



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIATEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACION

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,

EMPRESARIALES Y PEDAGÓGICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA COMERCIAL

TESIS

**PROMOCION EN LA OFERTA EXPORTABLE, Y SU
INCIDENCIA EN EL PROCESO DE EXPORTACION
DE SANDIA DE LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO
LA YARADA LOS PALOS DE LA REGION DE
TACNA, AÑO 2020**

**PRESENTADA POR
BACH. UBERT VEGA ALVAREZ**

**ASESOR
DR. JAVIER FLORES AROCUTIPA**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
INGENIERO COMERCIAL**

MOQUEGUA – PERÚ

2021

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTOS	IV
INDICE DE CONTENIDO	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT	XIII
INTRODUCCIÓN	14
CAPITULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	15
1.2 Definición del Problema.....	16
1.3 Objetivos de la investigación	17
1.4 Justificación y limitaciones de la investigación.....	18
1.5 Variables.....	18
1.6 Hipótesis de la investigación.....	20
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	21
2.1 Antecedentes de la investigación	21
2.2 Bases teóricas	24
2.3 Marco conceptual.	29
CAPITULO III: MÉTODO	37
3.1 Tipo de Investigación	37
3.2 Diseño de Investigación.....	37

3.3 Población y muestra	37
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	39
CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	41
4.1. Presentación de resultados por variables.....	41
4.2. Contratación de Hipótesis	45
4.3. Discusión de Resultados	80
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
5.1. Conclusiones.....	84
5.2. Recomendaciones.....	85
BIBLIOGRAFIA	86
Anexo N° 1: Matriz de Consistencia	89
Anexo N.º 2: Cuestionario	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.	19
Tabla 2: Exportaciones nacionales de Sandía por años (2014-2019).....	¡Error!
Marcador no definido.	
Tabla 3: Exportaciones de Tacna de Sandía (2014-2019).	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 4: Empresa exportadoras de sandía en Tacna.	37
Tabla 5. Valoración de Alfa de cronbach.....	39
Tabla 6. Alfa de cronbach variable Oferta Exportable	39
Tabla 7. Prueba de kolmogorov-smirnov para la variable independiente oferta exportable.	42
Tabla 8. Prueba de kolmogorov-smirnov para la variable dependiente exportaciones	42
Tabla 9. Tabla de frecuencias para la variable oferta exportable.....	44
Tabla 10. Prueba chi cuadrado para una muestra oferta exportable	44
Tabla 11. Frecuencia exportaciones	46
Tabla 12. Chi cuadrado para una muestra exportación de sandía	46
Tabla 13. Información de bondad de ajuste	47
Tabla 14. Información de bondad de ajuste de los modelos	49
Tabla 15. Resultado de impacto	49
Tabla 16. Las estrategias de la empresa tienen un enfoque de compromiso con el cliente	51
Tabla 17. Las sandías exportadas poseen un valor agregado para cubrir las expectativas de los clientes.....	52

Tabla 18. Las sandías que se exportan han sido producidas con un enfoque comprometido en satisfacer las necesidades del cliente.	53
Tabla 19. Los objetivos de la empresa giran en torno a la satisfacción del cliente.	54
Tabla 20. La empresa realiza diferentes estudios para medir la satisfacción de sus clientes.	55
Tabla 21. La empresa aprovecha las oportunidades que brinda el mercado considerando su ventaja competitiva.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 22. Es importante contar con una entidad que vea la calidad de la sandía para su comercialización	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 23. Es importante la cadena productiva de la sandía para su exportación.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 24. Se cuenta con las medidas necesarias para abastecer los mercados internacionales	57
Tabla 25. La producción anual de sandía abastece los diferentes mercados internacionales	58
Tabla 26. La asociatividad es beneficiosa para los productores de sandía	59
Tabla 27. Cuentan con capacidad productiva para un comercio sostenido.....	60
Tabla 28. Área de Cultivo de Sandia en el Perú (2011-2018).	61
Tabla 29. Producción de Sandia en el Perú (2011-2018).....	63
Tabla 30. Rendimiento de la Producción de Sandia en el Perú (2011-2018).	64
Tabla 31. Exportación de Sandia en el Perú en toneladas (2011-2018).....	65
Tabla 32. Exportación de Sandia en el Perú en miles de dólares (2011-2018).....	66
Tabla 33. Precio al productor (USD/tonelada) (2011-2018).....	67

Tabla 34. Uso de la tierra para Agricultura Orgánica Certificada (2011-2018). ...	68
Tabla 35. Producción agrícola de sandía en la Región de Tacna).	67
Tabla 36. Producción agrícola de sandía: producción, superficie cosechada, rendimiento y precio en chacra del distrito La Yarada Los Palos.	72
Tabla 37. Exportación de sandía por País de destino 2010-2019(en miles de kilogramos.	73
Tabla 38 Costos de producción por hectárea de sandía	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Exportación de sandía del 2010-2016.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2. Exportación de sandía a precio FOB.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 3. Exportaciones nacionales de Sandía	¡Error! Marcador no definido.
Figura 4. Exportaciones de Tacna de Sandías (2014-2019)...	¡Error! Marcador no definido.
Figura 5. Las estrategias de la empresa tienen un enfoque de compromiso con el cliente	52
Figura 6. Las sandías exportadas poseen un valor agregado para cubrir las expectativas de los clientes	53
Figura 7. Las sandías que se exportan han sido producidas con un enfoque comprometido en satisfacer las necesidades del cliente.....	54
Figura 8. Los objetivos de la empresa giran en torno a la satisfacción del cliente.	55
Figura 9. La empresa realiza diferentes estudios para medir la satisfacción de sus clientes	56
Figura 10. La empresa aprovecha las oportunidades que brinda el mercado considerando su ventaja competitiva	57
Figura 11. Es importante contar con una entidad que vea la calidad de la sandía para su comercialización.. ..	58
Figura 12. Es importante la cadena productiva de la sandía para su exportación..	59
Figura 13. Se cuenta con las medidas necesarias para abastecer los mercados internacionales	59

Figura 14. La producción anual de sandía abastece los diferentes mercados internacionales.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 15. La asociatividad es beneficiosa para los productores de sandía. .	¡Error! Marcador no definido.
Figura 16. Cuentan con capacidad productiva para un comercio sostenido.	62
Figura 17. Área de Cultivo de Sandía en el Perú (2011-2018).....	63
Figura 18. Producción de Sandía en el Perú (2011-2018)	64
Figura 19. Rendimiento de la Producción de Sandía en el Perú (2011-2018).	65
Figura 20. Exportación de Sandía en el Perú en toneladas (2011-2018.	57
Figura 21. Exportación de Sandía en el Perú en miles de dólares (2011-2018....	658
Figura 22. Precio al productor (USD/tonelada) (2011-2018	59
Figura 23. Uso de la tierra para Agricultura Orgánica Certificada (2011-2018s...	69
Figura 24. Producción Agrícola de Sandía en Toneladas en la región de Tacna (2009-2018).....	61
Figura 25. Superficie cosechada de sandías en hectáreas en la región de Tacna (2009-2018	¡Error! Marcador no definido.
Figura 26. Rendimiento de sandías cosechadas en la región de Tacna en los años 2009-2018 (En kg./ha.).....	72
Figura 27. Precio de sandías cosechadas en la región de Tacna en los años 2009-2018 (S./kg.).....	73
Figura 27. Exportación de sandía por País de destino 2010-2019 (en miles de kilogramos)).	75

RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo analizar la promoción de la oferta exportable y su incidencia en el proceso de exportación de sandía de los productores del distrito La Yarada Los Palos de la región de Tacna en el año 2020.

La población para el presente estudio, está conformada por 17 empresas exportadoras de sandía, para determinar la muestra se consideró el total de la población ya que según Fassio, Pascual, & M Suárez (2004), se debe incluir como muestra a los casos que se tiene acceso y se encuentra disponible.

Para realizar esta investigación, se aplicó el diseño de tesis no experimental y longitudinal, puesto que el estudio se limita a realizar un análisis de la orientación al mercado y las exportaciones de sandías a un nivel observacional sin necesidad de realizar ningún otro tipo de modificación o cambio en el entorno de análisis.

En cuanto al procesamiento de la información, se aplicó la estadística descriptiva y distribución de frecuencias. Entre los principales resultados obtenidos, se tiene que el nivel de exportación ha ido aumentando año a año, por lo que se recomienda incrementar la asociatividad de las empresas y obtener beneficios de la misma. Las entidades estatales especializadas en comercio exterior deben brindar asesoría y Asistencia técnica a los empresarios para mejorar la calidad y productividad de las sandías.

Palabras Claves: Oferta exportable, exportaciones, sandía, competitividad.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the incidence of the exportable supply in the watermelon export process of the producers of the La Yarada Los Palos district of the Tacna region in 2020.

The population for the present study is made up of 17 watermelon-exporting companies, to determine the sample we consider the total population because it is a small and manageable quantity since according to Fassio, Pasqual, & M Suarez (2004), it must be included as a sample of the cases that are accessed and available. To carry out this research, the non-experimental and longitudinal thesis design was applied, since the study is limited to carrying out an analysis of the market orientation and exports of fresh watermelons at an observational level without the need for any other type of modification. Or change in the analysis environment.

For information processing, descriptive statistics and frequency distribution were applied. Among the main results achieved in this study, it is shown that the level of exports has been increasing annually. Even so, much more work is needed on the subject and it is recommended to strengthen the associativity of companies and receive from State entities specialized in foreign trade, advice and technical assistance to entrepreneurs to improve the level of quality and productivity of watermelon.

Keywords: Exportable supply, exports, watermelon, competitiveness.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio titulado “La promoción de la oferta exportable, y su incidencia en el proceso de exportación de sandía (*Citrullus lanatus L*) de los productores del distrito la Yarada los palos de la región Tacna, año 2020”, es de tipo básico de esquema no experimental y de carácter explicativo.

Cabe mencionar que el trabajo de investigación está dividido en cinco capítulos: El Capítulo Uno es el planteamiento del problema de investigación. El capítulo 2 contiene el marco teórico que sustenta esta investigación. El marco metodológico corresponde al tercer capítulo, que discute los métodos y medios utilizados para recolectar información. El siguiente es el Capítulo 4, que muestra los resultados obtenidos y la discusión correspondiente.

Finalmente, se consideran las conclusiones y recomendaciones, así como la bibliografía, herramientas, matriz de consistencia y anexos relacionados con el Trabajo de investigación.

CAPITULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

Por el momento actual; todas las empresas de diferentes sectores, en este caso de la producción, se enfrentan a diferentes desafíos que trae consigo la globalización, como los tratados de libre comercio que hacen que las compañías cada vez sean más competitivas, puesto que su entrada en vigencia permitió que diversos países incluido Estados Unidos formen consorcios comerciales a nivel mundial y que a la actualidad ha tenido un gran crecimiento, esperándose aún más en el futuro; para ello los productores deben tener claro que esta entrada comercial demanda factores tecnológicos como infraestructura, capacidad productiva instalada y en particular experiencia comercial.

La región Tacna según los datos estadísticos en cuanto a exportación ha venido creciendo durante los últimos años, para darle sostenibilidad a estos resultados las exportaciones deben tener a la mano procesos que permitan cuantificar de manera eficiente y eficaz, ya que dichos resultados nos deben permitir crear valor en los sectores exportadores asimismo como en todo el entorno involucrado en dicha actividad. Por lo que, nuestra investigación busca como principal objetivo el de comprobar como la gestión empresarial afecta a las cantidades de exportación de sandía para el departamento de Tacna – 2020, puesto que la sandía como producto se encuentra en la lista de productos admitidos al mercado estadounidense y europeo, poseen do grandiosas oportunidades comerciales; de esta manera también enmarcamos la relevancia de la presente investigación.

Para el presente estudio se recurrió a una revisión bibliográfica, encontrándose como antecedentes las siguientes investigaciones: Ruiz (2014), quien analizó el equilibrio y sostenibilidad de la propuesta exportable del camu camu de la zona Amazónica. Un trabajo de investigación de Pareja (2008), que analizó el escenario de facturación de cebolla dulce orgánica en agricultores de cebolla de la localidad de Oruro, Bolivia. Asimismo, se encontró una indagación de Esquivel y García (2006), que analizaron la productividad y comercialización de la cebolla amarilla (*Allium cepa* L), en las localidades de La Concordia y Sébaco en Nicaragua, en el plazo 2005-2006.

1.2 Definición del Problema

Una serie de productos peruanos, específicamente la sandía, tienen gran aceptación en el mercado internacional, sin embargo, resulta necesario desarrollar diversas estrategias que apoyen a posicionar aún más este producto, tanto a nivel del sector empresarial con presencia de promoción del sector público.

El precio de venta de la Sandía fluctúa de acuerdo al comportamiento del mercado internacional, y el Perú se rige bajo los parámetros de una economía de libre mercado y como competidor se sujeta a las exigencias y cambios que demanda el mercado.

Los exportadores peruanos en general tienen muchas limitaciones respecto al conocimiento y comportamiento del mercado, debido a la falta de accesos o canales de información y sobre todo del desconocimiento de ventajas competitivas que tiene nuestro país.

Se ha demostrado que la sandía peruana tiene gran aceptación en los mercados internacionales, por lo que existen todas las condiciones por las que se puede incrementar los volúmenes de exportación a otros países, con los que se podrán obtener mejores precios y condiciones de pago.

Problema Principal

¿Cómo es la promoción de la Oferta Exportable y su incidencia en el proceso de la Exportaciones de Sandia de los productores del distrito la Yarada los Palos, año 2020?

Problemas Específicos

¿Cuál es la promoción respecto a la oferta exportable de los productores de Sandia del distrito la Yarada los Palos, año 2020?

¿Cuál es la incidencia de las exportaciones en la producción de los productores de Sandia del distrito la Yarada los Palos, año 2020?

1.3 Objetivos de la investigación

Objetivo principal

Determinará la promoción de la oferta exportable en el procedimiento de exportación de sandía, de los agricultores del distrito La Yarada - Los Palos, región Tacna, año 2020.

Objetivos específicos

- Describir la promoción en la oferta exportable como desarrollo de su competitividad para los productores de Sandia del distrito la Yarada Los Palos, año 2020
- Describir los volúmenes de exportaciones para el mercado internacional de los productores de Sandia del distrito la Yarada los Palos, año 2020

1.4 Justificación y limitaciones de la investigación

Justificación teórica: La actual indagación se justifica, ya que se aplicarán teorías, técnicas y herramientas concernientes al tema establecido ya que podríamos determinar la prioridad para tomar en consideración las variables, las mismas que nos servirán de ayuda en la toma de decisiones para alcanzar productividad y con ella un desarrollo de la competitividad del sector exportador de sandía.

Justificación práctica: Debe estar orientado a determinar el grado de relación entre las dos variables, seguidamente esto podrá demostrar la importancia o influencia entre ellas, de tal forma que los resultados obtenidos permitan a las personas o autoridades de la empresa, dar importancia a las variables de estudio, considerando que las actividades que se realicen o no se realicen afectarán en su compañía.

1.5 Variables

La siguiente Tabla muestra las variables, dimensiones, indicadores y la escala correspondiente según la variable.

Tabla 1.

Operacionalización de variables.

VARIABLE DEPENDIENTE	DEF. CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA
OFERTA EXPORTABLE	La promoción de la Oferta Exportable de una organización no solo trata de asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfagan las exigencias de los mercados internacionales.	Capacidad instalada y/o disponibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Niveles de Producción (kg) • Productividad por área agrícola destinada al cultivo de sandía • Estandarización y presentación del producto • Promoción destinada al mercado externo 	<ul style="list-style-type: none"> • Nominal • Likert
VARIABLE INDEPENDIENTE	DEF. CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA
EXPORTACIÓN	Es desarrollo en la venta de un producto (sandia)	Volumen físico destinado a la exportación.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kg. Por campaña 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nominal

	desde una empresa hacia el mercado internacional.	Valor FOB	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Toma de la data de valor de venta de exportación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nominal
--	---	-----------	--	---

Fuente: Elaboración propia

1.6 Hipótesis de la investigación.

Hipótesis principal

La oferta exportable incide directamente en las expediciones al extranjero de sandía, de los agricultores del distrito La Yarada - Los Palos de la región Tacna, año 2020.

