circulación internacional, lo que facilita la interacción y la negociación con socios comerciales extranjeros (Mansion & Bausch, 2020). La disposición organizacional para emplear todos los recursos disponibles en la actividad exportadora, así como la voluntad de compartir proyectos de exportación con todos los colaboradores, promoviendo una cultura de trabajo en equipo y colaboración. También implica la disposición para establecer alianzas estratégicas que puedan fortalecer la presencia internacional de la empresa (Westerlund, 2020).

Materiales y métodos

El siguiente estudio presentó un enfoque cuantitativo debido a que emplea el procesamiento numérico, afianzado en herramientas estadísticas básicas, al emplear los datos y obtener resultados conforme a los objetivos establecidos en el presente documento (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Por su parte, conforme a la finalidad fue de tipo básica puesto que buscó generar conocimiento que fundamente y amplíe las nociones teóricas en el ámbito de la capacidad exportadora en las empresas agroindustriales. Respecto al nivel o profundidad de la investigación, fue descriptiva, dado que su principal finalidad busca diagnosticar o conocer la situación actual (Arias & Covinos, 2021), ello se determina en función a los objetivos establecidos. Finalmente, fue también de diseño no experimental, específicamente mediante un estudio de caso, en lo que respecta a su diseño porque no se manipula la variable, por el contrario, se busca principalmente estudiarla en su situación natural con la obtención de datos y en un momento específico y dentro de un contexto particular (Carrasco, 2019).

Por su parte, la población se encontró integrada por todos los directivos de Mypes agroindustriales en la Región Lambayeque. En ese sentido, se consideró una muestra de 150 directivos, además, el tipo de muestreo fue el no probabilístico por conveniencia dado que se emplea cuando se seleccionan intencionalmente a la muestra, en función a aquellos casos adecuados en base al planteamiento de la investigación.

La técnica empleada fue la encuesta y con su respectivo instrumento el cuestionario, cuyo modelo fue desarrollado por Loan (2012) quien elaboro un método para realizar la medición de la capacidad exportadora en pequeñas y medianas empresas, con un total de cuatro dimensiones, constituido por 18 ítems en escala ordinal, con cinco alternativas de respuesta, las cuales fueron posteriormente organizadas en tres categorías (niveles) mediante la agrupación visual para una mejor interpretación de los valores obtenidos. Así también, se contó con un alto nivel de confiabilidad (0,875) y validez (0,903).

Como parte del procedimiento de recojo de datos, se consideró en un primer momento el consentimiento informado de las Mypes participantes, para luego entablar una reunión con los jefes de cada organización, de manera que coordinó la fecha de aplicación de los instrumentos con la finalidad de recabar la información. Una vez completados los datos del total de la muestra, estos fueron organizados y sistematizados en una hoja de Excel, donde posteriormente fueron trasladados a un programa estadístico. En tanto, se emplearon las herramientas básicas estadísticas que posee el programa SPSS para brindar respuestas a los objetivos de la investigación a través del análisis descriptivo en base a tablas de frecuencia donde se observe la distribución relativa y absoluta de cada una de las respuestas brindadas por los participantes y de manera gráfica mediante histogramas para representar dicha distribución, y así proceder a su analizar e interpretación.

Resultados y discusión

Objetivo específico 1: Identificar el nivel de la dimensión capacidad del producto en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque.

Tabla 1.

Distribución de frecuencias por niveles de la dimensión capacidad del producto en empresas agroindustriales de la Región Lambayeque

Nivel	n	%
Capacidad baja	3	2,0
Capacidad media	15	10,0
Capacidad alta	132	88,0
Total	150	100

De acuerdo a la opinión a los directivos de las Mypes encuestadas (88 %) consideran que se cuenta con una capacidad alta del producto, es decir que, se tiene alta demanda dentro del mercado internacional con una serie de ventajas competitivas claras y adaptado a las necesidades de sus clientes. Ante ello, dado que la mayoría cuenta con la capacidad del producto

en el nivel alto, es posible inferir que estos son muy demandados en el mercado internacional, señalando que las Mypes está preparadas para satisfacer una gran parte de esa demanda, lo que indica que sus productos gozan de popularidad y aceptación en el mercado global. Sin embargo, una proporción menor percibe una capacidad media y otra minoría percibe un nivel bajo en cuanto a esta dimensión, implicando que esta proporción de empresas tienen dificultades para cumplir con los estándares que solicitan los mercados externos en cuanto a las características de sus productos.

Los resultados obtenidos en el primer objetivo específico arrojan información relevante según la percepción de los directivos de las Mypes encuestadas, con una impresionante mayoría considera que poseen una capacidad alta del producto. Esto indica que estas empresas gozan de una demanda sustancial en el mercado internacional y cuentan con ventajas competitivas sólidas, sin embargo, se debe destacar que existe una proporción menor que percibe una capacidad media y una minoría que considera que su capacidad es baja en esta dimensión. Comparando estos resultados con los antecedentes mencionados, se pueden observar algunas similitudes y diferencias, ya que en el estudio de Gafarov et al. (2023) en Ucrania, se señalaba una tendencia positiva en la capacidad exportadora de cereales, lo que guarda cierta relación con los resultados obtenidos en Lambayeque, sin embargo, la advertencia sobre la incertidumbre del mercado agroindustrial también es relevante para este sector. Por otro lado, el estudio de Feng et al. (2022) en China reveló cómo la eliminación de limitaciones en la capacidad de exportación referidas al producto puede aumentar la productividad y las exportaciones, en este sentido, si las Mypes en Lambayeque desean mantener su capacidad alta del producto, deberían estar atentas a eliminar cualquier limitación que pueda surgir. En ese sentido, los resultados sugieren que las empresas agroindustriales en Lambayeque han logrado un nivel destacable de capacidad del producto en el mercado internacional, siendo un indicador positivo para su competitividad y su potencial de exportación. Sin embargo, es crucial que estas empresas sigan innovando y adaptándose a las demandas cambiantes de los mercados extranjeros para mantener y, si es posible, aumentar su capacidad de producto. Además, deben estar preparadas para abordar posibles desafíos e incertidumbres del mercado, tal como se advierte en los antecedentes. El sustento teórico de estos hallazgos refleja la importancia de la capacidad del producto en el contexto de la exportación, ya que esta dimensión abarca la diversidad de productos exportados (Savitri et al., 2021), donde la calidad, la adaptabilidad, la vida útil y la ventaja competitiva en el mercado global, según Miocevic (2021) son fundamentales para recordar que la dinámica del mercado puede cambiar, y es necesario

mantener una constante adaptación y mejora en estos aspectos para mantener el éxito en la exportación a largo plazo.

Objetivo específico 2: Identificar el nivel de la dimensión capacidad productiva en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque.

Tabla 2.

Distribución de frecuencias por niveles de la dimensión capacidad productiva en empresas agroindustriales de la Región Lambayeque

Nivel	n	%
Capacidad baja	16	10,7
Capacidad media	53	35,3
Capacidad alta	81	54,0
Total	150	100

Según se observa, la mayoría de los encuestados (54 %) cuentan con una capacidad productiva alta, referido a que en cualquier momento podrían fácilmente aumentar su capacidad de producción y almacenamiento si lo requieren. No obstante, también se considera que su capacidad productiva es media en función a que no cuenta con un nivel tecnológico suficiente y se dificulta en cuanto a su cultura organizacional poco flexible en este tipo de situaciones. Asimismo, una menor proporción señala una capacidad baja, lo que indica que una porción significativa de la producción enfrenta dificultades para satisfacer la demanda o que tiene limitaciones en su capacidad de producción y/o capacidad ociosa. Pero, aún tiene margen de mejora en términos de eficiencia y producción, dado que una mayor proporción señala una capacidad alta en términos de capacidad productiva. En este contexto, el acceso a financiamiento resulta ser un factor clave para la exportación, empleado en el desarrollo de nuevos mercados, la adaptación de productos y la logística internacional, por lo cual, un financiamiento adecuado proporciona a las empresas la capacidad para implementar estrategias que les permitan aprovechar dichas oportunidades en el mercado externo. Asimismo, un aspecto relevante en la evaluación de esta dimensión es la existencia de una organización ágil y adaptable a los cambios en el mercado, ya que una cultura organizacional flexible permite a la vez, mayor capacidad de adaptación, innovación y rápida respuesta a las necesidades del entorno, contribuyendo a mejorar la competitividad de las empresas en el ámbito exportador.

Tomando en cuenta estos resultados con los antecedentes mencionados, se encuentran similitudes notables con Zhang et al. (2022) quienes destacaron la importancia de la tecnología en el crecimiento empresarial y el desarrollo de la capacidad exportadora en empresas chinas desde la perspectiva de la capacidad productiva. Además, la percepción de que la capacidad

productiva de las empresas en Lambayeque está limitada por la falta de tecnología se alinea con los hallazgos de Veintemilla et al. (2021) quienes enfatizaron la relación entre el desarrollo tecnológico y la capacidad de diversificar las ofertas exportadoras y mejorar las relaciones con los consumidores potenciales, lo que sugiere que el aspecto tecnológico es crucial para la competitividad en la exportación. Al respecto, estos resultados indican que la capacidad productiva en las empresas agroindustriales de Lambayeque es mixta. Aunque un porcentaje significativo considera que tienen una capacidad alta, la percepción de una falta de tecnología avanzada y una cultura organizacional poco flexible plantea desafíos importantes. El sustento teórico resalta que este tipo de empresas buscan satisfacer la demanda internacional, incluyendo la innovación tecnológica y la mejora de procesos, pues la falta de tecnología y una cultura organizacional inflexible pueden limitar la capacidad de una empresa para competir en el mercado global (Tursunov, 2019). Por lo tanto, según manifiesta Kondratieva et al. (2022) estas empresas deben considerar estrategias para desarrollar su capacidad productiva, incluyendo la inversión en tecnología y la promoción de un entorno empresarial ágil y adaptable.

Objetivo específico 3: Identificar el nivel de la dimensión capacidad comercial en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque.

Tabla 3.