Hipótesis Específicas

- La incidencia de la gestión de una oferta exportable para los productores de Sandía del distrito la Yarada los Palos, tiene un comportamiento favorable
- La incidencia de las exportaciones por parte de los productores de Sandía del distrito la Yarada los Palos, tiene un comportamiento favorable

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Huaytalla (2016) la presente investigación desarrollo el incremento de oferta exportable utilizando el reemplazo de cultivos de papa por la productividad más rentable de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen-Ayacucho para su comercialización en el mercado internacional de Toronto-Canadá. Fue una investigación de tipo exploratorio cualitativo, usando como instrumento la encuesta, donde se consultó a expertos del mercado de exportación de quinua, así como a campesinos de la misma Cooperativa. Los resultados sostienen que el factor primordial para reemplazar los cultivos de papa por los cultivos de quinua es la existencia de una demanda internacional de quinua. Entre los otros factores se puede considerar a la duración de una propuesta exportable sólida, que exista superior rentabilidad, así como que se tenga acordado con un comprador el valor y/o el monto para una campaña de cultivo. También, debe de concurrir soporte por parte del Gobierno en lo que se refiere a capacitación técnica y capacitación comercial de los campesinos. Esta investigación concluyo que el producto que es la quinua es un bien con demanda creciente, y que tiene una rentabilidad de 35,32% con respecto al monto invertido.

Liendo (2011) Esta investigación se desarrolló sobre las formas de distribución utilizadas para la venta al mercado exterior de la cebolla amarilla dulce (*Allium cepa* L.) en Tacna en el año 2009. El estudio en mención fue de tipo primario o básico y no experimental. Se consideró como agente de investigación a doscientos ochenta y cuatro (284) agricultores del producto cebolla de Tacna. El recojo de información fue realizado utilizando fuentes primarias (encuesta) administrando un cuestionario a los agricultores. El estudio entre sus conclusiones establece que los Estados Unidos de América es el principal mercado para la exportación de cebolla amarilla dulce por la cantidad requerida y precio a pagar; asimismo se concluye que, de los tres canales de distribución, los agricultores prefieren negociar la cebolla por el canal N° 1, en dicho canal interviene los agentes siguientes: productor

individual, intermediario, bróker. De acuerdo a esta investigación se prefiere esta forma porque los pagos son en efectivo, por lo que es casi nulo el riesgo de falta de pago. La desigualdad principal es tener un nivel bajo de ganancia. Asimismo, se valida que los agricultores escogen este canal por su desconocimiento y falta de asociación entre los agricultores, para establecer frentes competitivos. También, se concluyó que el valor promedio de mercado fue de S/ 0.12 por kilogramo de cebolla amarilla dulce dando una utilidad que en algunos casos llegó hasta el 318,3 % por kilogramo exportado a los Estados Unidos de América..

Ruiz (2014) Esta investigación desarrollo la sustentabilidad de la oferta para mercados externos del camu camu de la zona Amazónica. Fue una investigación de tipo correlacional explicativa. Se utilizó para el recojo de información el estudio de documentos, analizando la data histórica de producción y venta a mercados externos de camu camu. Asimismo, hicieron uso de la encuesta, aplicando un cuestionario a 20 agricultores que producen y comercializan camu camu. Las conclusiones del estudio establecen que, las actuales condiciones de producción y comercialización del Camu Camu, no garantizan la sustentabilidad de la oferta exportable para el periodo 2014-2018. Con el fin de conseguir la sostenibilidad, el estudio establece que, es imperativo incrementar el área de cultivo, así como también implementar un modelo productivo con una tecnología de punta y aplicar estrategias de mercadotecnia en los mercados objetivo.

Pareja (2008) Esta investigación desarrollo la “Plataforma de exportación de cebolla dulce orgánica”. De esta forma una investigación cuantitativa de alcance descriptivo. Para recoger la información, en este estudio se administró un instrumento a los agricultores dedicados a producir cebolla en la ciudad de Oruro. La investigación en sus conclusiones determina como principal mercado para la exportación de cebolla dulce orgánica a Estados Unidos de América, asimismo se considera el rápido incremento de la necesidad de cebolla dulce considerando que la oferta local no puede satisfacer dicha demanda. De este modo, para comercializar la cebolla es primordial

cumplir con la reglamentación sanitaria y alimentaria de los Estados Unidos de América. También establece que, en cuanto a la calidad del producto, está basada en estándares internacionales, como son las buenas prácticas agrícolas y las (BPM) buenas prácticas de manufactura, también se considera que la forma de asegurar la condición orgánica de los productos a exportar, es necesario el proceso de certificación, así como la implementación de los estándares de calidad los cuales son importantes para acceder a los mercados cada vez más exigentes en cuanto a productos orgánicos.

Esquivel y García (2006) Esta investigación desarrollo la producción y comercialización de la cebolla amarilla (*Allium cepa* L), en los Municipios de La Concordia y Sébaco, en el período 2005-2006. La investigación realizada fue de tipo descriptivo no experimental. Para el estudio utilizaron un cuestionario a ciento veinte (120) personas relacionadas en el proceso de producción y comercialización de cebolla. Los resultados de la investigación afirman que los agricultores están dispuestos a aumentar sus áreas de producción, sin embargo, necesitan asistencia técnica, capacitación y financiamiento, lo que facilitará cumplir los requerimientos fito-sanitarios y de calidad del producto. Asimismo, se encontró que los productores de cebolla no cuentan con la adecuada información sobre los precios y demás factores importantes del mercado de cebolla en el exterior. Todo esto afecta los productores en el proceso de venta de la cebolla ante los agentes intermediarios. También se comprobó que el principal canal de comercialización es el constituido por los siguientes elementos: Productor, acopiador rural, mayorista, detallista y consumidor final. Asimismo, se identificó que el segundo canal, en importancia, de comercialización está constituido por los siguientes elementos: Productor, acopiador rural, empresa procesadora, supermercado y consumidor final. Igualmente se detallo los parámetros internacionales de calidad de la cebolla.

2.2 Bases teóricas

El Comercio Internacional.

Mochon y Alberto (2008) define al comercio internacional como las transacciones de existencias, servicios y valores entre los diferentes países” (P. 293), así mismo Cramer y Jensen (1990) lo definen como el intercambio de existencias y/o servicios entre países, se realiza porque un país es capaz de adquirir bienes en el exterior más cómodos en su precio que los que se elaboran dentro del país lo que trae como consecuencia un crecimiento en el nivel de vida del país (P. 382); por otro lado (Cornejo, 2010, p.5, citado en Peceros, 2016) define el comercio internacional como “el intercambio de bienes y servicios entre residentes de diferentes países”, osea “intercambio de los bienes de capital y de consumo, así como de los servicios, entre estados políticamente independientes o residentes de los mismos”.

El valor del comercio exterior es en el desarrollo de facilitar el acercamiento entre los países, intercambios culturales, además del desarrollo de un lenguaje común, para simplificar todo el proceso comercial. La ventaja económica resultante es aumentar el número de personas y mejorar la calidad de su consumo en comparación con los que solo pueden lograrse mediante la producción y la tecnología nacionales; aprovechar de manera óptima, todas las ventajas de especialización, facilitar de manera rápida la difusión y conocimiento del proceso de innovación tecnológica; finalmente ocasionar y suscitar estrategias para conseguir un liderazgo competitivo. (Cornejo, 2010, p.45, citado en Peceros, 2016).

Pero se es claro en cuanto a que “la fuerza fundamental que da origen al comercio internacional es la ventaja comparativa”. La base importante de la ventaja comparativa son los costos de oportunidad divergentes” (Parkin, 2009, P. 773). Tomando lo manifestado Tacna como región cuenta con productos que marcan esa ventaja comparativa gracias a su ubicación geográfica que hacen que los costes en su producción sean moderados y puedan competir en el

mercado y que sean solicitados especialmente de esta región, por las características particulares de sus productos.

David Ricardo (s.f.) identifica que el comercio internacional aumenta el bienestar de los países que lo practican, también indica que no siempre es preciso que se den diferencias absolutas de costos entre los países participantes, acaso que es eficaz el que dichas divergencias entre los costos sean relativos, con esta premisa podemos deducir que el Perú, específicamente nuestra región Tacna está aumentando ese “bienestar” al realizar las exportaciones de los diferentes productos que produce como la aceituna, la sandía, entre otros.

Los costos están en una situación de forma relativa por la desigual productividad del trabajo en los países, siendo el origen que determinaría el molde del comercio mundial, es así que la especialización de los productos de aumentar el volumen de producción y consumo esto con respecto al momento de la economía autárquica, dando un incremento inicial de trabajo (Bajo, 2001).

También se considera que la teoría ricardiana no afirma la correspondencia de valores a los que se intercambia dichas mercancías en las actividades comerciales internacionales, esto es, la relación real de intercambio pero lo que señala es que la relación de verídico del intercambio se encontrará entre las relaciones de precio en el ámbito nacional es en la situación de autarquía que, de acuerdo con la teoría del valor trabajo, coinciden con los indicadores de costes (Bajo, 2001). De acuerdo a las manifestaciones del autor un intercambio de relación real estaría determinada por una demanda alterna, donde exista un equilibrio en los intercambios de mercancía, donde las importaciones demandadas por un país sean iguales a las ofertas exportables del otro país, en ese sentido se daría razón al principio que manifiesta; cuanto más lejana se establezca la relaciones verídicas de intercambio de los precios interno del país, los beneficios obtenidos del comercio internacional serán óptimos.

La Oferta Exportable

Primeramente, vamos a definir qué significa oferta para poder conceptualizar adecuadamente la palabra oferta exportable:

Según Parkin (2009) lo define como la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio donde los factores que influyen en las oportunidades de venta permanecen constantes, esta oferta depende de los precios de los medios utilizados en la elaboración de un bien, de los precios de los bienes que tienen en correspondencia que se producen, de los precios esperados expectantes, de la cantidad de número de proveedores y también tecnología (P. 80).

Si las empresas ofrece un bien, significa que dicha empresa cuenta con los medios y el conjunto de técnicas para producirlo, puede lograr una ganancia al producirlo y ha elaborado un método determinado para producirlo y venderlo (Parkin, 2009, P. 66); sin embargo acotando a lo manifestado por el autor la oferta implica más que solamente tener en cuenta los bienes y métodos para elaborar algo, la empresa necesita un mercado donde ofertar estos bienes producidos, siendo estas las que demanden cierta cantidad requerida, ya que en ocasiones las empresas se ven enfrentados a desequilibrios en la comercialización de sus productos, puesto que la cantidad ofrecida de un bien que los productores planean vender durante un periodo previsto, es mayor a lo demandado o en muchos casos la demanda es mayor a la cantidad ofrecida, siendo los medios y el conjunto de técnicas las que establecen los límites de lo posible

También cuando se habla de exportación Parkin (2009) afirma que “los bienes y servicios se vende a personas de otros países se denominan exportaciones”, a su vez a partir del punto del panorama financiero así la exportación es habitualmente para el intercambio de bienes locales; y según nuestra perspectiva podemos definir qué productos o servicios de exportación son proveídos a mercados extranjeros por nuestros productores nacionales y locales.

En ese sentido, tomando los conceptos mencionados, definimos la oferta exportable:

DIRECTUR Puno (2011) señalado por el investigador Medina (2013), conceptualiza oferta exportable si se cuenta con un bien competitivo; que cumpla con los requerimientos de ventajas competitivas, poseer la capacidad de fabricación entrega a tiempo y elasticidad. Entonces, la oferta exportable se refiere a los bienes y servicios que reúnen todas las condiciones para ser exportadas a diferentes mercados externos; por otro lado para la Comisión para la Promoción de Exportaciones PROMPEX (2001) la oferta exportable, se entiende como “la descripción completa del producto que se desea exportar, con todas sus características, esto significa contar con los volúmenes requeridos por el cliente importador o con un producto que satisface las exigencias del mercado de destino”; así mismo para el sector del Ministerio de Agricultura y Riego del Perú, la oferta exportable de una compañía es más que confirmar los volúmenes solicitados por un determinado comprador o tener los productos con los que debe cumplirse los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable asimismo tiene que entrelazar con la capacidad financiera, económica, y de gestión de la empresa (Ministerio de Agricultura y Riego del Perú, 2015).

Para determinar la Oferta Exportable se debe tomar en cuenta principales elementos como la capacidad instalada y/o disponibilidad del bien, la capacidad económica y/o financiera y la capacidad de gestión; estos elementos definirán el análisis real de la oferta exportable que poseen las empresas, en este caso los productores de Sandía del distrito de la Yarada y que está se encuentre en condiciones de ofertar, ya que el comercio internacional, debido a la gran competencia que existe hoy en día, exige cada vez más de los productores exportadores mejorar sus condiciones de entrega, capaz de adaptar sus productos de acuerdo a la demanda, entre otros.

La Exportación

La exportación es una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional tener un negocio de alcance internacional representa oportunidades y riesgo, y un conjunto de actividades para desenvolver en el contexto global. (Lerma Kirchner & Márquez Castro)

Según (Lerma Kirchner Marquez Castro) señala que la exportación es una actividad muy importante para las negociaciones internacionales y esto consiste en vender los productos y servicios en el exterior, y la importación se considera el concepto de comercio internacional contar con un negocio internacional representa una gran oportunidades y riesgo.

La exportación definitiva en adelante exportación, es el sistema aduanero que permite la salida de la circunscripción aduanera de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a gravamen cualquiera. Sunat (2019)

Según Sunat (2019) señala exportación definitiva en adelante exportación, es el régimen aduanero que da la salida del territorio aduanero de las mercancía nacionales o nacionalizadas para su usar o consumir definitivamente en el exterior y no paga tributo alguno

Es un sistema aduanero aplicable a las mercancías en libre comercialización que salen de la circunscripción aduanera, para uso o gravamen definitivo en el exterior las cuales no están afectas a ninguna contribución en el mercado local. Perú (2018).

Según Perú (2018) indica que la exportación definitiva no está afecta a tributos en el mercado local y las mercancías son libres de comercialización.

2.3 Marco conceptual.

Capacidad instalada o disponibilidad del producto

Esto nos indica con el producto que desea exportar, la empresa debe determinar el volumen que tiene a disposición para el mercado externo. El tamaño debe ser aquel que pueda rendir de modo estable o continuo. Del mismo modo, el producto debe cumplir con las exigencias y requerimientos de los mercados como objetivo. La capacidad instalada es una ratio de producción que determina el máximo rendimiento posible esperable por parte de una empresa teniendo en cuenta unos recursos empleados y en un periodo de tiempo. (Ministerio de Agricultura y Riego del Perú, 2015).

Es así, se refiere si la empresa cuenta con los volúmenes de fabricación adecuados para tener en cuenta una petición del exterior; también, si el bien cumple con las exigencias y requerimientos del comprador objetivo; y si la compañía tiene los conocimientos necesarios para el desarrollo y elaboración de los productos a enviar. (PROMPEX, 2001)

En nuestra perspectiva esta dimensión hace como referencia a los volúmenes de producción que puede obtenerse en un período de tiempo en una determinada actividad y se relaciona conjuntamente con las inversiones realizadas, vale decir los bienes capitales que la industria posee, poniendo un límite a la oferta que existe en momentos dados. Frecuentemente la capacidad o capacidades instaladas no es empleada en su totalidad, puesto que algunos bienes únicamente de manera limitada considerando que ellos tienen un potencial superior al de otros bienes de capital que se relacionan o intervienen en forma conjunta en la producción de un producto o bien determinado.

La Capacidad Económica y Financiera

Es la demostración de la capacidad económica está determinada por las posibilidades económicas o recursos de la empresa, que ésta tenga para solventar una expedición, ya que la compañía tiene que estar en situación de poder asumir de forma efectiva y económicamente el costo de todo el proceso de ejecución de la expedición, que se inicia con la elaboración de los recursos

y termina con la percepción efectiva de la carta de crédito u otro medio de desembolso. Igualmente, la compañía debe estar en condiciones de permitirse enfrentar de forma competitiva el mercado internacional con un precio competitivo, lo cual requiere de una capacidad económica para ajustar o asumir su estructura de costos; la capacidad financiera se refiere a las condiciones y posibilidades que tiene una compañía para endeudarse y conseguir financiamiento o apalancamiento externo que le permita asumir los costos de exportación anteriormente señalados, si es que no cuenta con las posibilidad de hacerlo mediante recursos propios (PROMPEX, 2001); es decir que la empresa debe contar con recursos propios económicos necesarios para poder cubrir todos los gastos que demande una exportación hasta el país de destino, en caso la empresa no cuente con este recurso, debe estar en la capacidad de endeudamiento o conseguir alguna fuente externa para su financiamiento, para ello la empresa también debe contar con precios competitivos en el mercado.