Distribución de frecuencias por niveles de la dimensión capacidad comercial en empresas agroindustriales de la Región Lambayeque

Nivel	n	%
Capacidad baja	22	14,7
Capacidad media	120	80,0
Capacidad alta	8	5,3
Total	150	100

Según refiere la encuesta, una gran proporción de los directivos (80 %) considera que se cuenta con una capacidad comercial media, debido a que tienen recursos limitados, pero con una presencia estable en el mercado, atendiendo a una base sólida de clientes y manteniendo una posición competitiva en el sector agroindustrial. Por otro lado, es plausible inferir que las empresas evaluadas están gestionando sus precios de acuerdo a los mercados y costos en general, tomando en cuenta los precios ofrecidos por la competencia, el costo productivo, así como los márgenes de beneficio deseados al establecer sus precios. Además, un menor porcentaje afirma que la capacidad comercial es baja, lo que indica que una parte significativa de las empresas puede tener dificultades para alcanzar un volumen de ventas óptimo o enfrentar

desafíos en la inserción a un nuevo mercado, atribuido principalmente a que no participan de actividades comerciales como ferias nacionales e internacionales para promocionar sus productos en otros mercados. Ante ello, es posible que las empresas seleccionen cuidadosamente las ferias en las que participa y/o sean muy selectivas y enfocadas en mercados estratégicos, especialmente en aquellos que ofrezcan oportunidades relevantes para su negocio y/o su expansión. Escasamente, una minoría afirma tener una capacidad alta respecto a esta dimensión, por lo que una pequeña proporción de la capacidad comercial de las empresas ha logrado incursionar en mercados internacionales o segmentos de alto valor añadido, en menos escala, comparándolo con otros niveles de capacidad, gracias a los estudios de mercado que proporcionan una base sólida para identificar oportunidades, definir segmentos, desarrollar productos y servicios, y establecer estrategias de precios y promoción efectivas. Adicionalmente, existe también una proporción rescatable de estas empresas que están gestionando sus precios de manera estratégica, lo que demuestra una gestión comercial consciente y adaptada a las condiciones del mercado.

Al comparar estos resultados con los alcances de Kunroo y Ahmad (2022), se encontró similitud ya que destacó la importancia de la capacidad de oferta y acceso al mercado para el potencial de exportación, donde se busca mantener una presencia estable en el mercado. Además, el estudio de Quirós y Arce (2020) resalta la importancia de las herramientas de marketing para el desempeño exportador, especialmente en el aspecto comercial, respaldando esta idea, ya que las empresas están gestionando sus precios de manera estratégica, lo que es una parte fundamental de la estrategia comercial. Tomando en cuenta dichos aportes, se considera que estos resultados dentro de las empresas agroindustriales de Lambayeque han logrado mantener una posición competitiva en el mercado a pesar de enfrentar limitaciones de recursos, siendo la gestión de precios estratégica es una señal de adaptabilidad y enfoque en el mercado. Sin embargo, es importante que estas empresas continúen buscando formas de superar sus limitaciones de recursos para mejorar aún más su capacidad comercial. Al respecto, estos hallazgos enfatizan la importancia de la capacidad comercial en el contexto de la exportación, lo cual implica un profundo conocimiento de los aspectos comerciales relacionados con la exportación, resultando fundamental para aprovechar al máximo las oportunidades comerciales y superar las barreras (Sawasdee et al., 2022). Mientras que, según Fiankor et al. (2021), la gestión estratégica de los precios es un componente crítico de esta capacidad, ya que los precios desempeñan un papel clave en la competitividad en el mercado internacional, además, la capacidad de adaptarse a las limitaciones de recursos y buscar formas de superarlas.

Objetivo específico 4: Identificar el nivel de la dimensión capacidad gerencial en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque.

Tabla 4.

Distribución de frecuencias por niveles de la dimensión capacidad gerencial en empresas agroindustriales de la Región Lambayeque

Nivel	n	%
Capacidad baja	47	31,3
Capacidad media	76	50,7
Capacidad alta	27	18,0
Total	150	100

Según la opinión de los directivos de empresas agroindustriales encuestados (50,7 %) se tiene un nivel de capacidad gerencial media, dado que no se suele involucrar al personal en los objetivos empresariales y/o no existe la disposición para aliarse con otras organizaciones y entrar a nuevos mercados internacionales. Por otro lado, esto también se debe a que cuentan con un equipo gerencial capaz de cumplir con las responsabilidades y tareas asignadas y con conocimientos relativos en la gestión de empresas agroindustriales. Por su parte, otra proporción considera que la capacidad gerencial es baja, lo que indica que una parte representativa de la empresa actualmente están enfrentando desafíos en términos de liderazgo y gestión, lo que podría afectar la eficiencia y el desempeño general de la organización. En tanto, una minoría restante afirma contar con una capacidad gerencial alta, siendo un indicativo de que las empresas de este sector también cuentan con líderes destacados y altamente capacitados que han demostrado un desempeño excepcional en la toma de decisiones estratégicas, así como en la dirección general de la organización.

Comparando estos resultados con los antecedentes revisados, se pueden destacar similitudes con el estudio de Stefan (2012), que resaltó la importancia de la capacidad gerencial para la exportación competente, ya que esta dimensión influye en las demás capacidades relacionadas con la exportación. Asimismo, los resultados de la encuesta sugieren que la capacidad gerencial en Lambayeque está en línea con esta noción, ya que se relaciona con la disposición para establecer alianzas estratégicas y la expansión a nuevos mercados internacionales. Además, el estudio de Pinto et al. (2019) destacó la importancia del marketing internacional y la planificación del desarrollo de la infraestructura en el éxito de la capacidad exportadora, lo que se relaciona con la gestión y liderazgo que influyen en estas áreas. Es así que, las empresas agroindustriales de Lambayeque pueden mejorar su capacidad gerencial al fomentar una mayor

involucración del personal en los objetivos empresariales y promover la disposición para establecer alianzas estratégicas y explorar nuevos mercados internacionales, con la presencia de un equipo gerencial competente es una ventaja, pero es importante que este liderazgo se dirija hacia la expansión y la colaboración en el ámbito global. Teóricamente, esta dimensión aborda la gestión y el liderazgo, que son fundamentales para el éxito en la exportación, por lo cual, la experiencia en actividades de exportación, la capacidad de comunicación en un idioma internacional, la disposición para emplear recursos en la actividad exportadora y la voluntad de compartir proyectos de exportación con el equipo son elementos críticos para una gestión efectiva en mercados internacionales (Mansion & Bausch, 2020). Además, de acuerdo con Westerlund (2020), la disposición para establecer alianzas estratégicas puede fortalecer significativamente la presencia internacional de la empresa.

Objetivo general: Describir el nivel de capacidad exportadora en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque.

Tabla 5.

Distribución de frecuencias por niveles de capacidad exportadora en empresas agroindustriales de la Región Lambayeque

Nivel	n	%
Capacidad baja	28	18,7
Capacidad media	51	34,0
Capacidad alta	71	47,3
Total	150	100

Finalmente, se aprecia que la mayoría de directivos de estas organizaciones (47,3 %) consideran que la empresas que administran cuentan con una alta capacidad exportadora de acuerdo a criterios como sus productos, capacidad productiva, comercial y gerencial, seguido de una menor proporción que señalan una capacidad media, principalmente en función a la tercera y cuarta dimensión y una menor cantidad de encuestados consideran una capacidad exportadora baja, también atribuida a estos dos criterios con menores valoraciones. Asimismo, es posible inferir que la empresa cuenta con una sólida capacidad exportadora, además, con la capacidad alta en la dimensión productiva indica que tiene una capacidad de producción significativa y puede satisfacer una gran parte de la demanda del mercado, resultando un factor clave para respaldar la capacidad exportadora de la empresa, ya que puede cumplir con los volúmenes necesarios para atender a los clientes internacionales. Asimismo, se aprecia una capacidad alta en la dimensión de capacidad comercial, corroborando que la empresa tiene una

presencia estable en el mercado y está realizando una cantidad considerable de ventas, siendo esencial para impulsar la capacidad exportadora, ya que presenta aquella capacidad de promocionar y vender sus productos a clientes internacionales de manera efectiva.

Comparando estos resultados con los antecedentes mencionados, se pueden identificar algunas conexiones con el estudio de Feng et al. (2022) quienes señalaron cómo la eliminación de limitaciones en la capacidad de exportación puede aumentar la productividad y las exportaciones, manteniendo una alta capacidad exportadora como factor clave para el éxito en los mercados internacionales. Además, se contrasta con el estudio de Zhang et al. (2022) pues resaltaron la jerarquía de las tecnologías para el crecimiento empresarial y el desarrollo de la capacidad exportadora, lo que respalda la idea de que la calidad de los productos y la capacidad productiva son elementos cruciales para la exportación. Por tal razón, se infiere que las empresas agroindustriales en Lambayeque han logrado desarrollar una alta capacidad exportadora, lo que es una señal positiva para su competitividad en los mercados internacionales. Sin embargo, es esencial que aquellas que perciben una capacidad media o baja trabajen en fortalecer las dimensiones comercial y gerencial, ya que estas son necesarias para adaptarse a los cambios en los mercados internacionales. Como menciona Martín (2015), es una cualidad esencial que puede impulsar la capacidad exportadora, implicando la predisposición para adaptarse a los cambios en los mercados internacionales, planificar y organizar variaciones internas en la empresa, y aprovechar las oportunidades que brindan los mercados internacionales. Ante ello, Meneses et al. (2017) contrasta que la calidad de los productos, la capacidad productiva, la capacidad comercial y la gestión empresarial son componentes críticos de esta capacidad exportadora, y es esencial que todas estas dimensiones estén bien desarrolladas para competir de manera efectiva en el mercado global.

Conclusiones

Las Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque presentan mayores deficiencias en cuanto al aspecto comercial y gerencial respecto a su capacidad exportadora, aun así, son capaces de atender altos volúmenes de pedidos y satisfacer a sus clientes.

La capacidad del producto en las Mypes agroindustriales en esta región continúa siendo un indicador positivo como parte de su potencial agroexportador. Sin embargo, es necesario ofrecer mayor variedad de productos que se adapten a la demanda del mercado extranjero.

La falta de tecnología avanzada y una cultura organizacional poco flexible son aspectos que limitan la capacidad productiva de las Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque.

Los directivos de las Mypes agroindustriales cuentan con limitaciones de recursos que afectan su capacidad comercial, a pesar de ello, han logrado mantener una sólida presencia en el mercado, construyendo una base de clientes estable y manteniendo su competitividad en el sector.