La Capacidad de Gestión

Esto se refiere la forma de administrar que la compañía debe amplificar una cultura exportadora, a gestión supone conocimientos que puede adquirirse y desarrollarse, y que además supone una voluntad para crear la empresa, y finalmente, hay que tener los recursos necesarios. Esto es conocido como el Triángulo del éxito

Por lo tanto, es la conciencia exportadora basado como resultado de una concientización de todo el personal de una empresa que exporta, objetivos claros a dónde quiere ir, estar al tanto de sus fortalezas, debilidades y situación competitiva en el mercado internacional; y como resultado de esto, se tendrá los profesionales adecuados y capacitados que operen o gestionen las actividades de la empresa en el logro de sus objetivos (PROMPEX, 2001).

Dimensiones de exportación.

Valor FOB

El valor económico se declara en dólares de los Estados Unidos de América. Los títulos expresados en otras monedas se deben cambiar a dólares de los Estados Unidos de América, utilizando los factores de conversión monetaria publicados en el portal de la SUNAT, vigentes al tiempo de la numeración de la Declaración.

En la cuestión de diferencias entre los valores por conceptos distintos al valor FOB de la mercadería consignados en la factura u otro comprobante que implique traspaso de bienes y que se encuentren señalados en el Reglamento de Comprobantes de Pago, respecto al instrumento de transporte, póliza de seguro u otros utilizados en los regímenes de expedición, prevalecen los títulos señalados en estos últimos documentos.

Según; Sunat (2019) señala que en caso de existir la diferencia en el valor FOB de la mercancía señalados en la factura, boleta de venta u otro comprobante de pago que se están indicados en el Reglamento de Comprobantes de Pago, en cuanto al documento de transporte, póliza de seguro u otros utilizados en los regímenes de exportación, prevalecen los valores señalados en estos últimos documentos.

Si la transacción internacional ha sido pactada con disposición de venta que incluye flete internacional, estando desagregado el importe del flete en el recibo de pago y el valor es diferente al señalado en el instrumento de transporte, se consigna en la declaración de expedición el valor del flete que figura en el instrumento de transporte. La declaración de exportación respectiva debe manifestar el importe FOB resultante, de manera que se mantenga el importe de la cláusula de comercialización pactada.

Según Sunat (2019) por otro lado señala Si la comercialización internacional ha sido señalada en la disposición de venta que incluye flete internacional, estando desagregado el importe del flete en el recibo de pago y

este valor es diferente al que indica en el instrumento de transporte, se señala en la expresión de exportación el importe del flete que figura en el instrumento de transporte. La expresión de exportación respectiva debe manifestar el valor FOB resultante, de manera que se mantenga el importe de la disposición de comercialización pactada.

Volumen de las exportaciones

La Sandía es uno de los mayores frutos que se producen con un tamaño de inclusive 30 centímetros de diámetro, y si bien pueden lograr un peso de incluso 15 ó 20 kilogramos, las destinadas al comercio suelen pesar entre 3 y 8 kilos, se calibran según el peso de las piezas.

Formas de presentación: La comercialización de las variedades de tamaño pequeño –mediano se realiza en cajas con 4-8 de frutos. En las variedades de tamaño grande la comercialización se realiza a granel en pallets. Las perspectivas son expectantes en cuanto a la comercialización y asimismo radican en el tamaño del producto, actualmente tiene el problema de ser excesivamente grande para los tamaños familiares de la familia europea, las cuales se están reduciendo considerablemente. Es por ello que en el futuro la tendencia probablemente sea hacia frutos de pequeño tamaño (inferior a 2 kg.) características técnicas: Calibre 6,5,4,3 peso kg 1.5 – 2.4; 2.5 – 3.2; 3.3 – 4.2; 4.3 – 5.5.

Figura 1

Exportación de Sandía del 2010-2016



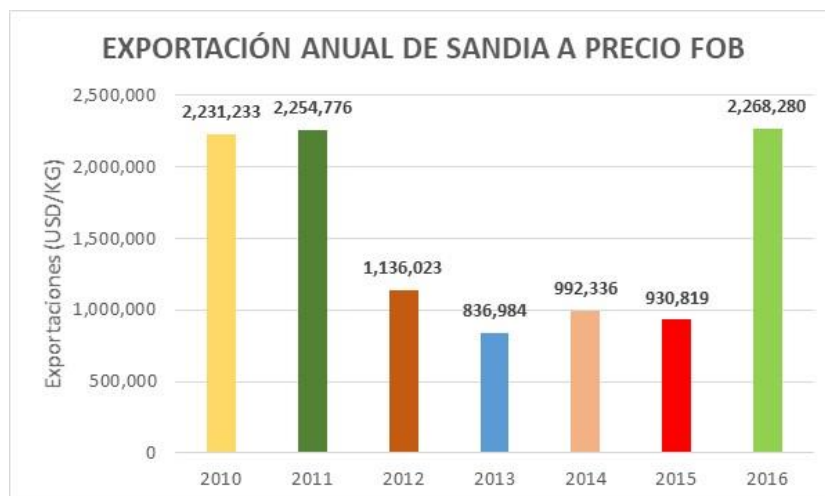
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La figura 01 muestra la exportación, llegando al ejercicio 2016 a 16 590 kilogramos valorizado en \$ 2 268 280 dólares americanos, Logrando doblar los niveles de exportación de los ejercicios 2010 y 2011

Figura 2

Exportación de Sandía a precio FOB



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La exportación que muestra la figura 02 son expresados en unidades Dólares americanos por kilogramo (USD/Kg.), llegando al ejercicio 2016 a 2,268,280 dólares americanos, llegando a recuperar sus niveles de ventas de los ejercicios 2010 y 2011

Tabla 2

Exportaciones nacionales de Sandia por años (2014-2019)

EXPORTACIONES NACIONALES DE SANDIA 2014-2019			
2019			
AÑO	FOB	KG	PRECIO
2014	1,001,066	7,480,482	\$ 0.13
2015	3,067,090	23,864,890	\$ 0.13
2016	2,268,280	16,590,413	\$ 0.14
2017	2,453,451	15,947,387	\$ 0.15
2018	3,590,597	20,726,862	\$ 0.17
2019	4,228,147	23,139,505	\$ 0.18

Figura 3

Exportaciones nacionales de Sandia

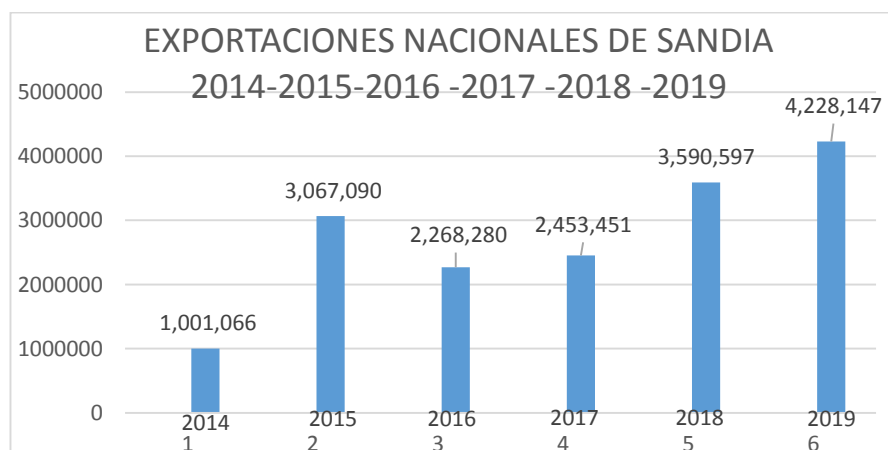


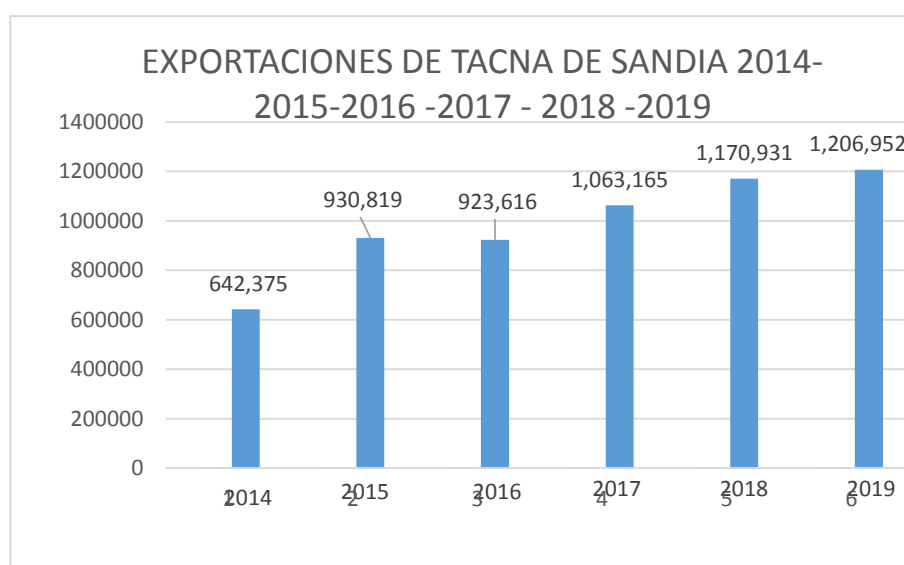
Tabla 3

Exportaciones de Tacna de Sandías (2014-2019)

EXPORTACIONES DE TACNA DE SANDIA (2014-2019)			
AÑO	FOB	KG	PRECIO
2014	642,375	6,111,796	\$ 0.11
2015	930,819	8,962,984	\$ 0.10
2016	923,616	9,179,108	\$ 0.10
2017	1,063,165	10,364,336	\$ 0.10
2018	1,170,931	11,050,156	\$ 0.11
2019	1,206,952	11,068,724	\$ 0.11

Figura 4

Exportaciones de Tacna de Sandías (2014-2019)



SANDÍA DE TACNA

DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Nombre comercial: Water melón

Nombre científico: Citrullus Lanatus (thunb)

Nombre común: Sandía

Partida Arancelaria: 0807110000 Sandías Frescas

FORMAS DE PRESENTACIÓN

De acuerdo al tamaño varía su presentación, si es un tamaño pequeño-mediano se comercializa en cajas de 4 a 8 frutos y en las variedades más grandes se comercializa a granel en pallets.

En Tacna se recuenta con un total de 17 agricultores exportadores de Sandía quienes como se mencionó precedentemente su único mercado de expedición es Chile. En su generalidad son productores y acopiadores de sandía de las zonas de Gregorio Albarracín, la Yarada, Locumba y Tacna; por otro lado, de acuerdo a información estadística de la Dirección Regional de Agricultura la producción de sandía en el año 2016 alcanzó las 7 mil toneladas 626 mil kilogramos lo cual indicaría que para satisfacer la demanda chilena los exportadores se han abastecido de otras zonas de producción como Moquegua.

Las exportaciones de sandía no pagan aranceles de entrada al mercado chileno gracias al acuerdo de libre comercio Perú – Chile. La siguiente tabla presenta los exportadores de sandía de Tacna registrados durante el período 2019

CAPITULO III: MÉTODO

3.1 Tipo de Investigación

Se utilizará el tipo de investigación básica denominada pura o fundamental, para la resolución de un problema practico (Hernández, Fernández, Baptista, 2006).

3.2 Diseño de Investigación

El diseño de tesis es no experimental y longitudinal puesto que el estudio se limita a realizar un análisis de la orientación al mercado y las exportaciones de sandías frescas a un nivel observacional sin realizar ningún tipo de modificación o cambio en el entorno de análisis. Es decir, que no se intervendrá en modificar el ámbito.

Así mismo presenta un diseño longitudinal dado que se evaluará los periodos comprendidos entre 2010 a 2017.

3.3 Población y muestra

La población de empresas exportadoras de sandías frescas. De acuerdo a data de Aduanas, suman entre 2010 a 2017, un total de 17 empresas tacneñas.

Para considerar la población de estudio, se ha tomado en cuenta la población de empresas exportadoras de sandías frescas. De acuerdo a veritrade, que publicó las empresas exportadoras de la sandía fresca en total son 17 empresas tacneñas:

Tabla 2

Empresas exportadoras de sandía.

Nº	EMPRESAS	RUC
1	Ordoñez cutupa Elvira	10437090535
2	Agro Negocios internacionales José Sr.	20532845158
3	Damajhu Export Import comercializadora E.I.R.L	20532603499
4	Contreras Ortiz Holando Mauricio	10400300462
5	Romero Zarate Luis Augusto	20601890454
6	Churacutipa llanque Félix Claudio	10004944271
7	Negociaciones Lulio S.A.C.	20532663394
8	Agro bel del Sur E.I.R.L	2060639766
9	Huillca Tito Silvia	1041758538
10	Bx Group E.I.R.L	20600642601
11	Chambilla Vargas Nisbet Lizzy	10458702158
12	Vilca Llanque Cesar Isafías	10442071514
13	Negociaciones la Glorieta E.I.R.L	20449250011
14	Empacadora Valle de cinto S:A:C	20449250011
15	Agro Exportaciones Vidal S.A.C	20601476402
16	Terraluis E.I.R.L	20601595258
17	Gallegos Guarino Jesús Alfredo	10702070037

Muestra

Para el presente estudio se analizarán las primeras 17 empresas exportadoras de sandías frescas. En tanto, para el consolidado del sector se brindará la data general según partida 0807110000 – Sandías frescas.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de los datos

Para el trabajo de investigación se aplicará las siguientes técnicas:

Encuesta

Según Malhotra (2008) De este tipo como las encuestas son entrevistas con un gran grupo de personas utilizando un cuestionario prediseñado, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para recabar información específica, por ello se plantea preguntas para la recolección de los datos

Se empleó como instrumento el cuestionario diseñado tanto para la variable Oferta Exportable, así como para la variable exportación de Sandía, a través del cual se obtuvo información de acuerdo a los objetivos planteados.

Asimismo, se utiliza la recolección de información disponible de años anteriores en cuanto a lo que se refiere los niveles de producción, la productividad por área agrícola y otras variables, a esta técnica se le llama recolección de datos

3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Con relación al procesamiento y análisis exclusiva de la información, se hará empleo del análisis estadístico, para su rápido análisis utilizaremos el soporte informático SPSS 25 Para Windows

Uno de los paquetes con una variedad de recursos para el análisis relacional de variables que servirá para la sistematización de diferentes medidas inferenciales. Es uno de los programas estadísticos más conocidos teniendo en cuenta su capacidad para trabajar con grandes bases de datos y una sencilla interfaz para la mayoría de los análisis, el cual permitirá la elaboración de la base de datos, para ser presentado en tablas para su posterior análisis e interpretación.

Análisis e interpretación de los datos

El instrumento se validó mediante el juicio de expertos (validación), a fin de determinar la viabilidad de su aplicación según profesionales en comercio exterior.

Por otro lado, también se realizó la prueba de confiabilidad del instrumento, según la valoración de Alfa de Cronbach. Respecto a ello, De vellis (2005) plantea la siguiente escala de valoración

Tabla 3.

Valoración de Alfa de Cronbach.

Valoración	Valuación
Por debajo de 0.60	Inaceptable
De 0.60 a 0.65	Inaceptable
Entre 0.65 y 0.70	Mínimamente aceptable
De 0.70 a 0.80	Respetable
De 0.80 a 0.90	Muy Buena

Nota; De Vellis (2005); elaboración propia

La confiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente Cronbach cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 4.

Alfa de Cronbach de la variable de oferta exportable

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.719	10

Nota. Calculado en SPSS Windows 25

Por lo tanto, el resultado de la confiabilidad del presente trabajo de investigación es respetable, por lo cual se acepta el instrumento.

CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados por variables

Cabe mencionar que los resultados están ordenados según variables, tamaños e indicadores. A partir de la interpretación de los resultados se hace una introducción preliminar en su contenido, se señalan hallazgos generales y al final se mencionan las principales frecuencias, seguidas de tablas y gráficos. Información.

A continuación, se presentan tales resultados.

Prueba de normalidad

A. Prueba de normalidad para la variable Oferta exportable

Planteamiento de hipótesis

Ho: La distribución de la variable Oferta exportable tiene una distribución normal.