El equipo directivo de las empresas agroindustriales en la Región Lambayeque tiene conocimientos aceptables en cuanto al manejo empresarial, sin embargo, no se suele involucrar al personal en los objetivos empresariales ni se tiene la disposición para establecer alianzas estratégicas con otras empresas.

Recomendaciones

Invertir en el desarrollo comercial y gerencial de las Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque, con mejores estrategias de comercialización como campañas de marketing digital que incluyan presencia en redes sociales y plataformas de comercio electrónico, además del fortalecimiento de infraestructura mediante evaluaciones detalladas, priorizando áreas críticas, búsqueda de apoyo externo, fomento de investigación y desarrollo a través de la creación de un departamento interno, colaborando con centros de investigación y universidades, y evaluación continua de sus resultados mediante un sistema de monitoreo de indicadores clave de rendimiento y revisiones periódicas con el equipo gerencial.

Diversificar la oferta de productos como cítricos, hortalizas, frutos secos y otros de alto valor por parte de las Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque para no depender en exceso de un solo producto y/o variedad en temporadas bajas, previa evaluación de productos que tengan una mayor demanda en el mercado extranjero y que sean de fácil adaptación a los climas de esta localidad. Esto permitirá abordar diferentes mercados, maximizar la diversificación y minimizar el riesgo de depender de un solo cliente o sector.

Destinar mayor inversión en tecnología para fortalecer la capacidad productiva de las Mypes agroindustriales, previa identificación de las áreas específicas donde es necesario optimizar procesos, como la producción, el almacenamiento y la gestión de inventarios. Además, se debe fomentar una cultura interna que valore la adaptabilidad y la innovación, mediante capacitación de empleados en temas referidos a la mejora de los procesos productivos, promoviendo la colaboración, identificación y resolución de desafíos operativos.

Buscar fuentes de financiamiento adecuadas para superar sus limitaciones de recursos a través de subsidios, créditos preferenciales, así como la participación en programas de desarrollo empresarial respaldados por el gobierno tales como: Red de Apoyo al Comercio Exterior (REDEXPerú), Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI), Programa de

Fondo Emprendedor, Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación, entre otros. Además, se sugiere establecer alianzas estratégicas con otras organizaciones agroindustriales para solicitar recursos adicionales y/o asesoramiento a Ministerios, Cámaras de Comercio o asociaciones gremiales del sector.

Fomentar una mayor participación del personal en la definición de objetivos empresariales y promover una cultura de colaboración y liderazgo mediante la implementación de programas de capacitación en liderazgo y trabajo en equipo, así como la creación de incentivos para la generación de ideas y propuestas por parte de los empleados. Además, se sugiere establecer conexiones con organizaciones de apoyo empresarial, como cámaras de comercio locales o instituciones gubernamentales, que pueden proporcionar asesoramiento y recursos para promover la expansión a nuevos mercados internacionales y la creación de alianzas estratégicas.

Referencias

- Alvarado–Gastiaburo, Á., & Vergara–Díaz, N. (2018). El desafío del comercio electrónico en la economía del Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 3(1), 67. <https://doi.org/10.23857/pc.v3i1>
- Araque, W. (2018). Barreras invisibles al comercio, las medidas no arancelarias y la capacidad exportadora de las empresas: Entrevista a Cristian Ugarte. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, 3, 167-72. <https://doi.org/10.32719/25506641.2017.3.8>
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Carrasco, S. (2019). *Methodology of scientific research. Methodological guidelines for designing and developing a research project*. Editorial San Marcos. http://www.sancristoballibros.com/libro/metodologia-de-la-investigacion-cientifica_45761
- Duque, P., Aguirre, O., Lesmes, G., & Castellanos, J. (2021). Internacionalización de empresas latinas: evolución y tendencias. *Económicas CUC*, 42(1), 122-152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8443447>
- Escandon, D., Rialp, J., Sascha, F., Rodriguez, A., & Castro, G. (2019). Born global: the influence of international orientation on export performance. *Heliyon*, 5, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02688>
- Feng, X., Wang, Y., & Zhao, L. (2022). Export capacity constraints and distortions. *Journal of Development Economics*, 157, 1-31. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2022.102889>
- Fiankor, D., Haase, O., & Brümmer, B. (2021). Efectos heterogéneos de las normas en los flujos comerciales agrícolas. *Journal of Agricultural Economics*, 72(1), 25-46. <https://doi.org/10.1111/1477-9552.12405>
- Gafarov, N., Ibrahimov, E., & Huseynov, M. (2023). Análisis de la capacidad del potencial de exportación de grano en Ucrania, posibles razones de la disminución y tendencias de desarrollo. *Scientific Horizons*, 25(12), 102-112. [10.48077/scihor.25\(12\).2022.102-112](https://doi.org/10.48077/scihor.25(12).2022.102-112)
- Guadalupe, J., Torres, X., & García, J. (2021). Identificación de sectores agroindustriales alimenticios en el Ecuador que han sido afectados por la pandemia COVID-19. *RECIMUNDO*, 5(4), 65-73. [https://doi.org/10.26820/recimundo/5.\(4\).oct.2021.65-73](https://doi.org/10.26820/recimundo/5.(4).oct.2021.65-73)
- Guerra, S. (2021). La dinámica exportadora de las grandes empresas de Colombia y Antioquia (2009-2018). *Revista En-contexto*, 9(14), 127-148. <https://doi.org/10.53995/23463279.867>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Kondratieva, O., Fedorov, A., & Slinko, O. (2022). Assessment of innovative development of the agro-industrial complex. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 979(1), 012065. [10.1088/1755-1315/979/1/012065](https://doi.org/10.1088/1755-1315/979/1/012065)

- Kunroo, M., & Ahmad, I. (2022). Export Performance of South Asia Trade Potential, Supply Capacity, and Global Market Access. *Economic and Political Weekly*, 57(26), 69-77. <https://www.epw.in/journal/2022/26-27/special-articles/export-performance-south-asia.html>
- Loan, D. (2012). Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las Pymes en Venezuela. *Compendium*, 15(28), 23-42.
- Luu, D. T. (2023). Internationalisation, knowledge intensity, adaptive culture, and absorptive capacity: a strategic entrepreneurship enabling logic for export firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(2), 390-418. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2022-0288>
- Mansion, S., & Bausch, A. (2020). Intangible assets and SMEs' export behavior: a meta-analytical perspective. *Small Business Economics*, 55, 727-760. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-019-00182-5>
- Martín, M. (2015). *Ingeniería de la exportación—La ruta para internacionalizar su empresa*. FC Editorial.
- Meneses, C., Estrada, I., & Cote, C. (2017). Implicaciones de la inversión en recursos intangibles sobre la capacidad exportadora de las empresas de Santander, Colombia. *Revista Finanzas y Política Económica*, 9(2), 397-417. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2017.9.2.9>
- Miocevic, D. (2021). Dynamic exporting capabilities and SME's profitability: Conditional effects of market and product diversification. *Journal of Business Research*, 136, 21-32. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.07.025>
- Mora, A., & Norman, E. (2017). Revisión sistemática de literatura sobre la internacionalización de la empresa PYME en Colombia. *Espacios*, 38(39). <http://www.revistaespacios.com/a17v38n39/17383910.html>
- Ortiz, A., & Tobar, M. (2017). Elementos para el desarrollo de una estrategia de marketing digital que permita mejorar la gestión de marketing en empresas agroindustriales en el departamento del Cauca. *Administración & Desarrollo*, 47(2), 184-193. <https://doi.org/10.22431/25005227.364>
- Perdigón, R., Viltres, H., & Madrigal Leiva, I. R. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12(3), 192-208.
- Pesántez, A., Romero, J., & González, M. (2020). Comercio electrónico B2B como estrategia competitiva en el comercio internacional: Desafíos para Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 5(1), 72-93. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1166>
- Pinto, C., Avrichir, I., & Henrique, B. (2019). Capacidades tecnológicas e desempenho exportador: O caso dos clubes de futebol brasileiros. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, 18(2), 225-237.
- Quirós, J., & Arce, S. (2020). Herramientas de mercadeo tradicional y digital utilizadas por grandes empresas ubicadas en países en vías de desarrollo y su relación con el desempeño exportador: El caso de Costa Rica. *Revista EAN*, 89, 33-50. <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2817>

- Savitri, E., Nur, E., & Syahza, A. (2021). Can innovation mediate the effect of adaptability, entrepreneurial orientation on business performance?. *Management Science Letters*, 11(8), 2301-2312. 10.5267/j.msl.2021.3.014
- Sawasdee, A., Sangkhaha, C., Buakhao, S., & Kruamek, S. (2022). Commercial Capacity Development of Waste Material Product: Experience from Bangkok, Thailand. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), 9396-9408. <https://www.journalppw.com/index.php/jpsp/article/view/11470>
- Sotomayor, O., Ramírez, E., & Martínez, H. (2021). *Digitalización y cambio tecnológico en las MiPymes agrícolas y agroindustriales en América Latina*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/46965>
- Stefan, D. (2012). Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las Pymes en Venezuela. *Compendium*, 15(28), 23-42. <https://www.redalyc.org/pdf/880/88025738003.pdf>
- Tóala, G., Briones, A., Menoscal, D. V., & Moreira, L. (2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 4(4), 71-87. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7164411>
- Tursunov, B. (2019). Methodology for assessment the efficiency of production capacities management at textile enterprises. *Vlakna a textil*, 26(2), 74-81. http://vat.ft.tul.cz/2019/2/VaT_2019_2_13.pdf
- Valero, G., Rodenes, M., & Rueda, G. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión. *Lebret*, 8, 127-147. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6069733>
- Veintemilla, K., Maza, O., & González, M. (2021). El B2B como estrategia de diferenciación. Un enfoque en las empresas exportadoras de derivados de cacao. *COMPENDIUM: Cuadernos de Economía y Administración*, 8(1), 25-41.
- Westerlund, M. (2020). Digitalization, internationalization, and scaling of online SMEs. *Technology Innovation Management Review*, 10(4). https://www.timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/TIMReview_2020_April%20-%204.pdf
- Zhang, K., Wang, Y., Zhao, X., Geng, X., Xiang, S., & Li, M. (2022). Evaluation on potential export capacity of China's typical complete coal chemical industry. *Coal Science and Technology*, 50(6), 313-320. 10.13199/j.cnki.cst.2020-1197

Anexos**Anexo 1. Carta de aceptación****CARTA DE ACEPTACIÓN**

Por medio de la presente, dejamos constancia para que el Sr. Andy Alexis Farroñan Pacherras, identificado con DNI 70290528, realice su investigación de Tesis en nuestra empresa Gandules Inc. SAC.