Hi: La distribución de la variable Oferta exportable no tiene una distribución normal.

a) Nivel de significancia: 0,05

b) Estadístico de prueba: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.

c) Regla de decisión

P (sig asintot) < 0,05: Rechazar la Ho.

P (sig asintot) > 0,05: No rechazar la Ho.

Tabla 5.

Prueba de kolmogorov-smirnov para la variable independiente oferta exportable.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		
Oferta Exportable		
N		7
Parámetros	Media	3567512,00
Normales ^{ab}	Desviación estándar	5774317,725
Máximas diferencias extremas	Absoluta	0,447
	Positivo	0,447
	Negativo	-0,318
Estadístico de prueba		0,447
Sig. (bilateral)	Asintótica	0,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la Tabla 7, el p-valor de la variable de oferta exportable es 0.000 < 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir, los datos para la variable oferta exportable no tienen una distribución normal.

B. Prueba de normalidad para la variable exportación de sandía

Planteamiento de hipótesis

Ho: La variable exportación de sandía tiene una distribución normal.

Hi: La variable exportación de sandía no tiene una distribución normal.

a) Nivel de significancia: 0,05

b) Estadístico de prueba: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.

c) Regla de decisión

P (sig asintot) < 0,05: Rechazar la Ho.

P (sig asintot) > 0,05: No rechazar la Ho.

Tabla 6.

Prueba de kolmogorov-smirnov para la variable dependiente exportaciones

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

Exportación		
N		7
Parámetros	Media	3567512,00
Normales ^{ab}	Desviación estándar	5774317,725
Máximas	Absoluta	0,447
diferencias		
extremas	Positivo	0,447
	Negativo	-0,318
Estadístico de prueba		0,447
Sig.	Asintótica	0,000 ^c
(bilateral)		

-
- a. La distribución de prueba es normal.
 - b. Se calcula a partir de datos.
 - c. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la Tabla 8, la variable de exportación de sandía tiene un valor de p de $0.000 < 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir, los datos de la variable de exportación de sandía no tienen una distribución normal.

4.2. Contrastación de Hipótesis

Verificación de la primera hipótesis específica: oferta exportable

H₀: En la zona de Yarada los Palos, la gestión de las ofertas de exportación de los productores de Sandía no es satisfactoria.

H₁: La ocurrencia de manejo de oferta de exportación para productores de Sandía en el área de Yarada Los Palos es favorable.

Nivel de significancia: Para cualquier valor de probabilidad igual o menor a 0.05, se aceptará H₁ y se rechazará H₀. Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05 se acepta H₀ y se rechaza H₁.

a) Estadístico de prueba: Chi cuadrado para una muestra.

Tabla 7.

Tabla de frecuencias para la variable oferta exportable

		Oferta exportable			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala oferta exportable	1	5,9	5,9	5,9
	Regular oferta exportable	2	29,4	29,4	35,3
	Buena oferta exportable	11	64,7	64,7	100,00
	Total	17	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8.

Prueba chi cuadrado para una muestra oferta exportable

Estadísticos de prueba	
Oferta exportable	
Chi-cuadrado	8,941 ^a
gl	2
Sig. asintótica	0,011

a. 0 casillas (0.0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 5,7

Fuente: Elaboración propia

b) Regla de decisión

Rechazar H_0 si la sig. Es menor a 0,05.

No rechazar H_0 si la sig. Es mayor a 0,05.

Interpretación

La Tabla 10 muestra la oferta exportable y la Tabla 10 muestra la significancia asintótica en 0.011, que es menor que 0.05; por lo tanto, se decide rechazar la hipótesis nula (H_0) con un 95% de confianza y aceptar la hipótesis alternativa (H_1); es decir, para el 2020, la oferta exportable de empresas exportadoras de sandía es buena.

Verificación de la segunda hipótesis específica: exportación de sandía

Hipótesis específica

H_0 : El nivel de exportación de la sandía de las empresas exportadoras de la región Tacna, año 2020 no es alto.

H_1 : El nivel de exportación de la sandía de las empresas exportadoras de la región Tacna, año 2020 es alto.

a) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

b) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

c) Estadístico de prueba: Chi cuadrado para una muestra

Tabla 9.*Frecuencia exportaciones*

		Exportación de sandía			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo nivel de exportación	1	14,3	14,3	14,3
	Regular nivel de exportación	2	28,6	28,6	42,9
	Alto nivel de exportación	14	57,1	57,1	100,00
Total		17	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10.*Chi cuadrado para una muestra exportación de sandía*

Estadísticos de prueba	
Oferta exportable	
Chi-cuadrado	2,000 ^a
Gl	2
Sig. asintótica	0,037

a. 3 casillas (100.0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 2,3

Fuente: Elaboración propia

d) Regla de decisión

Rechazar H_0 si la sig. Es menor a 0,05.No rechazar H_0 si la sig. Es mayor a 0,05.**Interpretación**

El nivel de exportación más alto se muestra en la Tabla 11. De acuerdo con la Tabla 12, se puede ver que significancia asintótica es 0.037, que es menor que 0.05, por lo que se decide rechazar la hipótesis nula (H_0) con un 95% de confianza y aceptar la hipótesis alternativa (H_1); es decir, para

el 2020, el nivel de exportación de sandías de las empresas exportadoras es muy alto.

HIPÓTESIS GENERAL

Antes de probar la hipótesis general se tiene que probar la existencia de relación entre las variables. Esto es:

Probar la correlación entre variables

H₀: La oferta exportable no se relaciona significativamente con la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2020.

H₁: La oferta exportable se relaciona significativamente con la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2020.

a) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H₁ y se rechaza H₀.

b) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

c) Estadístico de prueba: Tau_b de Kendall

d) Regla de decisión

Rechazar H₀ si la sig. Es menor a 0,05.

No rechazar H₀ si la sig. Es mayor a 0,05.

Tabla 11.
Información de bondad de ajuste

			Exportación de Sandía	Oferta exportable
Tau_b Kendall	de	Exportación de sandía	1,000	0,756*
		Oferta exportable	0,756*	1,000
		Coeficiente de correlación	0,000	0,034
		Sig. (bilateral)	0,034	0,000
		N	17	17

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Antes de comprobar si existe correlación o influencia entre una variable y otra variable, debe determinar si existe correlación entre las dos variables. Para ello se utilizó el estadístico de la prueba Tau-b de Kendal, cuyos resultados se muestran en la Tabla 12. El grado de correlación de las variables es 0,756, que es 75,6%, más importante aún, lo mostrado por el SPSS donde la significancia asintótica es 0.034, la cual es menor a 0.05, por lo que se decide rechazar la hipótesis nula (H_0) con una confianza del 95.0% y aceptar la hipótesis alternativa (H_1). Por tanto, la oferta de exportación tiene mucho que ver con la exportación de Tacna a través de sus empresas exportadoras en el 2020.

Probar el impacto entre variables

H_0 : La oferta exportable no impacta significativamente en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2020.

H_1 : La oferta exportable impacta significativamente en la exportación de sandía de las empresas de la región Tacna, año 2020.

a) Nivel de significancia: Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0,05, se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

b) Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

c) Estadístico de prueba: Regresión ordinal

d) Regla de decisión

Rechazar H_0 si la sig. Es menor a 0,05.

No rechazar H_0 si la sig. Es mayor a 0,05.

Tabla 12.*Información de bondad de ajuste de los modelos*

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Solo interceptación	17,303			
Final	0,000	17,303	1	0,00

Función de enlace: Logit

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13.*Resultado de impacto*

Pseudo R cuadrado	
Cox Snell	0,916
Nagelkerke	0,935
Mcfadden	0,635

Función de enlace: Logit

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En la Tabla 14, se observó la significancia asintótica que es menor a 0.000 y menor a 0.05, por lo que se decide rechazar la hipótesis nula (H_0) con un 95% de confianza y aceptar la hipótesis alternativa (H_1); de igual manera, para el índice de Nagelkerke, la Tabla 16 explica que la variable oferta exportable tiene un 93.5% de alto impacto o impacto en la variable exportación sandía, por lo tanto: en 2020, la cotización exportable tendrá un impacto significativo en las exportaciones de sandía de las empresas regionales de Tacna.

Análisis de las preguntas del estudio:

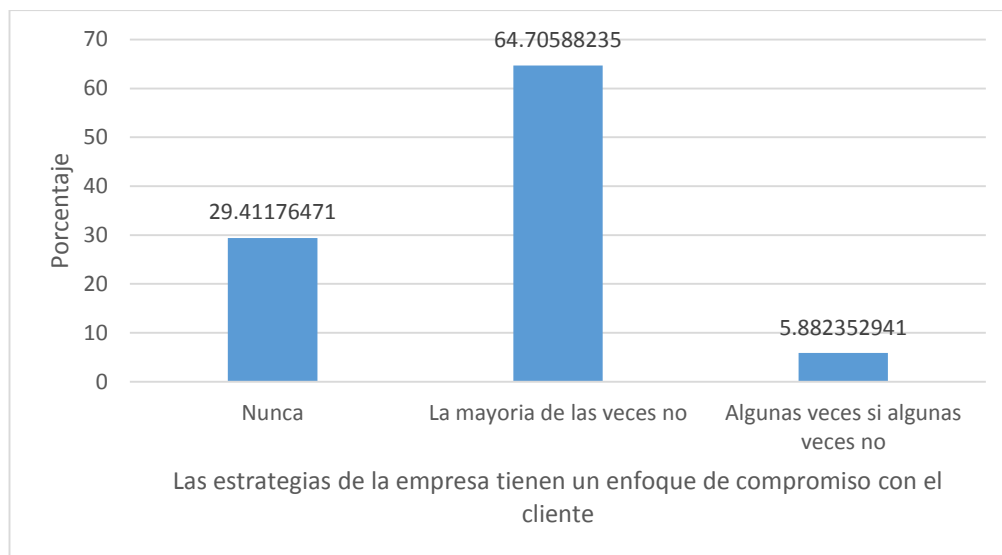
Tabla 14.

Las estrategias de la empresa tienen un enfoque de compromiso con el cliente

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	29,4	29,4	29,4
La mayoría de las veces no	11	64,7	64,7	94,1
Algunas veces si	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 5.

Las estrategias de la empresa tienen un enfoque de compromiso con el cliente.



Interpretación

En la Tabla 16, donde la estrategia de la empresa se centra en los problemas de participación del cliente, se puede observar que 5 encuestados (29,4%) dijeron que nunca, y 11 encuestados dijeron que no lo hicieron la mayor parte del tiempo, el cual representa el 64,7 % también una persona dijo que a veces no que es un porcentaje del 5,9%), esto se puede observar mejor en el Grafico 07, se puede ver que el 94,1% nunca o en ocasiones no prestó atención a la interacción con los clientes.

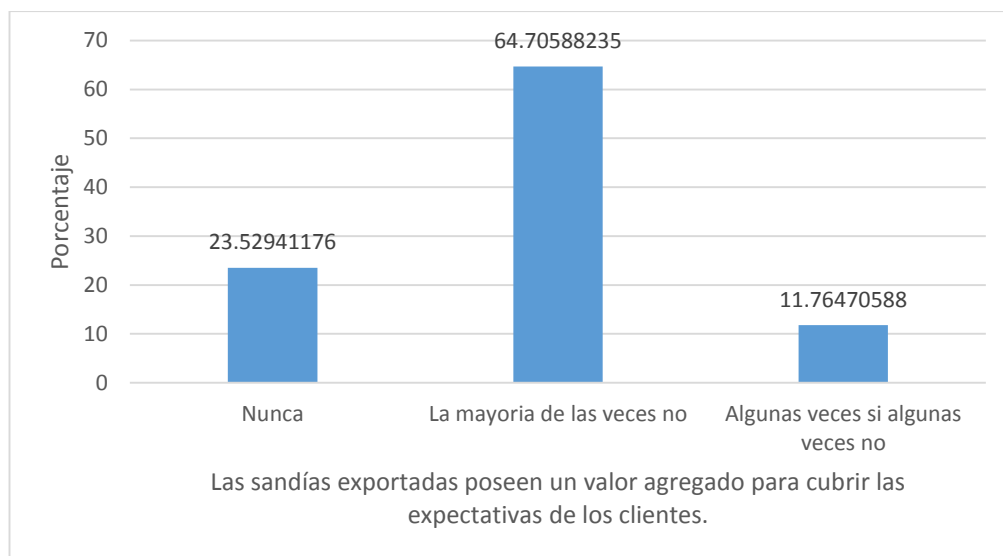
Tabla 15.

Las sandías exportadas poseen un valor agregado para cubrir las expectativas de los clientes.

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	23,5	23,5	23,5
La mayoría de las veces no	11	64,7	64,7	88,2
Algunas veces si	2	11,8	11,8	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 6.

Las sandías exportadas poseen un valor agregado para cubrir las expectativas de los clientes.



En tabla 17 a la pregunta :Las sandías exportadas poseen un valor agregado para cubrir las expectativas de los clientes se observa que 4 encuestados que representan el 23,5% indican que nunca, 11 encuestados indican que la mayoría de veces no , ellos representan el 64,7% asimismo dos personas indican que algunas veces si que es un porcentaje del 11,8%, esto se puede observar de mejor manera en el Grafico

08 donde se puede observar que el 88,2% indican que nunca o algunas veces las sandías exportadas poseen un valor agregado para cubrir las expectativas de los clientes.

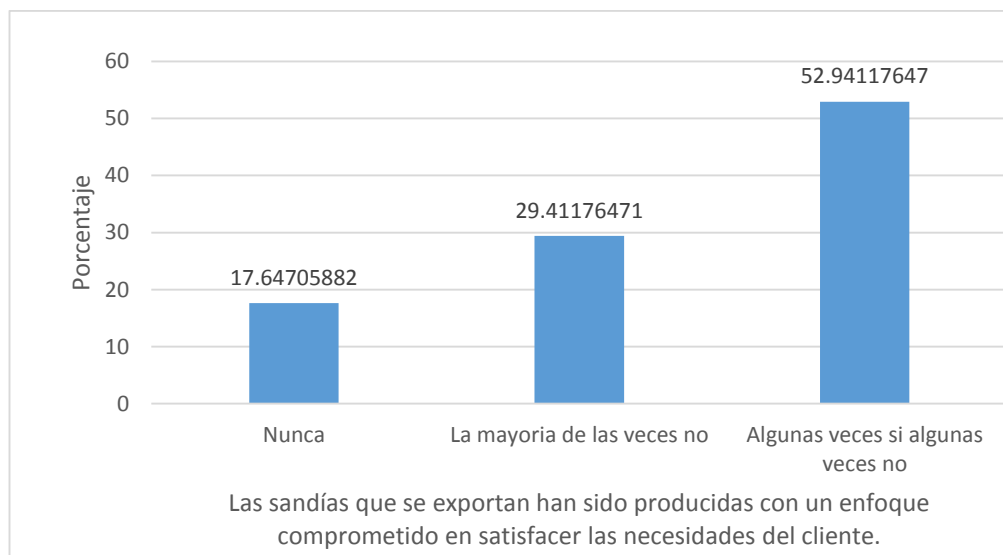
Tabla 16.

Las sandías que se exportan han sido producidas con un enfoque comprometido en satisfacer las necesidades del cliente.

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	17,6	17,6	17,6
La mayoría de las veces no	5	29,4	29,4	47,1
Algunas veces si	9	52,9	52,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 7.

Las sandías que se exportan han sido producidas con un enfoque comprometido en satisfacer las necesidades del cliente



A la pregunta establecidas en la tabla 18, se puede apreciar que el 17.6 % señala que nunca, un 29.4 % señala que la mayoría de las veces no, y algunas veces si en un 52.94 %

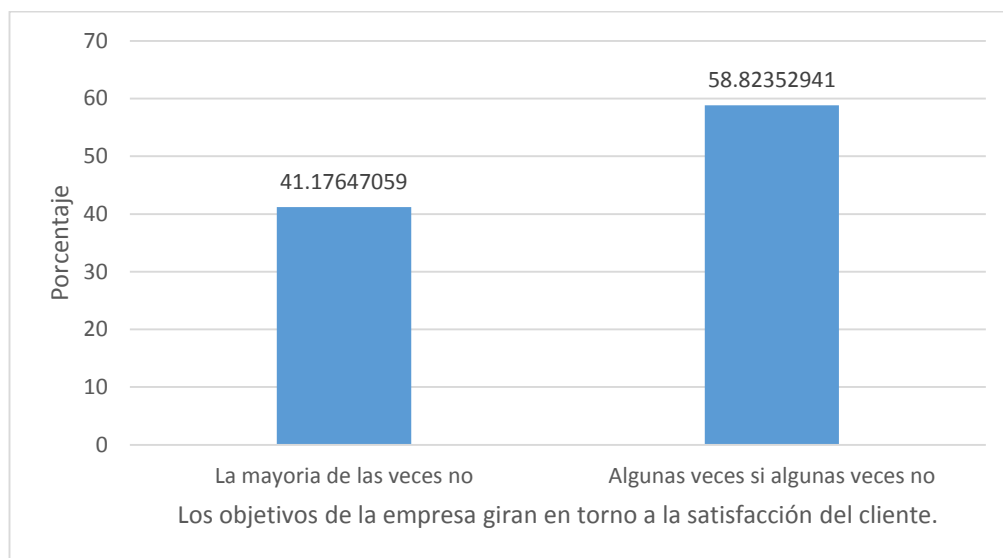
Tabla 17.

Los objetivos de la empresa giran en torno a la satisfacción del cliente.

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
La mayoría de las veces no	7	41,2	41,2	41,2
Algunas veces si	10	58,8	58,8	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 8.

Los objetivos de la empresa giran en torno a la satisfacción del cliente.



En la Tabla 19, se puede observar que un 41.17 % contesta que la mayoría de las veces no, y en un 58.82 % algunas veces si, ante la pregunta que si los objetivos de la empresa giran en torno a la satisfacción del cliente.

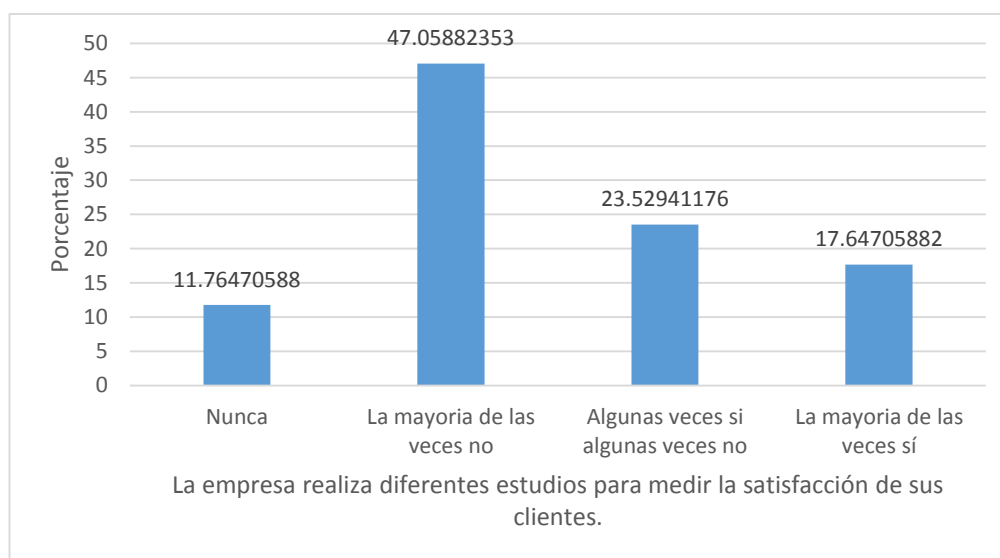
Tabla 18.

La empresa realiza diferentes estudios para medir la satisfacción de sus clientes.

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	11,8	11,8	11,8
La mayoría de las veces no	8	47,1	47,1	58,8
Algunas veces si	4	23,5	23,5	82,4
La mayoría de las veces sí	3	17,6	17,6	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 9.

La empresa realiza diferentes estudios para medir la satisfacción de sus clientes.



En la Tabla 20 ante la pregunta, si la empresa realiza diferentes estudios para medir la satisfacción de sus clientes, contestan nunca con un 11.76%, la mayoría de las veces no, en un 47.05%, algunas veces si, con un 23.52 %, y un 17.64 señala, la mayoría de las veces si

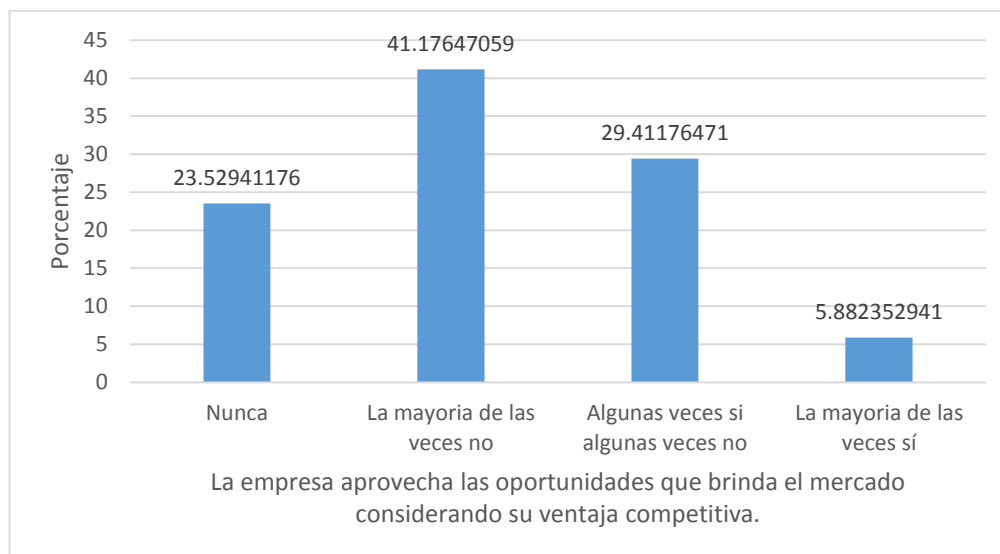
Tabla 19.

La empresa aprovecha las oportunidades que brinda el mercado considerando su ventaja competitiva.

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	23,5	23,5	23,5
La mayoría de las veces no	7	41,2	41,2	64,7
Algunas veces si	5	29,4	29,4	94,1
La mayoría de las veces sí	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 1.

La empresa aprovecha las oportunidades que brinda el mercado considerando su ventaja competitiva.



En la Tabla 21 frente a la pregunta, si la empresa aprovecha las oportunidades que brinda el mercado considerando su ventaja competitiva, responden nunca un 23.52 %, la mayoría de las veces no el 41.17 %, algunas veces si en 29.41 % finalmente la mayoría de las veces sí solo un 5.88 %

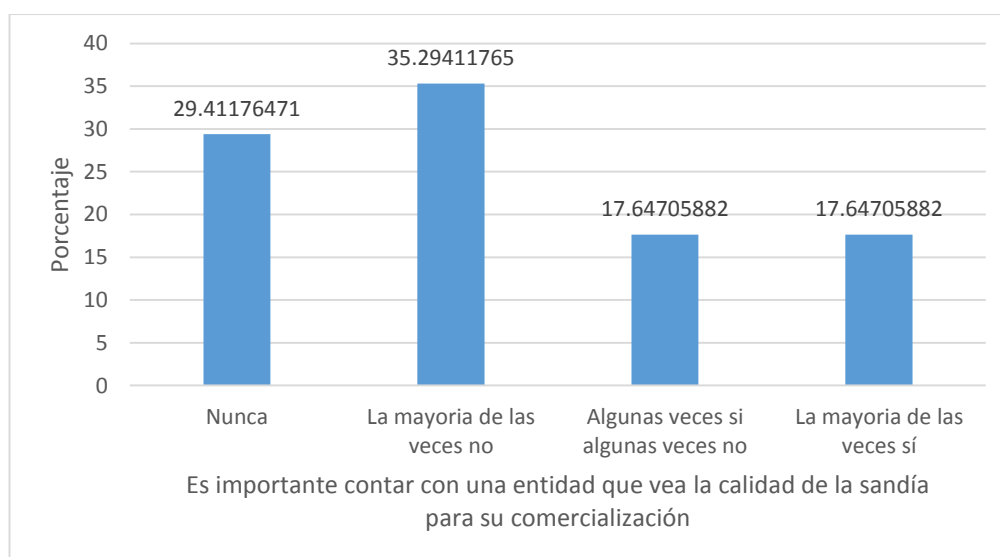
Tabla 20.

Es importante contar con una entidad que vea la calidad de la sandía para su comercialización.

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	29,4	29,4	29,4
La mayoría de las veces no	6	35,3	35,3	64,7
Algunas veces si	3	17,6	17,6	82,4
La mayoría de las veces sí	3	17,6	17,6	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 11.

Es importante contar con una entidad que vea la calidad de la sandía para su comercialización.



En la Tabla 22, a la pregunta si es importante contar con una entidad que vea la calidad de la sandía para su comercialización, responden los encuestados de la siguiente manera: nunca en un 29.41 %, la mayoría de las veces no el 35.29 %, algunas veces si algunas veces no el 17.64 %, y la mayoría de las veces sí el 17.64 %.

algunas veces si el 17.64% y en un porcentaje similar al anterior señala la mayoría de las veces si

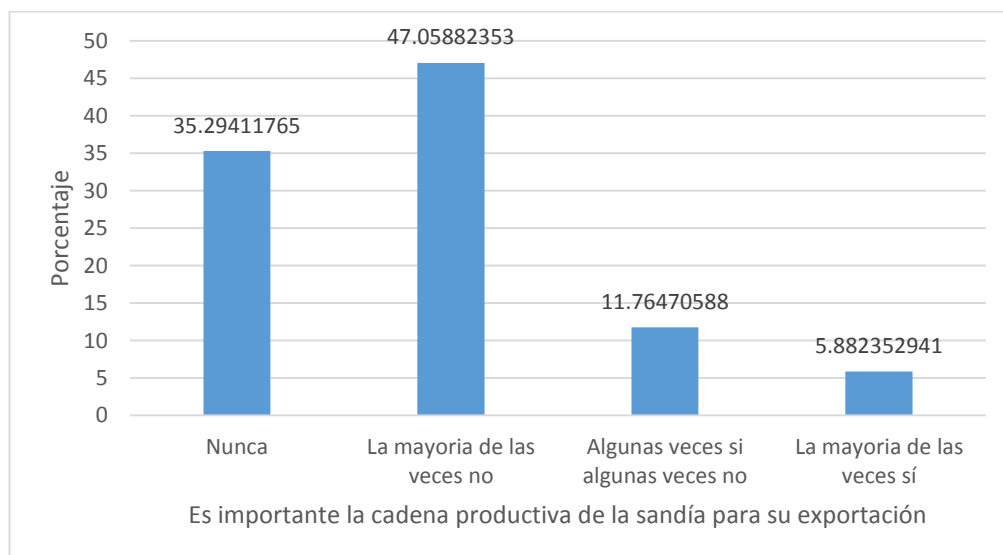
Tabla 221.

Es importante la cadena productiva de la sandía para su exportación

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	35,3	35,3	35,3
La mayoría de las veces no	8	47,1	47,1	82,4
Algunas veces si	2	11,8	11,8	94,1
La mayoría de las veces sí	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 12.

Es importante la cadena productiva de la sandía para su exportación



En la Tabla 23 los encuestados contestan la pregunta, si es importante la cadena productiva de la sandía para su exportación y los resultados son los siguientes:

nunca en 35.29 %, la mayoría de las veces no el 47.05 %, algunas veces si un 11.76 % y solo un 5.88 % indica la mayoría de las veces sí.

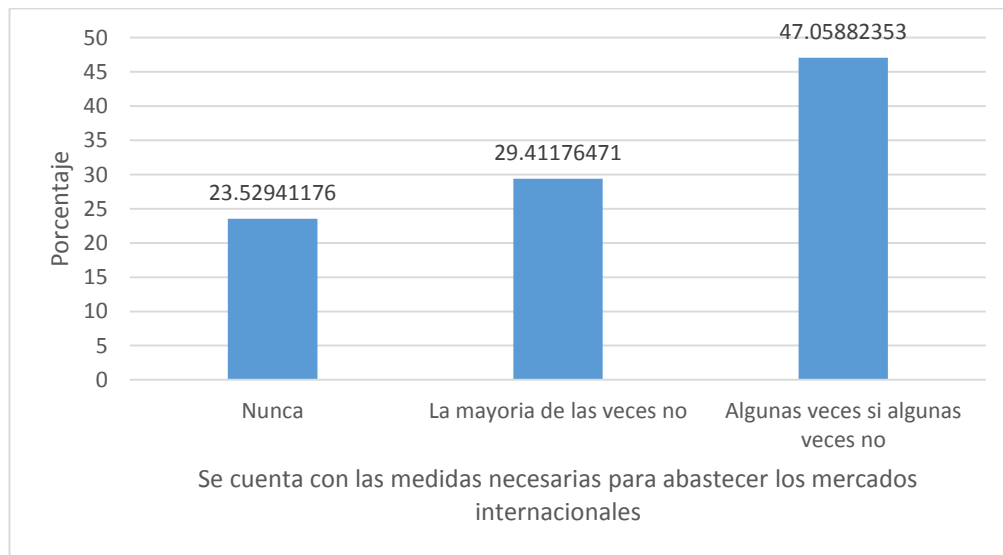
Tabla 24.

Se cuenta con las medidas necesarias para abastecer los mercados internacionales

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	23,5	23,5	23,5
La mayoría de las veces no	5	29,4	29,4	52,9
Algunas veces si	8	47,1	47,1	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 13.

Se cuenta con las medidas necesarias para abastecer los mercados internacionales.



En la Tabla 24 se enuncia la pregunta, si cuentan con las medidas necesarias para abastecer los mercados internacionales, las respuestas muestran los porcentajes siguientes: el 23.52 % refiere nunca, el 29.41 % señala la mayoría de las veces no

y en un porcentaje mayoritario de 47.05 % indican algunas veces si algunas veces no

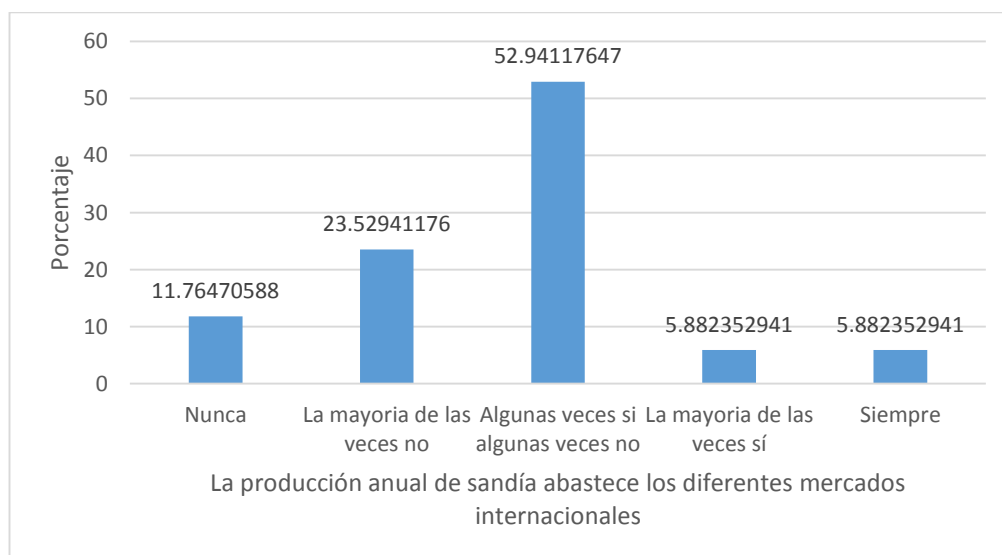
Tabla 25.

La producción anual de sandía abastece los diferentes mercados internacionales

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	11,8	11,8	11,8
La mayoría de las veces no	4	23,5	23,5	35,3
Algunas veces si	9	52,9	52,9	88,2
La mayoría de las veces sí	1	5,9	5,9	94,1
Siempre	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 14.

La producción anual de sandía abastece los diferentes mercados internacionales.



En la Tabla 25 a la pregunta si la producción anual de sandía abastece los diferentes mercados internacionales los encuestados responden de la siguiente manera: nunca

en un 11.76 %, la mayoría de las veces no el 23.52 %, algunas veces si el 52.94%, la mayoría de las veces si solo el 5.88 % y en un porcentaje similar al anterior señala siempre.