Durante el tiempo de su investigación pueda tomar datos correspondientes, con el fin de tener éxito hasta la culminación de su presente estudio.

Y para que conste, se expide el presente documento para fines necesarios.

Chiclayo 03/10/2022

Lic. Paola Salazar
Jefe corporativo de gestión del Talento

Anexo 2. Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivo general	Hipótesis de investigación	Variable / Dimensiones	Ítems
¿Cuál es el nivel de capacidad exportadora en Mypes agroindustriales, Lambayeque 2023?	Describir el nivel de capacidad exportadora en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque, 2023.	Existe un nivel medio de capacidad exportadora en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque, 2023.	Variable: Capacidad exportadora	
	Objetivos específicos			
	Identificar el nivel de la dimensión capacidad del producto en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque, 2023.		<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad del producto 	1,2,3,4
	Identificar el nivel de la dimensión capacidad productiva en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque, 2023.		<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad productiva 	5,6,7,8,9,10,11,12,13
	Identificar el nivel de la dimensión capacidad comercial en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque, 2023.		<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad comercial 	14,15,16
Identificar el nivel de la dimensión capacidad gerencial en Mypes agroindustriales de la Región Lambayeque, 2023.		<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad gerencial 	17,18	

Población, muestra y muestreo	Instrumentos de recolección de datos	Procedimiento	Técnicas estadísticas	Procesamiento
Población: 150 directivos de Mypes agroindustriales en la Región Lambayeque Muestra: --- Muestreo: No probabilístico por conveniencia	Cuestionario de capacidad exportadora	Recolección de datos Digitalización de los instrumentos Aplicación de los instrumentos Recolección de datos	Estadística descriptiva	SPSS <ul style="list-style-type: none"> • Tablas de frecuencia • Gráficos de barra

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO DE CAPACIDAD EXPORTADORA

INSTRUCCIONES: El presente instrumento es de carácter anónimo; tiene como objetivo conocer el nivel de capacidad exportadora en empresas agroindustriales de la Región Lambayeque. Por ello se le solicita responder todos los siguientes enunciados con veracidad.

OPCIONES DE RESPUESTA: Escala ordinal

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que los productos de la empresa son de alta demanda en el mercado internacional?					
2	¿Considera usted que los productos de la empresa cuentan con calidad internacional?					
3	¿Considera usted que los productos comercializados por la empresa tienen posibilidad de ser aceptados en el mercado externo?					
4	¿Cree usted que el registro de marca es fundamental para la protección de sus productos frente a copias en el mercado de destino?					
5	¿Cree usted que la empresa tiene la posibilidad de incrementar su capacidad de producción y almacenamiento aprovechando su capacidad ociosa? (Entiéndase capacidad ociosa como la capacidad productiva y de almacenamiento no usada)					
6	¿Considera usted el nivel tecnológico usado por la empresa en el área de producción como alto?					
7	¿Cree usted que la empresa debería contar con mayor acceso a financiamiento para obtener los recursos necesarios para la exportación?					
8	¿Considera usted que la razón principal de la empresa para exportar es la demanda internacional de sus productos?					
9	¿Cree usted que la estructura de la empresa está adaptada para el incremento de la exportación?					

10	¿Cree usted que la empresa cuenta con una cultura organizacional flexible?				
11	¿Realiza control de calidad de acuerdo con las normas internacionales?				
12	¿Conoce los acuerdos comerciales y los aprovecha?				
13	¿Cree usted que es fundamental conocer el marco legal del país meta y las barreras de entrada?				
14	¿Considera usted que es fundamental realizar estudios de mercado, con acceso a fuentes de información confiables?				
15	¿Considera usted que la empresa tiene estrategia de precios de acuerdo a mercados y costos?				
16	¿Cree usted que la empresa participa selectivamente en ferias nacionales e internacionales?				
17	¿Considera usted que el equipo gerencial tiene alto compromiso y comparte proyectos con el personal?				
18	¿Considera usted que la empresa tiene disposición de aliarse para entrar en nuevos mercados internacionales?				

Anexo 4. Confiabilidad del instrumento

N° Encuestas Piloto	Preguntas/Items																		SUMA				Total
	Capacidad del producto				Capacidad productiva								Capacidad comercial			Capacidad			D1	D2	D3	D4	Sum fila (x)
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18					
1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	20	43	13	10	86
2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	20	42	13	10	85
3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	17	45	15	10	87
4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	3	17	34	11	7	69
5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	17	35	12	8	72
6	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	16	32	11	7	66
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	43	13	8	84
8	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	41	13	8	82
9	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	39	13	8	80
10	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	5	3	3	5	20	40	13	8	81
11	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	39	13	8	80
12	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	41	13	8	82
13	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	40	13	8	81
14	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	42	13	8	83
15	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	4	5	20	39	12	9	80
16	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	40	13	8	81
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	43	13	8	84
18	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	41	13	8	82
19	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	4	5	20	42	13	9	84
20	5	5	5	5	5	3	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	40	13	8	81
21	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	20	40	13	8	81
22	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	18	40	12	8	78
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	36	12	8	72
24	3	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	15	33	11	8	67
25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	17	35	10	7	69
PROMEDIO	4,68	4,64	4,76	4,84	4,24	3,72	4,68	4,72	4,52	3,32	4,84	4,60	4,76	4,68	4,64	3,24	3,56	4,64					Varianza Total
DESV EST S _j	0,56	0,57	0,44	0,37	0,88	0,74	0,63	0,54	0,65	0,56	0,37	0,71	0,52	0,63	0,57	0,52	0,71	0,64					Columnas
VARIANZA por ítem	0,31	0,32	0,19	0,14	0,77	0,54	0,39	0,29	0,43	0,31	0,14	0,50	0,27	0,39	0,32	0,27	0,51	0,41					Varianzas total de ítems S _x ²
SUMA DE VARIANZAS de los ítems S _j ²	6,52																		2,83	11,50	1,01	0,67	37,58
n	18																						