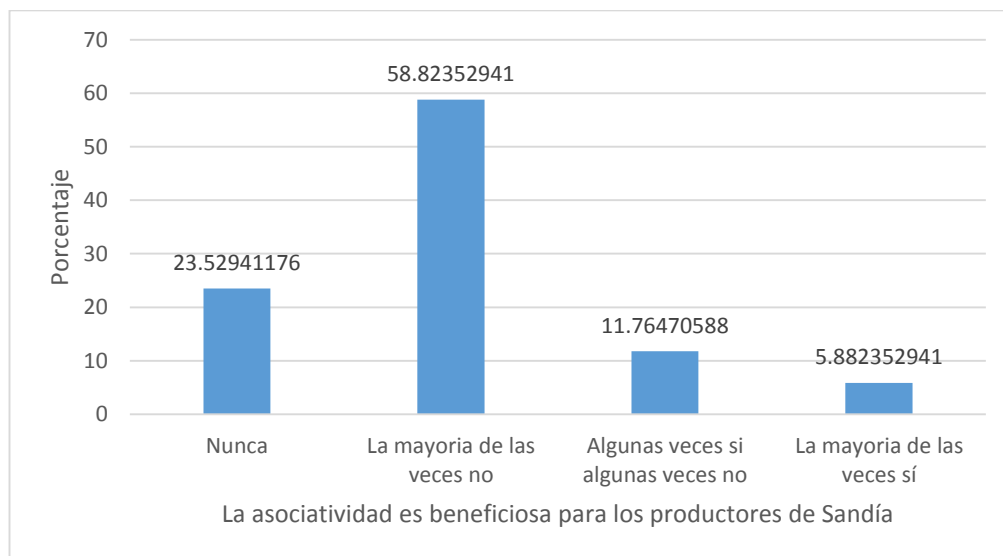
Tabla 26

La asociatividad es beneficiosa para los productores de sandía

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	23,5	23,5	23,5
La mayoría de las veces no	10	58,8	58,8	82,4
Algunas veces si	2	11,8	11,8	94,1
La mayoría de las veces sí	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 15.

La asociatividad es beneficiosa para los productores de sandía



En la Tabla 26 al enunciar la pregunta si la asociatividad es beneficiosa para los productores de sandía, respondieron de la siguiente manera: el 23.52 % señala que

nunca, el 58.82% dice la mayoría de las veces no, el 11.76 % indica algunas veces si y en un porcentaje minoritario de 5.88% dice la mayoría de las veces sí.

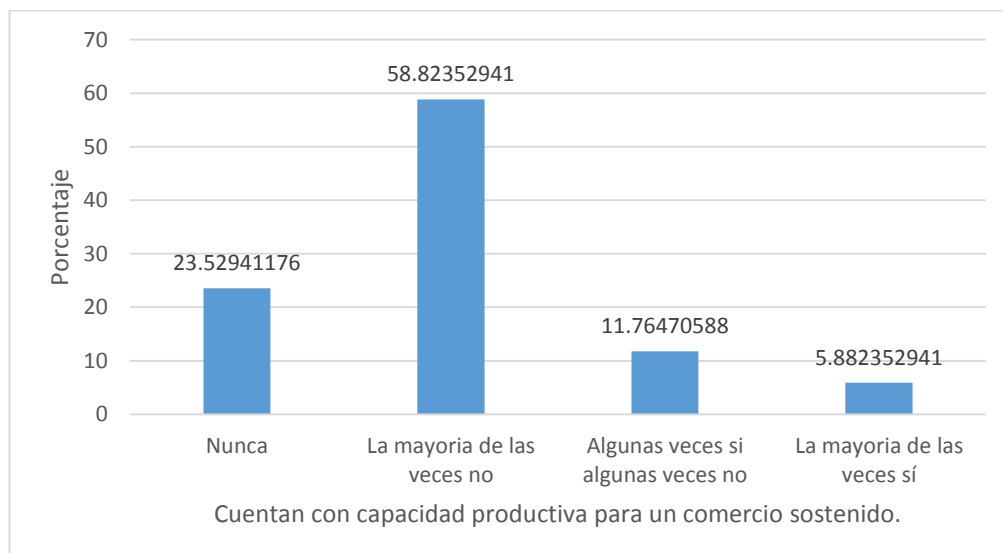
Tabla 22.

Cuentan con capacidad productiva para un comercio sostenido.

Frecuencia	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	23,5	23,5	23,5
La mayoría de las veces no	10	58,8	58,8	82,4
Algunas veces si	2	11,8	11,8	94,1
La mayoría de las veces sí	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Figura 16.

Cuentan con capacidad productiva para un comercio sostenido.



En la Tabla 26 de la presente encuesta se hace la pregunta, si cuentan con capacidad productiva para un comercio sostenido, las respuestas revelan los siguientes

porcentajes: un 23.52 % señala nunca, el 58.82 indica la mayoría de las veces no, el 11.76% responde algunas veces si y en un minoritario porcentaje de 5.88 % refiere la mayoría de las veces si

Tabla 28

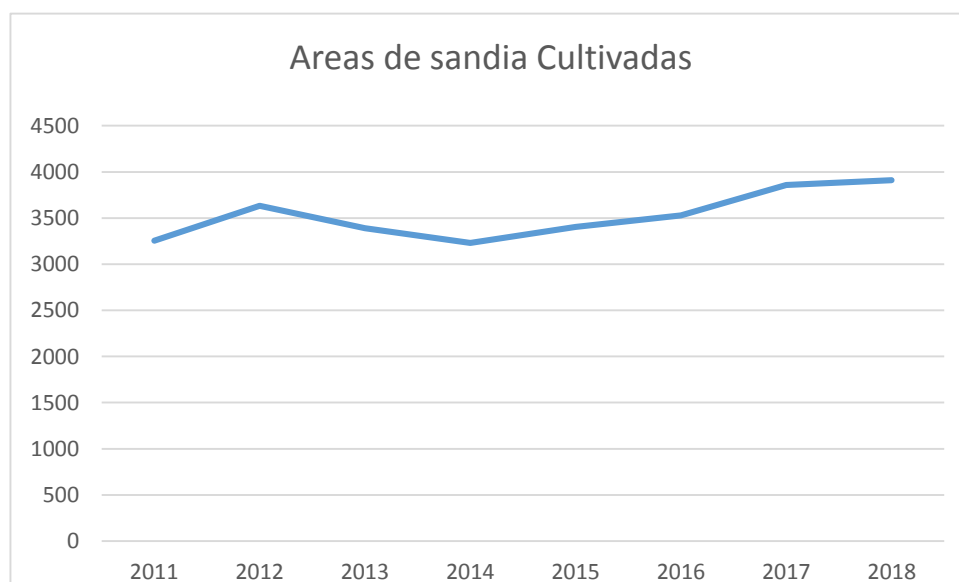
Área de Cultivo de Sandia en el Perú (2011-2018)

Año	Ámbito	Producto	Unidad	Valor
2011	Cultivos	Sandías	ha	3254
2012	Cultivos	Sandías	ha	3634
2013	Cultivos	Sandías	ha	3391
2014	Cultivos	Sandías	ha	3230
2015	Cultivos	Sandías	ha	3405
2016	Cultivos	Sandías	ha	3530
2017	Cultivos	Sandías	ha	3857
2018	Cultivos	Sandías	ha	3911

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

Figura 17

Área de Cultivo de Sandia en el Perú (2011-2018)



Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

El año 2011 se cultivó en el Perú 3254 hectáreas (ha) de sandía dándose un incremento cada año, pero teniendo un descenso el año 2014 descendiendo a 3230 hectáreas cosechadas de sandías luego recuperándose llegando hasta el año 2018 con la cantidad de 3911 hectáreas de sandias cultivadas en el Perú.

Tabla 29

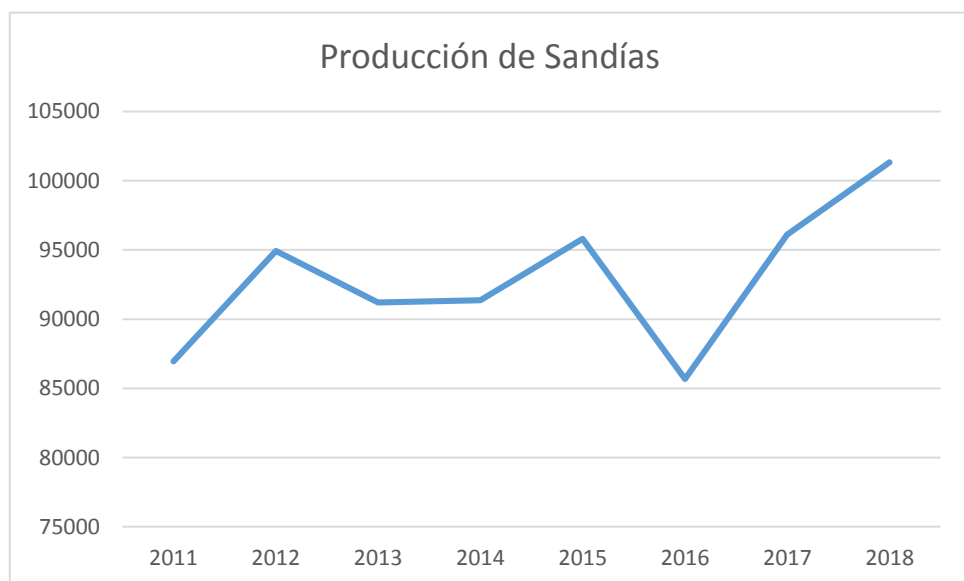
Producción de Sandia en el Perú (2011-2018)

Año	Ambito	Producto	Unidad	Valor
2011	Producción	Sandías	toneladas	86952
2012	Producción	Sandías	toneladas	94934
2013	Producción	Sandías	toneladas	91217
2014	Producción	Sandías	toneladas	91370
2015	Producción	Sandías	toneladas	95797
2016	Producción	Sandías	toneladas	85680
2017	Producción	Sandías	toneladas	96108
2018	Producción	Sandías	toneladas	101331

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

Figura 18

Producción de Sandia en el Perú (2011-2018)



Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

Como podemos observar el año 2011 se produjo en el Perú 86952 toneladas de sandía dándose un incremento cada año, sin embargo se puede notar claramente un descenso el año 2016 descendiendo a 85680 toneladas de sandías llegando el año 2018 a producirse 101331 toneladas cosechadas en el Perú.

Tabla 30

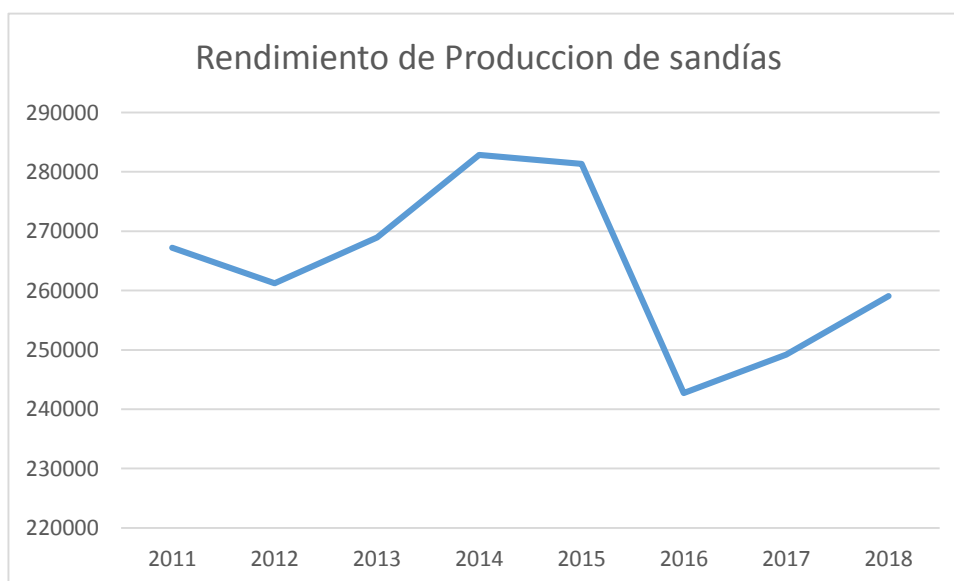
Rendimiento de la Producción de Sandia en el Perú (2011-2018)

Año	Elemento	Producto	Unidad	Valor
2011	Rendimiento	Sandías	hg/ha	267216
2012	Rendimiento	Sandías	hg/ha	261238
2013	Rendimiento	Sandías	hg/ha	268966
2014	Rendimiento	Sandías	hg/ha	282879
2015	Rendimiento	Sandías	hg/ha	281342
2016	Rendimiento	Sandías	hg/ha	242721
2017	Rendimiento	Sandías	hg/ha	249178
2018	Rendimiento	Sandías	hg/ha	259073

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

Figura 19

Rendimiento de la Producción de Sandia en el Perú (2011-2018)



Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

El año 2011 el rendimiento de producción de sandías fue de 267216 Hectogramos por Hectáreas (hg/ha) en el Perú, se tuvo un ascenso el año 2014 llegando a rendir 282879 hg/ha de sandías y el año 2016 hubo una disminución significativa obteniendo solo 242721 hg/ha, finalmente el año 2018 se consiguió un rendimiento de 259073 hg/ha.

Tabla 31

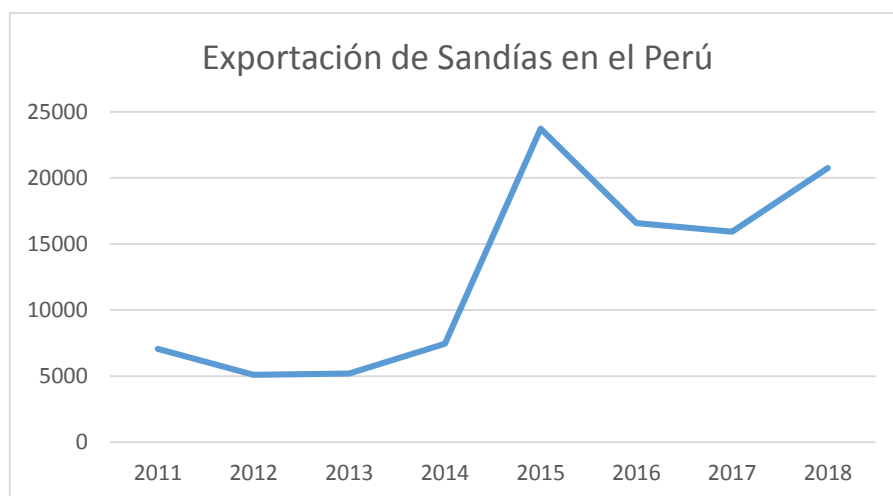
Exportación de Sandía en el Perú en toneladas (2011-2018)

Año	Producto	Unidad	Valor
2011	Sandías	toneladas	7054
2012	Sandías	toneladas	5099
2013	Sandías	toneladas	5191
2014	Sandías	toneladas	7453
2015	Sandías	toneladas	23726
2016	Sandías	toneladas	16590
2017	Sandías	toneladas	15917
2018	Sandías	toneladas	20738

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

Figura 20

Exportación de Sandía en el Perú en toneladas (2011-2018)



Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

El año 2011 se exportó 7054 toneladas de sandías en el Perú, logrando la mayor cantidad de exportaciones el año 2015 con 23726 toneladas de sandías exportadas pero al año siguiente disminuyó enormemente a 16590 toneladas exportadas finalmente el año 2018 se exportó 20738 toneladas.

Tabla 32

Exportación de Sandía en el Perú en miles de dólares (2011-2018)

Año	Producto	Unidad	Valor
2011	Sandías	1000 US\$	2255
2012	Sandías	1000 US\$	1139
2013	Sandías	1000 US\$	818
2014	Sandías	1000 US\$	978
2015	Sandías	1000 US\$	3053
2016	Sandías	1000 US\$	2268
2017	Sandías	1000 US\$	2450
2018	Sandías	1000 US\$	3592

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

Figura 21

Exportación de Sandía en el Perú en miles de dólares (2011-2018)



Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

El año 2011 el valor de la exportación de sandías es de 2255000 dólares americanos, siendo el menor monto el año 2013 un monto de 818000 dólares americanos a partir de esa fecha ha venido incrementando el monto de exportación de sandías llegando el año 2018 a 3592000 dólares americanos.