Reemplazando:

$\alpha =$	0,875
Dimensión 1	0,879
Dimensión 2	0,768
Dimensión 3	0,728
Dimensión 4	0,740

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_{j=1}^n S_j^2}{S_x^2} \right)$$

n = número de elementos del test.

 $\sum_{j=1}^n S_j^2$ = sumatorio de la varianza de los elementos del test.

 S_x^2 = varianza de las puntuaciones del test.

Anexo 5. Validación de expertos



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, ROSARIO MELINA DOMINGUEZ CÁCERES, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del informe de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de empresas**, titulado **“CAPACIDAD EXPORTADORA EN UNA EMPRESA DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL, LAMBAYEQUE 2022”**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 26 de mayo 2023.

A handwritten signature in black ink, which appears to read "Rosario Dominguez", is written over a horizontal line.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Mg.: Rosario Melina Dominguez Cáceres
Cargo Actual: Docente



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, EDGAR HERNAN SALAZAR MACO, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del informe de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de empresas**, titulado **“CAPACIDAD EXPORTADORA EN UNA EMPRESA DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL, LAMBAYEQUE 2022”**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 18 de mayo de 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Edgar Hernan Salazar Maco', enclosed within a simple rectangular border.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Lic. Edgar Hernan Salazar Maco. Maestro
Cargo Actual: Docente de la facultad de ciencias empresariales USAT.



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, JOSÉ MIGUEL PAOLILLO TAPIA mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del informe de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de empresas**, titulado **“CAPACIDAD EXPORTADORA EN UNA EMPRESA DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL, LAMBAYEQUE 2022”**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 19 de mayo de 2023



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

MG.: JOSÉ MIGUEL PAOLILLO TAPIA
Cargo Actual: DIRECTOR DE RELACIONES INTERNACIONALES USAT



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **EDUARDO ENRIQUE ESPINOZA TELLO**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del informe de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de empresas**, titulado **“CAPACIDAD EXPORTADORA EN UNA EMPRESA DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL, LAMBAYEQUE 2022”**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 27 de mayo del 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'E. Espinoza Tello', is written over a light gray grid background. The signature is fluid and cursive.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

MG. EDUARDO ENRIQUE ESPINOZA TELLO
CARGO ACTUAL: DOCENTE UNIVERSITARIO



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Mg. JUAN CÉSAR FARIAS RODRÍGUEZ, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del informe de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de empresas**, titulado **“CAPACIDAD EXPORTADORA EN UNA EMPRESA DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL, LAMBAYEQUE 2022”**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 29 de mayo del
2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Cesar B', is written over a horizontal dashed line.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

MG. J. CÉSAR FARIAS RODRÍGUEZ
CARGO ACTUAL: Gerente General en KEY TARGET E.I.R.L.

CODIGO	JURADO	CARGO / ESPECIALIDAD
J1	MG. ROSARIO MELINA DOMINGUEZ CÁCERES	Docente USAT
J2	LIC. EDGAR HERNAN SALAZAR MACO	Docente de la facultad de ciencias empresariales USAT
J3	MG. JOSÉ MIGUEL PAOLILLO TAPIA	Director de Relaciones Internacionales USAT
J4	MG. EDUARDO ENRIQUE ESPINOZA TELLO	Docente de la facultad de ciencias empresariales USAT
J5	MG. J. CÉSAR FARÍAS RODRÍGUEZ	Gerente General en KEY TARGET E.I.R.L.

N°	Criterios	J1	J2	J3	J4	J5	Total SI	V Aiken
1	CLARIDAD: Los item estan redactados de manera clara.	16	19	18	17	19	89	0,89
2	VOCABULARIO: El lenguaje es apropiado para el encuestado.	20	19	18	17	20	94	0,94
3	OBJETIVIDAD: Está expresado en indicadores precisos y claros.	17	19	18	17	19	90	0,90
4	ORGANIZACIÓN: Los item tienen una secuencia logica.	17	19	18	17	19	90	0,90
5	INTENCIONALIDAD: Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion a la variable.	16	19	18	17	20	90	0,90
6	COHERENCIA: Existe coherencia entre variable e indicador.	16	19	18	17	19	89	0,89
7	METODOLOGIA: El instrumento responde al proposito de la investigación.	17	19	18	17	19	90	0,90
							V DE AIKEN	90,3%