Tabla 33

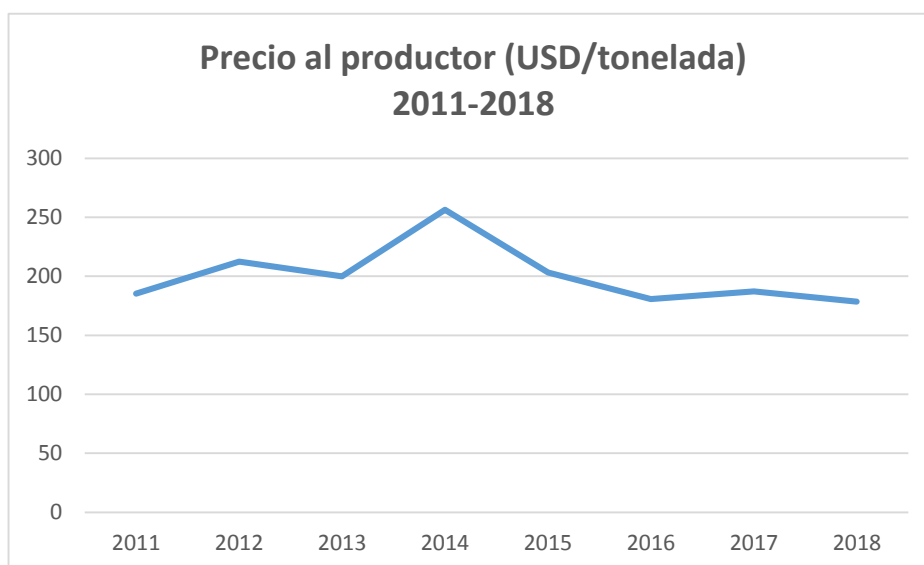
Precio al productor (USD/tonelada) (2011-2018)

Año	Producto	Unidad	Valor
2011	Sandías	USD	185.2
2012	Sandías	USD	212.3
2013	Sandías	USD	199.9
2014	Sandías	USD	256.4
2015	Sandías	USD	203.2
2016	Sandías	USD	180.7
2017	Sandías	USD	187.1
2018	Sandías	USD	178.4

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

Figura 22

Precio al productor (USD/tonelada) (2011-2018)



Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

En lo que se refiere al precio que se paga al productor de sandías tenemos que en el 2011 se pagó 185.2 dólares americanos por tonelada, teniendo el mayor precio pagado a los productores el año 2014 a un valor de 256.4 dólares por tonelada de sandías y de ahí a la fecha el precio ha venido bajando llegando el año 2018 el precio de la sandía a 178.4 dólares americanos por tonelada.

Tabla 34

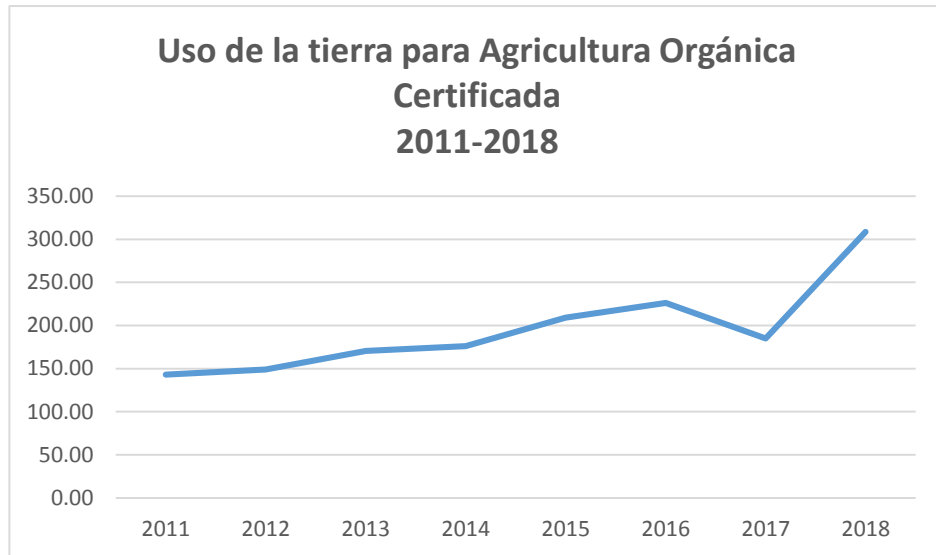
Uso de la tierra para Agricultura Orgánica Certificada (2011-2018)

Año	Elemento	Unidad	Valor
2011	Superficie	1000 ha	142.90
2012	Superficie	1000 ha	149.00
2013	Superficie	1000 ha	170.40
2014	Superficie	1000 ha	176.00
2015	Superficie	1000 ha	209.00
2016	Superficie	1000 ha	226.30
2017	Superficie	1000 ha	185.00
2018	Superficie	1000 ha	308.56

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

Figura 23

Uso de la tierra para Agricultura Orgánica Certificada (2011-2018)



Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); Elaboración propia

Sabemos que una forma de diferenciar los productos e la certificación de ser productos orgánicos, en el Perú el año 2011 se tenía 1429000 hectáreas de tierra con certificación de agricultura orgánica y ha venido en ascenso salvo el año 2017 que se disminuyó a 185000 hectáreas y el año 2018 se incrementó llegando a 30856000 hectáreas de agricultura orgánica certificada.

Tabla 35

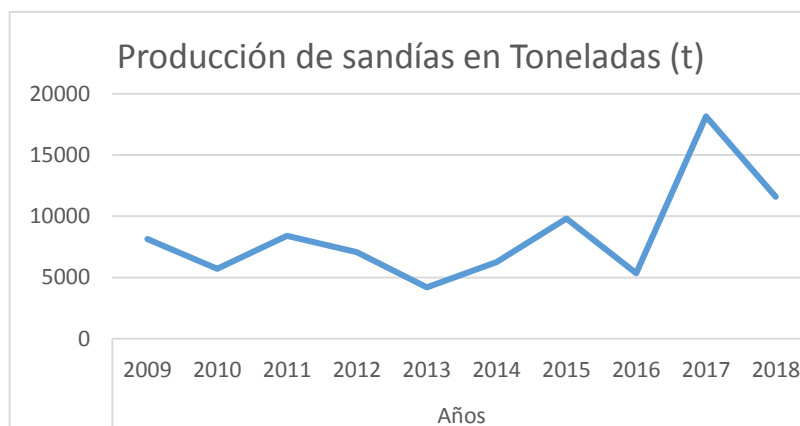
Producción agrícola de sandía en la Región de Tacna

TABLA: PRODUCCION AGRICOLA DE SANDIA: PRODUCCION, SUPERFICIE COSECHADA, RENDIMIENTO Y PRECIO EN CHACRA DE LA REGION TACNA											
Cultivo	Variables	Años									
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sandía	Producción (t)	8142	5703	8415	7076	4194	6264	9814	5349	18148	11593
	Superficie Cosechada (ha.)	221	162	202	181	119	166	287	155	460	275
	Rendim. (kg./ha)	36842	35204	41658	39094	35244	37735	34195	34510	39452	42156
	Precio en chacra (S./kg.)	0.39	0.63	0.42	0.57	0.56	0.85	0.67	0.75	0.66	0.59

Fuente: Anuarios Estadísticos DRA. Tacna (2019).
Elaboración: Dirección de Estadística Agraria DRA Tacna.

Figura 24

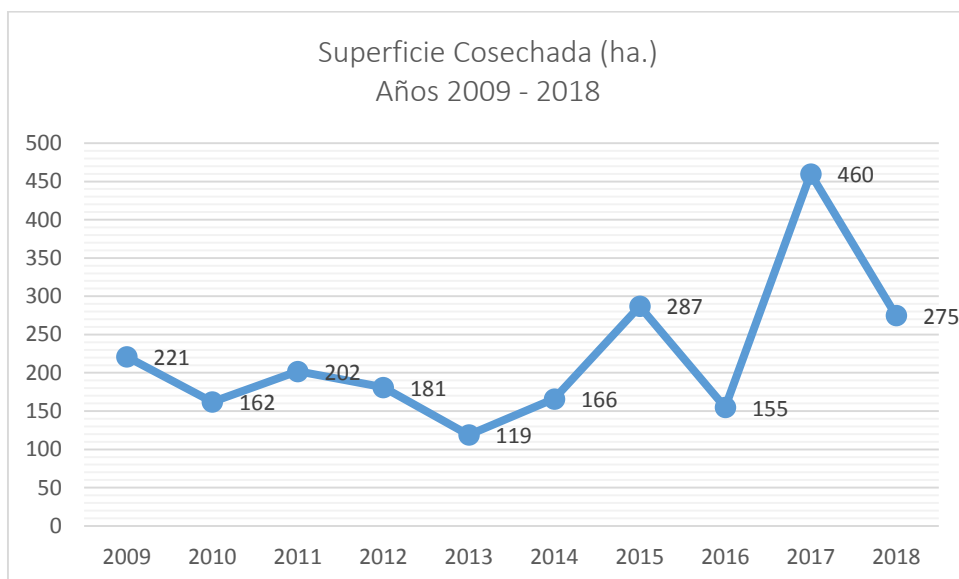
Producción Agrícola de Sandía en Toneladas en la región de Tacna (2009-2018)



En la figura se puede ver la evolución de la producción agrícola de sandía en la región de Tacna durante los años 2009 al año 2018, claramente se puede ver que ha sido muy variable siendo el año 2013 con 4194 toneladas la menor y el año 2017 con 18148 toneladas el año que se produjo más.

Figura 25

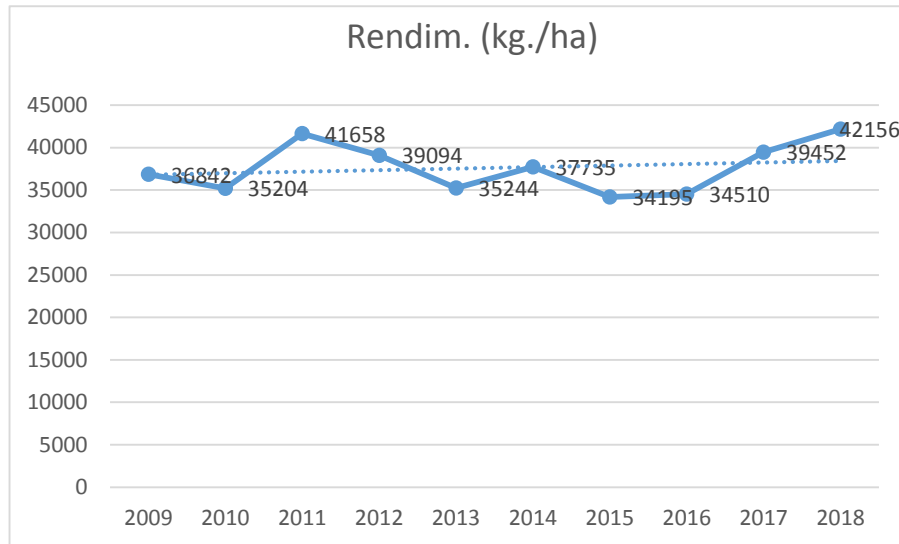
Superficie cosechada de sandías en hectáreas en la región de Tacna (2009-2018)



Se ve en la figura el detalle de superficies cosechadas en hectáreas; en 2013 se tiene 119 hectáreas cosechadas de sandía incrementando hasta 287 hectáreas el año 2015 volviendo a descender el año 2016 a 155 hectáreas, siendo el año 2017 el año con mayor superficie cosechada llegando a 460 hectáreas, siendo casi el doble de área de años anteriores.

Figura 26

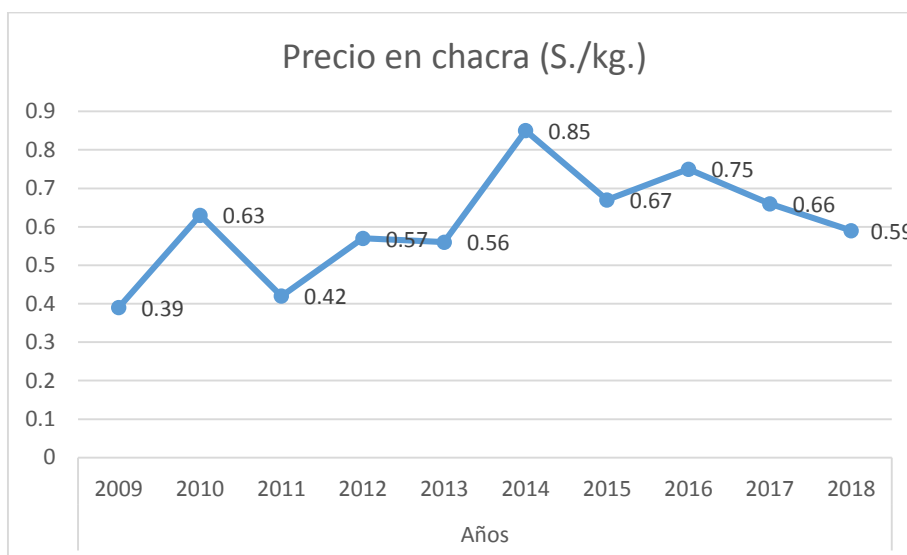
*Rendimiento de sandías cosechadas en la región de Tacna en los años 2009-2018
(En kg./ha.)*



Podemos observar en el gráfico el rendimiento de sandías en kilogramos por hectárea teniendo el año 2009 36842 kilogramos por hectárea, el año 2011 se consiguió 41658 kilogramos por hectárea, siendo el año 2015 el año en que se produjo menos por hectárea obteniendo solamente 34195 kilogramos por hectárea, Asimismo el año 2018 es el año en que se consiguió el máximo rendimiento llegando a producir 42156 kilogramos por hectárea.

Figura 27

Precio de sandías cosechadas en la región de Tacna en los años 2009-2018 (S./kg.)



Como se puede apreciar en el gráfico tenemos el precio que se paga en chacra por un kilo de sandía, el año 2009 el precio era de S/. 0.39 llegando a su precio más alto el año 2014 siendo S/. 0.85 por kilogramo de sandía, asimismo se observa que el precio ha venido disminuyendo a partir de ese año llegando el año 2018 al precio de S/. 0.59 por kilogramo de sandía

Tabla 36

Producción agrícola de sandía: producción, superficie cosechada, rendimiento y precio en chacra del distrito La Yarada Los Palos

PRODUCCION AGRICOLA DE SANDIA: PRODUCCION, SUPERFICIE COSECHADA, RENDIMIENTO Y PRECIO EN CHACRA DEL DISTRITO LA YARADA LOS PALOS					
Cultivo	Variables	AÑOS			
		2015	2016	2017	2018
Sandía	Producción (t)	5644	4972	15752	10752
	Superficie Cosechada (ha.)	150	141	409	247

	Rendim. (kg./ha)	37627	35262	38513	43530
	Precio en chacra (S./kg.)	0,51	0,69	0,53	0,53
Nota: El distrito la Yarada los palos fue creado el año 2015, anteriormente era considerado como parte de Tacna					
Fuente: Anuarios Estadísticos DRA. Tacna (2019).					
Elaboración: Dirección de Estadística Agraria DRA Tacna.					

En la tabla 44 se puede observar la producción de sandías en toneladas desde el año 2010 al año 2018 teniendo el año 2010 15752 toneladas; Asimismo en cuanto a la superficie cosechada se tienen que el año 2010 eran 150 hectáreas llegando el año 2018 a ser 247 hectáreas de sandías cosechadas. En cuanto al rendimiento determinado por kilogramos por hectárea tenemos que el año 2010 se consiguió 37627 kilogramos por hectárea llegando el año 2018 a 43530 kilogramos por hectárea, esto es un incremento de casi 16% en cuanto al rendimiento por hectárea.

También apreciamos el precio en chacra, teniendo el año 2016 el mayor precio pagándose 0.69 soles por kilogramo.

Tabla 37

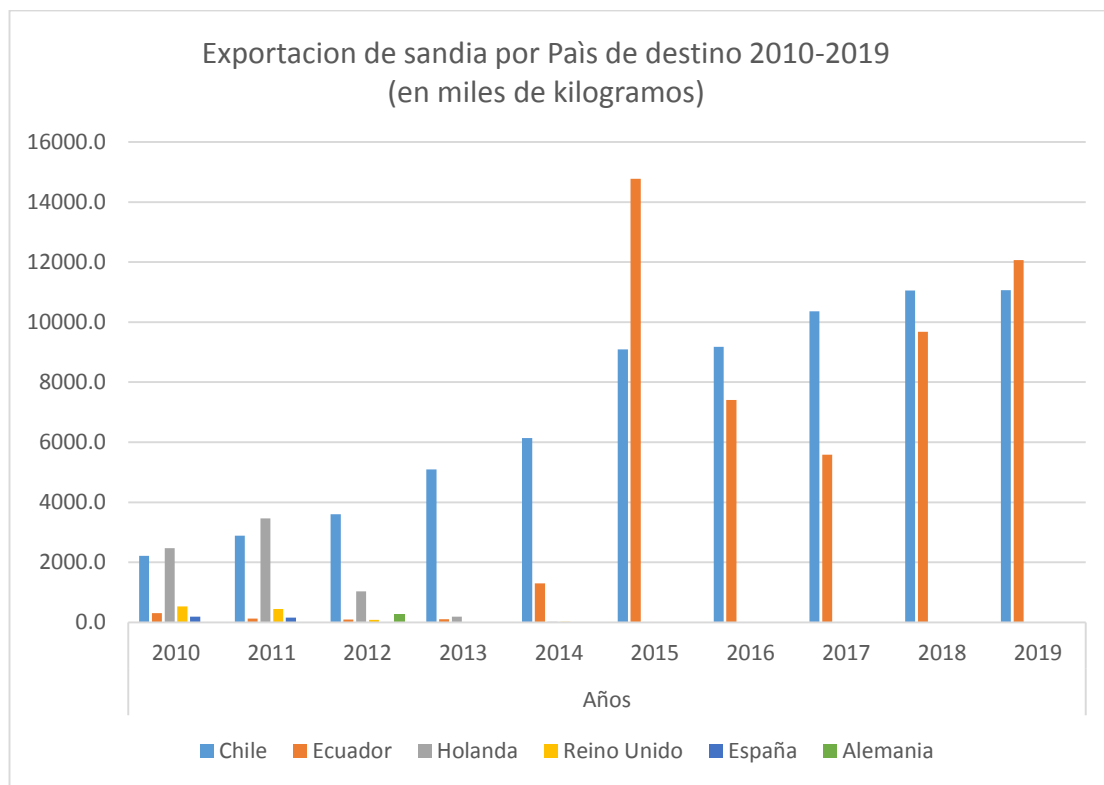
Exportación de sandía por País de destino 2010-2019(en miles de kilogramos)

Exportación de sandía por País de destino 2010-2019 (en miles de kilogramos)

Países	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Chile	2219.4	2891.0	3597.6	5096.6	6133.5	9088.0	9179.1	10364.3	11050.2	11068.7
Ecuador	308.9	123.1	94.4	99.2	1299.3	14769.7	7411.3	5583.1	9676.7	12070.7
Holanda	2473.3	3467.2	1027.3	184.5	14.7	7.2				
Reino Unido	530.4	441.0	79.3		20.0					
España	187.7	152.1								
Alemania			275.1							
TOTAL	5719.6	7074.5	5073.7	5380.2	7467.5	23864.9	16590.4	15947.4	20726.9	23139.4

Figura 28

Exportación de sandía por País de destino 2010-2019 (en miles de kilogramos)



En la tabla 37 tenemos la información sobre la exportación de sandía por País de destino 2010-2019 (en miles de kilogramos) podemos apreciar claramente que los países a los que se exporta en los últimos años son Ecuador y Chile.

En la figura 39 se puede ver con mayor detalle que el país al que se exporta es Ecuador y en segundo lugar Chile, desde el 2016 son los únicos países a los que se exporta sandía, esto se debe principalmente a que los productores prefieren vender al contado, ya que de acuerdo a la información con que se cuenta de PROMPERU los empresarios de los países vecinos vienen al Perú y compran al contado y muchas veces hacen pagos adelantados por futuras cosechas lo que es totalmente diferente

si se decidiera exportar a países de Europa, ya que en la Unión Europea se acostumbra efectivizar los pagos una vez la mercadería este en sus almacenes.

Tabla 38

Costos de producción por hectárea de sandia

Costos De Producción Por Hectárea De Sandia

Cultivo	Sandia	Dpto. - Prov.	Tacna - Los Palos	
Variedad	Santa Amelia	Sist. Riego	Goteo	
Period. Vegetativo	4 Meses	Epoca Siembra	Todo El Año	
Npk	100-135-165	Rendimiento T/Ha	40000	
Distanciamiento	2 M X 2 M	Tipo De Cambio	3.1	
Nivel Tecnológico	Medio			
Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Total

Preparación Y Riego

Piquete Y Quema	Jornal	3	S/. 50.00	S/. 150.00
Rayado Remojo	Hora/Maq.	1	S/. 80.00	S/. 80.00
Remojo	Jornal	2	S/. 30.00	S/. 60.00
Aradura	Hora/Maq.	2	S/. 130.00	S/. 260.00
Rastra	Hora/Maq.	1	S/. 130.00	S/. 130.00
Surcado Y Bordeado	Hora/Maq.	1	S/. 180.00	S/. 180.00
Arreglo Acequias Y Desagues	Jornal	2	S/. 30.00	S/. 60.00
				S/. 920.00

Siembra Directa

Semillas	Kg	1.25	S/. 225.00	S/. 281.25
Siembra	Jornales	4	S/. 50.00	S/. 200.00
Replante	Jornales	0.5	S/. 50.00	S/. 25.00
				S/. 506.25

Fungicidas Bactericidas

Luxazim	Lt	3	S/. 45.00	S/. 135.00
Enraizador	Lt	1	S/. 80.00	S/. 80.00
Acrobat	Kg	2	S/. 45.00	S/. 90.00
Ridomil	Kg	2	S/. 78.00	S/. 156.00
				S/. 461.00

Insecticidas

Fipranil	Lt	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Supermetrina	Lt	5	S/. 80.00	S/. 400.00
Triser	Lt	0.5	S/. 750.00	S/. 375.00
Absolute	Lt	0.5	S/. 750.00	S/. 375.00
Jade	Kg	1	S/. 240.00	S/. 240.00
				S/. 1,590.00

Foliares Y Bioestimulantes

Sales De Potasio	Kg	2	S/. 35.00	S/. 70.00
Bayfolan Super	Kg	2	S/. 35.00	S/. 70.00
Calcio Boro	Kg	2	S/. 45.00	S/. 90.00
Atonic	Kg	2	S/. 180.00	S/. 360.00

Aminofol	Kg	2	S/. 250.00	S/. 500.00
				S/. 1,090.00

Fertilizacion Soluble Y Granulada

Nitrato De Potasio	Kg	25	S/. 3.90	S/. 97.50
Nitrato De Amonio	Kg	50	S/. 1.50	S/. 75.00
Fosforo Monomonico	Kg	25	S/. 4.60	S/. 115.00
Cloruro De Potasio	Kg	350	S/. 1.83	S/. 641.69
Fosfato Diamonico	Lt	250	S/. 1.61	S/. 401.65
Sulfato De Magnecio	Kg	100	S/. 2.51	S/. 251.34
Guano De Isla	Kg	1000	S/. 0.92	S/. 920.00
Total		1035		S/. 2,502.18
Combustible/Riego			S/. 2,000.00	S/. 2,000.00
Manta Termica	Unidad	9	S/. 380.00	S/. 3,420.00
Renta De Terreno	Ha	1	S/. 500.00	S/. 500.00
Total				S/. 500.00

Total Costo Directo (I)				S/. 9,569.43
A. Asistencia Técnica				
5% Del Costo Directo				S/. 478.47
B. Gastos Administrativos				
5% Del Costo Directo				S/. 478.47

Total Costos Indirectos Ii				S/. 956.94
Total Costo Por Hectarea				S/. 10 526.37

En la tabla 38 Costos de producción por hectárea de sandía, consideramos primeramente la preparación y riego de la tierra seleccionada, siembra directa, fungicidas bactericidas, insecticidas, foliares y bioestimulantes, fertilización soluble y granulada, combustible, manta térmica y renta de terreno dándonos un total de S/. 9 569.43 (nueve mil quinientos sesenta y nueve con 43/100 soles) como costo directo. Asimismo consideramos la asistencia técnica y los gastos administrativos por un monto de S/ 956.94 (novecientos cincuenta y seis con 94/100 soles) como costos indirectos, dándonos un costo total por hectárea de sandía de S/ 10 526.37 (diez mil quinientos veintiséis con 37/100 soles).

4.3. Discusión de Resultados

Con el fin de encontrar los elementos necesarios para determinar el estadístico de prueba que pueda probar la hipótesis para el propósito de esta investigación, es necesario realizar una prueba normalidad para cada variable.

Los resultados muestran que se ha verificado la primera hipótesis "el nivel de promoción en la oferta exportadora de las empresas exportadoras de sandía en la zona de Tacna es bueno en 2020".

Este resultado es consistente con Contreras (2003) publicado en el contexto salvadoreño titulado "El Análisis Integral de la Gestión Empresarial de la Industria Cafetera y su Relación con la Competitividad del Mercado Internacional". Plantear los aspectos de gestión a considerar en exportación. Mencionar sus respectivas estrategias y sus etapas de ejecución; definir las líneas de actividad a desarrollar en cada una de ellas. Por tanto, consta de cinco ejes estratégicos: estrategia de producción, estrategia de reestructuración del plan organizativo, estrategia de gestión del cambio técnico y operativo, estrategia de mercado y estrategia financiera.

En cuanto a las variables dependientes de las exportaciones de sandía, su hipótesis es la siguiente: Para el 2020, el nivel de exportación de sandías por parte de las empresas exportadoras en Tacna será muy alto. Esto ha sido probado.

Se puede comparar estos resultados con la investigación de Coaquira (2015) en su estudio sobre los factores que afectan el comportamiento de la sandía en el Perú de 2010 a 2014. El estudio no solo muestra el crecimiento de las exportaciones, sino que también muestra al mismo tiempo, el comportamiento de la empresa. La cual ha generado importantes cifras estadísticas y que se debe considerar que la región con más sandías exportadas desde Perú es la región de Tacna, que representó el 82,2% en 2014; en 2012, su tasa de participación fue del 71,9%; y en 2010, la proporción fue del 60%. Los principales países extranjeros que

demandan este producto son Chile, con un 65%; Holanda, con un 35%. Las principales regiones exportadoras de sandía son Tacna y Piura.

En cuanto a los factores externos e internos que inciden en el volumen exportado de sandía, se encuentran: la evolución del PIB de Chile como gran importador de productos, los tipos de cambio reales multilaterales y el precio internacional de la sandía.

Respecto a la hipótesis general, de la promoción en la oferta exportable tiene un impacto significativo en las exportaciones de sandía de las empresas de Tacna en el 2020, por lo que fue necesario determinar la correlación entre las dos variables, a través de la realización de pruebas estadísticas Tau-b de Kendall.

De igual forma, debido a la falta de mayor investigación para enfatizar que la gestión es un soporte para las exportaciones, Martínez (2007) estudió el tema “influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes, la importancia de las exportaciones está relacionada con los beneficios sustanciales que los gobiernos y las empresas obtienen de esta actividad. A nivel gubernamental, las exportaciones acercan la sociedad a la economía La prosperidad y el desarrollo han producido intercambios internacionales para apoyar otras actividades económicas y aumentar las oportunidades de empleo.

La incidencia empresarial, las exportaciones pueden ayudar a mejorar la innovación y el desarrollo; mejorar las habilidades organizativas y de gestión; diversificar los riesgos de la empresa en las actividades del mercado nacional; promover el mejor uso de los recursos organizativos; y mejorar la posición financiera y competitiva de la empresa.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- 1** Para el 2020, la promoción en la oferta exportable de las empresas exportadoras de sandía en Tacna será buena porque gradualmente va incrementándose del años 2014 de 6111796 para el 2019 a un 11,068.724
- 2** El nivel de exportación de sandías por parte de las empresas exportadoras de la región de Tacna por reconocen el 57.1% exportación de producción
- 3** El mayor impacto de las variables de la oferta de exportación sobre las variables de exportación de sandía es de 93.5%, por lo que la oferta exportable tiene un impacto de gran trascendencia en las exportaciones de sandía de las empresas regionales de Tacna.

5.2. Recomendaciones

1. Para incrementar el volumen de exportación de sandías, la investigación debe enfocarse en evaluar el comportamiento del mercado internacional y compararlo con la oferta mundial de los principales países exportadores. Al mismo tiempo, la búsqueda de un nicho en mercados externos debe hacerse mejorando los procesos de asociatividad, técnicas de comercialización y promoción internacional creando valor para empresas exportadoras y los consumidores.
2. No solo se debe considerar los mercados chileno y ecuatoriano, también se debe evaluar el nuevo mercado internacional de la sandía para evitar riesgos, ya que no es posible mantener solo dos mercados dado que no permitiría el ingreso de mayores ingresos cuando existe la posibilidad de fijar nuevos precios que el mercado demanda, por lo que se recomienda realizar una investigación de mercado integral.
3. A la vista de los resultados obtenidos en este estudio, la región de Tacna a través de sus empresas exportadoras de sandía constituye una importante fuente de generación de ingresos por los volúmenes de exportación que están aumentando cada año, por lo que se recomienda promover la asociatividad de estas empresas y obtener mayores márgenes de rentabilidad. Y al mismo tiempo buscar nuevos canales de asesoría donde el estado brinda específicamente asesoría en comercio exterior y asistencia técnica a empresarios para mejorar la calidad y productividad de las sandías.

BIBLIOGRAFIA

- Bajo, O. (2001). *Teorías del comercio Internacional*. Barcelona: Antoni Bosch. 160 p.
- Comisión para la Promoción de Exportaciones. (2001). *La Clave del Comercio, Libro de Respuestas para los Pequeños y Medianos Exportadores*. Lima: PROMPEX, ProCip. 315 p.
- Cramer, G., & Jensen, C. (1990). *Economía Agrícola y Agroempresas*. Mexico: Compañía Editora Continental S.A México. 485p.
- Dirección Regional de Agricultura Tacna. (2013). *Tacna: Producción y exportación de aceituna, orégano y cebolla*. Tacna: DRAT. P 118.
- Dirección Regional de Agricultura Tacna. (2016). de http://www.agritacna.gob.pe/link_buscar_estadi.php
- Esquivel, O., & García, M. (2006). *Estudio de la producción y comercialización de la cebolla amarilla (Allium cepa L), en los Municipios de La Concordia y Sébaco, en el período 2005-06*. Managua: Tesis (Titulo). Universidad Nacional Agraria. 123 p.
- Hernández, E. (2006). *Manual de estadística*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia. 194p.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw Hill Interamericana. 850p.
- Huaytalla, C. (2016). *Generación de oferta exportable mediante la sustitución de cultivos de papa hacia la producción de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen-Ayacucho para su comercialización*

en el mercado de Toronto- Canadá. Lima: Tesis (Titulo). Universidad San Martín de Porras. P 164.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2012). *INEI de* <http://censos.inei.gob.pe/Cenagro/redatam/#>

Liendo, H. (2011). Canales de distribución para la exportación de cebolla amarilla dulce (*Allium cepa* L.) de la región Tacna, año 2009. Tacna: Tesis (Maestría). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. 152 p.

Medina, L. (2013). *Análisis de los factores internos de la oferta exportable de artesanía textil para el ingreso a los mercados internacionales, región Puno - periodo 2012.* Puno: Tesis (Titulo). Universidad Nacional del Altiplano. 189 p.

Mercado, S. (2000). Comercio Internacional. México: Limusa. 4ta Edición. 306 p.

Ministerio de Agricultura y Riego del Perú. (2015). Página web del MINAGRI de <http://minagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/que-se-puede-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>

Ministerio de Agricultura y Riego del Perú. (2016). *Módulo de consulta a la base de datos de la DGIA* de http://frenteweb.minagri.gob.pe/sisca/mod=consulta_cult

Mochón, F., & Alberto, V. (2008). *Economía Principios y aplicaciones.* Mexico: McGraw Hill Cuarta Edición. 619p.

- Pareja, S. (2008). *Plataforma de exportación de cebolla dulce orgánica*.
Oruro: Tesis (Titulo). Universidad Técnica de Oruro. 202 p.
- Parkin, M. (2009). *Economía*. México: Pearson Addison Wesley. 8ava
Edición. 799 p.
- Peceros, K. (2016). *Biocomercio en el Perú: Desarrollo de oferta exportable
de productos, con valor agregado, derivados de la biodiversidad
nativa*. Lima: Tesis (Titulo). Universidad Nacional Mayor de San
Marcos. 178 p.
- Ruiz, M. (2014). *Sostenibilidad de la oferta exportable del camu camu en la
región Amazónica*. Lima: Tesis (Maestría). Universidad Nacional
Mayor de San Marcos. P 230.